

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

COORDINACIÓN DE POSGRADO

**Perspectivas de Exportación de Rosa Mexicana a los
Mercados de EE.UU., Canadá y Japón //**

T E S I S

QUE COMO REQUISITO PARCIAL

PARA OBTENER EL GRADO DE:

MAESTRO EN CIENCIAS EN ECONOMIA DEL DESARROLLO RURAL

Presenta:

BERTHA ALICIA CHACÓN GRANDE



**DIRECCION ACADEMICA
DEPTO. DE SERVICIOS ESCOLARES
OFICINA DE EXAMENES PROFESIONALES**



852021

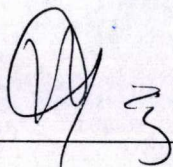
Chapingo, Méx. Mayo de 1997.

**Perspectivas de Exportación de Rosa Mexicana a los
Mercados de EE.UU., Canadá y Japón**

Tesis realizada por Bertha Alicia Chacón Grande bajo la dirección de Comité
Asesor indicado, aprobada por el mismo y aceptada como requisito parcial para
obtener el grado de:

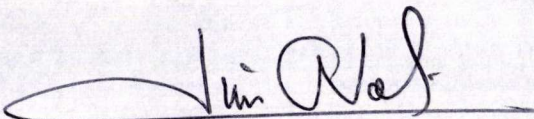
MAESTRO EN CIENCIAS EN: Economía del Desarrollo Rural

DIRECTOR:



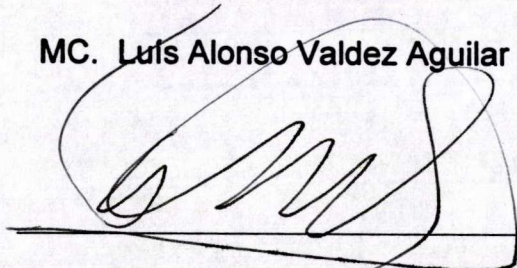
Dra. Alma Alicia Gómez Gómez

ASESOR :



MC. Luis Alonso Valdez Aguilar

ASESOR:



M.C. Francisco Pérez Soto

A.31352

**Perspectivas de Exportación de Rosa Mexicana a los
Mercados de EE.UU., Canadá y Japón**

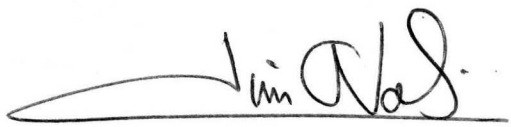
El jurado que revisó y aprobó el examen de grado de Bertha Alicia Chacón
Grande autor de la presente tesis de Maestría en Ciencias en Economía del
Desarrollo Rural estuvo constituido por:

PRESIDENTE:



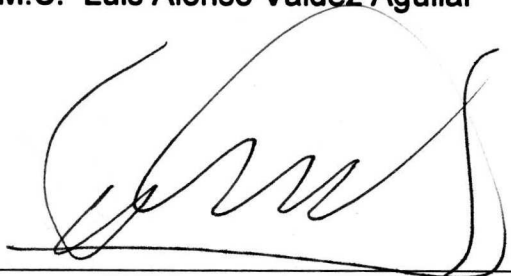
Dra. Alma Alicia Gómez Gómez

ASESOR :



M.C. Luis Alonso Valdez Aguilar

ASESOR:



M.C. Francisco Pérez Soto

RECONOCIMIENTO

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), por el apoyo económico proporcionado sin el cual no hubiera sido posible realizar esta Maestría.

A la UACH y al Depto. de Economía Agrícola, por darme una vez más la oportunidad de realizar mis estudios de posgrado.

A la Coordinación de Posgrado del Depto. De Economía Agrícola, por las facilidades otorgada en la impresión de este trabajo.

A la Dra. Alma Alicia Gómez, que sin su apoyo y amistad no hubiera sido posible la conclusión del presente documento.

A los MC. Luis Alonso Valdés y Francisco Pérez Soto, gracias a la revisión y asesorías brindadas y sobre todo por la confianza depositada en el presente trabajo.

DEDICATORIA

A ti mi Dios todopoderoso por demostrarme tu existencia y tu infinito amor en cada paso de mi vida, gracias por ayudarme a salir adelante en las metas que me he trazado.

A mis padres:

Ángel y Egay

Que gracias al gran amor y comprensión puesto en cada uno de mis proyectos, me dan la fuerza necesaria para seguir luchando en la vida.

A mis hermanos:

Saira, Francisco, Salvador, José Cruz, Johnny, Rocio y Sandra.

Que son uno de los motivos principales de mi superación, y gracias a su comprensión y amor he logrado finiquitar esta etapa de mi vida

A Ma. Elena:

Una vez mas gracias por seguir junto a mí, Dios bendice nuestra amistad por eso hemos logrado salir triunfantes de los obstáculos que se han puesto en nuestro camino, sin tu apoyo hubiera sido muy difícil.

A mis primos y Amigos:

Estela, Raúl, Chelo, Mario, Norma, Martín, Tomy, Tarín, Enrique, Alma Alicia, Don Javier, Amalia, Magda , Leonardo, Rebollar, Juan, etc.

Gracias por su amistad incondicional.

I N D I C E

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. JUSTIFICACIÓN.....	2
1.2. PROBLEMÁTICA.....	2
1.3. OBJETIVO GENERAL.....	3
1.3.1. Objetivos específicos.....	3
1.4. HIPÓTESIS.....	4
1.5. METODOLOGÍA.....	4
2. MARCO DE REFERENCIA.....	8
2.1. CONCEPTOS BÁSICOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGR.....	8
2.1.1. Enfoque para el estudio y el análisis de la comercialización.....	9
2.1.2. Canales de comercialización.....	11
2.1.3. Margen de comercialización	11
2.1.4. Costo de comercialización.....	12
2.2. CONCEPTOS MAS UTILIZADOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.....	13
2.3. COMERCIALIZACIÓN DE ROSA EN MÉXICO Y EL EXTERIOR.....	16
2.3.1. Antecedentes sobre la apertura de México hacia el exterior.....	16
2.3.2. Mercado nacional.....	18
2.4. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CULTIVO DEL ROSAL.....	23
2.4.1. Características botánicas.....	23
2.4.2. Tipos de rosas que se cultivan comercialmente.....	23
2.4.3. Cultivares del pasado y del presente	25
2.4.4 Principales variedades cultivadas en México.....	26
2.4.5. Propagación.....	26
2.4.6. Condiciones ambientales.....	27
2.4.7. Plantación.....	28
2.4.8. Operaciones del cultivo.....	29
2.4.9. La cosecha.....	34
2.4.10. Rendimientos.....	34

2.4.11. Manejo postcosecha de la flor cortada.....	35
2.4.12. Selección.....	35
2.4.13. Empaque.....	36
2.5. SITUACIÓN NACIONAL.....	37
2.5.1. Principales estados productores.....	39
2.5.2. Financiamiento.....	41
2.6. SITUACIÓN MUNDIAL.....	43
2.6.1. Países exportadores e importadores de ornamentales.....	43
2.6.2. Consumo per cápita mundial, ornamentales y flores de corte.....	46
2.6.3. Flores de corte.....	45
2.6.4. Producción de rosa a nivel mundial.....	64
3. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	65
3.1. CANADÁ MERCADO DE ROSAS.....	65
3.1.1. Características del mercado.....	65
3.1.2. Importaciones.....	69
3.1.3. Canales de distribución.....	71
3.1.4. Requisitos a las importaciones.....	73
3.1.5. Precios.....	75
3.1.6. Perspectivas para las rosas mexicanas.....	79
3.2. ESTADOS UNIDOS MERCADO DE ROSAS.....	82
3.2.2. Importaciones.....	82
3.2.3. Características del mercado.....	88
3.2.4. Canales de distribución.....	92
3.2.5. Requisitos a las importaciones.....	98
3.2.6. Precios.....	100
3.2.7. Oportunidades de exportación de rosa mexicana.....	102
3.3. EL MERCADO JAPONÉS DE ROSA.....	104
3.2.2. Importaciones.....	104
3.2.3. Características del mercado.....	110
3.2.4. Requisitos a las importaciones.....	113
3.2.5. Canales de distribución.....	119
3.2.6. Precios.....	124
3.2.7. Acceso al mercado.....	125
4. CONCLUSIONES.....	127
5. RECOMENDACIONES.....	130
6. BIBLIOGRAFÍA.....	133
ANEXOS.....	138

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 2.4.1. Participación porcentual de la producción de rosa según colores.....	25
Cuadro 2.4.2. Exportaciones de fertilizante del rosal.....	25
Cuadro 2.4.3. Fertilización de mantenimiento del rosal.....	25
Cuadro 2.4.4. Principales elementos en las plantas y sus funciones.....	31
Cuadro 2.4.5. Principales plagas y enfermedades.....	32
Cuadro 2.4.6. Clasificación de los costos de producción de rosa en México, un ejemplo con datos de 1992.....	33
Cuadro 2.4.7. Cuadro resumen de la relación Beneficio/Costo.....	33
Cuadro 2.4.8. Rendimiento de rosas de corte bajo invernadero.....	35
Cuadro 2.4.9. Clasificación de rosas utilizadas en algunos mercados.....	36
Cuadro 2.5.1. Clasificación de zonas en México en base a la latitud y temperatura.....	37
Cuadro 2.5.2. Clasificación de zonas de México en base a disponibilidad de agua y temperaturas adecuadas.....	37
Cuadro 2.5.3. México; producción de flores (incluye rosa) a nivel comercial por estado región y especie.....	40
Cuadro 2.5.4. Rendimientos medios rentables anuales de México.....	40
Cuadro 2.5.5. México; superficie cultivada de rosa de corte bajo invernadero por estado...	41
Cuadro 2.6.1. Principales países exportadores de flores de corte a nivel mundial.....	49
Cuadro 2.6.2. México; exportaciones totales de rosa fracción 0603.10-06.....	51
Cuadro 2.6.3. Japón; importaciones de flores de corte, por origen y valor, 1985-1993.....	53
Cuadro 2.6.4. Países que exportan flores de corte a los países bajos, datos de 1991.....	54
Cuadro 2.6.5. Importaciones de rosas y flores de corte por los países bajos, 1990-1992....	55
Cuadro 2.6.6. Exportaciones holandesas de flores de corte (Dfl. Mln), 1992.....	56
Cuadro 2.6.7. Destino de las exportaciones holandesas en 1992.....	56
Cuadro 2.6.8. Consumo per cápita de flores de corte de algunos países europeos.....	58
Cuadro 2.6.9. Producción de rosa por país a nivel mundial (1996).....	64
Cuadro 3.1.1. Clasificación aduanera canadiense para flores de corte frescas y rosas.....	74
Cuadro 3.1.2. Precios promedio de rosas en la subasta de Vancouver, 1993.....	76
Cuadro 3.1.3. Precios promedio de rosa en la subasta de Ontario, 1996.....	77
Cuadro 3.1.4. Precios promedio de rosa en subasta de Vancouver, 1996.....	78
Cuadro 3.1.5. Canadá; lista de precios para rosas exóticas (1993) en dólares canadienses.....	79
Cuadro 3.1.6. México; volumen de las exportaciones de rosa hacia Canadá.....	80
Cuadro 3.1.7. México; valor de las exportaciones de rosa hacia Canadá.....	80
Cuadro 3.2.1. Rosas "sweetheart frescas": valor y volumen de las importaciones de EE.UU. (1984-1995).....	82
Cuadro 3.2.2. Rosas "Té híbridas": valor y volumen de las importaciones de EE.UU.	

(1984-1995).....	83
Cuadro 3.2.3. Rosas total: valor y volumen de las importaciones de EE.UU. (1984-1995).....	84
Cuadro 3.2.4 EE.UU.: importaciones de rosas sweetheart provenientes de México.....	84
Cuadro 3.2.5. EE.UU.: Importaciones de rosas de té híbridas provenientes de México.....	85
Cuadro 3.2.6. EE.UU.: importaciones totales de rosas (1991-1995).....	86
Cuadro 3.2.7. EE.UU.: comportamiento de las importaciones de rosas mexicanas.....	86
Cuadro 3.2.8 Importaciones de EE.UU. de rosa por país de origen (en miles de dólares)..	87
Cuadro 3.2.9. México; valor de las exportaciones de rosa hacia EE.UU. fracción... 0603.10-06.....	88
Cuadro 3.2.10. México; volumen de las exportaciones de rosa hacia EE.UU. fracción 0603.10-06.....	88
Cuadro 3.2.11. Grupos empresariales de flor en México que exportan rosas.....	94
Cuadro 3.2.12. Empresas que forman los grupos empresariales florícolas en México.....	94
Cuadro 3.2.13. Márgenes de comercialización para rosas producidas en el área de Villa Guerrero, Edo. de México.....	97
Cuadro 3.2.14. Fracción arancelaria de rosas en EE.UU. y Canadá.....	99
Cuadro 3.2.15. Desgravación arancelaria de EE.UU. para la importación de rosas provenientes de México dentro del esquema comercial del TLCAN.....	99
Cuadro 3.3.1. Japón: importaciones de flores de corte, por origen y valor, 1985-1993.....	104
Cuadro 3.3.2. Japón: valor de las importaciones de flores de corte de 1989-1995.....	106
Cuadro 3.3.3. Japón: volúmenes de importación de flores de corte de 1989-1995.....	107
Cuadro 3.3.4 Japón: tendencia de las importaciones de flores de corte.....	107
Cuadro 3.3.5. Japón: importaciones de rosa, 1992 (millones de flore).....	108
Cuadro 3.3.6. México: exportaciones de rosa hacia Japón fracción 0603.10-06.....	108
Cuadro 3.3.7. Japón: volúmenes de producción e importaciones de rosa (millones de flores).....	109
Cuadro 3.3.8 Japón principales especies de flores producidas en 1988.....	110
Cuadro 3.3.9. Producción de flores en Japón.....	111
Cuadro 3.3.10. Japón: patrones estacionales de demanda para flores.....	112
Cuadro 3.3.11. Descripción del código de comercio exterior para flores de corte.....	118
Cuadro 3.3.12. Japón: precios promedio de subastas para rosas, 1983-1988.....	124
Cuadro 3.3.13. Precios de rosas en las tiendas de Tokio, mayo de 1990.....	124

ÍNDICE DE FIGURAS

GRÁFICAS

Gráfica 2.6.1. Países exportadores a nivel mundial de ornamentales.....	44
Gráfica 2.6.2. Países importadores a nivel mundial de ornamentales.....	45
Gráfica 2.6.3. Consumo mundial per cápita de flores de corte.....	46
Gráfica 2.6.4. Consumo mundial de flores de corte.....	47
Gráfica 2.6.5. Desarrollo de la superficie de flores de corte.....	48
Gráfica 2.6.6 Valor de la producción de flores de corte.....	49
Gráfica 3.1.1. Importaciones de rosa de B.C. y Alberta, 1993.....	68
Gráfica 3.1.2. Importaciones de flores de corte por especie, 1993.....	69
Gráfica 3.1.3. Canadá; importaciones de rosas 1991-1994.....	70
Gráfica 3.1.4. Canadá; procedencia de las importaciones de rosas, 1993.....	70
Gráfica 3.1.5. Precios de la rosa estándar en 1993 en la subasta de Vancouver.....	95
Gráfica 3.1.6. México; valor de las exportaciones de rosa hacia Canadá.....	95
Gráfica 3.1.6. Exportaciones de rosas mexicanas a Canadá, 1989-1993.....	98
Gráfica 3.1.7. Canadá: importaciones totales de rosa, 1988-1993.....	81
Gráfica 3.2.1. Cotización de rosas a lo largo del año en diferentes mercados de EE.UU., 1995.....	101
Gráfica 3.2.2. Precio de rosa nacional e internacional.....	102

DIAGRAMAS

Diagrama 2.3.1. Canales de comercialización florícola nacional.....	20
Diagrama 3.1.1. Principales canales de distribución de flores del oeste de Canadá	73
Diagrama 3.2.1. Comercialización de rosas del grupo VISAFLO.....	95
Diagrama 3.2.2. Agentes involucrados en la comercialización de rosa mexicana en el..... mercado norteamericano.....	96
Diagrama 3.3.1. Japón: canales de distribución para flores de corte.....	121

RESUMEN

Perspectivas de Exportación de Rosa Mexicana a los Mercados de EE.UU., Canadá y Japón

Se analizó el potencial de exportación del cultivo de rosa en México a los mercados de EE.UU., Canadá y Japón. Lo anterior debido a las características que el cultivo presenta en cuanto a su adaptación de diversos climas, la existencia de tecnología para su fácil producción y la cercanía con algunos mercados como Canadá y Estados Unidos. El presente trabajo se desarrolló en base a tres etapas que comprendieron: la identificación del objeto de estudio y la recopilación de la información, el análisis de la información, y, la emisión de los resultados. En base a lo anterior, se llegó a las siguientes conclusiones: a). En México existe por lo menos un 20% de la extensión territorial con condiciones ambientales aptas para la producción de rosa al aire libre y un 50% bajo condiciones controladas. b). La comercialización de la rosa en México es difícil debido a que la mayoría de los productores cuentan con pequeñas extensiones de tierra para su cultivo, y carecen del financiamiento y la infraestructura necesaria (transporte, refrigeración, etc.) para llegar en forma rápida y eficiente a los centros de distribución y/o consumo. c). México tiene grandes posibilidades de exportar rosas a EE.UU. y Canadá, con Japón las posibilidades son mayores pero las altas exigencias de calidad, controles fitosanitarios, y la lejanía que repercute en mayores costos de transporte y almacenamiento, hacen difícil la producción de nuestros productores para ese mercado.

Palabras clave: Rosa, Comercio, Internacional.

¹ Resumen de tesis que presenta el autor como requisito parcial para obtener el grado de Maestro en Ciencias en Economía del Desarrollo Rural.

² Director de Tesis: Profesor Investigador de Tiempo Completo en el Depto. de Economía Agrícola de la U.A.CH.

ABSTRACT

BERTHA ALICIA CHACON GRANDE

OUT LOOK OF EXPORTATION OF MEXICAN ROSE TO THE MARKET OF U.S.A., CANADA AND JAPAN.

19 de mayo de 1997.

Under the direction of A. A. G. GÓMEZ

In this study was analyzed the potential of exportation in the culture of roses in México to the market of U.S.A., Canada and Japan. These due to the characteristic of culture's roses, which are adaptation to different climatic conditions, the existence of technology for their easy production and his proximity with some markets as Canada and U.S.A.. The present paper was development in three phases which were: the identification of the study object and compilation of the information, the analysis and issue of results and to finish was realized the conclusions of this work. We arrived to the next conclusions a) In Mexico exist as minimum one 20% of his territorial extension with good environmental conditions to the production of rose in field and 50% in controlled conditions. b) The marketing of rose in Mexico is difficult due to the most of the growers have small space to the his culture and lack of financial and the means need (transport, refrigeration, etc.) for a fast and efficient arrival to the centers of distribution and compsumption. c) Mexico have great possibilities to export roses to U.S.A., and Canada, with Japan this possibility are the most , but are high his exigencies of quality, phitosanitary controls and the distance which rebound on high costs of transport and storage, and that is very difficult for ours producers.

Index words: Roses, Trade , International.

1. INTRODUCCION

México tiene condiciones sociales, históricas y culturales muy arraigadas que a través de los años, cada una de las regiones territoriales del país han ido conservando. Sin embargo, además de la gran diversidad cultural, también existe una multitud de microclimas a todo lo largo de nuestro país. Lo anterior da como consecuencia distintos patrones de cultivos que van a depender según la zona de influencia de los factores antes mencionados. A pesar de estas diferencias, a nivel nacional se observan grandes similitudes en cuanto a la costumbre de cultivar algunas especies como maíz, frijol, chile, calabaza, etc. que son consideradas desde tiempos muy antiguos y hasta nuestros días, como la base de nuestra alimentación. Sin embargo, generalmente para su cultivo se necesitan de grandes extensiones de terreno y son especies poco redituables en términos económicos (a pesar de que una gran proporción de tierras consideradas como no aptas o de poca aptitud para la agricultura son ocupadas por algunos de estos cultivos, como por ejemplo el maíz).

Por otro lado, el cultivo de plantas ornamentales es una actividad social y económicamente atractiva, porque propicia la generación de empleos y divisas sin requerir de grandes superficies. Así, en México, 4,250 hectáreas con plantaciones florícolas y de ornato generan alrededor de 20,000 empleos directos y una producción con valor aproximado de 450 millones de pesos; el equivalente a 600,000 toneladas de maíz, que podrían provenir de 240,000 hectáreas, con un rendimiento medio de 2.5 toneladas por hectárea (FIRA, 1994).

La floricultura ofrece grandes posibilidades en cuanto a su potencial de exportación y principalmente las flores de corte, ya que se trata de un producto alejado de la intervención oficial, por no estar comprendido entre los productos estratégicos de la alimentación del pueblo mexicano, tratándose más bien de un producto de uso suntuario. Su entorno se ha mantenido liberalizado, dando lugar a que estos productos guarden ciertas ventajas en cuanto a la confrontación de la nueva tendencia nacional de apertura y competencia en el mercado internacional.

Dentro de las principales flores de corte para exportación encontramos a la rosa, la cual es una especie considerada como la reina de las flores desde hace muchos siglos, y que aún se encuentra en estado silvestre en varios continentes. Son arbustos de ornamento, cultivados principalmente por sus hermosas flores y también por sus vistosos frutos y atractivo follaje. Las

rosas están igualmente distribuidas tanto por las regiones frías y templadas como en las cálidas del hemisferio norte, extendiéndose en América hasta el norte de México, en África hasta Abisinia y en Asia hasta la India.

Entre los productos en que México tiene mayor participación destacan las rosas, de las cuales en 1992 exportó 6.8 millones de dólares. Cabe destacar que en rosas Estados Unidos (EE.UU.) importó en dicho período 90.4 millones de dólares, lo cual significa que el 18.5% de su importación total florícola se concentra en el segmento de rosas. Lo anterior es importante para los exportadores potenciales de rosas a los Estados Unidos, ya que la competencia exige mayor grado de calidad y representa una mayor fluctuación en precio.

El cultivo principal de flores en México es la rosa con un área de 221 ha en invernadero, es decir, el 67 % del total de los invernaderos dedicados a la producción de flores a nivel nacional (FIRA, 1994).

Actualmente las principales entidades donde se encuentra la mayor producción exportable son: El Edo. de México, el cual cuenta con un área de 150 ha bajo invernadero, Morelos con 16 ha y Puebla con 15 ha.

1.1. JUSTIFICACIÓN

Según datos estadísticos, el mercado de flores y de ornamentales tiene un gran potencial de producción y exportación, dada la gran demanda que se prevé en el futuro de los principales países importadores de estas especies. Sin embargo, existen problemas para la adopción de estas especies por parte de los productores de empresas públicas o privadas, debido a la poca información tanto técnica como económica existente. Dentro de la gran variedad de flores y ornamentales existente, el rosal o rosa, es una especie que por su belleza y gran adaptación a diversos climas es muy conocida a nivel mundial, por lo que su producción juega un papel muy importante tanto en las exportaciones como en las importaciones a nivel mundial. Y aunque en México es la principal especie florícola cultivada para el mercado, sólo se dedica una pequeña parte de su producción a la exportación, el 10%.

1.2. PROBLEMÁTICA

Dadas estas características de producción y ante los grandes compromisos que contrae México con su ingreso al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y su inmersión en la globalización económica internacional, se hace necesario buscar alternativas en la agricultura para que los productos que compitan en estos mercados internacionales sean los que ofrezcan mayor rentabilidad, sin perder de vista la autosuficiencia alimentaria. En este contexto, existen especies que pueden aportar: 1) Características de alta rentabilidad sin ocupar grandes extensiones de terreno; dentro de éstas especies se incluyen aquellas que se producen con sistemas protegidos como invernaderos, microtúneles, y acolchados, o técnicas como la hidroponía, y 2).- Especies exóticas que se producen de forma natural en la gran diversidad de microclimas y que son muy cotizadas a nivel internacional sin necesidad de utilizar técnicas muy sofisticadas para su cultivo; como ejemplo podemos citar a algunas frutas, flores y ornamentales. Sin embargo, en México aún no se ha dado el impulso necesario para la producción intensiva de estas especies.

El rosal es una especie que por sus características de amplia adaptación a diversos tipos de climas, la existencia de tecnología para su fácil producción y la cercanía con algunos mercados como Canadá y Estados Unidos, puede ser una especie con gran potencial de producción que puede ser usada para la exportación hacia diversos mercados, por lo anterior es necesario buscar estrategias que conduzcan a la expansión del mercado nacional de exportación de rosas hacia los mercados de EE.UU. Canadá, y Japón.

1.3. OBJETIVO GENERAL

Analizar el potencial de exportación que tiene la rosa mexicana en los mercados internacionales en base a las características ambientales y socioeconómicas de México.

1.3.1. Objetivos específicos

- * Proporcionar un documento de consulta para aquellas personas interesadas en el cultivo del rosal y su exportación.

- * Analizar las ventajas competitivas que tiene México, en comparación con los países productores que actualmente son los principales exportadores de flores y particularmente de rosa.
- * Analizar el potencial de exportación a los mercados de EE.UU. Canadá y Japón.
- * Detectar los principales problemas que obstaculizan el desarrollo de la floricultura y de manera particular de rosa en el comercio exterior.

1.4. HIPÓTESIS

1. México tiene un gran potencial de exportación de rosa a los mercados de EE.UU., Canadá y Japón en comparación con los principales países exportadores de flores debido a que en México el producto se obtiene a menores costos de producción.
2. En México no existen apoyos fiscales ni financieros a tasas preferenciales para el cultivo de rosa con destino al mercado nacional ni el internacional, además se carece de organización efectiva por parte de los productores agrícolas.
3. El principal problema que obstaculiza el desarrollo de la floricultura para el comercio tanto interno como externo es la falta de infraestructura para la comercialización.

1.5. METODOLOGÍA

La metodología que se utilizó en el presente trabajo se dividió en tres etapas; la primera etapa se apoyó con el método inductivo, el cual se caracteriza por estudiar un número de hechos observados, para generalizarlos a un número infinito de hechos posibles. El trabajo también se

apoyó del método comparativo y deductivo, que también se utiliza en todos los niveles de la investigación, ella forma parte de la observación, pero también puede sugerir algunas hipótesis y luego verificarlas, el método comparativo es útil, pero su validez depende del rigor con la cual definimos los términos.

La técnica de recopilación de datos de la que partimos es la investigación documental, debido a que es la que se nos facilitó más si tomamos en cuenta los recursos tanto humanos como económicos disponibles para la misma. Así, la investigación en una PRIMERA ETAPA consistió en la recopilación de datos estadísticos relacionados con el comercio exterior agrícola de México, trabajo mediante el cual se detectaron los principales socios comerciales de México en cuanto a este sector, lo que sirvió para seleccionar los países a estudiar que resultaron ser EE.UU., Canadá y Japón, cabe mencionar que estos países también figuran entre los principales importadores de flores a nivel mundial. Para la selección del producto se realizó una observación e investigación preliminar, por medio de las cuales se seleccionó el cultivo de rosa que según las consideraciones siguientes tiene un amplio futuro en el mercado internacional: la rosa por las características de su comercio tanto a nivel nacional como internacional, pertenece al grupo de las flores básicas, por lo que se ha sugerido que México se enfoque en las exportaciones de esta especie por las siguientes razones:

- a) Las flores básicas constituyen la mayor parte del mercado y presentan variedades donde México ya disfruta de éxito (rosas).
- b) La posición de las flores de relleno ya es excelente y se encuentra mejorando.
- c) Las flores de especialidad requieren de una reputación que tomará tiempo desarrollar .
- d) En los principales mercado internacionales (Japón, EE.UU. y Canadá) la rosa es una de las especies que se importan en mayor volumen.
- e) Aunque deficiente en el país ya se encuentra tecnología y contactos de mercados con el exterior.
- f) Existen en México condiciones geográficas y ambientales que aún no se han aprovechado.

Ya seleccionado el objeto de estudio se procedió a realizar una recopilación de investigación y revisión de literatura en los centros de investigación relacionados con el comercio

exterior, como son entidades de gobierno (Bancomext, embajadas, aduanas, FIRA, SAGAR, INEGI, SNIM, ASERCA, Banco de México), artículos de prensa, estudios universitarios, base de datos electrónicos (internet, SICM), Bibliotecas, etc.

La información que se necesitó para realizar el estudio fue:

- * Precios actualizados del producto en el mercado nacional e internacional.
- * Producción nacional y mundial, así como las necesidades de importación de E.U.A, Canadá y Japón.
- * Volumen de exportaciones e importaciones a nivel mundial y nacional.
- * Barreras arancelarias y acuerdos internacionales.
- * Datos de comercialización nacional de la rosa, así como también del comercio internacional.
- * Normas de acceso y regulación de los mercados estudiados.
- * Financiamientos, créditos y otros apoyos del gobierno para esta actividad.
- * Infraestructura existente dedicada a este cultivo así como la identificación de nuevas áreas con alto potencial de ser utilizadas para este objetivo.
- * Leyes, Decretos Acuerdos.

SEGUNDA ETAPA: después de realizado lo anterior se realizó la fase de integración de la información.

El instrumento para el ordenamiento, presentación y análisis de datos, fue el uso de cuadros estadísticos, gráficas y diagramas. Y los indicadores fueron:

- * Características principales de los mercados
- * Importaciones
- * Canales de distribución
- * Requisitos a la importación y,
- * Precios.

Los indicadores que se tomaron en cuenta de manera general para realizar la fase de análisis y resultados fueron algunos factores que determinan la demanda y oferta agrícola, para la demanda fueron:

- * Consumo total de flores
- * Gustos y preferencias
- * Precios

Para la oferta;

- * Clima
- * Tecnología de producción
- * Estacionalidad de la producción
- * Producción local
- * Competencia con otros países.

TERCERA ETAPA: finalmente se analizó la información obtenida, culminando con las conclusiones finales del trabajo.

La diferencia de datos encontrados se debe a que las diversas fuentes, aún cuando son emitidas por la misma entidad de gobierno, las emiten en diferentes unidades.

2. MARCO DE REFERENCIA-CONCEPTUAL

2.1. CONCEPTOS BÁSICOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

MERCADO: Un mercado existe cuando compradores que desean intercambiar dinero por bienes y servicios se ponen en contacto con vendedores que desean intercambiar bienes y servicios por dinero. Entonces un mercado se define en términos de las fuerzas fundamentales de la oferta y la demanda y no necesariamente está confinado en un lugar geográfico particular. Según su amplitud diferenciamos mercados locales, regionales, nacionales e internacionales; según la clase de mercancías, mercados de cereales, frutas, flores, hortalizas, etc., según la fase del proceso de comercialización, acopiador, mayorista, medio mayoreo y menudeo; por el volumen manipulado, se pueden distinguir mercados de mayoreo y menudeo; y por su ubicación en un lugar fijo, se tienen mercados públicos con edificio, tianguis y mercado sobre ruedas en el caso de México, por el grado de competencia, competencia pura y perfecta, monopolio (monopsonio), competencia monopólica, oligopolio (oligopsonio).

PRECIO: Es la manifestación del valor de una mercancía en el mercado. En este caso, la oferta de una mercancía representa el trabajo medio útil socialmente necesario para su producción, y la demanda es la manifestación de las necesidades de los consumidores por los valores de uso que se les ofrecen. De acuerdo con esto, si se ofrece en el mercado un volumen mayor de valores de uso a los que se demandan, su precio disminuye o viceversa. Entonces quiere decir que el precio difiere del valor de una mercancía, debido a las variaciones de la oferta y la demanda. En este aspecto, la teoría económica indica que el precio de una mercancía es la resultante de la interacción de la oferta y la demanda.

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS: La comercialización de los productos agrícolas es un proceso que comienza con la decisión de los agricultores de producir productos para la venta y comprende todas las operaciones económicas y los agentes que la realizan, para adecuarlos a las necesidades de los consumidores y moverlos desde la explotación agrícola hasta el consumidor final, agregándole utilidades de espacio (transporte), de tiempo

(almacenamiento), de forma (industrialización, envase y normalización), y de posesión, que los hacen más aptos para el consumo humano.

2.1.1. Enfoque para el estudio y el análisis de la comercialización

Los enfoques más utilizados para el estudio y análisis de la comercialización son: entre otros, el enfoque por producto, el institucional (el quiénes), el funcional (el qué) y el de sistemas (integrador).

2.1.1.1. Enfoque por producto

Este enfoque sigue al producto agrícola desde que sale del punto original de producción (finca, explotación, rancho, huerta, granja, hacienda, parcela, etc.) hasta que llega al consumidor final.

2.1.1.2. Enfoque institucional

Este enfoque nos permite distinguir a las empresas, organizaciones o personas que hacen posible que el producto agrícola llegue desde su lugar de origen hasta el consumidor final (i. e. intermediarios). Este enfoque considera la naturaleza y el carácter de los distintos tipos de intermediarios y agencias relacionadas, y también la estructura y organización de la "maquinaria" de comercialización.

AGENTES O INTERMEDIARIOS: son aquellos individuos o empresas, grupos de empresas, etc., quienes se han especializado en llevar a cabo las distintas actividades, procesos o servicios de la comercialización. Es toda persona natural o jurídica que interviene en el proceso de comercialización. Es toda persona natural o jurídica que directa o indirectamente añade alguna utilidad al producto.

Agente directo: Es toda persona natural o jurídica que llega a ser propietario de la mercancía o que sin llegar a serlo, desempeña en forma directa el servicio de compraventa,

pudiendo desempeñar o no otros servicios de comercialización. ejem. CONASUPO, mayoristas de destino.

Agente indirecto: Es toda persona natural o jurídica que sin ser propietario de la mercancía y sin desempeñar un servicio de compraventa lleva a cabo otro u otros servicios. ejem. ANDSA, BORUCONSA y en general, a propietarios de almacenes y medios de transporte que perciben una tarifa por el alquiler de sus instalaciones respectivas.

TIPIFICACIÓN:

a) Acopiadores: Estos intermediarios compran los productos directamente a los agricultores; generalmente reúne pequeños volúmenes y los transporta a los centros de consumo o transformación más cercanos (o más lejanos) según el costo del flete y el volumen transportado. Los acopiadores pueden operar como agentes de algún mayorista o procesador.

b) Mayoristas: Se trata de un agente de comercialización que opera "al por mayor", es decir con grandes partidas de productos. Incluye un gran número de agentes con características muy variadas, según producto y localidades. Se dividen en mayoristas de origen y mayoristas de destino.

Mayoristas de origen: Es un agente que opera con grandes partidas de productos y tienen sus almacenes y demás instalaciones localizados en las zonas de producción, y adquieren los productos directamente del agricultor o a través de otros intermediarios. Aplica una serie de servicios a los productos (los almacena, clasifica, envasa, etc.) y directamente, o a través de otros agentes, los envía hacia los centros de consumo.

Mayoristas de destino: El mayorista de destino es un agente que tiene sus instalaciones de comercialización (almacenes) localizados en los centros de consumo a los cuales abastece con los productos que recibe de las zonas de producción, mismos que vende a los detallistas y a otros agentes.

c) Minorista: Es un agente de comercialización cuya característica más importante es que vende al por menor, lo que equivale a decir que vende al consumidor. También recibe el nombre de detallista (Caldentey, 1975).

d) Especulador: Es un agente que compra y vende producto percibiendo unos beneficios exagerados en relación a los servicios que desempeña .

e) Corredor: Es una persona que interviene en la operaciones de venta del agricultor, facilitando los contactos con el comprador (mayorista de origen, industria, mayorista de destino, etc.) (Caldentey, 1975).

2.1.1.3. Enfoque funcional

Analiza el desempeño de las funciones (utilidades) incorporadas al producto y sus costos, sin considerar el agente que las realiza, para lo cual separa las diferentes actividades que forman el proceso de comercialización, como la concentración, preparación para el consumo y la distribución; con la finalidad de identificar las fases por las que pasa el producto agrícola desde la salida de la finca del productor, hasta su llegada al consumidor final.

2.1.2. Canales de comercialización

Es el conjunto de agentes por los que pasa el producto desde que sale de la explotación agrícola hasta que llega al consumidor final. También podemos definirlos como las etapas por las cuales pasan los productos agrícolas en el proceso de transferencia entre el productor y el consumidor. O bien como la ruta que toma la propiedad de las mercancías a medida que estas se mueven del productor al consumidor final pasando por varios intermediarios.

2.1.3. Margen de comercialización

Es el aumento de precio que experimenta un producto en el proceso de comercialización o en una parte del mismo. O bien es la diferencia entre el precio de venta de una unidad de producto

por un agente de comercialización y el pago realizado en la compra de la cantidad de producto equivalente a la unidad vendida. Este es el margen absoluto.

$$\text{Margen Absoluto (M)} = P_c - V_E$$

Donde:

P_c = Precio de venta al consumidor

V_E = Valor equivalente pagado al agricultor

Margen relativo total (m) es el porcentaje que resulta de dividir el margen absoluto (M) por el precio de venta (P_c).

$$\begin{aligned}\text{Margen Relativo Total (m)} &= [(P_c - P_p)/P_c] * 100 \\ &= (M/P_c) * 100\end{aligned}$$

Donde:

P_c = Precio de venta al consumidor

M = Margen Absoluto

El margen referido a todo el proceso de comercialización lo llamaremos margen total de comercialización, que puede expresarse tanto en términos absolutos como relativos. Cuando se indica el margen relativo o total de comercialización y los márgenes relativos correspondientes a cada una de las fases o agentes, es normal indicar estos últimos en relación al precio al consumidor, en vez de indicarlos en relación a los precios de venta de cada fase o agente.

2.1.4. Costo de comercialización

Es el conjunto de gastos de los agentes de comercialización, es decir, que no incluye los beneficios.

El costo de comercialización (C) equivale, por tanto, al margen de comercialización (M) disminuido en los beneficios (B) o aumentado en las pérdidas (P). Es decir,

$$C = M - B \quad \text{o} \quad C = M + P$$

2.2. CONCEPTOS MAS UTILIZADOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

Los conceptos más comúnmente utilizados en el comercio internacional (SECOFI, 1994) son:

GATT: es el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, es un tratado internacional que regula el comercio internacional, es un foro de negociaciones comerciales para el Libre Comercio y es un mecanismo de solución de controversias (SECOFI, 1994).

ACUERDOS COMERCIALES PLURILATERALES: convenios en los que no participan todos los países miembros del GATT. La adhesión a los mismos es de carácter parcial, no obligatoria. Estos acuerdos son aeronaves civiles, compras gubernamentales, productos lácteos y carne de bovino.

ACUERDO-TRATADO: Conjunto de reglas claras y transparentes que dan certidumbre a quienes desean hacer negocios, pero no otorgan la garantía de tener acceso a otro mercado. Para tener acceso hay que volverse competitivo.

ARANCEL: impuesto a las importaciones aplicado a los productos extranjeros.

BARRERAS NO ARANCELARIAS: medidas gubernamentales que restringen las importaciones, como las cuotas o normas sanitarias, y que en ocasiones, se convierten en obstáculos al comercio entre países.

CLÁUSULA DE ANTIGÜEDAD: disposición contenida en un instrumento legal, como el GATT, que permite a los países mantener legislaciones nacionales incongruentes con ciertas disposiciones de dicho instrumento, por haber sido promulgadas con anterioridad a la firma del acuerdo.

CLÁUSULA DE HABILITACIÓN: permite otorgar "trato diferenciado más favorable" a los países en desarrollo como característica jurídica permanente del sistema de comercio internacional.

CLÁUSULAS DE SALVAGUARDIA: evitan la utilización de medidas proteccionistas en el comercio bilateral y atienden adecuadamente los problemas que pudieran surgir. Permiten la adopción de medidas temporales para corregir problemas de balanza de pagos y de daño significativo a la producción de mercancías similares o directamente competitivas con las de importación.

CÓDIGOS DE CONDUCTA: son acuerdos multilaterales que reglamentan o complementan y amplían las normas del GATT. Solo se aplican a los países signatarios de los mismos, por lo que no forman parte integrante del texto del Acuerdo General. Los códigos son seis:

- * Licencias de importación
- * Normas técnicas
- * Dumping y derechos antidumping
- * Valoración aduanera
- * Subsidios e impuestos compensatorios
- * Compras gubernamentales

COMPENSACIÓN: se aplica mediante el retiro o disminución de concesiones arancelarias otorgadas por un país, para establecer un equilibrio en las condiciones negociadas.

CONCESIÓN: Otorgamiento de una posición, privilegio o derecho, por un negociador, para inducir a la otra parte a ceder una posición, privilegio o derecho equivalente.

CONSOLIDACIÓN: compromisos que adoptan los países de no exceder los límites arancelarios negociados en el GATT.

DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL: es el dominio que confiere el derecho a poseer, usar o disponer de los productos creados por el ingenio humano, incluyendo la protección de patentes, marcas de fábrica o comercio, derechos de autor y derechos conexos, dibujos y modelos industriales, esquemas de trazado (topografía) de circuitos integrados, secretos comerciales, indicaciones geográficas y denominaciones de origen.

DUMPING (PRACTICAS DESLEALES): venta de un producto en un mercado extranjero "a menos del valor justo". El "valor justo" puede ser el precio al que se vende un artículo en el mercado del país exportador. El dumping es una práctica comercial injusta, que perjudica a los productores de artículos semejantes de otros países.

LICENCIAS DE IMPORTACIÓN: permisos especiales para importar ciertos productos.

MEDIDAS NO ARANCELARIAS: disposiciones no monetarias de un gobierno para restringir el comercio, como la aplicación de licencias, normas y cuotas a la importación.

NACIÓN MÁS FAVORECIDA (NMF): principio que establece que el comercio no debe estar sujeto a ninguna discriminación entre los países miembros. Todos los países están obligados a extender a los demás países miembro los beneficios arancelarios y no arancelarios que se otorguen recíprocamente.

NORMAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS: especificaciones tendientes a controlar plagas o enfermedades de animales o plantas.

OMC: el GATT desaparece para dar vida a la Organización Mundial del Comercio (OMC), es uno de los acuerdos de la Ronda Uruguay, sustituirá al GATT a partir del primero de enero de 1995. Los países miembros de la OMC, en sus relaciones comerciales y económicas deben: incrementar la producción y el intercambio de bienes y servicios, lo cual permitirá aumentar el empleo y el ingreso. Esto se logrará con base en la reducción de los aranceles y barreras comerciales y la eliminación del trato discriminatorio en el comercio mundial.

PRACTICA DESLEAL: apoyo gubernamental extraordinario a las empresas, que proporciona ventajas indebidas a un país en la competencia internacional.

REPRESALIAS: medidas tomadas por un país para restringir sus importaciones, en valor equivalente al daño provocado por otro país que ha incrementado un arancel o ha impuesto otras medidas sin causa justificada, afectando las exportaciones del primero.

RESTRICCIONES A LA EXPORTACIÓN: restricciones cuantitativas impuestas por los países exportadores para limitar las exportaciones a mercados extranjeros específicos.

RESTRICCIONES CUANTITATIVAS: límites específicos a las cantidades de productos que pueden ser importados o exportados. Estos límites se traducen, a menudo, en el establecimiento de cuotas.

RESTRICCIONES VOLUNTARIAS A LA EXPORTACIÓN: acuerdos informales por los cuales los exportadores restringen "voluntariamente" ciertas exportaciones para no provocar perturbaciones económicas en el país importador.

ZONA DE LIBRE COMERCIO: grupo de dos o más países que han eliminado las barreras arancelarias que afectaban el comercio entre ellos. Cada país participante mantiene en vigor, en forma independiente, su propio programa de aranceles para las importaciones procedentes de países que no son miembros.

SALVAGUARDIAS: medidas de emergencia, temporales y selectivas, utilizadas para frenar las importaciones, como resultado de un aumento repentino de las importaciones de un producto, lo que causa o puede causar daño a la industria nacional.

SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS (SGP): mecanismo unilateral, de carácter temporal, otorgado por los países desarrollados para fomentar las exportaciones de manufacturas y semimanufacturas de los países en desarrollo a los mercados industrializados.

SUBSIDIO: beneficio económico concedido por un gobierno a sus productores.

SUBSIDIO A LA EXPORTACIÓN: beneficio económico concedido por un gobierno a sus productores que exportan, por la venta al exterior de sus bienes y servicios. En general, los subsidios, están prohibidos por considerarse como una práctica desleal de comercio.

UNIÓN ADUANERA: grupo de naciones que han eliminado los aranceles, y otras barreras, que les impiden comerciar entre sí y que mantienen un arancel externo común sobre los artículos importados de países ajenos a la unión.

TRATO NACIONAL: este principio determina que los productos importados deben recibir el mismo trato que se da a los productos nacionales con respecto a todas las leyes o prácticas relativas a su comercialización.

SOLUCIÓN DE DIFERENCIAS (CONTROVERSIAS): resolución de conflictos, por lo general ante árbitros escogidos por las partes. Estos procedimientos pueden desembocar en recomendaciones o decisiones que obligan a las partes contratantes.

SERVICIOS: el "comercio de servicios" consiste en el suministro de servicios:

- * Del territorio de un país al territorio de otro (transporte)
- * De un país a los consumidores de otro (turismo)
- * Por entidades de un país en el territorio de otro (servicios financieros) y,
- * Por nacionales de un país en el territorio de otro (construcción o servicio de consultoría).

2.3. COMERCIALIZACIÓN DE ROSA EN MÉXICO Y EL EXTERIOR

2.3.1. Antecedentes sobre la apertura de México hacia el exterior

A partir del desencadenamiento de la crisis de la deuda externa, el énfasis dado por los gobiernos al desarrollo de las actividades de exportación se convirtió en uno de los elementos fundamentales de la política oficial. En sus inicios se perseguía con ello la consecución de saldos comerciales amplios y positivos para poder enfrentar los compromisos de la deuda. Sin embargo, rápidamente la exportación fue concebida como una de las bases de una nueva modalidad de crecimiento sustentada en la liberación de los mercados, la reducción del aparato del Estado y una nueva forma de inserción comercial externa cuyo eje está en la apertura hacia la economía internacional (Gómez, 1994).

En los años cuarentas, cincuentas y sesentas las políticas se centraron en la reducción de la pobreza rural vía desarrollo agrícola, se incrementó la producción agrícola y la productividad a través del financiamiento de carreteras, bodegas, presas y obras de irrigación. Estas políticas se combinaron frecuentemente con la estrategia de colonización de tierras en áreas de la frontera agrícola. El modelo de desarrollo aplicado supeditó al sector agropecuario al desarrollo del sector industrial y a la demanda de productos agropecuarios de los países desarrollados (Gómez, 1996).

A mediados de los setentas se aplicó la estrategia de desarrollo rural integrado. Esta estrategia fue una revisión y extensión de los programas de desarrollo en los años anteriores, a los cuales se les agregaron nuevos elementos como la combinación de desarrollo social y medidas de inversión productiva. Además el programa trató de extender los beneficios de la Revolución Verde a los pequeños granjeros marginados con miras a que a largo plazo se incrementara su nivel de vida. La estrategia incluía objetivos no agrícolas como la educación, salud, etc.

A mediados de la década de los ochentas, la apertura comercial, la desregulación del mercado y el control de la inflación han sido las tres líneas de política económica que ha seguido el gobierno para profundizar la orientación del modelo de desarrollo económico hacia afuera (CECCAM, 1993).

En lo que se refiere al régimen comercial, México era una economía cerrada hasta 1982 ya que prácticamente el 100% de las importaciones requerían de permisos previos y había un arancel promedio superior al 100%. A partir de entonces, se inició un acelerado proceso de apertura que condujo a la economía a ser una de las mas abiertas del mundo. Entre 1988 y 1993, casi todos los

permisos previos de importación se sustituyeron por aranceles, se redujo la dispersión arancelaria y se estimularon programas de exportaciones y mecanismos de defensa en contra del comercio desleal. Esta apertura permitió diversificar mercados.

La apertura comercial trae como consecuencia que los controles a la importación para proteger a la producción nacional, disminuyan y tiendan a eliminarse. Un paso importante en esta dirección, fue la entrada de México al Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT) en 1986, que marcó la decisión del gobierno mexicano de impulsar una política de mayor integración al mercado internacional. La firma del TLC es un paso más en ese sentido que tiene por objetivo hacer desaparecer las barreras al comercio entre EE.UU., Canadá y México.

La desregulación de la economía busca la reducción de la intervención del Estado en la producción, comercio, subsidios, financiamiento, inversión, etc. y el aumento de la participación del sector privado.

El control de la inflación pretende mantener bajo control a los principales factores de la economía, como son precios, salarios, tasas de interés y tipo de cambio. La reducción de la inflación es un compromiso dentro de los programas de ajuste y estabilidad económica que condicionó la renegociación de la deuda externa con las instituciones financieras internacionales como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional.

En este contexto, México tiene que enfrentar las tendencias que se presentan en el Comercio Internacional que por un lado tiende a globalizar la economía mundial a través de acuerdo como el GATT y por otro al establecimiento de bloques económicos por región.

Al ingresar México al Tratado de Libre Comercio, adquiere grandes riesgos, ya que debe competir con productos de países que pertenecen a los del bloque de los más desarrollados, sin embargo, es también un gran reto ya que todos y cada uno de los sectores económicos y sociales del país deberá esforzarse por buscar y poner en acción alternativas de producción que nos hagan cada vez más eficientes, y de ésta forma, los productos de nuestro país puedan competir con mayores ventajas con los del comercio exterior.

El acuerdo más reciente de negociaciones comerciales multilaterales es el correspondiente al de *"La Ronda de Uruguay"* en la cual los acuerdos que se tomaron en relación con la agricultura fueron la reducción de los subsidios internos y de exportación que distorsionan el comercio mundial (SECOFI, 1994), además se prevé que se tendrán los siguientes efectos en los mercados agrícolas: a) Cabe esperar incrementos moderados en los precios de los productos de la zona templada (promedios del 5 al 10 %). b) Pero incrementos menores, e incluso ligeros descensos en

los precios de los principales productos tropicales. Las flores frescas se encuentran dentro de los principales productos que salieron beneficiados con la Ronda.

Además un efecto benéfico sobre la expansión de los mercados agrícolas mundiales podría derivarse del auge de los ingresos mundiales gracias a la Ronda de Uruguay. Este auge de los ingresos, principalmente en los países desarrollados, elevaría presumiblemente la demanda de productos más valiosos, así como de productos escogidos como *frutos y legumbres exóticos, flores frescas y productos hortícolas*.

La comercialización florícola requiere de un análisis especial por sus deficiencias estructurales. Se sabe que en la mayoría de los casos, los productores son pequeños y se encuentran dispersos, además solo producen una o algunas variedades de flores lo que evita el poder ofrecer al mercado la variedad de los productos florícolas que solicita. Por otro lado, la exportación de flores es atractiva debido a los precios que puede recibir por ellas (cuando es más alto que en el mercado nacional), en países como Estados Unidos, países europeos y Japón, aunado a que su consumo per cápita es superior al de México. Sin embargo, de acuerdo con opiniones recabadas de algunos floricultores, actualmente el atractivo de exportar flor mexicana, es de acuerdo al volumen exportado, debido a que los precios bajos obtenidos en los Estados Unidos y la aparente sobrevaluación del peso con respecto al dólar, han propiciado una disminución en el margen de utilidad de las exportaciones florícolas mexicanas a ese país (IMIT, A.C. citado por ASERCA; 1993). Sin embargo, la situación actual presenta una devaluación del peso con respecto al dólar.

En los 70's, el volumen de flores que se producía a cielo abierto, era insuficiente para satisfacer la demanda del mercado nacional, esto provocaba que el precio se fijara alto. Posteriormente, se detectó la rentabilidad de la floricultura y se invirtió en la producción de rosa bajo invernadero, lo que permitió elevar los rendimientos, calidad y abatir los costos de producción, por lo que el precio de venta de las flores de invernadero resultaba menor que el de las flores a cielo abierto.

2.3.2. Mercado nacional

La mayoría de los productores que logran una buena calidad, destina un bajo porcentaje del volumen producido para el mercado nacional. Normalmente es entre un 20 y 40% del volumen producido, dependiendo de la variedad de la flor, de los precios y de la demanda de este mercado,

aunque logren producir flor con calidad de exportación. Estos fenómenos se presentan básicamente por varias razones.

* **Naturales de la planta:** De forma natural, las plantas de rosa no logran proporcionar en un 100% tallos largos, rectos y robustos, por lo que aunque esos tallos, no presenten plagas o enfermedades y contengan una flor preciosa, no son aceptados por el mercado internacional.

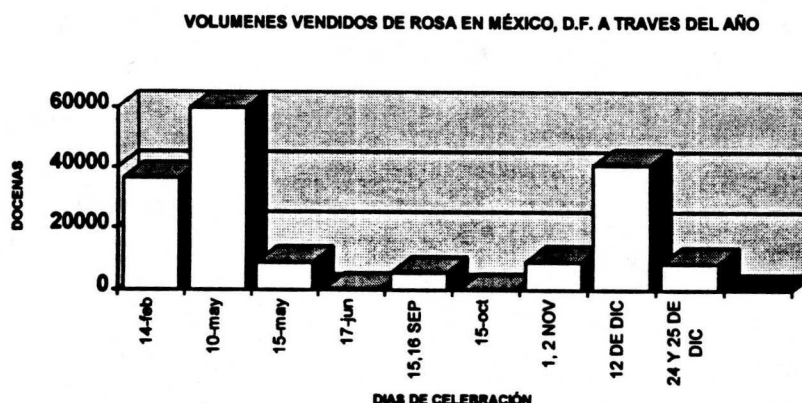
* **Falta de volumen:** Como los floricultores cuentan con una pequeña superficie plantada, no alcanzan a reunir el volumen requerido por los mayoristas extranjeros, o bien, requieren de una labor de comercialización grande con respecto al volumen ofrecido, por lo que resulta menos complicado y presenta mayores utilidades el vender la flor en el mercado nacional, considerando que no necesitan efectuar los trámites de exportación.

* **Falta de incentivo para la exportación:** Los precios en este mercado no han justificado los gastos de empaque, transporte y comercialización, de un pequeño volumen producido.

2.3.2.1. Canales de comercialización

La siguiente gráfica muestra las principales celebraciones en México y el volumen de venta de rosa a través del año en el D.F. de la Ciudad de Mexico.

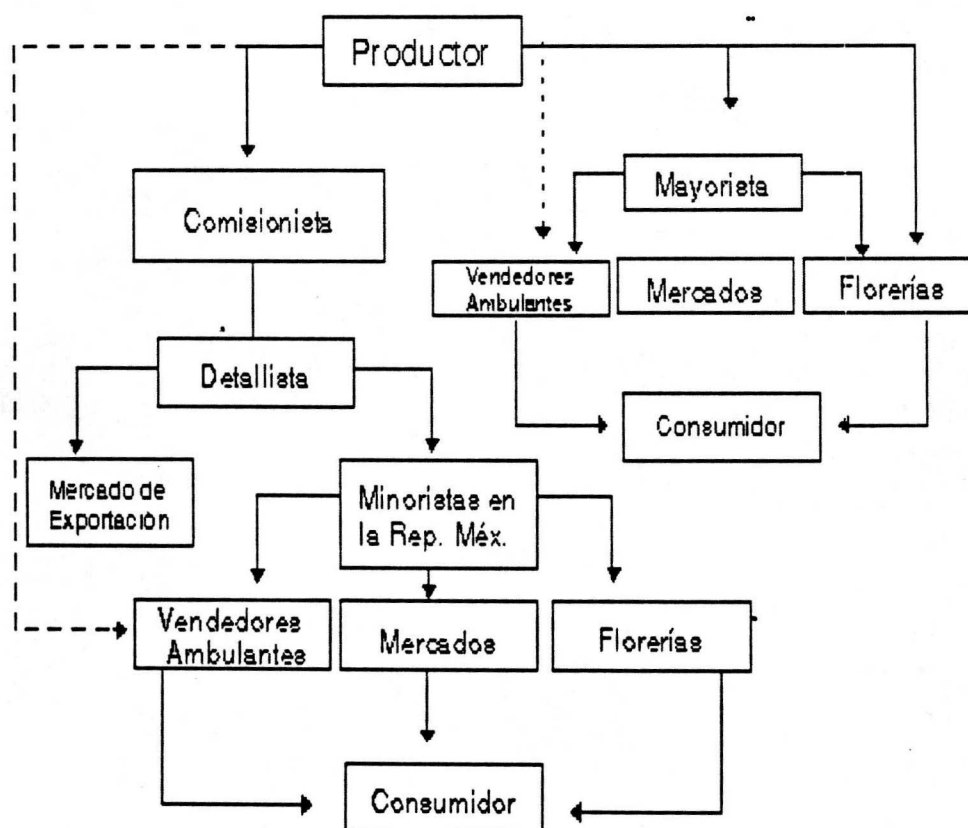
Gráfica 2.3.1. Volúmenes vendidos de rosa en México a lo largo del año



Fuente: ASERCA, 1996.

El productor acude a un comisionista o bien a un mayorista, quienes se encargan de acopiar la flor para poder ofrecer mayor variedad y volumen de flores de corte, flores de relleno y follaje a los minoristas, como son los mercados, las florerías y los vendedores ambulantes (ver esquema).

Diagrama 2.3.1. Canales de comercialización florícola nacional



Las operaciones comerciales se efectúan de acuerdo a lo siguiente:

A pie de rancho: Los productores se evitan problemas de cosecha, empaque y traslado al centro de consumo, actividades que son realizadas por el comprador rural.

Libre a bordo en rancho: Se realiza libre a bordo en el mercado local, ya sea a granel o empacado; se opta por este sistema, debido a tres factores importantes que son:

- La cercanía de un mercado local
- La escasa producción que se tuviera en el rancho
- La imposibilidad de vender en pie de rancho, debido a que los compradores rurales no se interesan por la producción por ser muy reducida.

En los mercados locales: (centrales de abasto o mercados especializados - Jamaica, Madre Selva, Xochimilco-). Los mayoristas usualmente compran la cosecha puesta en los mercados locales de la región, exigiendo que el producto les sea entregado debidamente clasificado y empacado, además de que lo reciben en el establecimiento de sus operaciones, el precio en esta modalidad es fijado por paquete o por caja y de acuerdo a la calidad que se trate.

En otros mercados: puede ser una distribuidora, una subasta, un centro de acopio o bien, el acudir directamente a las florerías.

2.3.2.2. Sistemas de transporte

El envío de la flor al mercado internacional es de dos formas:

- * **el terrestre:** para el caso de Estados Unidos.
- * **el aéreo:** para el mercado de Estados Unidos, Canadá, Japón y Europeo.

El Terrestre: Para mantener la calidad de las flores es indispensable que se utilice un camión refrigerado. Si se analiza la escala de transporte terrestre para la rosa, en un sistema de producción continua durante todo el año, para poder acceder al sistema exportación del "mercado fijo de compromiso", es necesario reunir una producción de 13 has de cultivo, para garantizar que el camión refrigerado se envíe lleno a los Estados Unidos con una periodicidad de dos veces a la semana durante todo el año.

Cuadro 2.3.1. Escala de transporte terrestre para la rosa.

TRANSPORTE		PRODUCCIÓN	
Tamaño de camión:	30 pies ³	Rendimiento:	18 tallos/planta/año
Capacidad:	400 cajas 160,000 tallos	Densidad:	70,000 plantas/ha
Viajes:	2/semana 104/año	Producción anual:	1,260,000 tallos/ha
Volumen anual:	16,640,000 TALLOS	Superficie requerida:	13 has

Fuente: IMIT. A.C. citado por ASERCA; 1993.

Actualmente debido al bajo volumen que se maneja de flor para enviar al mercado internacional, el costo del transporte terrestre refrigerado resulta ser alto, por lo que se prefiere hacer la exportación vía aérea.

El Aéreo: Las flores son un producto de muy alto volumen y bajo peso, por lo que desafortunadamente, son las cargas menos deseadas por las líneas aéreas. Existen dos formas de utilizar este transporte.

* **Renta de espacio en vuelos comerciales.** Consiste en apartar el lugar requerido en cada ocasión en los vuelos que cada línea aérea destina normalmente a los lugares a donde se quiere enviar la flor. El costo de la renta, se fija con base al peso y al volumen de la flor.

* **Renta de un avión de carga libre.** Sería posible establecer una ruta para recoger la flor en los diferentes aeropuertos de los principales estados productores de flor, para posteriormente dirigirse al mercado de destino.

Formas de pago para el exportador.

a) Fletes y gastos pagados. El exportador cubrirá todos los gastos al momento de entregar la mercancía al agente aduanal.

b) Fletes por cobrar y gastos pagados. El importador paga a la línea aérea los fletes y el exportador paga los gastos del agente en origen.

c) Fletes y gastos del agente por cobrar. Al momento en que el importador recibe la carga, cubrirá todos los gastos a la línea aérea.

Sistema de flete FOB: Actualmente los grandes productores florícolas utilizan este sistema FOB (Free on board), el cual permite que el importador pague los gastos de flete, distribución, refrigeración, etc. a partir de que el floricultor deposita el producto en el aeropuerto de la Ciudad de México.

2.4. CARACTERISTICAS GENERALES DEL CULTIVO DEL ROSAL

2.4.1. Características botánicas

Aproximadamente 200 especies botánicas de rosas son nativas del Hemisferio Norte. Debido a la ocurrencia de las poblaciones híbridas encontradas en estado silvestre, la cantidad real de las verdaderas especies no se conoce.

El rosal pertenece a la familia de las Rosáceas, y se caracteriza por tener hojas caducifolias y en ocasiones semi-perennes. Las flores están formadas por un cáliz, una corola y numerosos estambres. Las hojas son compuestas y presentan de 3 a 5 o folíolos que son los que muchas veces se confunden con la hoja verdadera. La orilla de los folíolos es aserrada (FIRA, 1985).

Las rosas tienen una inflorescencia determinada que puede asumir las formas corimbiforme, paniculada o solitaria. Cuando las flores nacen de una en una, como en muchos cultivares híbridos de té todavía hay botones florales no desarrollados en las axilas de las hojas inmediatamente debajo de la flor terminal. Estos botones pueden desarrollarse en brotes florales cortos bajo condiciones ambientales favorables. Los colores de la flor varían del rojo, blanco, rosa, amarillo, naranja a lavanda con muchos matices, sombras y tintes entre ellos. Las flores nacen en tallos espinosos y verticales (Larson, 1989). El fruto formado de las flores fertilizadas se le llama "garambullo" y es carnoso de color rojo o amarillo durante su maduración semejando un tejocote.

2.4.2. Tipos de rosas que se cultivan comercialmente

Las rosas se originaron en Asia menor y han sido cultivadas por más de 5000 años. Existen muchas categorías de rosas incluyendo las de té híbridas, las rosas intermedias, sweetheart o rosas miniaturas, las rosas spray y las rosas de jardín. Las rosas están disponibles en todo el año y existen muchas variedades que varían en cuanto a características tales como el color, tamaño de la flor, tallos con una flor o con varias flores, duración de las flores en florero

(vida postcosecha), fragancia y longitud del tallo. Existen además más de 35 variedades de diferentes colores y varias formas distintivas de la flor .

ROSAS DE TÉ HÍBRIDAS:

Las rosas de té híbridas conocidas también como standar, tienen una flor por tallo con tamaños que varían entre 2.5 y 4 " . Estas rosas generalmente tienen el ciclo de producción más largo, la longitud del tallo puede ser de 80-100 cm. Algunos ejemplos de rosas de té híbridas son: Royalty, Samantha, Livia, Emblem, Isiana, Dallas, Crystalline, Dolores, Sonia, etc.

ROSAS INTERMEDIAS:

Las rosas de esta categoría son generalmente más pequeñas que las rosas de té híbridas y usualmente, crecen a una altura máxima de 40-50 cm, son generalmente más productivas y tiene un ciclo de producción más corto que las rosas de té híbridas. Algunos ejemplos de rosas de este tipo son: Gabriella, Golden Times, prive, Fire and Ice, Bridal White, Champagne, Bridal Pink, Frisco, Kardinal, Sterling Silver, etc.

ROSAS SPRAY:

Este tipo de rosas puede tener de 3 a 6 pequeñas flores por tallo, que usualmente en tamaño miden menos de 1-1.5 " . La longitud del tallo varía de 20 a 60 cm, lo normal es de 40 a 50 cm. Durante la producción se realiza una practica al centro de la yema llamado "pinch" (pellizco) para que las yemas restantes maduren aproximadamente en el mismo tiempo. Las rosas spray tienen un ciclo de crecimiento rápido y generalmente las plantas son muy productivas. Se puede mencionar algunas variedades de este tipo como: Joy, Dutch Beauty, Porcelain, Francis, Nikita, Red Hawk, Evelien y Seline.

ROSAS SWEETHEARTS O MINIATURAS:

Esta categoría se caracteriza por tener flores de tamaño muy pequeño (flores con un tamaño máximo de 1-1.5") la longitud del tallo varía de 20 a 30 cm. Las rosas de esta categoría generalmente tienen el más rápido ciclo de crecimiento y la mayor productividad por planta. Las flores de las rosas sweetheart son mas pequeñas que las de las de té híbridas y las intermedias. Las sweethearts más conocidas son: Jack Frost, Lavender, La Minuette, ilseta, etc.

2.4.3. Cultivares del pasado y del presente

Por años se han introducido al mercado cientos de cultivares, pero los más conocidos y comercializados a través de las historia son: "Better Times", "Briarcliff", "Red Delight", "Forever Yours" de todos de color rojo.

Entre los principales cultivares comercializados actualmente están: "Cara mía", "Samantha", "Royalty", "Madame G. Delbard", "Red Success", "Visa y Vega", todos también de color rojo.

Se considera que la participación porcentual que se debe emplear para la producción de rosa dependiendo de su color y demanda del mercado es:

Cuadro 2.4.1 Participación porcentual de la producción de rosa dependiendo de su color.

COLOR	PORCENTAJE
Rojo	62
Rosa	8
Amarillo	8
Novedades	4
Blancas	3
Todos colores	15

La demanda de ciertos colores en fiestas específicas o durante los meses populares de bodas de junio y agosto hacen insuficiente el porcentaje de blancas, rosas, amarillas y tal vez las novedades. Por otra parte, las rosas rojas siempre son insuficientes para el día de San Valentín, en los EE.UU. La capacidad de producción debe estar basado en un año de 365 días en vez de pocos periodos relativamente cortos de desbalance de demanda.

2.4.4. Principales variedades cultivadas en México.

En México se producen las siguientes variedades para el mercado tanto de consumo interno como externo:

a) Variedades de invernadero

Rojas: Royalty, Rose dot, Dallas, First Red, Red Succes, Samantha y Vega;

Amarillas: Pareo, Yellow Fantasy, Cocktail y Frisco;

Rosa: Vivaldi, Duchess, Pink Sensation, Sonia y Osiana ;

Blancas: Tineke, White Satin y White Butterfly .

b) Variedades de intemperie

Rojas: Forever Yours, Mister Lincoln, Tamora;

Anaranjadas: Moctezuma;

Amarillas: Yold, Bettina;

Rosa: Carina, Queen Elizabeth;

Blancas: White Queen .

2.4.5. Propagación

Los rosales pueden ser propagados por semillas, estacas, injertos de vareta e injertos de yema. La propagación de semilla se utiliza por los genetistas para el desarrollo de nuevos cultivares. Sobre una base comercial el injerto de yema es el método más utilizado para la producción de nuevas plantas para flor cortada de invernadero.

2.4.6. Condiciones ambientales

1. Temperatura: para la mayoría de los cultivares de rosa una temperatura de invernadero nocturna de aproximadamente 16°C es la óptima para el crecimiento. Bajo ciertas condiciones de cultivo las temperaturas ligeramente menores o mayores podrían mantenerse por periodos relativamente cortos sin efectos adversos serios (López, 1980; Larson, 1989). Las temperaturas diurnas generalmente se mantienen a 20°C en días nublados y de 24 a 28°C en días soleados. En cultivos continuos se regula la temperatura nocturna, que es variable según

las zonas de producción y las necesidades de los cultivares: "Baccara" y "Lara" necesitan 18 °C de noche, mientras que "Sonia" se cultiva a 15-16 °C y "Visa" a 14°C (López, 1980).

2. Luz e iluminación: el rango de intensidad de luz que se considera más satisfactorio, es aproximadamente de 6,000 a 8,000 pies bujías en el verano. Una intensidad mayor, del orden de 10,000 pies bujías, es favorable siempre y cuando se mantengan frescos los invernaderos y se cuente con alta humedad relativa (Laurie, 1985). Los índices de crecimiento para la mayoría de los cultivares de rosa siguen la curva total de luz a través de todo el año. La producción floral es potencialmente alta en verano cuando prevalecen altas intensidades (en la mayoría de las ciudades de EE.UU. la intensidad de luz en el verano se aproxima a los 129 klx) y duración de luz diarias. Lo contrario pasa en invierno cuando las intensidades de luz son bajas y las horas totales de luz del día son pocas. Sin embargo, para evitar las excesivas temperaturas durante el verano, en los invernaderos de EE.UU. es necesario cubrirlos con compuestos oscurecedores (Larson, 1989). Una practica muy utilizada en Holanda, consiste en una irradiación durante 16 hr. con un nivel de iluminación de 2000 a 3000 lux (lamparas de vapor de sodio) (López, 1980).

Por muchos años se creyó que la rosa no respondía a la iluminación complementaria, sin embargo, la literatura más reciente reporta incrementos de 50% a 240% en la producción.

3. Suelos: los rosales suelen permanecer de seis a siete años en cultivo o incluso más y las raíces, por tanto, deben disponer de un suelo permeable y aireado para poder desarrollarse fácilmente, una profundidad de 50 cm y no debe ser demasiado arenoso, este

cultivo es susceptible a excesos de agua y sales, por lo que un suelo óptimo parece ser el que tiene una mezcla de 60% de arcilla y 40 % de arena. Los suelos limosos presentan ventajas debido a que en estos suelos el color de la flor es más intenso y ésta es más duradera. Las exigencias en cuanto a pH es dentro del rango de 5.5 a 7, y la cantidad máxima de caliza activa es de 15% en terrenos pesados y de 5% en terrenos arenosos (Von, 1990).

4. Riegos: en función de la naturaleza del suelo, de sus cuidados, de la estación y de la zona, se realiza un riego cada 2 semanas en invierno y dos tres en verano como media; el aporte de agua será de 20 a 30 litros por metro cuadrado. La humedad relativa se debe mantener entre un 65% a 70% (80 a 90% para el "brotado" de las yemas a partir de la entrada en vegetación después del reposo vegetativo) (López, 1980).

5. Ventilación: el intercambio de aire es de máxima importancia, especialmente durante el día. Al amanecer, las temperaturas exteriores generalmente son demasiado bajas para permitir la ventilación sin pérdidas severas de calor en el invernadero. Los niveles de bióxido de carbono han sido medidos durante este período y se encontró que eran limitantes para el crecimiento de la planta, por lo que la adición de este es benéfica (después del "brotado" aportar 1.000 ppm) (López, 1980). Ordinariamente los ventiladores se abren cuando la temperatura del invernadero alcanza de 20 a 21 grados centígrados.

2.4.7. Plantacion

Fecha: de noviembre a marzo.

Distancia: la distancia de plantado más común es 30.5 x 30.5 cm en camas o bancos. Algunos cultivares se plantan cada 30.5 cm entre plantas a lo largo de la cama y 38.0 cm entre hileras o surcos (para cultivos en invernadero), (Larson, 1989). Mérida (1989) al respecto señala que la plantación se realiza en 4 filas (60 x 15 cm.) por los viveristas no especializados o 2 filas (40 x 20 o 60 x 12.5) con pasillos de al menos 1 m por los viveristas especializados, alcanzando una densidad de 6 a 8 plantas/m² cubierto.

Ventajas: mantenimiento más sencillo, inversiones menores, rendimientos parecidos; a veces se planta incluso en una sola fila con pasillo de 1.20 a 1.50 m (5 a 8 cm sobre la fila).

Plantación: debe realizarse lo más rápidamente posible a fin de evitar el desecamiento de las plantas, que se recortan a 20 cm; riegos abundantes ($100 \text{ litros de agua/m}^2$), y eventualmente cubrir con paja las filas o cubrir con túnel de plástico hasta la brotación. Mantener el punto de injerto a 5 cm por encima del suelo. La duración del cultivo como media tiene de 6 a 7 años o más (López, 1980).

2.4.8. Operaciones del cultivo

La poda: la poda es la practica de retirar las copas de las plantas hasta un punto donde cortes y despuntes puedan otra vez manejar el crecimiento de la planta. La mayoría de los rosales necesitan alguna poda durante el segundo año y posteriormente cada año. La primera poda después de la plantación se deberá realizar para retirar las copas hasta un punto de 60 a 90 cm por encima de la línea del suelo. El corte se deberá realizar por encima de una buena yema situada en madera con corteza verde. mediante cortes y despuntes apropiados la segunda poda se puede realizar en un punto ligeramente más arriba que el del año anterior (Larson, 1989).

Los pinzamientos: se practican sobre las plantas jóvenes para favorecer su ramificación (por encima de la 5ª hoja con 5 folíolos), así como en plantas que ya están produciendo, para escalonar la cosecha; en este caso el pinzamiento se efectúa por encima de la segunda o tercera hoja con 5 folíolos.

Ventajas: mayor número de flores recolectadas (en un 50% aprox).

Inconvenientes: retardo de la floración de un mes en promedio.

Los desbotonados o desyemados (el despuntado): no es más que el retiro del botón floral en alguna etapa antes de la floración. Tan pronto como el botón es visible se puede retirar junto con el tallo y hojas hasta la segunda hoja de cinco folíolos. Esto se llama despuntado suave. Los despuntes se consideran suaves hasta que el botón se desarrolle al tamaño de un chícharo o ligeramente mayor. Después es un despuntado duro. Generalmente hay poca diferencia en el tallo floral en floración posterior a cualquiera de estos cortes; sin

embargo, con un despunte suave casi siempre se requieren más días para florecer. los despuntes se practican una vez al mes en las "rosas grandes" y una o dos veces por semana en las "rosas pequeñas" (López, 1980).

Fertilización: de mantenimiento, para los cultivares modernos que dan fuertes rendimientos (15 a 25 flores /pie/año), las exportaciones de fertilizantes son las siguientes (en g/m^2 por año) (López, 1980):

Cuadro 2.4.2. Exportaciones de fertilizantes del rosal

N	P₂ O₅	K₂ O	MgO
100	25	100	20

A principios de septiembre se abonará con la siguiente fórmula:

Cuadro 2.4.3. Fertilización de mantenimiento del rosal

50 gr/m^2 de sulfato de amonio.
100 gr/m^2 de superfosfato de calcio.
60 gr/m^2 de sulfato potásico.

A continuación se presenta un cuadro con las elementos esenciales para las plantas y sus principales funciones.

Cuadro 2.4.A Principales elementos de las plantas y sus funciones.

ELEMENTOS	FUNCION	DAÑOS	
		DEFICIENCIAS	EXCESOS
MACROELEMENTOS			
NITROGENO	Importante en el desarrollo del follaje, vigor y buena manifestación del color verde de las plantas.	Atrofia el crecimiento, existe una pérdida de color, estimula la floración prematura.	Ocasiona un crecimiento muy rápido, pero débil, de las plantas, exponiéndolas al ataque de enfermedades y forzandola a la caída y pérdida de sus brotes.
FOSFORO	Constituyente importante de los materiales genéticos de la planta, tiene un papel importante en el desarrollo de las semillas, lo cual es de gran importancia para la buena formación de la raíz y tallo, así como para flores de buena calidad.	Ocasionará un retraso en el desarrollo de la planta, floración pobre y esterilidad de las semillas.	Produce una apariencia flácida y débil de la planta.
POTASIO	Esencial para la formación de carbohidratos y proteínas. Tiene que ver con el buen enraizamiento, con el desarrollo del tallo, con la producción de flores, la resistencia contra el frío y el ataque de enfermedades.	Causa raquitismo de las plantas, como resultado de un atrofiamiento en el desarrollo de la raíz. Las hojas pueden puntearse, enrollarse o motearse, mostrando síntomas de quemaduras alrededor de los bordes.	
CALCIO	Necesario para la elongación y división celular, protege a la planta contra la toxicidad del magnesio, neutraliza ciertos ácidos orgánicos de la planta (causados por su metabolismo).	Los márgenes pálidos que se forman durante el desarrollo del ápice de la hoja, así como en la hojas jóvenes.	
MAGNESIO	Cada molécula de clorofila contiene un átomo de éste elemento. Necesario para que la planta aproveche el nitrógeno, fósforo y azufre, así como para la formación de proteínas.	Ocasiona que las hojas más bajas pierdan su color verde normal, permaneciendo verdes las venas, las hojas se tornan amarillentas, luego color naranja y finalmente mueren.	
AZUFRE	Forma junto con otros elementos químicos los sulfatos, así como componentes sulfurosos en las vitaminas.	Ocasiona el amarillamiento de las hojas que están en crecimiento.	
MICROELEMENTOS			
FIERRO	Es importante en la formación de la clorofila y de los carbohidratos.	Puede causar clorosis, resultando en el amarillamiento de las hojas y desarrollo raquítico de la planta.	
ZINC	Este elemento es importante en las plantas pero aún no se ha precisado el papel que desempeña.	Ocasiona un desarrollo raquítico, hojas tocidas y deformadas, así como una escasa resistencia a las enfermedades.	
MOLIBDENO	Es importante para la fijación del nitrógeno, así como para la asimilación de nitratos.	Ocasiona una baja en los niveles del ácido ascórbico de la planta (no es muy frecuente).	
BORO	Esencial para muchas funciones de la planta, incluyendo la división celular, el metabolismo del nitrógeno y de los carbohidratos, floración y fructificación.	Su deficiencia mata los ápices de los brotes tiernos. raramente es deficiente en los suelos.	
COBRE	Muy importante aún cuando su papel no ha sido entendido completamente. Es un componente de algunas enzimas importantes y se sabe que esta involucrado en la respiración de las plantas; así como en la utilización del hierro.	Su deficiencia ocasiona la muerte de los ápices de los brotes tiernos.	

FUENTE: FIRA, 1985.

Plagas y enfermedades: dentro de las principales plagas que atacan al rosal se encuentra el pulgon verde, los ácaros, araña amarilla, nemátodos y orugas; y dentro de las principales enfermedades encontramos a las cenicillas, mildius, royas y mancha negra (ver cuadro siguiente).

Cuadro 2.4.5. Principales plagas y enfermedades que atacan al cultivo de rosa.

PLAGAS NOMBRE COMÚN / NOMBRE CIENTÍFICO	DAÑO	CONTROL
• PULGON VERDE (<i>Macrosiphum rosae</i>)	Son áfidos que atacan el follaje, principalmente tierno. Las flores se abren mal, se deforman y se reduce el crecimiento.	Productos utilizados en pulverización o fumigación. • Oxidemeton-metil. • Dicofol (Acarin, Kelthane) Dosis: 150 cc /100 lt de agua • Pirimor Dosis: 120-150g/200 lt de agua • Metomil Dosis: 150 g / 200 lt de agua • Naled, Dimetato (Nafos, Dimetax) Dosis: 125 cc/100 lt de agua respectivamente.
• ACAROS (Araña roja) (<i>Tetranychus urticae</i> , especialmente) <i>Trips (Frankliniella tritici)</i>	Ataca hojas, tallos y flores. las condiciones ideales para su propagación son el calor seco y la fuerte luminosidad (bajas H.R. y altas temperaturas).	• Dicofol (Kelthane) Dosis: 150 cc/100 lt de agua • Peratón silico (Peratón) Dosis: 150 cc/100 lt de agua • Cyhexatin (Plictran) Dosis: 200 g/100 lt de agua • Propargite (Omite) Dosis: 200-300 g /100 lt de agua
• ARANAS AMARILLAS (<i>Tetranychus bisserandis</i>).	Las hojas toman un aspecto plomizo y luego se caen; los tallos se reducen y los capullos se malforman.	• Evitar bajas humedades relativas unidas a temperaturas muy elevadas (más de 20 grados centígrados). • Al igual que a los pulgones, añadiendo Dienodor, Fenpropatrin, Cinesatrin. • Control biológico: <i>Phytoseilus persimilis</i>
• NEMATODOS (<i>Meiodogyne</i> , <i>Pratylenchus</i> , <i>Xiphinema</i> : vector de virosis).	Atacan la parte subterránea provocando frecuentemente agallas sobre las raíces, que posteriormente se pudren.	• Desinfección del suelo; introducción de las raíces en un nematocida al momento de la plantación.
• ORUGAS O GUSANOS Gen. <i>Noctuidae</i> #92	Son gusanos que generalmente se presentan por las noches, atacan principalmente al botón, pero también a las hojas, el ataque es mas frecuente en las épocas secas.	• Cabos envenenados * Folimat 200ml / 200lt de agua • Dptirex Dosis: 125-150 cc/100 lt de agua • Gusalon (Azinfos metílico) Dosis: 125-150 cc/100 lt de agua • Tamaron Dosis: 125-150 cc/100 lt de agua.
ENFERMEDADES		
NOMBRE COMÚN / NOMBRE CIENTÍFICO		
• CENICILLA U OIDIUM (<i>Sphaerotheca pannosa</i>)	Ataca partes verdes de la planta (tallos y capullos) muestran manchas blancas aciliosas que luego tienen un aspecto de polvo blanco y abajo del polvo se observa una mancha de color gris. Las hojas atacadas se deforman y tienen aspecto desagradable.	• Evitar altas temperaturas en el día y Humedad Relativas elevadas bajas del 30-60%, en la noche evitar las altas H.R. (80-100%) • Evitar corrientes de aire • Vaporizadores de azufre (Azufre agrícola, Disulfuro) Dosis: 400-500 g /100 lt de agua
• MILDIU (<i>Peronospora aspersa</i>)	El primer síntoma se presenta en las hojas, en forma de manchas pardo-aciliosas que posteriormente toman una tonalidad gris parda. En ataques severos las hojas se desprenden.	• Evitar humedades altas y bajas temperaturas • Zineb (Zineb, Zinoreb) Dosis: 200-300 g /100 lt de agua
• ROYA (<i>Phragmidium disciforme</i>)	El hongo aparece como pequeñas pustulas o manchas anaranjadas en las hojas, luego adquieren una tonalidad rojiza y al final los puntos son negros.	• Evitar durante el invierno las altas humedades relativas • Zineb (Zineb, Zinoreb) Dosis: 200-300 g /100 lt de agua • Maneb (Maneb) Dosis: 250-350 g /100 lt de agua
• MANCHA NEGRA (<i>Diplocarpon rosae</i>)	Las esporas de la mancha negra que surgen con el agua, se pueden diseminar. Las manchas aparecen en la superficie superior de las hojas y en tallos jóvenes. Infecciones severas causan defoliación.	• Quitar y quemar las hojas infectadas • Mantener bajas humedades relativas • Compuestos del cobre Dosis: 300-400 g /100 lt de agua
• BOTRYTIS o pudredumbre gris (<i>Botrytis cinerea</i>)	Existe una pudrición presentandose pustulas pardas verdosas y despues se vuelven café- oscuras. Atacan el tallo, pedúnculos, cáliz y pétalos, pueden infectar la parte final del toco donde las flores fueron cortadas o en las heridas de la poda. Las áreas infectadas son cubiertas por masas polvorrientas de color pardo gris.	• Bajas Humedades Relativas • Tecto 60 Dosis: 100-200 g / 200 lt de agua • Round Dosis: 200-250 g / 200 lt de agua • Ronilan Dosis: 100-150 g / 200 lt de agua • Benlate Dosis: 200 g / 200 lt de agua • Manzate 200 Dosis: 200 g / 200 lt de agua

Fuente: FIRA, 1985.

Dentro de las operaciones del cultivo la administración y contabilidad también forman parte de estas, a continuación se presenta de manera muy general un cuadro que contiene una clasificación de costos fijos y variables que se consideran para el cultivo, así como también su relación beneficio costo.

Cuadro 2.4.6. Clasificación de los costos de producción de rosa en México, un ejemplo con datos de 1992

COSTOS FIJOS	\$/ha	%
Estructura del invernadero (metal y tutoreado)	14493	3,96%
Cubierta	27041	7,39%
Sistema de riego	3942	1,08%
Planta madre	78750	21,51%
Enraizadores	4700	0,01%
Sustrato	2300	0,63%
Gastos administrativos	22145	6,05%
Gastos de mantenimiento del equipo	809	0,22%
Gastos en mantenimiento de las instalaciones	26766	7,31%
Adeudo fiscal	15010	4,10%
Renta de las tierras	2000	0,55%
Departamento vehicular	1856	0,51%
TOTAL	195119	53,29%
COSTOS VARIABLES		
Fertilizantes	6562	1,79%
Pesticidas	34309	9,37%
Encalados	350	0,10%
Riegos	1406	0,38%
Material de empaque	22918	6,26%
Conservadores postcosecha	378	0,10%
Salarios de trabajadores en el área de producción	46625	12,73%
Salarios de trabajadores eventuales	1343	0,37%
Transporte de la flor	1558	0,43%
Prestaciones	1820	0,50%
Asistencia Técnica	4007	1,09%
Artículos de oficina	2000	0,55%
Luz	2282	0,62%
Agua	600	0,16%
Gas	ND	ND
Gastos en mantenimiento de vehículos	4129	1,13%
TOTAL	171016	46,71%
TOTAL DE COSTOS	366126	100,00%

Fuente: Cruz, 1994.

Cuadro 2.4.7. Cuadro resumen de la relación Beneficio/Costo.

COSTOS TOTALES	\$ 366126
INGRESO TOTAL BRUTO	\$ 797792
INGRESO NETO	\$ 435360
RELACIÓN B/C	2.18
Rend. Promedio en tallos/ha	1, 208,235

2.4.9. La cosecha

Se realiza según las regiones y cultivares en el estado de capullo más o menos abierto (en general con uno o dos sépalos separados) y normalmente por la mañana.

El corte se realiza frecuentemente por encima de la segunda hoja con 5 folíolos, mediante unas tijeras especiales de jardinero que sostienen la flor cortada permitiendo su recolección. Hay que tener en cuenta:

- El vigor.
- El cultivar.
- El tipo de cultivo.
- El precio de oferta (longitud del tallo).

Generalmente, las rosas de color amarillo se pueden cortar un poco más cerradas que las de color rosa y rojo. Las flores de color rojo y rosa se cortan cuando uno o dos de sus pétalos exteriores empiezan a abrir.

2.4.10. Rendimientos

Los cultivos establecidos, que contienen una serie de variedades plantadas a 30 x 30 cm y bajo condiciones favorables, se puede esperar un promedio de producción de unas 180 a 222 flores por metro cuadrado por año (Larson, 1989).

*Con las "Rosas grandes" se obtienen producciones de 111-133 flores/m² ("Baccara"), 9-10 flores ("Lara"), 12-14 flores ("Visa") y 15-20 flores ("Sonia", "Bingò"), con tallos de 50 a 80 cm (López, 1980).

* Con las "Rosas mini" se sobrepasan casi siempre las 20 flores por pie, aunque los tallos son más cortos: 40 a 60 cm. El número de recogidas posibles por año se sitúa entre 5 y 9 (4 en "cortes programados" en el midi y 7 en el cultivo continuo).

* El intervalo entre dos cortes (tiempo de "subida") es:

- En invierno de 50 a 60 días para la "Rosas grandes", de 40 a 50 días para las "Rosas mini".
- En verano de 35 a 45 días para las "Rosas grandes" y de 30 a 35 días para las "mini".

Cuadro 2.4.8 Rendimientos de rosa de corte bajo invernadero

Categoría o Calidad	Número de flores/planta/año			
	Años			
	1	2	3	4 en adelante
Extra (más de 27" de tallo)	3	4	5	6
Primera (25 a 26" de tallo)	8	9	10	12
Segunda (20 a 24" de tallo)	7	8	8	9
Tercera (14 a 19" de tallo)	3	4	5	5

Fuente: FIRA, 1985.

2.4.11. Manejo postcosecha de la flor cortada.

La flor cortada debe colocarse en recipientes con agua, no debe estar más de 5 minutos fuera del agua.

- Conservación de las flores después de la recolección: Cámaras frías (en cubos, recipientes llenos de agua a +3 ó +6°C). El uso de soluciones de pretratamiento de agua se practica cada vez más en el mundo (Cloro en una solución concentrada al 1ppm) (FIRA, 1985).

- Flor cortada por excelencia: muy buena conservación en florero una semana en promedio.

2.4.12. Selección

Una vez que las flores han estado en agua por un periodo entre 10 y 12 horas, se sacan y se seleccionan de acuerdo a su tamaño. Esta selección se hace en categorías definidas, de acuerdo a incrementos regulares de 7.5 cm (3 pulgadas) cada una, tomando como base la longitud comprendida de la punta de la flor al lugar del corte del tallo. Se parte siempre de 22.5 cm (9 pulgadas). Algunos mercados usan incrementos de 5 cm (2 pulgadas) y parten de 25 cm (10 pulgadas). Las categorías más usadas son:

Cuadro 2.4.9 Clasificación de rosas utilizadas en algunos mercados.

Primera	24 pulgadas
Segunda	21 pulgadas
Tercera	18 pulgadas
Cuarta	15 pulgadas
Quinta	12 pulgadas

2.4.13. Empaque

El empaque se hace en manojos que contienen 25 tallos, cuando el producto se destina al mercado de los Estados Unidos de Norteamérica, todos ellos de primera categoría (24 pulgadas). Si la flor se destina al mercado nacional, constan de 12 tallos (una docena) y 25 tallos. En cualquiera de los casos, la formación del manojos debe hacerse en forma rápida e inmediatamente después de la selección. Todas las flores cortadas al mismo tamaño, formando manojos, colocando de inmediato en agua. Posteriormente se efectúa un amarre aproximadamente a 10 cm de la base de la flor, y un amarre más cerca de la base del tallo. Realizado esto, el manojos se envuelve con papel encerado o con celofán, procurando que la envoltura sobrepase aproximadamente 5 cm de la parte superior, a fin de lograr mayor protección de las flores.

Una mayor eficiencia en esta operación se logra utilizando el método de espiral, en la envoltura de los manojos.

2.5. SITUACION NACIONAL

La República Mexicana tiene una extensión territorial aproximada de 2,000,000 de kilómetros cuadrados, se encuentra situado entre los 14° 30 ' de latitud sur y 32 ° 43 ' de latitud norte, está limitada al Este por el Golfo de México y el mar de las Antillas, al Oeste y Sur por el Océano Pacífico, al Norte por los Estados Unidos de América y al Sureste por Guatemala y Belice (García, 1986).

En base a la altitud y temperatura en México se clasifican las siguientes zonas:

Cuadro 2.5.1 Clasificación de zonas de México en base a la altitud y temperatura

Zona	%	Altitud	T° Media
Tierras Bajas o Calientes	86.40	< 1500	20° C
Altas o templadas	13.43	1500-3000	10-20°C
Muy altas o frías	1	>3000	>10°C

Fuente: Solorio, 1985.

En base a periodos de disponibilidad de agua y Temperaturas adecuadas se tiene:

Cuadro 2.5.2. Clasificación de zonas de México en base a disponibilidad de agua y temperaturas adecuadas

Cultivos con periodos de crecimiento de:	Zona	%	Disponibilidad
0-90 días	Arida y Semiárida	49,59	No aptas
90-50 días	Marginalmente apta - apta	15,12	Aptas
150-270 días	Agricultura de Secano	24,40	Apta
270-365 días	Parte húmeda del país	10,87	No aptas-aptas

Fuente: Solorio, 1985.

La zona con un potencial productivo de marginalmente apto a apto para cultivos en condiciones de secano (donde no habría ni pérdidas ni ganancias) tiene una extensión de 15.12% en el país, la zona no apta (habrá pérdidas) abarca el 49.59 % y la zona apta de mayor potencial productivo tiene una superficie de 24.40% del país (Solorio, 1985).

Las temperaturas medias en México ofrecen teóricamente grandes ventajas para permitir el desarrollo en forma natural de las plantas, ya que en casi todo el territorio nacional se observan temperaturas medias superiores a 10°C y en más de un 80% de nuestras áreas oscilan entre 20° y 25°C; pero no se debe olvidar que existen fuertes variaciones a lo largo del año y se sufre de heladas en todos los terrenos con altura importante, incluso en aquellos que se encuentran situados en la zona netamente tropical de Chiapas, Oaxaca y Nayarit (Bassols, 1984). Los estados que tienen una temperatura media anual entre 16 y 24°C son: Aguascalientes, B.C. Norte y Sur, Coahuila, Colima, Tuxtla Gutierrez (Chiapas), Chihuahua, Durango, Guanajuato, Chilpancingo, Gro., Hidalgo, Jalisco, Edo. de México, Michoacan, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oax., Oax., Puebla, Queretaro, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz y Zacatecas (García, 1986).

Se ha establecido una relación entre los tipos de clima y suelos, por lo que en forma general los tipos de suelos desérticos y semidesérticos (grises y rojos o sierozem) se crean bajo condiciones de muy escasa lluvia, que no superan los 300 mm, en cuanto a los castaños o chestnut, se han estructurado con lluvias entre 300 y 500 mm. Los llamados suelos negros reciben solamente de 600 a 1000 mm de precipitaciones y los de pradera corresponden a una lluvia media anual de 1000 mm. Finalmente, los suelos de rendzinas tienen clima más húmedo y los de tipo laterítico y de gley corresponden a los climas tropicales de lluvias abundantes, superiores en todo caso a 1750 milímetros.

Según González (citado por Bassols, 1984), señala que del total de 36.9 millones de hectáreas aprovechables en materia agrícola en el país, los suelos "buenos" o sea los de pradera, los negros y de rendzina, abarcan 20.7 millones de hectáreas; los de calidad "regular" (castaños, gley y desérticos) 10.5 millones y el resto ("malos") 5.7 millones de hectáreas. Aparte de los 4.0 millones de hectáreas de suelos buenos en zonas de riego, principalmente subtropicales el resto -por desgracia- se encontraba casi totalmente (14.4 millones de hectáreas) en regiones con lluvia apenas suficiente. Los distritos de riego del Noroeste y del Norte no cuentan sino con suelos desérticos y castaños regulares. Según éstos cálculos, resulta que se dispone únicamente de 31.2 millones de has. de suelos buenos o regulares sin contar con algunas reservas importantes del trópico húmedo.

Se calcula que en México existen 18 diferentes tipos de climas y otro número mayor de microclimas que son propicios para que el cultivo de ornamentales sea casi de forma natural o silvestre, lo cual facilita que el 95% de las plantas de ornato se cultiven sin cubierta de invernadero. Sin embargo, aun cuando los antiguos habitantes tenían una actividad florícola importante, la acción empresarial exportadora data de aproximadamente 15 años, iniciándose a base de materiales vegetativos y agroquímicos importados, a fin de lograr participar en los mercados internacionales ya desarrollados.

2.5.1. Principales estados productores.

Actualmente, las entidades donde se concentra la mayor producción exportable son las zonas cercanas al eje neovolcánico, destacando el Estado de México, como líder del mercado, con el 60% de las exportaciones; Puebla, Baja California Norte, Morelos, Michoacán, Veracruz, Guanajuato, D. F. y Aguascalientes. Las principales especies de exportación que se producen son: Rosas, Claveles, Crisantemos (Pon-Pon), Margaritas, Estatices, Nardos, Gladiolas, Lilis, Iris, Ave del Paraiso y Gypsophila, entre los follajes las Palmas Camedor, Misceláneas, Helechos de árbol y de Ming (BANCOMEXT, 1994).

Cuadro 2.5.3. México; producción de flores (incluye rosa) a nivel comercial por estado, región y especie

ESTADO	REGIÓN	CIELO ABIERTO (ha)	INVERNADERO (ha)	SEMI- INV. (ha)	SUPERFICI E TOTAL (ha)
TOTAL		7984	313	119	8416
AGUASCALIENTES	PABELLON DE ARTEAGA		4		4
BAJA CALIF. NORTE	VALLE DE MEXICALI	7	28		35
COAHUILA	SALTILLO		2		2
DISTRITO FEDERAL	TLAPAN, TLAHUAC		10	7	17
GUANAJUATO	BAJIO	1541	70	26	1637
HIDALGO	MINERAL DEL CHICO		8		8
EDO. DE MÉXICO	TENANCINGO, VILLA GRO. IXT. DE LA SAL	1500	94	76	1670
MICHOACAN	CD. TUXPAN	994	19		1013
MORELOS	CUERNAVACA	614	35	10	659
OAXACA	VALLES CENTRALES		4		4
PUEBLA	ATLIXCO	3000	25		3025
QUERETARO	SAN JUAN DEL RIO		12		12

Fuente: Bancomext, 1994.

Entre las diversas especies florícolas cultivadas en las entidades mencionadas destaca el cultivo de la Rosa. Durante el periodo del 1988-92 la oferta observó un incremento de hasta un 150 %, principalmente en los productos ornamentales básicos; es decir, flores frescas de Rosa, Crisantemo y Clavel. Sin embargo, en el periodo 92-93, el crecimiento de la oferta permaneció estables (FIRA, 1994).

Se tienen datos de que los rendimientos medios rentables anuales del país son:

Cuadro 2.5.4. Rendimientos medios rentables anuales de México.

ESPECIE	TALLOS /HA/AÑO
Rosa Intemperie	1,200,000
Rosa Invernadero	1,260,000

Fuente: FIRA, 1994.

El cultivo principal de flores es la rosa con un área de 221 ha en invernadero, es decir ocupa el 67% del total de los invernaderos dedicados a la producción de flores a nivel nacional (FIRA, 1994).

Cuadro 2.5.5. México; superficie cultivada de rosa de corte bajo invernadero por estado

ENTIDAD	SUPERFICIE/HA
Edo.de México	150
Baja Calif. Norte	7
Morelos	16
Puebla	15
Hidalgo	6
Querétaro	4
Otros	23
TOTAL	221

Fuente: FIRA, 1994.

Entre los productos en que México tiene mayor participación destacan las rosas, en las cuales en 1992 exportó 6.8 millones de dólares. Cabe destacar que en rosas, Estados Unidos importó en dicho período 90.4 millones de dólares, lo cual significa que el 18.5% de su importación total florícola se concentra en el segmento de rosas. Lo anterior es importante para los exportadores potenciales de rosas a los Estados Unidos, ya que la competencia exige mayor grado de calidad y representa una mayor fluctuación en precio.

2.5.2. Financiamiento

A finales de los años setentas comenzó a crecer la demanda de financiamientos y de apoyo técnico por parte de floricultores con un enfoque empresarial, por consiguiente se inicio la implementación de un programa que permitiera la formación de cuadros técnicos, tanto dentro de la institución como de la banca participante. Como resultado se creó el Programa Especial de Floricultura Ornamental y se tuvo una participación decidida en el Programa Especial de Apoyo

a las exportaciones de BANCOMEXT. Lo anterior fue el catalizador para que en 1987 se tuviera un crecimiento operativo del 400 % respecto al año anterior y que a partir de ahí se haya tenido un crecimiento sostenido de 13 % anual, hasta 1992. Solamente cabe señalar las crisis que se presentaron en los años de 1990 y 1992, mismas que al afectar negativamente al sector repercutieron en una menor demanda de financiamiento.

Durante los años de 1991 y 1992, se hizo efectiva una alta proporción de garantías, imputables principalmente a problemas de comercialización, como un reflejo de la drástica reducción del poder adquisitivo de los mexicanos, quienes consumen el 90 % de la producción de ornamentales. Aunque a nivel internacional ha ocurrido una fuerte reducción de productos ornamentales y descensos de precios, en 1993 comenzaron a mostrarse signos de recuperación y se espera que la situación mejore a partir del segundo semestre del 94.

1. BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.N.C.

El Bancomext, es la principal fuente de recursos para la exportación, ya que otorga financiamiento para las existencias de productos almacenados con destino a la comercialización en el exterior, para las ventas a plazos en el mercado internacional y para otorgar cobertura contra

riesgos que enfrenten los exportadores. Los apoyos financieros a la exportación, adicionalmente a los que concede directamente el Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (Bancomext), se otorgan a través de las Sociedades Nacionales de Crédito del país, quienes descuentan estas operaciones con los fondos, lo cual no representa, de ninguna manera un costo adicional para el exportador puesto que los créditos se otorgan a tasas preferenciales.

Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (Bancomext), en su calidad de banca de desarrollo, tiene como principal objetivo el de apoyar al sector exportador del país mediante la promoción y el financiamiento de las actividades de los sectores que participan en las exportaciones del país. Asimismo, para complementar el esfuerzo que éstos realizan para ingresar a los mercados internacionales y mantener su permanencia en ellos, les proporciona las herramientas que coadyuvan al éxito de sus actividades.

Con el propósito de apoyar a un universo más amplio de exportadores, el Bancomext intensificó su relación con los intermediarios financieros, tanto bancarios como no bancarios, para avanzar en el proceso de dispersión del crédito, abarcar a la pequeña y mediana empresa y aprovechar tanto la infraestructura como la especialización de dichos intermediarios.

No obstante lo anterior, y procurando en todo momento que el exportador reciba oportunamente el apoyo, el Bancomext también opera como banca de primer piso, y efectúa una constante simplificación de los productos financieros para atender las necesidades que se detectan en el mercado.

2. NACIONAL FINANCIERA S.N.C.

Nacional Financiera S.N.C. es otra de las instituciones que tiene como objetivo, incrementar la actividad productiva y eliminar los subsidios, además de incrementar la derrama crediticia, logrando una mayor participación de los bancos, para lo cual ha instrumentado una serie de programas que fomentan el desarrollo industrial y consecuentemente el fomento a las exportaciones.

3. BANCO INTERNACIONAL, S.N.C.

Se otorga financiamiento al comercio exterior con recursos de Banco Internacional, quien mantiene líneas de créditos financiadas con bancos corresponsales en el extranjero y recursos propios de esta institución cuyo fin es apoyar las operaciones de comercio exterior a través de la Agencia de Nueva York. Tiene acceso a las líneas de crédito extranjeras C.C.C. (Comodity Credit Corporation) y E.D.C., (Export Development Corporation) para financiar exportaciones e importaciones que no cumplan con los requisitos de operación de los fondos de fomento existentes en apoyo al comercio exterior.

2.6. SITUACION MUNDIAL

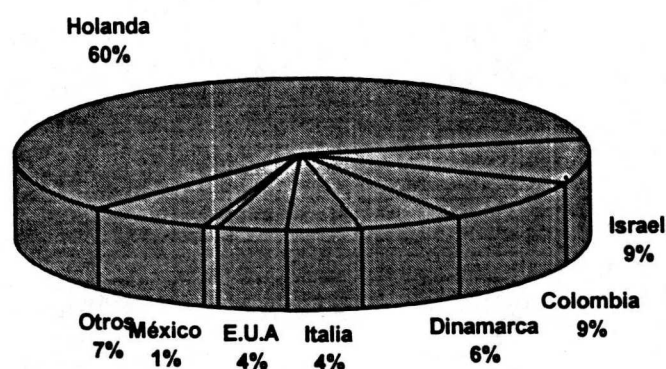
2.6.1. Países exportadores e importadores de ornamentales.

2.6.1.1. Ornamentales países exportadores

De la producción mundial de las ornamentales, alrededor del 18% entra al comercio internacional. Esta cantidad está conformada por el 50% de flores frescas, 40% de plantas en maceta y 10% de follajes. Holanda es actualmente el principal exportador del mundo, con un 63.3% y un incremento anual de 3.7% durante el periodo 88-91, Colombia tiene un 9.9% de las exportaciones mundiales y tuvo un crecimiento exportador de 38% anual, mientras que Israel

conservo un crecimiento anual de 11% y tiene y tiene un 9.9% de las exportaciones de ornamentales, México tiene una participación del 0.7% y aumentó sus exportaciones a una tasa de 92% anual.

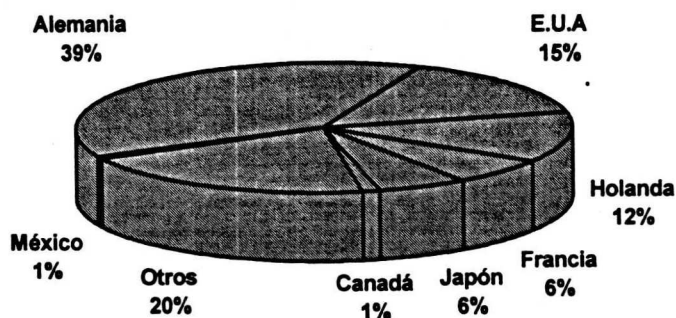
Gráfica 2.6.1. Países exportadores a nivel mundial de ornamentales



Fuente: FIRA, 1994.

2.6.1.2. Ornamentales países importadores

La Unión Europea concentra el 65% de las importaciones totales (Alemania con el 38.4%, Holanda con el 12.4% y Francia con el 6.3%), seguida por EE.UU. con 15.3%, Japón con el 5.9%, Canadá tan solo importa el 1.1% y México el 0.5%.

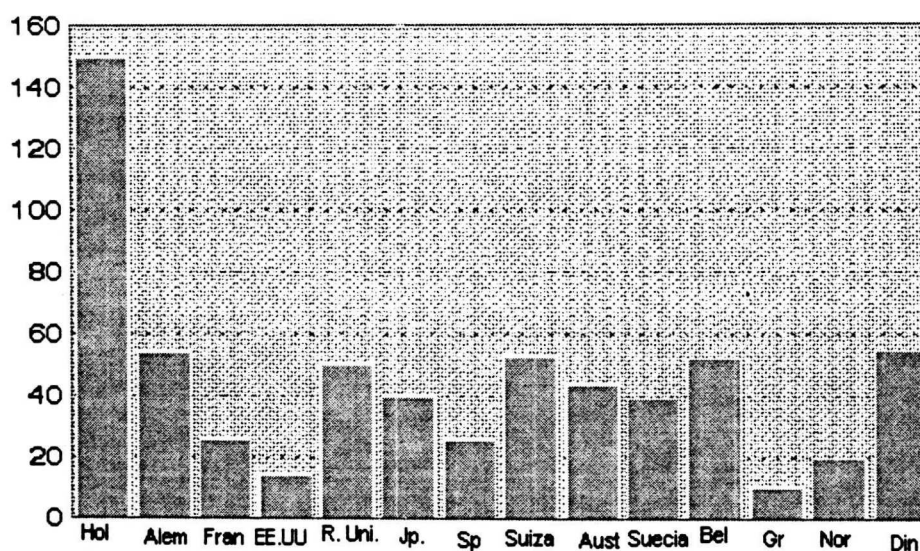
Gráfica 2.6.2 Países importadores a nivel mundial de ornamentales

Fuente: FIRA, 1994.

2.6.2. Consumo percapita mundial, de ornamentales y flores de corte

Dentro de los países que cuentan con un mayor consumo per cápita de ornamentales podemos encontrar a: Alemania con 53 dólares, seguida por Japón con 49 y Suiza con 47. El incremento del consumo de la Comunidad Europea fue de 5% anual y el de EE.UU. Y Japón del 2%. Actualmente los EE.UU. tienen una tendencia a crecer a una tasa del 4%, lo mismo que en Japón (FIRA, 1994).

El consumo percapita de flores de corte es bajo en E.U.A en relación con Europa, pero debido al gran número de consumidores el mercado americano es muy grande. En la gráfica de abajo, se observa la diferencia del consumo percapita entre los diferentes países. Los centros consumidores están creciendo rápidamente y entre ellos podemos mencionar a: Los EE.UU. el Sur de Europa, Japón y Europa Oriental quien puede desarrollar una importante área de consumo.

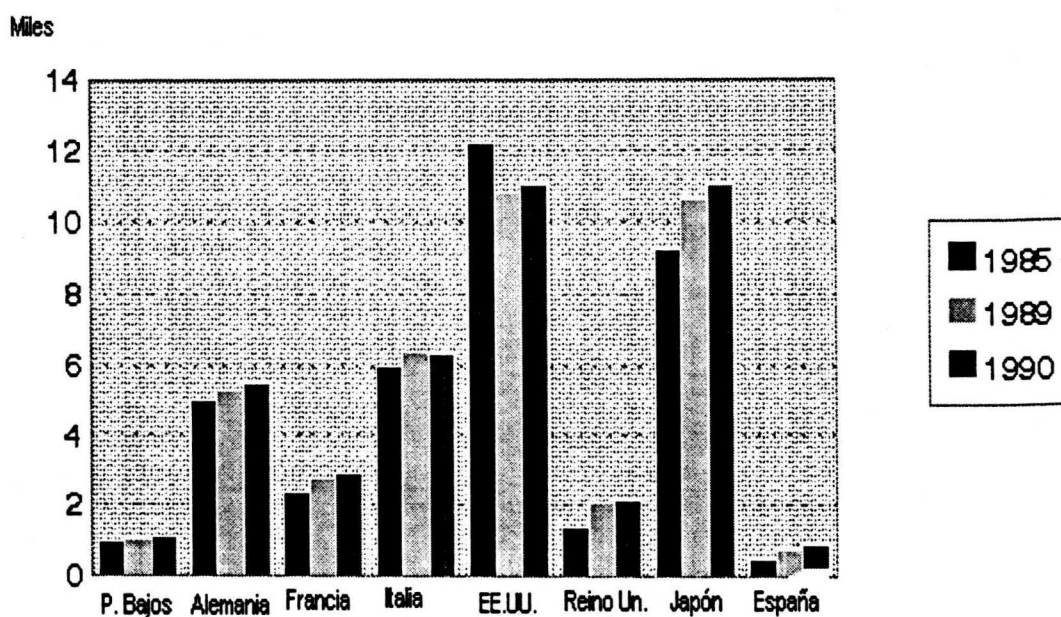
Gráfica 2.6.3. Consumo mundial per cápita de flores de corte (unidades)

2.6.3. Flores de corte

2.6.3.1. Demanda mundial de flores de corte

En 1990, 15 países contabilizaron un consumo superior a 45 billones de guilders. En términos internacionales, el consumo de flores de corte se concentra en tres regiones: Europa occidental, Norteamérica y Japón, en la gráfica de abajo se representa el consumo mundial.

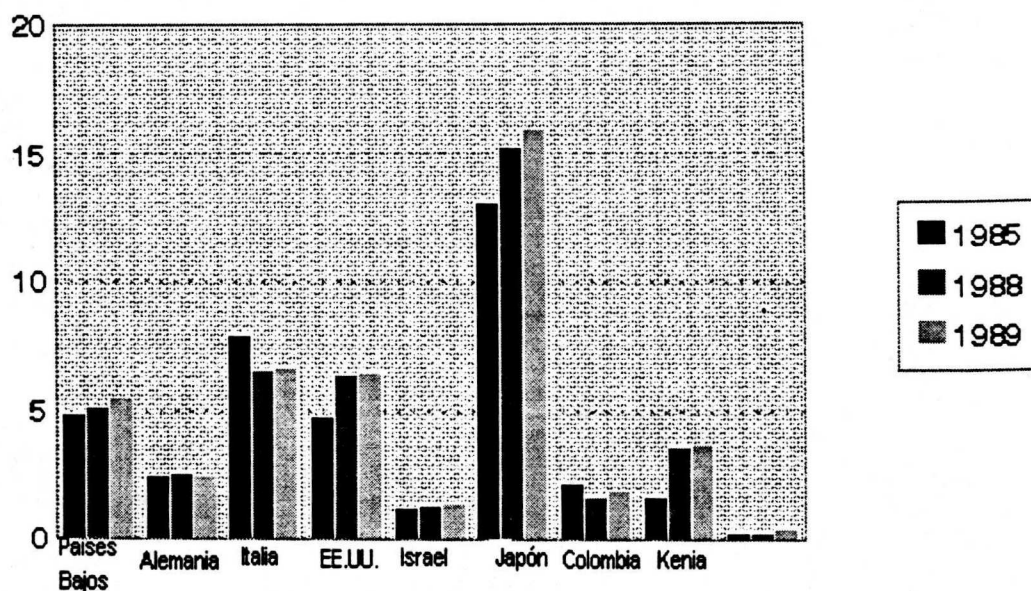
Gráfica 2.6.4. Consumo mundial de flores de corte (millones de guilders)



2.6.3.2. Oferta mundial de flores de corte

El cultivo de flores de corte se encuentra ampliamente distribuido alrededor del mundo. En 1989 la superficie de flores de corte se cuantificó en más de 56,000 ha, y arriba del 25% de la superficie se encontraba en Japón, los Países Bajos, Italia y EE.UU.. México contribuye con alrededor del 10% de la superficie mundial.

Gráfica 2.6.5. Desarrollo de la superficie de flores de corte (miles de ha.)

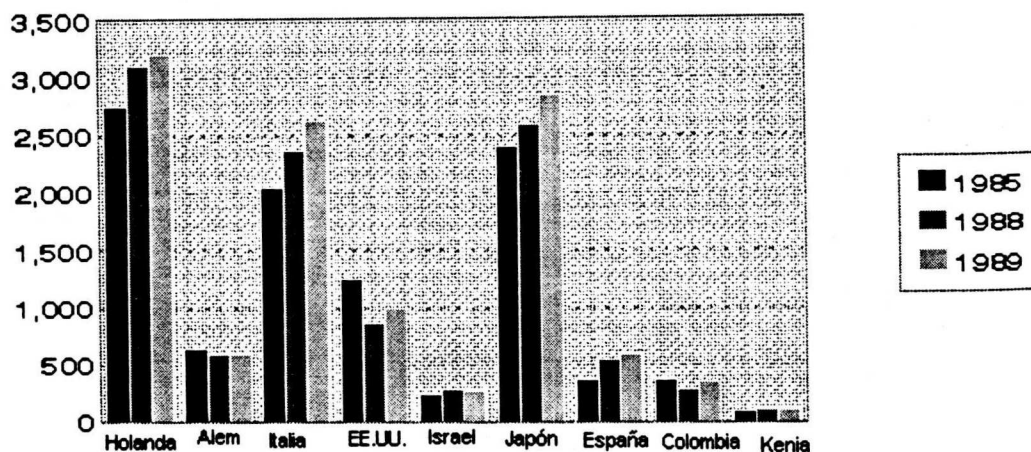


Los Países Bajos dominan el mercado mundial de productos florícolas, representando cerca del 60% de las exportaciones totales de flores de corte y el 48% de las plantas en maceta. Sus principales países competidores para flores de corte son: Colombia, Israel, Italia y en menor extensión Kenia y España.

2.6.3.3. Valor de la producción de flores de corte

En Europa un promedio del 59% de la oferta de flores de corte viene de sus mismos países productores. EE.UU. abastece el 84% de su demanda con la producción interna y Japón la abastece en un el 95%.

Gráfica 2.6.6. Valor de la producción de flores de corte (millones de guilders)



2.6.3.4. Principales países exportadores de flores de corte

Japón, EE.UU. Italia y los Países Bajos, son los principales países productores a nivel mundial de flores de corte. Japón y EE.UU. se preocupan más de abastecer su mercado interno, mientras que Italia y los Países Bajos son los principales exportadores.

Cuadro 2.6.1. Principales Países exportadores de flores de corte a nivel mundial.

PAÍS	%	PAÍS	%
Los Países Bajos	59%	España	2%
Colombia	10%	Kenia	1%
Italia	6%	Otros	18%
Israel	4%		
TOTAL		100%	

Fuente: Anónimo, 1994. Floricultura products, a survey of the Netherlands.

Las exportaciones totales de los productos florícolas por los Países Bajos incrementó a 5.8 millones de guilders en 1992 y se predice que para 1997 serán de 7 billones.

Durante el periodo de 1989-1993, la exportación de flores de México registró una tasa de crecimiento media anual (TCMA) de 5.9% en cuanto a valor y de -1% en volumen respectivamente. El crecimiento en valor de dicha exportación, se ha debido en mayor medida a la diversificación de mercados destino: en 1989 el 95% del valor de las exportaciones mexicanas estaba destinada a los Estados Unidos (Bancomext, 1994). Sin embargo, entre 1990 y 1991 Alemania, Francia, Japón y Canadá comienzan a figurar como mercados alternativos y con una aceptación significativa para la flor mexicana, con lo cual la concentración hacia EE.UU. bajó al 90%.

De las exportaciones totales de rosa que realiza México, en 1993 al 93.55% del volumen exportado correspondió a EE.UU., el 1.09% a Canadá y un 0.85% a Japón. Y para 1995 se observó un ligero incremento hacia EE.UU. ya que exportó el 94.34%, y hacia Canadá un 3.30%, en Japón se observó un comportamiento inverso con tan solo un 0.53% (ver cuadro 2.6.2.)

Cuadro 2.6.2 México; exportaciones totales de rosa fracción 0603.10-06

PAIS	1996				1995				1994			1993			
	VOLUMEN Kg	%	VALOR Dólares	%	VOLUMEN Kg	%	VALOR Dólares	%	VOLUMEN Kg	VALOR Dólares	%	VOLUMEN Kg	%	VALOR Dólares	%
AFGANISTAN	0	0,00	0	0	2,231		4,615	0,03	0	0	0,00	1,175	0,07	1,483	0,02
REP. ALEMANIA	4,529	0,28	39,135	0,40	16,651	0,57	149,971	0,97	41,525	185,691	1,58	62,505	3,81	175,091	2,89
ARGENTINA	64	3,95	414	4,23	0	0,00	0	0	3,454	12,454	0,11	0	0,00	0	0,00
AUSTRIA	0	0,00	0	0,00	1,580	0,05	7,738	0,05	3,560	21,536	0,18	1,480	0,09	7,402	0,12
CANADA	82,340	5,08	483,787	4,94	96,390	3,30	454,897	2,94	31,380	263,553	2,25	17,819	1,09	56,092	0,92
COLOMBIA	0	0,00	0	0,00	718	24,59	4,731	0,03	44	282	2,40	0	0,00	0	0,00
ESPAÑA	1,829	0,11	17,328	0,18	6,348	0,22	36,213	0,23	4,152	36,766	0,31	5,500	0,34	40,469	0,67
ESTADOS UNIDOS	1470,144	90,65	8886,840	90,83	2754,801	94,34	14410,908	93,22	2006,985	10935,467	93,18	1535,236	93,55	5620,502	92,64
FINLANDIA	1,278	0,08	8,226	0,08	0	0,00	0	0	280	1,240	0,01	0	0,00	0	0,00
FRANCIA	0	0,00	0	0,00	893	30,58	12,154	0,08	3,505	28,323	0,24	323	19,68	1,195	0,02
HOLANDA	11,976	0,74	35,585	0,36	300	10,27	2,260	0,01	80	352	3,00	315	19,20	1,063	0,02
HONG KONG	935	57,65	7,480	0,08	0	0,00	0	0	0	0	0,00	0	0,00	0	0,00
ITALIA	3,847	0,24	29,092	0,30	10,839	0,37	73,848	0,48	5,005	40,269	0,34	2,600	0,16	10,008	0,16
JAPON	9,406	0,58	82,172	0,84	15,535	0,53	190,995	1,24	14,947	195,882	1,67	13,940	0,85	151,847	2,50
POLONIA	110	6,78	320	3,27	0	0,00	0	0,00	0	0	0,00	0	0,00	0	0,00
PUERTO RICO	302	18,82	857	8,76	0	0,00	0	0,00	0	0	0,00	0	0,00	0	0,00
REINO UNIDO	568	35,02	6,679	0,07	2,023	0,07	24,668	0,16	1,041	13,877	0,12	21	1,28	189	3,12
SUIZA	2,866	0,18	35,955	0,37	981	33,60	12,418	0,08	0	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TAILANDIA	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0	0,00	72	4,39	1,282	0,02
UNION DE REP.	31,544	1,95	149,829	1,53	9,681	0,33	68,073	0,44	0	0	0,00	0	0,00	0	0,00
		0,00		0,00		0,00		0,00			0,00		0,00		0,00
TOTAL	1621,738	100,00	9783,699	100,00	2919,959	100,00	16459,190	100,00	2116,280	11736,044	100,00	1641,007	100,00	6067,228	100,00
Tasa de crecimiento	-44,46024756		-36,71273204		37,97602397		31,72402896		28,9622774	93,43337682					

FUENTE: SECOFI, BANCOMEXT. 1996. BANCO DE DATOS

ESTADOS UNIDOS:

Representa el principal mercado para la flor mexicana, en 1992 la exportación a dicho mercado representó 15.7 millones de dólares, de los cuales el 11.5% correspondió a rosas (US\$ 22, 030.00 de rosas sweethearts y US\$ 6,360,113.00 de la demás rosas).

CANADÁ:

De 1989-1992 las exportaciones mexicanas a Canadá registraron envíos crecientes en volumen y valor. En 1992, el valor de la exportación en productos agrícolas fue de US\$ 870,000.00, aproximadamente el 0.5% de la importación total a Canadá, la cual es de US\$ 200,000,000.00.

JAPÓN:

La exportación de México a Japón registró de 1989-1993 una TMCA de 38.9% en valor y de 15.1% en volumen. Actualmente el 3.4% del valor de las exportaciones mexicanas se concentran en ese país.

Japón representa un gran mercado para las flores. Dado que las compras de flores por persona figura entre los más altos (US\$ 49). Como mercado de importaciones de flores de corte, ocupa el séptimo lugar a nivel mundial (después de Alemania, Estados Unidos, los Países Bajos y Suiza). En el periodo 1989-1993 importó flores de corte por un valor de 22,500 y 159,817 millones de dólares respectivamente, lo que significa un aumento del 610% de las importaciones en ese periodo, con una TMCA del 35.66%. Sin embargo, a pesar del rápido incremento de las exportaciones, estas solo representan una pequeña porción de la demanda total del Japón alrededor del 6%.

En 1985, los principales exportadores de flores de corte al Japón fueron Tailandia, Taiwan y Estados Unidos con el 44%, 15.29% y 12.80% respectivamente. Sin embargo, actualmente empiezan a aparecer otros países a la vanguardia como los Países Bajos que en 1993 abastecieron con el 36.21%, Tailandia con el 21.20% y Nueva Zelanda con el 10.82% (ver cuadro 2.6.3.).

Cuadro 2.6.3. Japón; importaciones de flores de corte, por origen y valor, 1985-1993.

PAIS	AÑO							
	1985	1986	1987	1988	1989	1991 ¹	1992 ¹	1993 ¹
	Millones de dólares							
Tasa de crecimiento		66.53%	53.85%	77.05%	8.05%	30.37%	-10.52%	24.49%
TOTAL	22,50	37,47	57,65	102,07	110,29	143,79	128,37	159,817
PAISES BAJOS	1,72	5,22	11,77	29,88	40,7	48,75	41,296	57,877
TAILANDIA	9,9	16,73	23,12	32,95	27,92	31,66	27,641	33,886
PAISES SIATICOS	3,44	3,37	6,25	11,83	12,73	13,25	7,226	7,134
NUEVA ZELANDA	1,55	3,72	5,15	7,96	7,74	12,32	14,255	17,294
SINGAPUR	1,41	1,68	2,84	4,88	6,35	11,26	13,997	13,934
AUSTRALIA	0,4	0,85	2,37	6,19	4,56	10,049	7,267	9,128
ESTADOS UNIDOS	2,88	3,9	3,79	4,4	3,99	4,947	5,243	5,296
OTROS *	1,20	2,00	2,36	3,98	6,30	11,55	11,45	15,27

* OTROS (Incluye: Países Sudafricanos, Malasia, España, Colombia, Francia, Brasil e Israel).

FUENTE: UNSO/ITC Comtrade Data Base System. (citado por ITC, 1991.).

¹ FUENTE: MINISTRY OF FINANCE, CUSTOMS STATISTICS (Citado por JETRO, 1995).

Las exportaciones de flores frescas de corte a Japón por los Países Bajos en 1987 y 1989 fue de 19,351 y 60,191 miles de tallos respectivamente, de los cuales 725 y 7,077 correspondieron a rosa.

De las importaciones de rosa por Japón, de los Países Bajos importan el 68.96%, Singapur y Nueva Zelanda abastecen con solo el 3.4% siendo los segundos en importancia, por lo que los Países Bajos acaparan el mayor porcentaje.

LOS PAÍSES BAJOS:

Comercio: Los Países Bajos son el principal exportador de flores de corte y son considerados como el centro mundial por excelencia del comercio de productos florícolas. La demanda y la oferta internacional se confrontan en las subastas holandesas. Alrededor del 70%

de la producción holandesa se exporta y cerca del mismo porcentaje de las flores de corte importadas son re-exportadas. Los Países Bajos están a la vanguardia en el campo de los transportes para la flor, empaques y las funciones comerciales.

La industria florícola de los holandeses cuenta con el 10% de la superficie mundial cultivada y contribuye con el 20% de la producción mundial para flores de corte y plantas de maceta, esta producción fue valuada en 5.7 billones de guilders en 1992. Los Países Bajos exportaron en 1992 3.9 billones de guilders lo que representa el 60% del total de las exportaciones mundiales, de plantas en maceta exportaron en el mismo año 1.7 billones de guilders, el 48% de las exportaciones mundiales.

No obstante la baja en ventas de flores de corte que se presentó en 1992, se espera que las exportaciones de Holanda continúen incrementándose de 1993/1994 hacia adelante el Dutch Flower Council ha pronosticado las exportaciones para 1997 de 4.5 billones de guilders en flores de corte, y de 1.9 billones en plantas de maceta, este pronóstico refleja una tasa de crecimiento promedio de 1993 a 1997 del 3.2% y 3.6% respectivamente.

El manejo de las subastas de la distribución internacional de flores ha presentado cambios, en 1980 manejaron 2.1 billones de guilders y en 1992 5.1 billones. Las subastas además de manejar los productos locales, también manejan arriba del 40% de las importaciones totales de la Unión Europea. Con excepción de Colombia, los países productores de flores de corte mandan una gran proporción de su producción a los Países Bajos para su distribución en Europa Occidental. En 1991 el 59% de las exportaciones totales de flores de corte de Israel (22.4 millones de kg.) se enviaron a los Países Bajos, España envió el 51.4% (15.9 millones de kg.).

Cuadro 2.6.4. Países que exportan flores de corte a los Países Bajos, datos de 1991.

PAÍS EXPORTADOR	% del total de sus exportaciones	PAÍS EXPORTADOR	% del total de sus exportaciones
Israel	59%	Alemania	65.4%
España	51.4%	Etiopía	99.7%
Kenia	61 %	Tailandia	21.3%
Zimbabwe	94%	Reino Unido	5.8%

Fuente: Anónimo, 1994. Floriculture products, a survey of the Netherlands.

Las importaciones de flores de corte incrementaron entre 1985 y 1990 en un 78%. España, Kenya y Zimbabwe son los principales suministradores en este renglón hacia los Países Bajos, mientras que la importancia de Israel, Tailandia, Colombia y Etiopía esta disminuyendo.

Sin embargo, actualmente Israel es el principal suministrador de flores de corte para los Países Bajos: con un valor de 146.9 millones de guilders en 1992, su parte del total de las importaciones holandesas fue del 24%. Otros suministradores son España con el 10% en 1992, EE.UU. con el 11%, Kenia tiene el 10%, Zimbabwe el 7% Costa Rica el 7%, y Colombia el 5%. Aunque Colombia es el segundo gran exportador de flores en el mundo, el principal destino es hacia EE.UU. y el Reino Unido más que hacia los Países Bajos, las importaciones desde América se están incrementando (Costa Rica, Guatemala, Ecuador, México y Perú) y de África se incluye a Zambia.

Los principales países que abastecen de rosa a los Países Bajos son: Israel (39%), Zimbabwe (29%), Kenia (11%), Zambia y Ecuador (cada uno con el 4%), Colombia, Bélgica, Morocco, las Islas Canarias y Malawi cada uno con el 2%.

Los requerimientos del comercio holandés son abastecidos en gran parte por la producción local pero la significancia de las importaciones esta incrementando y esta siendo promovida activamente por las subastas. Las importaciones permiten al comercio holandés abastecer una amplia selección de flores de corte para sus cliente Europeos a lo largo del año. Las importaciones mas significativas que se realizan son las de flores de corte en los meses de invierno y las flores y plantas seleccionadas que pueden crecer mas exitosa y competitivamente en otros países. Las importaciones de flores de corte y ornamentales de follaje crecieron en 20% entre 1991 y 1992 para aumentar a un valor total de Dfl. 600 millones. Los claveles y las rosas son los productos de importación más importantes contabilizando el 24% y 12% del valor de las importaciones totales respectivamente.

Cuadro 2.6.5. Importaciones de rosas y flores de corte por los Países Bajos, 1990-1992.

	Volumen (1000 kg.)			Valor (Dfl. 1000)		
	1991	1992	1993	1991	1992	1993
Total flores de corte	63.585	74450	88.101	431.838	496.243	599.896
Rosas	3.412	4.896	7.046	33.145	43.524	69.932

Fuente: Anónimo, 1994. Floriculture products, a survey of the Netherlands.

A través de los consumidores de Europa Occidental se determina el nivel de demanda para los productos florícolas de los Países Bajos dado su papel de principal centro de distribución mundial. El 38% de todas las flores de corte y el 21% de las plantas en maceta compradas por los consumidores de Europa vienen de el comercio holandés.

Cuadro 2.6.6 Exportaciones holandesas de flores de corte (Dfl. mln), 1992.

Mercado	Importaciones de los P. Bajos	% de su demanda total	Mercado	Importaciones de los P. Bajos	% de su demanda total
Alemania	1.978	59%	Austria	121	49%
Francia	489	42%	Bélgica	65	54%
Reino Unido	406	42 %	Dinamarca	81	58%
Italia	177	8 %	Suecia	84	38%
Suiza	141	34%	España	44	12%

Fuente: Anonimo, 1994. Floricultura products, a survey of the Netherlands.

El mercado Europeo acaparó el 96.9% de las exportaciones de los Países Bajos en 1992, observándose un incremento con respecto a 1990 que fue del 95.4%. Las exportaciones se enfocan primeramente hacia Alemania, este país consumió el 48% de las exportaciones totales holandesas de productos florícolas en 1992. Las exportaciones hacia otros países de la Unión Europea tales como Francia, el Reino Unido, e Italia esta en continuo crecimiento. Las exportaciones destinadas hacia el exterior de la Unión Europea esta disminuyendo en importancia.

Cuadro 2.6.7. Destino las de las exportaciones holandesas de flores de corte en 1992.

PAÍS	% DE LAS EXPORTACIONES	PAÍS	% DE LAS EXPORTACIONES
Alemania	48.1%	Bélgica	2.2%
Francia	12.4%	EE.UU.	1.9%
Reino Unido	9.2%	Dinamarca	2.2%
Italia	6.9%	Suecia	2.0%
Suiza	3.5%	España	1.7%
Austria	3.2%	Japón	1.3%

Fuente: Anonimo, 1994. Floricultura products, a survey of the Netherlands.

Clima: los Países Bajos se encuentran en una zona templada y el clima es grandemente influenciado por el mar. Las variaciones de temperatura se encuentran en el rango de -15°C a 30°C y en el verano el promedio es de 17°C , en el invierno es de 2°C . La lluvia es una característica constante del clima holandés.

Producción: La superficie de flores de corte en 1990 fue de alrededor de 5,700 ha existiendo arriba de 110,000 negocios florícolas, el 85% de los cuales se especializan en flores de corte. El valor de la producción de la industria florícola esta creciendo más rápidamente que la superficie, debido a que después de 1980 incrementó la productividad. Durante los 80s el valor de la producción creció mucho más rápidamente que la superficie, la alta productividad condujo a un crecimiento del 35% de la producción entre 1985 y 1990, y de un 9% en 1991 seguido por una disminución marginal en 1992. La producción total de flores de corte y plantas de maceta en 1992 fue de Dfl. 5.73 billones. Las rosa y crisantemos siempre representan del 35-40% de la producción total de flores de corte. Las rosas, crisantemos, claveles y tulipanes son los principales tipos de flores que exportan los Países Bajos, con el 24.1%, 11.8%, 11.5% y 9.7% respectivamente para 1992.

La superficie total bajo cultivo en 1992 se cuantificó en 7,625 ha, de las cuales el 70% estaba bajo invernaderos con cubierta de vidrio.

Desde 1980, las rosas y los crisantemos representaron el 85% de lo manejado en las subastas. Le siguen los claveles, tulipanes, lilis, fresias, gerberas y la gypsófila. En 1990, casi 9 billones de flores de corte (alrededor del 95% de la producción) fueron vendidas en las subastas. Arriba del 70% de las ventas se van a la exportación. La formación del precio en las subastas de flores holandesas esta por lo tanto determinado por la demanda del extranjero. El precio de las subastas determinan grandemente la oferta futura de los productores holandeses.

Mercado interno: Los Países Bajos son un gran mercado consumidor para los productos florícolas, este se cuantifica en Dfl. 1.9 billones en 1992, representando un gasto per cápita de Dfl. 127 per cápita. Comparado con otros mercado Europeos es muy alto (ver cuadro 2.6.8.).

Cuadro 2.6.8 Consumo per cápita de flores de corte de algunos países Europeos.

	Flores de corte	Total	Cons. per cápita Dfl.
Bélgica	710	1.415	135
Francia	3.232	6.216	111
Alemania	6.700	12.950	164
Italia	5.625	7.864	137
Los Países Bajos	1.125	1.900	127
España	1.0890	1.869	48
Reino Unido	2.175	3.060	53

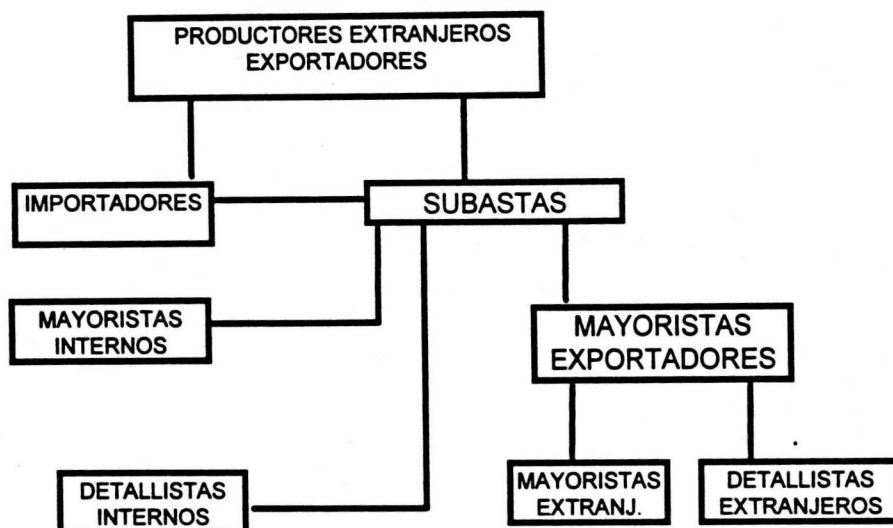
Fuente: Anonimo, 1994. Floriculture products, a survey of the Netherlands.

En 1990 y 1992 el mercado experimentó un rápido crecimiento del 10.9% y 6.7% respectivamente. En 1992 mostró solo un mínimo crecimiento del 0.3%, Para 1997 el Flower Council ha predicho que el mercado holandés representará los Dfl. 2.1 billones el cual representa un incremento en el consumo per cápita a Dfl. 140.

La mayoría de las flores se venden para regalo (36%) y para uso de los propios compradores un 39%. Una porción del mercado tiene demanda por la alta calidad de los productos, y existe un gran grupo que tiene demanda en base al precio. Existe una fuerte demanda por nuevos productos, por lo que el mercado interno se cubre de innovaciones, el mercado Alemán es por sí solo un importante estímulo para las innovaciones.

Canales de distribución: Los productores extranjeros y exportadores mandan su mercancía directamente a las subastas o a un importador, quien somete a sus productos a una subasta por si mismo o los vende directamente a los compradores mayoristas para su distribución en el mercado interno detallista o para ser re-exportado (ver diagrama 2.6.1.).

Diagrama 2.6.1. Canales de distribución florícolas holandeses.



Precios: los precios a los cuales las flores de corte son vendidas en las subastas holandesas son indicativos de la tendencia de precios internacionales para estos productos. Sin embargo, a pesar del agudo incremento en la oferta, el precio promedio anual de flores de corte permaneció virtualmente constante en los últimos diez años. No obstante, el precio nominal promedio de las flores mas frecuentemente vendidas, han caído, indicando que el aumento de la oferta en el mercado esta haciendo que el cultivo de algunos productos sea menos rentable. Entre 1991 y 1992 el precio promedio de las flores en las subastas holandesas cayó en un 6.5%. El precio promedio de un tallo estuvo en 38 centavos.

Debido a la naturaleza de la oferta y la demanda a corto plazo existen fluctuaciones del precio frecuentemente en las subastas holandesas. Por lo que los importadores tienden a manejar la mayoría de sus productos importados a un precio fijo basado sobre pronósticos a largo plazo.

COLOMBIA:

Producción: La producción de Colombia está casi completamente enfocada a la exportación. La diversidad de especies que ofrece es limitada, ya que el 46% de la producción

corresponde al clavel, el 25% a crisantemos y el 15% a rosas. Existen alrededor de 250 propietarios de grandes compañías exportadoras quienes tienen alrededor de 400 viveros, con un tamaño promedio de 8 ha. Además hay alrededor de 80 compañías de tamaño pequeño y mediano. El cultivo se realiza principalmente bajo cubiertas plásticas, porque existen muchas problemas de enfermedades, el calentamiento casi no se usa, pero sí el suministro de luz en algunos casos. La superficie en 1990 fue de 3914 ha y para 1991 se esperaba un crecimiento del 5%. El volumen de producción ha incrementado junto con la superficie. La producción en 1990 se cuantificó en 102,000 ton, de las cuales el 85% fue exportado. La producción de rosas y claveles esta creciendo más rápido que el promedio.

Comercio: Colombia es el segundo más grande exportador mundial ya que proporciona el 10% de las exportaciones mundiales de flores de corte. Las exportaciones se han desarrollados explosivamente, aumentando en 35% en volumen desde 1988 con 7,097,400 ton en 1990. La mayor parte de las exportaciones se dirigen hacia EE.UU. (81% en 1990). Colombia es el principal país exportador de el mercado Americano. Después de EE.UU. Europa occidental es el segundo principal mercado con el 14% de las exportaciones.

Mercado interno: El poder de compra interno es muy bajo como para permitir jugar en papel significativo en la compra de flores. Solo el 15% de la producción se queda en el país.

Distribución: La producción se concentra principalmente alrededor de Bogotá, donde se cuenta con alrededor del 87% de los cultivos, el 7% se distribuye sobre Medellín, y en la vecindad de Cali se distribuye el 3%. Los productores se encuentran organizados en dos organizaciones para exportar flores: Asolcoflowers (principales productores) y Fedeflores (pequeños y medianos productores, que frecuentemente son colombianos), estas grandes empresas producen, investigan, propagan y exportan el material. Este arreglo permite una forma extensiva de control de la cadena integrada. Conocen el gusto y las exigencias de los clientes.

Las ventas en los EE.UU. son principalmente canalizados a través de los importadores colombianos establecidos en Miami, Florida. Las grandes compañías tienen sus propios negocios de ventas ahí.

Colombia depende de países extranjeros para abastecer su material de propagación, principalmente de EE.UU. y de los Países Bajos. La propagación es realizada en los viveros de los productores.

Los productores colombianos se consideran mutuamente como competidores. Las grandes compañías tienen una poderosa posición, debido a que son importantes fuentes de empleo y de ingreso lo que ayuda a la débil economía del país. Los negocios de tamaño pequeño y mediano tienen una baja influencia en este sector.

ITALIA:

En términos de valor, Italia es el tercer principal productor de flores de corte. La mayor parte de su producción se destina hacia el mercado interno, solo el 7% es exportado. Aunque la superficie cultivada de clavel ha disminuido, esta sigue siendo la principal flor de corte. Otras flores importantes son la gladiola, el crisantemo y la rosa. Empieza a existir un desplazamiento de los cultivos tradicionales por nuevas variedades tales como las flores de verano.

Comercio: Italia es el tercer principal exportador mundial de flores de corte teniendo en 6% de las exportaciones mundiales. En el periodo de 1980-1990 las exportaciones incrementaron en un 59% con 261.8 millones de guilders. La mitad de las exportaciones se van hacia Alemania, Suiza es el segundo cliente en importancia con el 19% del mercado. Las importaciones Italianas han incrementado más rápidamente que la producción interna, y como un resultado de la disminución de la oferta interna, las importaciones son atractivas para los mayoristas. Tres cuartas partes de las importaciones llegan de los Países Bajos. Las orquídeas y los crisantemos son los productos más importantes, y principalmente se abastecen con la producción interna. Tailandia con el 17% de las importaciones es un importante abastecedor de orquídeas.

Mercado interno: El consumo per cápita es el más alto del mundo. Los consumidores italianos miden la calidad y están preparados para pagar por ella. Su gusto difiere de los otros europeos que tienen una fuerte preferencia por las flores grandes y plantas en maceta. El norte de Italia y las áreas alrededor de las grandes ciudades son las principales regiones de importancia para la venta de flores de corte. Las flores son tradicionalmente consideradas como un producto de lujo, compradas principalmente para ocasiones especiales (48%), un 15% se dedica a las defunciones o a actividades propias del cementerio y las compras de flores para el uso propio es muy general (20%).

Canales de distribución: Las principales regiones productoras son: Liguria, Toscana, y Lazio. La oferta es fraccionada como resultado del cambio de la producción a el sur y el gran número de pequeños viveros. Esto implica altos costos para el comercio, debido a que los productores tienen que distribuir su producto por si mismos. Para hacer esto, ellos pueden escoger vender a los detallistas (directamente, o a través de un mercado mayorista) o al comercio colectivo mayorista. Los productores pueden también exportar sus productos por si mismos, o vender directamente al consumidor. Los productores frecuentemente realizan varias funciones, como por ejemplo, de productor, importador y mayoristas.

Comercio mayorista: La distribución en Italia es intrincada y compleja, el 30% de la producción local se comercializa en el mercado mayorista, incluyendo generalmente productos de inferior calidad. Las flores importadas son comercializadas en el mercado de los productores (mercados mayoristas donde los productores ofrecen sus productos a mayoristas). Hay poca concentración en el suministro o la oferta de flores de corte. Los tres principales mercados mayoristas manejan el 50% de la producción. Los mayoristas obtienen solo un pequeño porcentaje de los que ellos venden. Ellos han incrementado dicho porcentaje llevando el producto al detalle personalmente. La mayoría de los productos (alrededor del 70%) viene de sus propias regiones y el resto son importados. Se calcula que en Italia existen 10,000 floristas que se dedican al comercio minorista. Además hay alrededor de 10,000 comercios en las calles. El comercio de la calle se realiza principalmente en los pueblos, pero desde el punto de vista nacional las tiendas floristas son el principal canal de compras. Un grueso margen de ganancias del 200% no es inusual.

El sector florícola es fuertemente dependiente de las importaciones de material de propagación.

Variables económicas: Desde el momento en que los productores son responsables de sus propias ventas, ellos se consideran mutuamente como sus principales competidores. La producción altamente fragmentada y la carencia de organización de los productores lleva a que formen un bloque pobre en cuanto a organización se refiere. La intrincada estructura de distribución permite que el comercio ejerza una gran influencia sobre el precio. Los factores de la producción, y la situación geográfica de los productores italianos es favorable con respecto a Europa, los costos de transporte son bajos. Italia tiene una buena infraestructura de carreteras,

pero el transporte terrestre puede ser ineficiente debido a los golpes que recibe el producto. Las oportunidades respecto al transporte aéreo son limitadas. Las condiciones climatológicas son buenas, Italia tiene un clima caluroso. El cultivo de flores requiere poca energía, pero el agua es escasa durante el verano y por lo tanto su precio es alto. La construcción de invernaderos en las partes altas (colinas) es difícil y caro. Hay suficiente mano de obra calificada disponible para los productores, pero es relativamente caro. Hay suficientes facilidades de aprendizaje y cursos de repaso disponibles para los trabajadores. El aprendizaje es principalmente práctico. Las investigaciones en flores de corte son limitadas y existe poco intercambio de conocimiento. La inflación y la tasa de interés son relativamente altas.

ISRAEL:

La superficie cultivada se ha ido incrementando, alrededor del 70% de los cultivos se encuentran bajo cubierta. El uso de agua es limitado, por lo que el cultivo bajo cubierta de vidrio tiene una cuota relativamente alta. Debido al rápido crecimiento de la población, en el futuro el uso del agua llegará a ser un gran problema.

Comercio: Israel ocupa el cuarto lugar en las exportaciones mundiales de flores de corte. Y el principal objetivo de los exportadores es la Unión Europea y se enfoca principalmente en los meses de invierno. La distribución de Europa se canaliza principalmente a través de las subastas holandesas.

La mayor parte del material de propagación se obtiene en el mismo país.

Mercado interno: El mercado interno es relativamente pequeño, las flores que no alcanzan los requerimientos de calidad en los países extranjeros son vendidas a buenos precios en el mercado interno.

Canales de distribución: El número de productores ha declinado en los últimos años, pero hubo un sustancial incremento en la escala de distribución. Los productores están bajo la supervisión del Consejo de las flores (Flower Board), un cuerpo de gobierno encargado del monitoreo de la producción y distribución de las flores de corte.

Las exportaciones están organizadas a través de tres canales: cerca del 65% es manejado por Flower Board, el cual trabaja exclusivamente con subastas, 5% a través de compañías

privadas y el 30% vía Carmel Agrexco. Los productores están generalmente en contacto directo con el mercado mayorista de subastas. En este caso el papel de Flower Board esta limitado a dar un consejo, proveer de transporte y dar la información del mercado. Agrexco, una subsidiaria de FB que hace el negocio directamente con los importadores. Este lleva un estricto control de calidad, después las flores son vendidas bajo la marca Carmel. La fuerza de Agrexco esta bajando en favor de las subastas. La razón es que en las subastas se paga mejor por la calidad.

Variables Económicas: El gobierno ejerce una gran influencia sobre el sector florícola de exportación a través de Flower Board. El Ministerio de Agricultura financia dos institutos de investigación donde se desarrollan nuevas especies de flores. El sector de las flores de corte se ha desarrollado ya que ha pasado de ser un seguidor de la moda a un sector que la dicta. La competencia con otros países que producen flores más baratas hacen que el cultivo de flores como el clavel sea incosteable. Por lo que la mayoría de las investigaciones actuales se enfocan a renovar la diversidad. Israel ha tenido que reaccionar ante las desventajas que presenta en cuanto a su situación geográfica, con un eficiente transporte aéreo y extensas investigaciones sobre calidad postcosecha.

2.6.4. Producción de rosa a nivel mundial

Los principales países que cultivan rosas a nivel mundial son: España con el 16.45% del total de hectáreas cultivadas a nivel mundial, Italia cultiva el 15.85% y Holanda el 14.24%, México tan solo cultiva el 0.04% del total mundial.

Cuadro 2.6.9. Producción de rosa por país a nivel mundial (1996).

PAIS	Hectáreas	% del total
ESPAÑA	1070	16.45
ITALIA	1031	15.85
HOLANDA	926	14.24
INGLATERRA	843	12.96
JAPON	555	8.53
ECUADOR	450	6.92
FRANCIA	420	6.45
ESTADOS UNIDOS	351	0.053
KENYA	300	0.046
COLOMBIA	290	0.044
MEXICO	266	0.040
TOTAL	6502	100

Fuente: VISAFLOR, 1996.

3. RESULTADOS Y ANALISIS

3.1. CANADÁ MERCADO DE ROSAS

3.1.1. Características del mercado

3.1.1.1. Consumo percapita

En 1990 el gasto promedio por familia canadiense en la compra de flores de corte y plantas en maceta fue de C\$ 41 dólares. Las ciudades con el más alto porcentaje de poder de compra son Calgary, Alberta con C\$ 51 y se reporta que más del 50% de las familias son compradores de estos bienes, Edmonton (Albta) con C\$50, Victoria (BC) con C\$ 51 y Vancouver (BC) con C\$ 51.

En 1990 el 48.5% del total de familias canadienses compraron flores de corte o plantas en maceta.

3.1.1.2. Patrón de compra del consumidor

. **San Valentín:** febrero es uno de los meses de mayor demanda en el oeste de Canadá, debido principalmente a éste día. La rosa sin duda, es la variedad más demandada. En general las flores rojas son las preferidas, pero también las de color rosa y blanco si se mezclan en arreglos florales.

Esta fecha representa la oportunidad más fuerte para las importaciones en virtud de que la demanda no puede ser cubierta con el suministro local, dando como resultado que los precios alcancen incrementos que van desde el 200 al 300%.

. **Día de la Secretaria:** este día es celebrado la última semana de abril para esta ocasión se acostumbra a regalar flores frescas de corte, incluyendo por lo tanto la demanda de rosas de tallo largo.

. **Día de las madres:** se celebra el segundo domingo de mayo. Las tradicionales flores para esta ocasión son claveles, margaritas, crisantemos y rosas.

. **Navidad:** es la festividad del "rojo y blanco". Los arreglos florales predominantemente utilizan rosas, crisantemos y claveles mezclándose con velas, frutos de pino, ramas verdes y listones para dar más vistosidad a los mismos.

. **Bodas y Funerales:** La temporada de celebración de bodas en Canadá va de abril a septiembre principalmente. Existe una gran demanda de aquellas flores que combinen con la última moda en colores para novias y normalmente el costo no es un aspecto a considerar. Las rosas por su gran variedad de colorido que presentan no se descarta su uso.

3.1.1.3. Competencia

Producción local:

Las rosas son las principales variedades de corte producidas en Canadá. En 1992 su producción aproximada fue de 75.5 millones de tallos de rosas en general, adicionales a los 48.1 millones de rosas tipo sweetheart.

Las otras variedades de flores comerciales cultivadas en Canadá fueron tulipanes (15.6 millones de tallos), alstroemerias (13.2 millones de tallos), freesias (14.7 millones de tallos), crisantemos pom pom (8.3 millones de tallos), crisantemos estandard (5.3 millones de tallos), perritos (5.0 millones de tallos), iris (4.0 millones de tallos) y gerberas (3.4 millones de tallos). El resto de la producción de otras flores en ese mismo año fué de 40.4 millones de tallos.

En British Columbia también las rosas son las principales flores de corte. En 1991 se cultivaron 11,045,000 tallos excluyendo la variedad sweetheart. Alberta cultivó en 1990 126,378 tallos de rosas, menos de la séptima parte de la producción en British Columbia. La producción en Alberta es preponderantemente estacional comparada con British Columbia, teniendo un clima más severo que limita drásticamente la producción en los meses de invierno. La temperatura de sus dos principales ciudades oscila de diciembre a febrero entre -2 y -15° C en Calgary, y de -6 a -18 ° C grados en Edmonton.

Colombia:

En 1993 el principal país proveedor de flores de corte fue Colombia con el 56% del total importado por Canadá en ese año.

Las principales importaciones de Colombia llegan a Ontario, Canadá, a través de Miami, Estados Unidos. Existe mayor competencia de la flor colombiana en el estado de Canadá que en la parte oeste, debido a la proximidad de Miami y los altos costos de producción en esa región de Canadá.

La mayoría de los distribuidores y agentes en el oeste de Canadá compran flores de corte colombianas vía agentes ubicados en Miami. Sin embargo, algunos productores colombianos tienen agentes localizados en Toronto para vender a los clientes del Oeste de Canadá. Pocas son las firmas ubicadas en esta área Oeste que compran directamente de Colombia.

Otros países:

En 1993 la participación en el total importado de otros importadores proveedores de flores de corte a Canadá fueron los Estados Unidos (16%), Holanda (11%), Ecuador (4%) y Costa Rica (2%). México exportó ese año a Canadá C\$ 743,000, es decir 1.4 por ciento del total importado.

Cuando la producción local no está disponible regularmente los distribuidores de B.C. y Alberta realizan sus compras de flores a través de California vía agentes o grandes productores, importan muy poco volumen directamente de México.

Las flores de Holanda son más populares en el este de Canadá, en tanto las flores de Ecuador, Costa Rica y otros países de Latinoamérica representan otras opciones para la región oeste de ese país.

3.1.1.4. Estacionalidad y demanda

British Columbia y Alberta tienen cuatro estaciones diferentes, consecuentemente los productores locales tienen que usar invernaderos para producir la mayoría de sus flores. Las cifras proporcionadas por las subasta de Vancouver muestran que únicamente el 8.7% de las flores de British Columbia son cultivadas a cielo abierto.

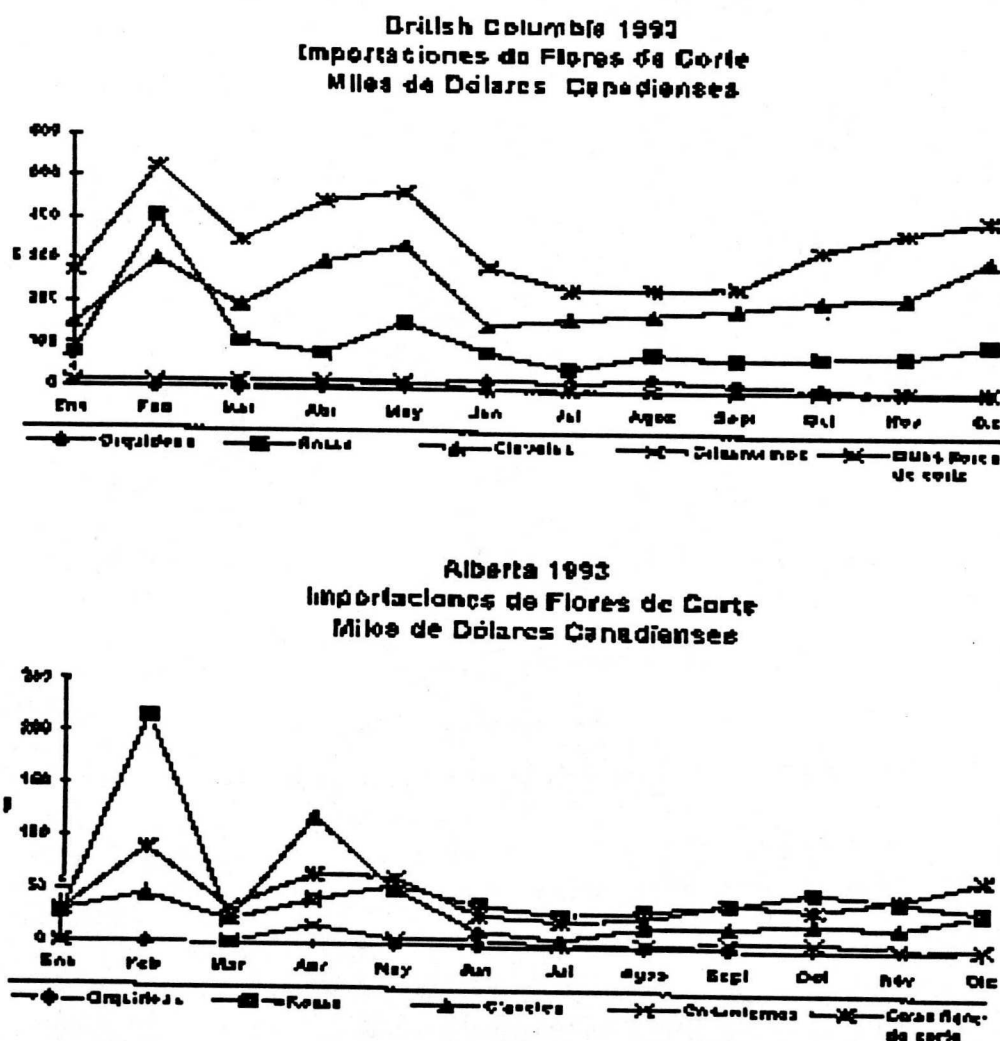
La producción en invernaderos es limitada en los meses más fríos y oscuros que van desde noviembre hasta febrero, por lo que los productores locales encuentran dificultad para producir flores de alta calidad bajo sistemas de luz artificial durante este periodo. En consecuencia,

se reduce significativamente el abastecimiento local durante la Navidad y el Día de San Valentín, viéndose las importaciones de diferentes tipos de flores beneficiadas con altos precios.

Las siguientes gráficas muestran como en abril y mayo son también meses altos de ventas que propician las importaciones en British Columbia y Alberta, mismos que coinciden con la alta demanda para Semana Santa y el Día de las Madres.

Ambas gráficas muestran claramente a los productores mexicanos el periodo bajo de importaciones de rosas y otras especies de flores y la temporada de baja producción local.

Gráfica 3.1.1 Importaciones de rosa de British Columbia y Alberta a lo largo del año, 1993.

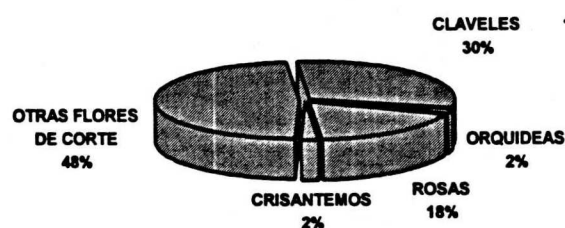


Rosa, exportación hacia EE.UU., Canadá y Japón

3.1.2. Importaciones

En 1993 las principales flores de corte importadas fueron los claveles con un 30% seguidos de las rosas con un 18% y los crisantemos con un 2%.

Gráfica 3.1.2. Importaciones de flores de corte por especie, 1993.



Fuente: Bancomext, 1994

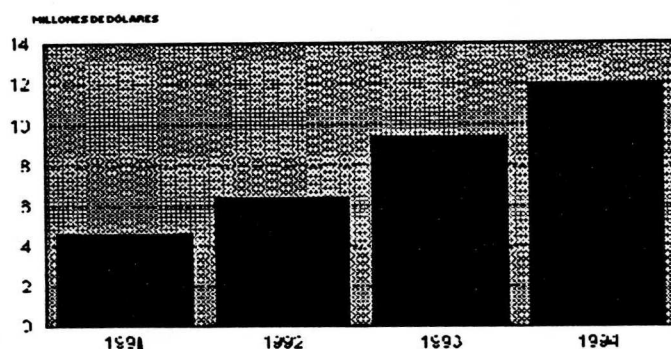
La rosa es la variedad más popular en el oeste de Canadá, de acuerdo a las ventas totales de flores que la subasta en Vancouver registró en 1993, las rosas representaron el 38% (C\$ 5.87 millones). Los productores del oeste de Canadá de abril a octubre abastecen el 100% de la demanda del mercado local. Durante estos meses British Columbia exporta rosas al estado de Washington, EE.UU.

Las oportunidades para las importaciones de rosas en Alberta son mucho mayores por su baja producción local, sin embargo se reducen en el verano.

La mejor temporada para vender rosas al oeste de Canadá a precios altos es de noviembre a marzo, cuando la producción local es limitada y coincide con la alta demanda para Navidad y día de San Valentín.

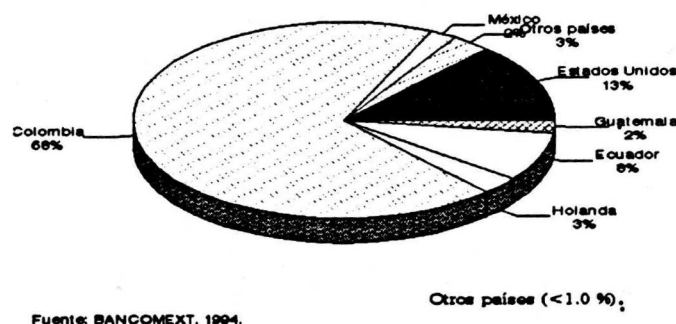
En 1993 el total de las importaciones de rosa se incrementó en 45% con respecto a 1992, alcanzando un valor de C\$ 9.3 millones.

Gráfica 3.1.3. Canadá; importaciones de rosas, 1991-1994.



Las importaciones de rosas han invadido el mercado canadiense, ya que el valor de las importaciones se ha incrementado en más del doble entre 1991 y 1994. La mayoría de las importaciones procede de Colombia, y en menor cantidad de Ecuador, donde las rosas se cultivan a cielo abierto durante todo el año. Incluyendo los costos del transporte aéreo, los precios de venta al mayoreo es alrededor de la mitad del precio que ofrecen los productores internos. Y aunque los consumidores tienen preferencia por la calidad de las rosas de los productores internos, frecuentemente pesa más la consideración por el precio.

Gráfica 3.1.4. Canadá; procedencia de las importaciones de rosas, 1993.



Colombia es el principal proveedor de rosas a Canadá. En el 1993 exportó C\$ 6.3 millones en rosas, representando el 72% del total importado en ese año.

En 1993 E.U. exportó a Canadá C\$ 1.2 millones de rosas, es decir, el 13.7% del total de las importaciones de esta flor. California es un fuerte proveedor de rosas para British Columbia y Alberta.

En 1993 otros importantes proveedores de rosas fueron Ecuador (C\$ 760,000 dólares), Holanda (C\$ 290,000 dólares), Guatemala (C\$ 200,000 dólares) y México (C\$ 190,000 dólares).

3.1.3. Canales de distribución

En el oeste de Canadá la mayoría de las flores de corte importadas las compran directamente de los agentes (brokers) y distribuidores. Algunos de estos últimos adquieren las flores a través de los agentes.

La mayoría de los agentes de esta región compran la flor a granel y se la venden a los distribuidores en cajas. Pocos agentes venden directamente al canal minorista. La mayoría de ellos utilizan el título de las flores que más venden. Asimismo, manejan entre el precio de compra y venta de la flor márgenes que van del 15 al 25 %.

Los principales clientes de los distribuidores son florerías, supermercados, tiendas de abarrotes y otras cadenas de tiendas. Los distribuidores manejan entre el precio de compra y venta de la flor márgenes que van del 40 al 50%.

El sistema de ventas por teléfono: existen asociaciones que representan a un número de florerías que operan sistemas de ventas por teléfono para atender demandas de flores. En Canadá los tres grupos que operan nacional e internacionalmente son Teleflora, American Floral Service (AFS) y Floral Transworld Delivery (FTD). Este grupo está integrado por miembros de la asociación y su principal objetivo es tomar pedidos a nombre de las florerías en otras localidades a un costo fijo. Nuevas formas de sistemas de ventas por teléfono son esperadas en el futuro. Actualmente las flores son anunciadas por radio y televisión como venta a través del número de teléfono 1-800. Algunas fuentes de la industria opinan que dentro de cinco años el 25% de las entregas florales serán realizadas por este sistema.

La Auction (subasta): la cooperativa de Productores de Flores Unidos (The United Flower Growers Cooperative, UFGC) fue formada por productores de flores en invernadero en British Columbia como una cooperativa de mercadotecnia para vender sus flores y plantas de la manera más eficiente y a los costos más bajos. Actualmente esta cooperativa agrupa a más de 100 productores en BC.

La subasta tiene los precios más bajos entre las diferentes opciones de distribución para flores frescas de corte. Su comisión es del 16% del precio final de venta, lo cual es igual a un 19% con respecto al precio de compra.

La mayoría de las flores vendidas a través de este sistema son producidas localmente en invernaderos o a cielo abierto. En 1993 únicamente el 2.2% de la venta de flores subastadas fueron importadas. Los distribuidores estimaron que la subasta vende el 5% del total de las importaciones de British Columbia.

Actualmente la Federación de Productores de Flores Unidos no permite la venta de rosas importadas bajo este sistema. Lo anterior, debido a que según sus miembros la subasta es para servir a los productores locales quienes pueden producir rosas durante todo el año. Ellos ven las importaciones de rosas como una competencia directa.

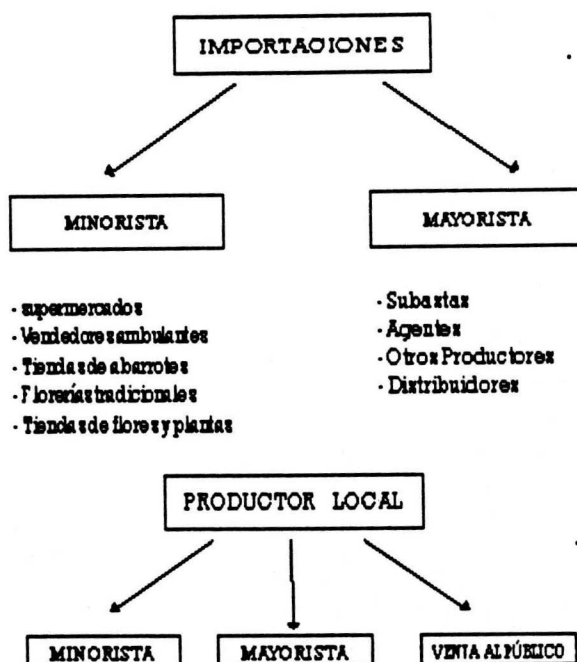
De acuerdo con los empleados de la subasta, la mayoría de las flores importadas vendidas en este mercado son aquellas que no pudieron ser colocadas por los distribuidores u otros importadores, dando como resultado flores de baja calidad.

En Ontario, se venden flores importadas a nombre de productores colombianos. Los productores colombianos pagan el flete y los gastos aduanales y organizan el producto para la subasta como cualquier oferta local. La subasta de Ontario se lleva el 16% de margen en las ventas del producto importado. Los productores colombianos, debido a que eliminan el canal del distribuidor pueden vender su producto en la subasta a precios más competitivos. Esta podría ser una opción para los productores mexicanos en el futuro.

Los tipos de cotizaciones más comunes en la región son CIF o FOB México. Los términos normales de pago son 20 días posteriores a la entrega del producto.

Otros canales para las flores importadas son: venta directa a los minoristas o a través de la Auction (subasta). Actualmente estos canales no son los más adecuados para las exportaciones mexicanas ya que requieren del desarrollo de una participación mayor en el mercado.

Diagrama 3.1.1. Principales Canales De Distribucion de Flores del Oeste de Canada.



3.1.4. Requisitos a las importaciones

3.1.4.1. Aranceles y controles a las importaciones

En 1993 el arancel para otras flores de corte con la fracción 0603.10.90 procedente de México se gravó con el 12.5%, bajo el TLCAN a partir de 1994 esta fracción se desgravará anualmente en 10% durante 10 años.

Lo anterior le da una ventaja a México en comparación con otros países en materia arancelaria, excepto con aquellos miembros de la "British Preferential Tariff", como Australia y Nueva Zelandia en donde sus exportaciones de flores de corte están libres de arancel. Las exportaciones de los Estados Unidos actualmente gravan el 4.9%.

De acuerdo a la "Revenue Canada, Customs and Excise" no existen cuotas de importación u otros controles para las flores de corte mexicanas.

"Revenue Canada, Customs and Excise" clasifica a las flores frescas de corte bajo la tarifa del sistema armonizado con la fracción arancelaria 0603.

Cuadro 3.1.1. Clasificación Aduanera Canadiense para Flores de Corte Frescas y Rosas.

Tariff Item	SS	Descripción	Unit of Meas	M.F.N. Tariff	U.S. Tariff	México Tariff	México- US Tariff
06,03		Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.					
06,03,10		Frescos					
0603,10,90		Otros		12.5% BPT Free	X	N/A	N/A
0603,10,90	10	Rosas	DZN				

3.1.4.2. Requerimientos Sanitario

La división de inspección de plantas del Departamento de Agricultura de Canadá informa que no existen requisitos ni se exigen certificados fitosanitarios para la importación de flores de corte. sin embargo, si exigen que la flor este libre de desechos y manchas, realizando inspecciones periódicas para asegurar que éstas disposiciones se cumplan.

En caso de que las flores de corte se encuentren infectadas por alguna plaga, entonces el Departamento de Agricultura de Canadá sujeta los embarques a lo siguiente:

- Tratamiento de erradicación de la plaga a costa del importador o,
- Regreso del producto a su país de origen o,
- Destrucción del material infectado.

3.1.4.3. Etiquetado del país de origen

"Revenue Canada, Customs and Excise" informa que no existen requisitos de etiquetados para importación de flores de corte, pero que se recomienda que la caja o el contenedor que

transporta la mercancía especifique claramente su contenido, país de origen y si son productos perecederos.

Impuestos sobre Bienes y Servicios (GST) y el Impuesto de Ventas Provincial (PST):

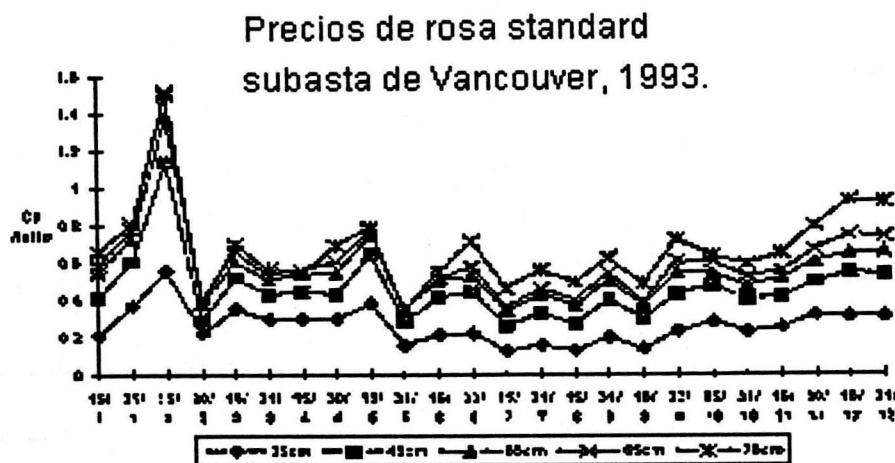
* La "Revenue Canada Customs, Excise and Taxation" es quien recaba el Impuesto sobre Bienes y Servicios (Goods and Services Tax, GTS) que grava también a las flores frescas de corte con un 7%. Este impuesto es doméstico y afecta a todos los bienes y servicios, y se calcula sobre el precio de venta.

* El "Provincial Sales Tax (PST)" opera como impuesto sobre las ventas. De acuerdo a "Revenue Canada" y al Ministerio de Finanzas de British Columbia, éste es pagadero por los consumidores al final de la venta y es recabado por el minorista. Los importadores y distribuidores que no vendan directamente al consumidor no están considerados en la recolección de este impuesto. Cada provincia en Canadá tiene una tasa y sistema de PST separado, y no todas tienen este impuesto, mismo que no debe de tener ningún impacto en las importaciones de flores de corte.

3.1.5. Precios

Durante el año se dan otros incrementos en precios debido a la alta demanda de flores para ocasiones especiales. La siguiente gráfica muestra los precios de la rosa standard durante 1993 en la subasta de Vancouver. Los picos se dan en Febrero por el Día de San Valentín, Semana Santa, Día de las Madres y Navidad. Como se comentó anteriormente, las mejores oportunidades para los productores mexicanos para exportar rosas al oeste de Canadá se dan en estas ocasiones.

Gráfica 3.1.5. Precios de la rosa standard en 1993 en la subasta de Vancouver.



Cuadro 3.1.2. Precios promedio de rosa en la subasta de Vancouver, 1993.

TIPO	Valor de ventas (Dólares)	% del total de ventas
Rosas, std 35cm.	262,728	1,7
Rosas, std 45cm.	1401,344	9,07
Rosas, std 55cm.	1186,179	7,68
Rosas, std 65cm.	888,394	5,75
Rosas, std 75cm.	372,049	2,41
Rosas, Samantha 45cm.	99,507	0,64
Rosas, Samantha 55cm.	120,389	0,78
Rosas, Samantha 65cm.	180,57	1,17
Rosas, Samantha 75cm.	196,275	1,27
Rosas, Kardinal 45cm.	475,605	3,08
Rosas, Kardinal 55cm.	345,348	2,23
Rosas, Kardinal 65cm.	130,894	0,85
Rosas, Kardinal 75cm.	11,015	0,07
TOTAL	5670,297	36,7

Fuente: Bancomext, 1994.

Del total de flores de corte vendidas en la subasta de Vancouver las rosas acaparan el 36.7% de las ventas totales y se observa que las variedades preferidas son las rosas tipo estandar de 45, 55, 65 y 75 cm , tambien la rosa kardinal de 45 cm.

El siguiente cuadro muestra una lista de precios promedio de rosa en la subasta mas reciente de Ontario, realizada por parte de Ontario Flower Growers Cut Flowers el Jueves, 1/10/1996. También se puede observar las diversas variedades de rosas que se demandan en el mercado canadiense.

Cuadro 3.1.3. Precios promedio de rosa en la subasta de Ontario, 1996.

Tamaño	grado del producto	Cantidad (miles de tallos)	Precio (C\$)	Tamaño	grado del producto	Cantidad (miles de tallos)	Precio (C\$)
#4	S1 R.HT BETTINA	500	.24	#4	S1 R.HT SOUVINIR	720	.24
#4	S1 R.HT CHAMPAGNE	120	.46	#5	S1 R.HT SOUVINIR	120	.19
#4	S1 R.HT COCKTAIL	250	.31	SEL	S1 R.HT ST.SILVER	120	.67
#4	S1 R.HT CONTESSE	250	.40	#3	S1 R.HT TINEKE	200	.69
#3	S1 R.HT FIRE & ICE	460	.30	#2	S1 R.HT TINEKE	200	.79
#4	S1 R.HT FIRST RED	120	.27	#2	S1 R.SH FRISCO	200	.47
#3	S1 R.HT GOLD EMBLEM	200	.49	#3	S1 R.SH FRISCO	240	.42
#4	S1 R.HT GOLD EMBLEM	975	.29	#4	S1 R.SH FRISCO	240	.25
#5	S1 R.HT KARDINAL	840	.16	#3	S1 R.SH GABRIELLA	600	.31
#4	S1 R.HT KARDINAL	1560	.27	#4	S1 R.SH GABRIELLA	720	.25
#3	S1 R.HT KARDINAL	3240	.32	#5	S1 R.SH GABRIELLA	240	.15
#4	S1 R.HT KONFETTI	250	.46	#5	S1 R.SH GERDO	120	.17
#3	S1 R.HT LADY DIANA	200	.42	#3	S1 R.SH MEDEO	120	.37
#4	S1 R.HT LIVIA	250	.42	#3	S1 R.SH MEGAN	120	.25
#1	S1 R.HT MME DELBARD	150	.78	#2	S1 R.SH SANGRIA	120	.22
#2	S1 R.HT MME DELBARD	200	.62	#3	S1 R.SH SANGRIA	120	.20
#3	S1 R.HT MME DELBARD	200	.46	#4	S1 R.SH SANGRIA	240	.18
#3	S1 R.HT OSIANA	200	.81	#5	S1 R.SH SANGRIA	120	.15
#1	S1 R.HT OSIANA	300	.68	#4	S1 R.SH SASHA	1200	.21
#2	S1 R.HT RED VELVET	120	.32	#3	S1 R.SH SASHA	120	.26
#3	S1 R.HT RED VELVET	120	.23	#2	S1 R.SH SASHA	480	.34
#4	S1 R.HT RED VELVET	288	.22	#1	S1 R.SH SASHA	80	.34
#4	S1 R.HT ROYALTY	480	.20	#5	S1 R.SH SCANDINAVIA	240	.18
#3	S1 R.HT ROYALTY	1680	.27	#2	S1 R.SH VALERIE	160	.45
#2	S1 R.HT ROYALTY	940	.41	#5	S1 ROSA HT	480	.20
#1	S1 R.HT ROYALTY	1040	.57	#4	S1 ROSA HT	1764	.36
SEL	S1 R.HT ROYALTY	960	.64	#3	S1 ROSA HT	2720	.40
#5	S1 R.HT SAMANTHA	840	.15	#2	S1 ROSA HT	2060	.57
#4	S1 R.HT SAMANTHA	1968	.22	#1	S1 ROSA HT	480	.63
#3	S1 R.HT SAMANTHA	3160	.34	SEL	S1 ROSA HT	245	.76
#2	S1 R.HT SAMANTHA	2560	.42	#2	S1 ROSA SWEET	680	.47
#1	S1 R.HT SAMANTHA	1980	.61	#3	S1 ROSA SWEET	2200	.39
SEL	S1 R.HT SAMANTHA	1260	.64	#4	S1 ROSA SWEET	4680	.31
#2	S1 R.HT SONIA	60	.49	#5	S1 ROSA SWEET	2880	.23
#3	S1 R.HT SONIA	60	.47	#5	S1 ROSA SWEET	1200	.15

Fuente: Internet, Banco de Datos, 1997.

Rosa, exportación hacia EE.UU., Canadá y Japón

Dirección: 910 Midway Boulevard Mississauga, Ontario Canadá.

1(800) 746 4634. Fax (905) 670 4562

E-mail sales@ontarioflowers.

Los precios para las variedades producidas localmente en British Columbia han fluctuado en los últimos años. El cuadro siguiente muestra los precios promedio de rosa en la subasta de Vancouver desde 1990. El cuadro también señala que la demanda y los precios estuvieron íntimamente ligados a la disponibilidad de la oferta local.

Cuadro 3.1.4. Precios promedio de rosa en la subasta de Vancouver.

PRODUCTO	AÑOS									
	1990		1991		1992		1993		1996	
	cantidad	precio c\$	cantidad	precio c\$	cantidad	precio c\$	cantidad	precio c\$	cantidad	precio c\$
Rosas, std 35cm.	1102885	0,26	822680	0,24	1107635	0,22	1094704	0,24	1764000	0,36
Rosas, std 45cm.	2928498	0,42	2417218	0,41	2891601	0,4	318487	0,44	2720000	0,40
Rosas, std 55cm.	1913824	0,53	2172261	0,51	2135567	0,5	2118177	0,56	2060000	0,57
Rosas, std 65cm.	1523058	0,64	1684521	0,58	1539105	0,55	1456385	0,61	480000	0,63
Rosas, std 75cm.	1061591	0,71	782612	0,66	506889	0,67	531499	0,7	245000	0,76

Fuente: Bancomext, 1994.

La siguiente es una lista de precios que un distribuidor utiliza para vender a las florerías de este tipo de flores, misma que puede ser indicativa para que los proveedores mexicanos observen la competitividad después de los márgenes del distribuidor para rosas. En esta lista no se contemplan los aranceles y los costos de transporte.

Cuadro 3.1.5. Canadá; lista de precios para rosas exóticas (1993) en Dólares Canadienses.

PRODUCTO	UNIDAD	PRECIO
		C\$
Rosas Shannon Sweetht 35cm.	25	9,5
Rosas Shannon Sweetht 45cm.	25	12,5
Rosas Shannon 40cm.	25	14,5
Rosas Shannon 45cm.	25	20
Rosas Shannon 55cm.	25	24
Rosas Shannon 65cm.	25	28,5
Rosas Shannon Kard/Sam 45cm.	25	24
Rosas Shannon Kard/Sam 55cm.	25	28,5
Rosas Shannon Kard/Sam 65cm.	25	33

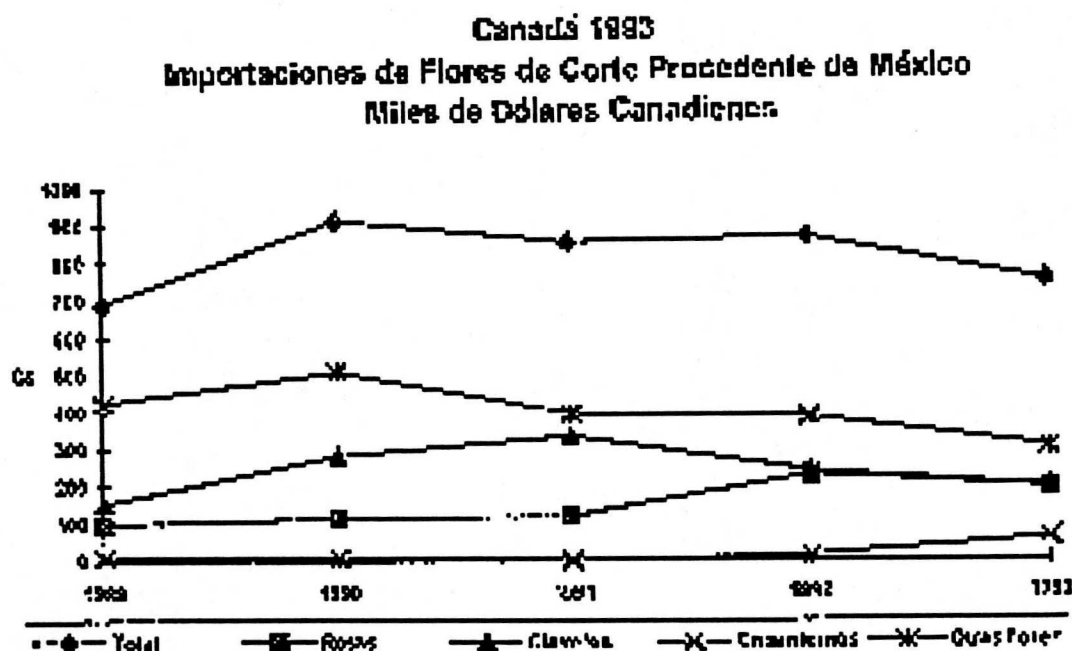
Fuente: Bancomext, 1994.

3.1.6. Perspectivas para las rosas mexicanas

En 1993 México exportó a Canadá C\$ 743,000.00 dólares de flores frescas de corte, de las cuales las rosas representaron el 25.5%.

El crecimiento de las exportaciones de rosas mexicanas se mantuvo relativamente estable en los años de 1988-1993, pasando de C\$ 98,000.00 a C\$ 190,000.00 en el periodo señalado (ver la grafica 3.1.6.). Sin embargo, en los últimos tres años, se ha visto un incremento en el valor de las exportaciones teniendo US\$ 56,092.00 en 1993 a US\$ 263,553.00 en 1994, US\$ 454,897.00 en 1995 y US\$ 483,787.00 en los primeros cinco meses de 1996. (ver cuadro 3.1.6 y 3.1.7.).

Gráfica 3.1.6. Exportaciones de rosas mexicanas a Canadá, 1988-1993.



Cuadro 3.1.6. México; volumen de exportaciones totales de rosa fracción 0603.10-06.

PAIS	1996*		1995		1994		1993	
	VOLUMEN Kg	%	VOLUMEN Kg	%	VOLUMEN Kg	%	VOLUMEN Kg	%
CANADA	82340	0,58	96390	3.30	31380	1.48	17819	1.09
TOTAL	1621,738	100	2919,959	100	2116,280	100	1641,007	100

Fuente: Banco de Datos , SECOFI, BANCOMEXT, 1996.

* Datos al mes de mayo.

Cuadro 3.1.7. México; valor de las exportaciones totales de rosa fracción 0603.10-06.

PAIS	1996*		1995		1994		1993	
	VALOR DÓLARES	%	VALOR DÓLARES	%	VALOR DÓLARES	%	VALOR DÓLARES	%
CANADA	483787	4.94	454897	2.94	263553	2.25	56092	0.92
TOTAL	9783,699	100	15,459,190	100	11,736,044	100	6067,228	100

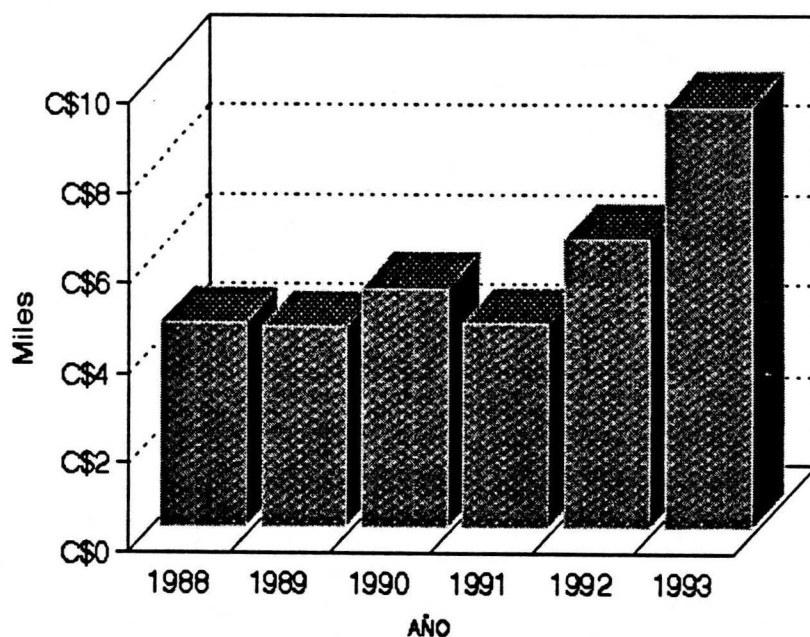
Fuente: Banco de Datos , SECOFI, BANCOMEXT, 1996.

* Datos al mes de mayo.

Existe una fuerte competencia de los países extranjeros que envían rosas a Canadá con la producción de rosas en British Columbia. No obstante, las oportunidades para las rosas mexicanas se presentan si estas pueden competir en precio y calidad con la flor de la región. La temporada alta de venta de rosas en esta provincia va de diciembre a marzo por las celebraciones de Navidad y San Valentín. El mercado de Alberta es una gran alternativa para la exportación de rosas mexicanas, principalmente en los meses de invierno cuando su producción es baja.

Gráfica 3.1.7. Canadá; importaciones totales de rosa, 1988-1993.

**CANADA: IMPORTACIONES TOTALES DE ROSAS
MILES DE DÓLARES CANADIENSES**



FUENTE: STATISTICS CANADA (CITADO POR BANCOMEXT, 1994).

3.2. ESTADOS UNIDOS MERCADO DE ROSAS

3.2.2. Importaciones

Las rosas desde el punto de vista comercial para EE.UU. se clasifican en dos tipos: las rosas sweethearts (miniaturas) y las de te híbridas (standar). El volumen de las importaciones de las rosas sweethearts representó aproximadamente del 2 al 4% del consumo total de rosas de este tipo para el periodo de 1984-1993, el resto se produce internamente, sin embargo, para 1994 y para 1995 el porcentaje aumentó entre 6 y 8%, con respecto a la tasa de crecimiento se observa un comportamiento irregular siendo para 1985, 1987, 1988, 1992 y 1995 negativa (-13.45%, -51.47%, -43.40%, -82.45% y 50.48% respectivamente), el resto de los años del periodo 1984-1995 muestran una tasa de crecimiento positiva resaltando la del periodo 1988-1991 que se elevó a 1317%. En cuanto a valor la tendencia es similar.

Cuadro 3.2.1. Rosas "sweetheart frescas": valor y volumen de las importaciones de EE.UU. (1984-1995).

IMPORTACIONES GENERALES							PRODUCCION INTERNA		CONSUMO	VALOR
AÑO	CANTIDAD (TALLOS)	Tasa de crec.	* %	VALOR DE ADUANA (DOLARES)	Tasa de crec.	%	CANTIDAD (TALLOS)	VALOR DE VENTA (DOLARES)	TOTAL	TOTAL
1984	2670000		2,41	530000		2,14	108308000	24231000	110978000	24761000
1985	2311000	-13,45	2,12	433000	-18,30	1,63	106529000	26213000	108840000	26646000
1986	2512000	8,70	2,28	608000	40,42	2,27	107475000	26166000	109987000	26774000
1987	1219000	-51,47	0,95	334000	-45,07	1,10	126437000	30133000	127656000	30467000
1988	690000	-43,40	0,55	243000	-27,25	0,79	124813000	30370000	125503000	30613000
1991	9783714	1317,93	100	2217542	812,57	100	ND	ND	9783714	2217542
1992	1717231	-82,45	100	559882	-74,75	100	ND	ND	1717231	559882
1993	3607251	110,06	4,41	769865	37,50	3,79	78270000	19545000	81877251	20314865
1994	6442633	78,60	8,95	1319559	71,40	7,95	65551000	15276000	71993633	16595559
1995	3177438	-50,68	6,63	1192113	-9,66	9,76	44749000	11023000	47926438	12215113

* % respecto al consumo total.

ND: No Disponible

Fuente: Doyle, 1989; USDA, 1996.

Para el periodo de 1984-1988 el volumen de las rosas de te híbridas importadas por EE.UU. representaron entre un 30 y 41% del total de este tipo rosas que fueron consumidas por los estadounidenses, sin embargo, a partir de 1991 el porcentaje de rosas importadas empieza a aumentar en un número mayor al 50% teniendo para el periodo 1993-1995 un porcentaje de 52, 58 y 68% respectivamente. En cuanto al valor de la importaciones de rosas de te híbridas la tendencia es similar teniendo porcentajes del 25 al 28% para el periodo 1984-1988, y porcentajes del 42 al 57% para el periodo 1993-1995.

Cuadro 3.2.2 Rosas "té híbridas": valor y volumen de las importaciones EE.UU. 1984-1995).

IMPORTACIONES GENERALES						PRODUCCION INTERNA		CONSUMO	VALOR	
AÑO	CANTIDAD (TALLOS)	Tasa de crec.	%	VALOR DE ADUANA (DOLARES)	Tasa de crec.	%	CANTIDAD (TALLOS)	VALOR (DOLARES)	TOTAL	TOTAL
1984	156130000		30,60	37280000		25,88	354131000	106761000	510261000	144041000
1985	166343000	6,54	30,99	41942000	12,51	24,99	370497000	125925000	536840000	167867000
1986	214035000	28,67	37,63	46634000	11,19	27,16	354702000	125038000	568737000	171672000
1987	265702000	24,14	37,75	47835000	2,58	23,86	438184000	152646000	703886000	200481000
1988	313206000	17,88	41,55	62513000	30,68	28,69	440627000	155385000	753833000	217898000
1991	447179708	42,77	100	89343341	42,92	100	ND	ND	447179708	89343341
1992	519159702	16,10	100	89880070	0,60	100	ND	ND	519159702	89880070
1993	610089341	17,51	58,71	106637283	18,64	42,41	429020000	144823000	1039109341	251460283
1994	671241497	10,02	62,37	124332911	16,59	48,12	404938000	134034000	1076179497	258366911
1995	773823879	15,28	68,89	150949746	21,41	57,02	349491000	113763000	1123314879	264712746

* % respecto al consumo total.

ND: No Disponible

Fuente: Doyle, 1989; USDA, 1996.

En general el consumo de las rosas por parte de EE.UU. tiene una tendencia a aumentar, especialmente en las rosas de te híbridas, el porcentaje de las rosas cultivadas internamente tiende a disminuir aumentandose consecuentemente el de las rosas importadas (ver cuadro 3.2.3.).

Cuadro 3.2.3. Rosas total: valor y volumen de las importaciones EE.UU. (1984-1995).

IMPORTACIONES GENERALES							PRODUCCION INTERNA		CONSUMO	VALOR
AÑO	CANTIDAD (TALLOS)	Tasa de crec.	%	VALOR (DOLARES)	Tasa de crec.	%	CANTIDAD (TALLOS)	VALOR (DOLARES)	TOTAL	TOTAL
1984	158800000		25,56	37810000		22,40	462439000	130992000	621239000	168802000
1985	168654000	6,21	26,12	42375000	12,07	21,79	477026000	152138000	645680000	194513000
1986	216547000	28,40	31,91	47242000	11,49	23,81	462177000	151204000	678724000	198446000
1987	266921000	23,26	32,10	48169000	1,96	20,86	564621000	182779000	831542000	230948000
1988	313896000	17,60	35,70	62756000	30,28	25,25	565440000	185755000	879336000	248511000
1991	456963422	45,58	100	91560883	45,90	100	ND	ND	456963422	91560883
1992	520876933	13,99	100	90439952	-1,22	100	ND	ND	520876933	90439952
1993	613696592	17,82	54,75	107407148	18,76	39,52	507290000	164368000	1120986592	271775148
1994	677684130	10,43	59,02	125652470	16,99	45,70	470489000	149310000	1148173130	274962470
1995	777001317	14,66	66,34	152141859	21,08	54,94	394240000	124786000	1171241317	276927859

* % respecto al consumo total.

ND: No Disponible

Fuente: Doyle, 1989; USDA, 1996.

3.2.2.3. EE.UU. y las importaciones desde México

Las exportaciones de México de rosas sweetheart hacia EE.UU. muestran una tendencia a aumentar, ya que la tasa de crecimiento media anual es de 112.6% en volumen y en valor es de 209.8%.

Cuadro 3.2.4. EE.UU. : importaciones de rosas sweetheart provenientes de México

IMPORTACIONES					IMPORTACIONES PARA EL CONSUMO			
AÑO	cantidad (tallos)	Tasa de crec.	Valor de aduana (dólares)	Tasa de crec.	cantidad (tallos)	Tasa de crec.	Valor de aduana (dólares)	Tasa de crec.
1991	54285		45794		54285		45794	
1992	54000	-0,53	22030	-51,89	54000	-0,53	22030	-51,89
1993	248102	359,45	31676	43,79	248102	359,45	31676	43,79
1994	386850	55,92	36649	15,70	386850	55,92	36649	15,70
1995	960635	148,32	418341	1041,48	960635	148,32	418341	1041,48

Fuente: USDA, 1996.

En cuanto a las importaciones de rosas de te híbridas se observó una tendencia a disminuir ya que la tasa de crecimiento media anual en volumen en el periodo 91-94 es negativa, sin embargo en el último año es 25% (39761933 tallos) mayor que el volumen importado en 1994 (31600462 tallos). En cuanto al valor se observan tasas de crecimiento negativas para el periodo 91-93 (-36.05 y -1.94 respectivamente para los periodos 91-92, y 92-93). Y para los periodos 93-94 y 95-96 muestran tasas de 37.55% y 31.82% (ver cuadro 3.2.5.).

Cuadro 3.2.5. EE.UU.: importaciones de rosas de te híbridas provenientes de México

AÑO	IMPORTACIONES				IMPORTACIONES PARA EL CONSUMO			
	cantidad (tallos)	Tasa de crec.	Valor de aduana (dólares)	Tasa de crec.	cantidad (tallos)	Tasa de crec.	Valor de aduana (dólares)	Tasa de crec.
1991	38311026		10726728		38311026		10726728	
1992	34310477	-10,44	6860113	-36,05	34310477	-10,44	6860113	-36,05
1993	32195846	-6,16	6727063	-1,94	32195846	-6,16	6727063	-1,94
1994	31600462	-1,85	9253143	37,55	31600462	-1,85	9253143	37,55
1995	39761933	25,83	12197645	31,82	39761933	25,83	12197645	31,82

Fuente: USDA, 1996.

El comportamiento general de la importaciones de rosas de EE.UU. provenientes de México durante el periodo 91-94 tendieron a disminuir en cuanto a volumen, ya que en 1991 se exportaban a EE.UU. 38.4 millones de tallos, y en 1994 se exportaron 31.9 millones de tallos teniendo una tasa de crecimiento de -16.62%, sin embargo para el año de 1995 se tiene una tasa de crecimiento del 27.31% con respecto a 1994 teniendo una exportación por parte de México de 40.7 millones de tallos. En cuanto a valor se observa que en 1991 México exportó a EE.UU. 10.7 millones de dólares y para 1992 solo exportó 6.8 millones de dólares lo que significó una caída en las exportaciones, teniendo una tasa de crecimiento de -36.11%, para 1993 solo exportó 6.7 millones y para 1994 9.2 millones de dólares lo que significó una tasa de crecimiento entre 1993 y 1994 del 37.45%, para 1995 se observa un valor de 35.80% mayor que en 1994 (12.6 millones de dólares).

También se puede observar que la tasa de crecimiento de las importaciones de EE.UU. de rosas para el periodo 1991-1995 tienen una ligera tendencia a aumentar tanto en valor como en volumen, sin embargo, no se observa un comportamiento similar para México en sus exportaciones de rosas hacia este país como ya se menciono anteriormente y al contrario muestra

tasas de crecimiento negativas con excepción de 1955 donde la tasa de crecimiento es positiva (ver cuadro 3.2.6.).

Cuadro 3.2.6. EE.UU.: importaciones totales de rosas (1991-1995).

IMPORTACIONES GENERALES					IMPORTACIONES DE MÉXICO			
AÑO	cantidad (tallos)	Tasa de crec.	Valor de aduana (dólares)	Tasa de crec.	cantidad (tallos)	Tasa de crec.	Valor de aduana (dólares)	Tasa de crec.
1991	456963422		91560883		38365311		10772522	
1992	520876933	13,99	90439952	-1,22	34364477	-10,43	6882143	-36,11
1993	613696592	17,82	107407148	18,76	32443948	-5,59	6758739	-1,79
1994	677684130	10,43	125652470	16,99	31987312	-1,41	9289792	37,45
1995	777001317	14,66	152141859	21,08	40722568	27,31	12615986	35,80

Fuente: USDA, 1996.

El porcentaje que tuvo México de las importaciones de rosas por EE.UU. en el periodo 1991-1995 fluctúa entre 4 y 8% en volumen y en cuanto a valor fluctúa entre 6 y 11% ambos con tendencia a disminuir en el periodo 1991-1994, sin embargo, muestran un ligero aumento en 1995 con respecto a 1994.

Cuadro 3.2.7. EE.UU.: comportamiento de las importaciones de rosas mexicanas

IMPORTACIONES GENERALES			IMPORTACIONES DE MÉXICO			
AÑO	cantidad (tallos)	Valor de aduana (dólares)	cantidad (tallos)	%	Valor de aduana (dólares)	%
1991	456963422	91560883	38365311	8,40	10772522	11,77
1992	520876933	90439952	34364477	6,60	6882143	7,61
1993	613696592	107407148	32443948	5,29	6758739	6,29
1994	677684130	125652470	31987312	4,72	9289792	7,39
1995	777001317	152141859	40722568	5,24	12615986	8,29

Fuente: USDA, 1996.

3.2.2.4. Importaciones de EE.UU. flores de corte y rosas por país de origen

Las importaciones de flores frescas de corte, se elevaron a \$ 407.6 millones de dólares en 1994, arriba del 9% de los niveles de 1993 y un 31% desde 1990. Las rosas representaron el 31% del total de las flores frescas importadas.

Actualmente, Colombia abastece el 68% del total de flores de corte, los Países Bajos el 13%, Ecuador el 6%, Costa Rica el 4%, México el 3% y Guatemala el 2% (Klotzbach, 1995).

El siguiente cuadro muestra que en el periodo 92-93 aproximadamente el 67% del total de flores frescas importadas por EE.UU. provienen de Colombia, el 13% de Holanda, el 5% de Ecuador y tan solo el 3% de México quien ocupa el cuarto lugar en importancia. Para el caso de rosa el principal proveedor es también Colombia con el 74% en este sector de flores, las importaciones desde Holanda (0.8%) ya no es relevante, ya que es superado por Ecuador con el 10% y ocupando el tercer lugar se encuentra México con el 7%.

Cuadro 3.2.8. Importaciones de Estados Unidos de rosa por país de origen (miles de dólares).

PAIS	1993				1992			
	Total flores	%	Rosas	%	Total flores	%	Rosas	%
	US\$ 1000		US\$ 1000		US\$ 1000		US\$ 1000	
Colombia	251786,84	67,88	80312,49	74,78	231343,83	67,93	66855,47	73,92
Holanda	49562,63	13,36	788,25	0,73	46596,18	13,68	793,97	0,88
Ecuador	19547,7	5,27	10916,89	10,17	15243,74	4,48	8422,09	9,31
México	11937,74	3,22	8171,74	7,61	9536,44	2,80	6882,14	7,61
Costa Rica	11618,28	3,13	764,88	0,71	1028,59	0,30	935,36	1,03
Guatemala	5012,64	1,35	4865,85	4,53	5304,58	1,56	4923,78	5,44
Canadá	3641,9	0,98	781,14	0,73	3545,32	1,04	812,63	0,90
Australia	2139,68	0,58	5,04	0,00	2364,18	0,69		0,00
Francia	1973,46	0,53	138,24	0,13	2175,06	0,64	177,43	0,20
Rep. Dominicana	1825,3	0,49	127,89	0,12	1624,72	0,48	134,69	0,15
Italia	1105,43	0,30	1,41	0,00	1270,7	0,37	1,89	0,00
Peru	1061,9	0,29	161,58	0,15	2316,44	0,68		0,00
Israel	928,12	0,25	17,94	0,02	1062	0,31	45,14	0,05
N. Zelanda	741,86	0,20	15,39	0,01	568,06	0,17	8,32	0,01
Rep. Saf	736,38	0,20	4,91	0,00	497,32	0,15		0,00
Chile	649,85	0,18	4,68	0,00	504,2	0,15	12,27	0,01
Bolivia	391,94	0,11	300,58	0,28	390,99	0,11	380	0,42
Corea	75,89	0,02	43,37	0,04		0,00		0,00
Marruecos	71,47	0,02	12,79	0,01	2,24	0,00	2,24	0,00
Brasil	52,67	0,01	52,67	0,05	34,05	0,01	31,18	0,03
España	50,98	0,01	3	0,00	421	0,12		0,00
Pakistan	45,36	0,01	45,36	0,04	1,25	0,00		0,00
Taiwan	27,57	0,01	17,01	0,02	13,7	0,00		0,00
		0,00		0,00		0,00		0,00
Total	370945,38	100,00	107391,52	100,00	340580,02	100,00	90441,62	100,00

Fuente: USDA, 1994

3.2.2.5. México, exportaciones de rosa hacia EE.UU.

De las exportaciones totales tanto en volumen como en valor de rosa que realiza México a nivel mundial, aproximadamente del 90% al 94% las dedica al mercado de EE.UU. según datos de Secofi (1996) (ver cuadro 3.2.9 y 3.2.10).

Cuadro 3.2.9. México; exportaciones totales de rosa fraccion 0603.10-06

PAIS	1996		1995		1994		1993	
	VOLUMEN Kg	%	VOLUMEN Kg	%	VOLUMEN Kg	%	VOLUMEN Kg	%
ESTADOS UNIDOS	1470,144	90,65	2754,801	94,34	2006,985	94,84	1535,236	93,55
TOTAL	1621,738	100	2919,959	100	2116,280	100	1641,007	100

Fuente: SECOFI. Bancomext. 1996.

Nota: Los datos de 1996 son al mes de junio.

Cuadro 3.2.10 México; exportaciones totales de rosa fraccion 0603.10-06

PAIS	1996		1995		1994	1993	
	VALOR Dólares	%	VALOR Dólares	%	VALOR Dólares	VALOR Dólares	%
ESTADOS UNIDOS	8886,840	90,83	14410,908	93,22	10935,467	5620,502	92,64
TOTAL	9783,699	100,00	15459,190	100,00	11736,044	6067,228	100,00

Fuente: SECOFI. Bancomext. 1996.

3.2.3. Características del mercado

3.2.3.3. Producción

En 1969, el sector de productos de invernadero y viveros, representó menos del 1% del la área cultivada de EE.UU. y el 2% del valor de los productos agrícolas vendidos. Se ha tenido un rápido crecimiento en las décadas pasadas. En 1987, este sector reportó el 1.8% del área cultivada y US\$ 5.77 billones en ventas (4.2% del valor de los productos agrícolas cultivados). El ingreso neto de los productores creció en promedio a una tasa de 10% por año en la década de los 60 's y 70 's. De 1969 a 1987 el área total bajo invernadero y otros cultivos protegidos se duplicó. En 1978-1987 las ventas de flores y follaje de corte ascendieron en un 69% (US \$ 594 millones).

Las tendencias ascendentes en área y ventas para los cultivos en invernadero continuará similarmente para los 90 's. Las importaciones de EE.UU. para los productos en invernadero creció a U.S.\$ 452 millones en 1988, más de tres veces el valor de las importaciones de 1979. En 1988 las importaciones de EE.UU. provenientes de Colombia representaron el 39%, o U.S.\$172 millones, los Países Bajos suplementaron el 32%, y Canadá el 15%. Casi todas las importaciones de EE.UU. provenientes de Colombia fueron de flores de corte, Los Países Bajos suplementaron U.S.\$ 64 millones en flores de corte en 1988 y Canadá U.S. \$ 6 millones (Doyle, 1989).

El valor de los cultivos florícolas en las ventas al mayoreo aumentaron a U.S.\$ 3.25 billones en 1994, un 5% arriba de 1993 y un 7% arriba del nivel de 1992. Esta producción viene de todos los cultivos florícolas producidos por los productores de 36 estados examinados con un nivel mínimo de ventas de U.S\$ 10,000.00.

Para 1994, California siguió siendo el productor número uno de cultivos florícolas con U.S.\$ 684 millones, lo que representa el 21% del total. Florida tuvo un significativo avance en la producción teniendo un 13% de aumento con relación a los niveles de 1993, cuantificando el 19% del valor total.

El área de cultivos protegidos en producción aumentó en menos del 1.5% en 1994 haciendo un total de 812 millones de pies cuadrados. El área bajo invernaderos se cuantificó en 465 millones de pies cuadrados, lo que significó un decremento de alrededor del 1% en comparación con 1993 y representó un 57% del total del área cubierta. El espacio de los cultivos con sombreados y cubiertas temporales incrementó en 2% (347 millones de pies cuadrados). El área con invernaderos de vidrios fué de 76.1 millones de pies cuadrados lo que representó el 16% del área total de invernaderos, se observó una caída del 5% en comparación con 1993. Los invernaderos con cubiertas plásticas representaron el 60% del área total con cultivos protegidos con 279 millones de pies cuadrados, y se experimentó un 5% de incremento con respecto a 1993 (USDA, 1995).

Para 1995, el valor de los cultivos florícolas continuó incrementandose, pero a un paso más lento. El valor de ventas al mayoreo se estimó en U.S\$ 3.27 billones en 1995. California continuó siendo el líder en producción con un valor de U.S.\$ 672 millones. Sin embargo, el valor total cayó en un 4% con respecto a 1994. Florida continuó incrementando su producción ya que en 1995 su valor representó U.S\$ 613 millones teniendo un avance del 2%. Estos dos estados cuantificaron el 39% del valor total de los 36 estados considerados. De 36 estados encuestados, 23 registraron valores más altos y 13 mostraron decrementos. Las mayores ganancias se obtuvieron

en Mississippi, Colorado, South Carolina, y Utah. Y los más grandes decrementos se tuvieron en Arizona, Arkansas, Indiana y Oklahoma. Los cinco principales estados son: California, Florida, Michigan, Texas y Ohio cuantificando U.S.\$1.80 billones, 55% del valor total. Sin embargo, cuando comparamos el valor total con los años previos, solo se supera en ventas con U.S\$ 3.72 millones (USDA, 1996).

El área de cultivos protegidos en 1995, aumentó en un 4% haciendo un total de 843 millones de pies cuadrados. El espacio con invernaderos cuantificó un 58% de el total con 488 millones de pies cuadrados, lo que significó un aumento del 5% con respecto al año pasado. El área con sombreados y cubiertas temporales representó un tranquilo aumento del 2% con respecto a 1994. El área con invernaderos de vidrio cayó un 8% con respecto al año pasado teniendo 70.1 millones de pies cuadrados. Esa caída fué compensada con un aumento del 11% de las estructuras con cubiertas plásticas ya que esta categoría tuvo un aumento contabilizando 307 millones de pies cuadrados. La apertura de tierra totalizó 27,155 acres, 101 acres arriba de la cantidad de 1994 (USDA, 1996).

El valor de las ventas al por mayor de las flores de corte producidas internamente se recuperaron en un 4% (U.S.\$ 440 millones) en 1994. Sin embargo este 4% se encuentra por debajo de los U.S.\$ 458 millones valuados en 1992. El valor de las rosas se vió reducido en un 6% con respecto a 1993 (USDA, 1995).

El valor de las ventas al mayoreo de las flores de corte cayeron en un 8% en 1995, después de ver el salto del 4% de 1993 a 1994. El valor total de todas las flores de corte U.S.\$ 409 millones disminuyeron un 4%, abajo del valor total de 1993. Las rosas disminuyeron casi con un 16% en valor. Las rosas de "Té híbridas" cayeron un 15%, mientras las "Sweetheart" cayeron un 28%. Ambos tipos de rosas mostraron grandes disminuciones en el área de producción (USDA, 1996) (ver anexo 1).

La mayoría de los embarques de productos de invernaderos y de viveros de Estados Unidos son enviados a Canadá. En 1988, Canadá compró mas de \$ 169 millones (dólares canadienses) en los productos antes mencionados, y EE.UU. suministró el 66 % del valor (Doyle, 1989).

3.2.3.4. Principales estados productores de flores de corte en los Estados Unidos (EE.UU.)

Alrededor de 50 estados producen cultivos de invernaderos y de vivero, pero solo 10 producen dos terceras partes del total del valor de ventas de estos sectores. Diesiocho estados tienen ventas de más de U.S. \$100 millones. California ha sido el líder en ventas de estos cultivos en las cuatro últimas décadas, teniendo casi el 29% del ingreso netos de las productores en 1988.

Las áreas mas altamente competitivas en los EE.UU. han sido California, Colorado y Florida primeramente porque tienen ventajas climáticas sobre otros estados (Laurie, 1989).

California es el principal productor de flores de corte de los Estados Unidos, con U.S.\$ 292 millones en 1987, o el 49 % del total. Florida es el segundo estado productor de flores de corte en Estados Unidos.

Las ventas del comercio interno de rosas de corte ha incrementado mas en términos absolutos que cualquier otra flor de corte.

Los Estados Unidos importaron casi 3 millones de tallos de flores de corte y de follaje en 1988, según datos de USDA.. Las flores de corte representaron aproximadamente del 83% del total de tallos importados en 1988. Las rosas (casi todas las variedades de té híbridas) representaron el 11% del volumen total de flores de corte importadas (Doyle, 1989).

La producción comercial de rosa de corte es una de las actividades mas importantes de las industria florícola de Estados Unidos, y las principales áreas para la producción de rosa son California, Colorado y muchas áreas del norte cerca de los mercados urbanos (Gary, 1982).

Las áreas más competitivas en los Estados Unidos han sido California, Colorado y Florida; principalmente debido a las ventaja climáticas que presentan sobre otras áreas. La mayor competencia se tiene las flores de corte.

Recientemente se ha incrementado la competencia de países extranjeros. Con el continuo mejoramiento en los transportes, se espera una gran competencia de flores en cualquier parte del mundo. Los efectos de esta competencia varían considerablemente de acuerdo con la localidad y las facilidades de transporte aéreo. La ventaja competitiva que estos productores tienen son las condiciones climáticas favorables. Algunos de los países y regiones de las que Estados Unidos importa son: Canadá, México, Centro América, Holanda, Bélgica, Israel y Australia. En algunos casos las importaciones de los Estados Unidos han tenido grandes efectos sobre el mercado de

los productores locales los cuales han discontinuado el negocio o han cambiado el cultivo (Laurie, and Klipinger, 1989).

3.2.3.5. Gusto del consumidor

El consumidor estadounidense, al escoger sus arreglos florales, busca tamaños y tipos de hojas, colores y texturas que contrasten. Prefieren el follaje de color variado, y les interesan las plantas de follaje que tengan flores pequeñas. Si el futuro o actual empresario florícola mexicano considera la posibilidad de incursionar al mercado de las rosas en los Estados Unidos, se estima necesario destacar las siguientes consideraciones:

Los consumidores de los Estados Unidos prefieren las rosas de color rojo de flor grande y tallo largo. Se estima que el 60-70 % de sus importaciones corresponde a este tipo de rosas. Entre las principales variedades están: "Cara mía" (popular en el sur), "Samantha", "Royalty" (popular en el norte y valle de Ohio), "Madame G. Delbard", "Red Success", "Visa y Vega". El 30 a 40% restante se estima es compuesto por rosas en color blanco, amarillo y rosa (BANCOMEXT, 1994).

Otros colores y variedades se ofrecen en el mercado destacando la "Lady Diana" (blanca con tinte rosado), "Condide", "Champagne", "Prive", "Lovely Girl" (amarilla), "Lavonde y Madame viola" (importados por California del Japón). Existe un mercado limitado pero de alto valor para variedades bicolores como "Nicole".

3.2.4. Canales de distribución

Existen dos sistemas básicos para la comercialización de flores de corte:

Open Market (Sistema abierto): Acuden los floricultores que no pueden tener una consistencia tanto en calidad como en volumen y es en función de ello, que se está sujeto a las fluctuaciones diarias del mercado y por norma los precios de sus productos, son tasados a la baja, deteriorándose aún más por la calidad mediana e inconstante de las flores.

Standing Order (Mercado fijo de compromiso): Se logra entrar a este sistema con constancia y calidad en el volumen pactado semanalmente, los precios y las cantidades que

previamente se acuerdan son fijos para las 52 semanas del año con precios altos, y no se está por consiguiente sujeto a las enormes fluctuaciones de precio por las escasas fechas de alta demanda y las bajas dramáticas, que por sistema se tienen en todo el resto del año.

Para lograr introducir los productos de la floricultura en los mercados internacionales existen:

Importadores-distribuidores o mayoristas-importadores: Los cuales funcionan como brokers, es decir, son corredores que se encuentran instalados en los centros de mayor actividad (Miami, E.U.), que compran a consignación y bajo el sistema de "Mercado abierto", con una comisión por la venta.

Distribuidoras-exportadoras: Se puede ofrecer al mercado internacional una buena calidad y pequeño volumen, el cual es acaparado por los mayoristas en la central de abastos de la ciudad de México o bien por las distribuidoras exportadoras, ubicadas cerca del mercado de Jamaica en la ciudad de México. Sin embargo, los mayoristas no se comprometen a comprar una cantidad fija a los productores, ya que el mercado que atienden, es de oportunidad y demanda. Por consiguiente, no aumenta su volumen de producción, y se vuelve un círculo poco favorable.

Comercializadoras-importadoras: En las que el productor mexicano es socio de un empresario del país donde se ubique la comercializadora, o bien uno o varios productores mexicanos se asocian para crear la comercializadora con oficinas en el lugar donde se destine la flor.

Esta forma de comercializar, permite mayor contacto con el mercado consumidor a fin de detectar sus necesidades y satisfacerlas en menor tiempo, así como poder aprovechar la venta bajo el sistema del "mercado fijo de compromiso".

Grupos empresariales de flor en México que exportan rosas y que se han unido para crear o asociarse con distribuidoras de Estados Unidos.

Cuadro 3.2.11. Grupos empresariales de flor en México que exportan rosas.

GRUPO	ESTADO	FLORES
VISAFLOR	México	rosa, exóticas
MEGAFLOR	México	rosa
FIESTAMOR	Morelos	rosa, miniclavel , gerbera

Fuente: IMIT, A.C. citado por ASERCA; 1993.

Empresas que forma los grupos antes mencionados:

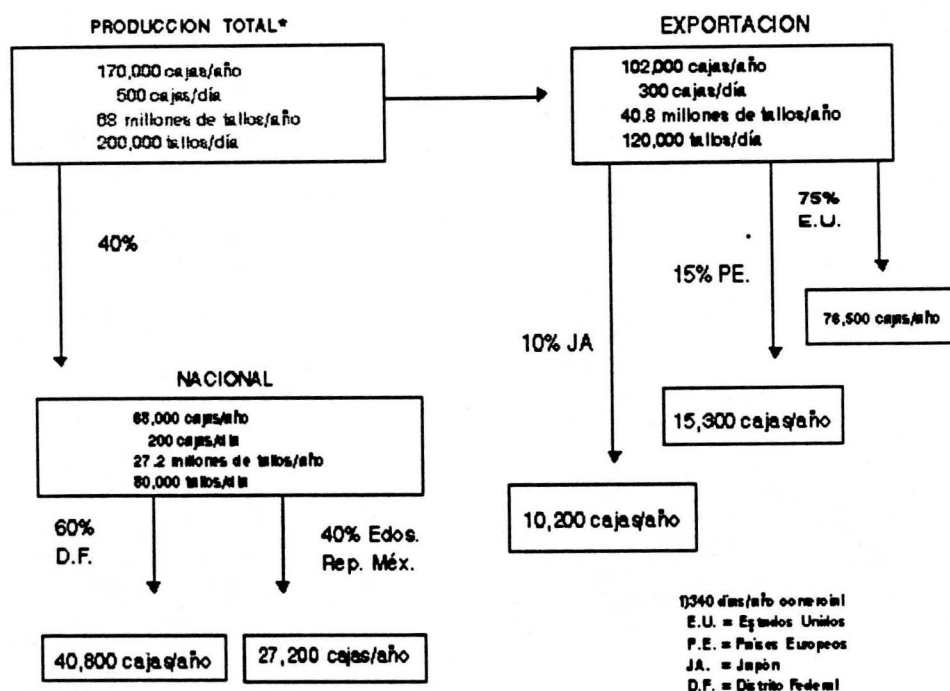
Cuadro 3.2.12. Empresas que forman los grupos empresariales florícolas en México.

GRUPO/EMPRESA	MUNICIPIO	CULTIVO
VISAFLOR		
Visaflor	Villa Guerrero	rosa, alstroemeria
Flores de oro	Iztapan de la sal	rosa
Cosmoflor	Villa Guerrero	rosa, miniclavel, miniger
Flores de Tenanc.	Tenancingo	rosa, gerbera, pompon
Villa flor	Tenancingo	rosa
Zumpafior	Tenancingo	rosa, gerbera, pompon
MEGAFLOR		
Amexflor	Tenancingo	rosa
Vegaflor	Tenancingo	rosa
Florymar	Villa Guerrero	rosa
Exporosa	Villa Guerrero	rosa
Floriden	Tenancingo	rosa
Mexblumen	Tenancingo	rosa
FIESTAMOR		
Fiestamor	Morelos	rosa, miniclavel, gerbera agapando, ave del paraíso

Nota: 26 invernaderos tienen un tamaño aproximado de 11 has.

El grupo VISAFLOR de 67 has. cultivadas 54 has. las destina al cultivo de la rosa, para el año de 1992 se estimó una producción de 68 millones de tallos de rosa, de la cual, el 60% destinó al mercado de exportación. Un 75% fue para el mercado estadounidense, un 10% para el mercado japonés y un 15% fue para el mercado europeo (ver el siguiente diagrama).

Diagrama 3.2.1 Comercialización de rosas del grupo VISAFLOR



* estimada para el año 1992

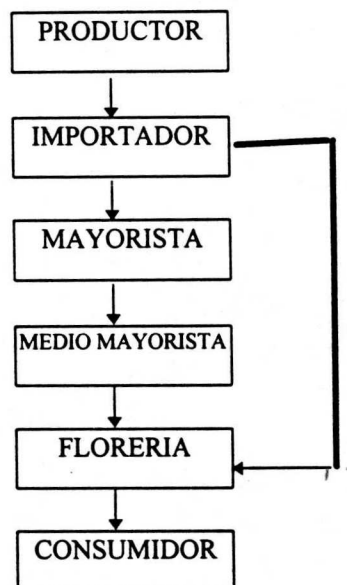
Fuente: Imitac, a.c. citado por ASERCA, 1993.

Canal que sigue la rosa procedente de Villa Guerrero, Edo. de México en el mercado norteamericano:

Existe un canal principal de comercialización que inicia con un importador en el punto de internación, comúnmente llamado broker, este agente es quien capta los mayores volúmenes exportados de rosa, el segundo agente en este circuito de comercialización es el mayorista, que manipula también grandes volúmenes pero por períodos de tiempo más largos y en áreas de comercialización específicas; el tercer agente está representado por un medio mayorista que se encarga de distribuir mercancía directamente a florerías donde la flor se encuentra a disposición del consumidor final (se refiere a lo que se conoce generalmente como florería, e incluye además lugares donde se venda la flor directamente al consumidor, tales como supermercados o tiendas de autoservicio con un departamento exclusivo a la venta de flores) (Cruz, 1994).

En el siguiente esquema se encuentran representados los circuitos y agentes involucrados en la comercialización de la rosa:

Diagrama 3.2.2. Agentes involucrados en la comercialización de rosa mexicana en el mercado norteamericano.



A través del canal formado por productor-importador-mayorista-mediomayorista- florería y consumidor se comercializa la mayor parte del total de las exportaciones de la rosa producida en Villa Guerrero, Edo. de Méx., por ello se está hablando de grandes volúmenes, de la presencia de economías de escala en la comercialización, lo que conduce a una contracción de los costos unitarios de transferencia.

Cada uno de los agentes de comercialización demanda un margen de ganancia por el servicio prestado al producto, que puede ser compra-venta, almacenamiento, acondicionamiento, etc., lo que añade al producto utilidades de posesión, tiempo y espacio. En este canal los gastos de transferencia son cubiertos por el comprador como una tarifa adicional al precio de venta, bajo este sistema el productor realiza todos los trámites necesarios para hacer llegar la flor al importador, cobrándole precio de venta y adicionalmente costo de transferencia, el precio de venta es FOB.

En el circuito de comercialización existe una amplia diversidad en la formas de pago, que va desde pagos por adelantados, cartas de crédito, crédito a la vuelta y créditos a 15, 30 y 45 días. Para el incumplimiento en los pagos existen compañías encargadas de cobrar, o bien de negociar el pago.

La determinación de los precios es libre y se realiza a través de la conversación verbal o escrita entre compradores y vendedores y sin la presencia física del producto (vía telefónica principalmente), se expresan las consideraciones de unos y otros hasta que en un tiempo corto se llega a un acuerdo sobre las condiciones de la negociación.

Cuadro 3.2.13. Márgenes de comercialización para la rosas producida en el área de Villa Guerrero, Edo. de Méx.

AGENTE	Dólares (US \$)			%	
	PV ¹	PC ²	M ³	m ⁴	A
PRODUCTOR	0.21				17.9
IMPORTADOR	0.48	0.21	0.27	56.25	22.7
MAYORISTA	0.70	0.48	0.22	31.88	18.5
MEDIO MAYORISTA	0.92	0.70	0.22	23.41	18.5
FLORERÍA	1.19	0.92	0.25	21.00	21.0
CONSUMIDOR		1.19			

PV¹ = Precio de Venta

PC² = Precio de Compra

M³ = Margen absoluto

m⁴ = Margen relativo

A = Porcentaje del precio al consumidor final que se apropia cada agente involucrado.

De acuerdo con el cuadro anterior, el menor margen absoluto por unidad comercializada corresponde al mayorista y al medio mayorista, este último se encarga de distribuir las rosas a florerías, el volumen que manipula es menor al del importador y al del mayorista; el importador se apropia del mayor margen absoluto de comercialización y le corresponden US\$ 0.27, dentro de los agentes involucrados es el que maneja los mayores volúmenes de mercadeo; en orden de importancia la florería se encuentra en segundo lugar respecto al margen absoluto que percibe con

US\$ 0.25. Al igual que en el caso del margen absoluto es el agente importador a quien corresponde el mayor porcentaje de margen respecto al precio al consumidor final (22.7%), seguido por la florería, que se queda con el 21.0% y el mayorista y mediomayorista que perciben el mismo porcentaje, 18.5%. El 17.9% del precio de venta al consumidor se queda en manos del productor.

Como puede observarse la estructura de márgenes absolutos, así como el porcentaje de margen respecto al margen total de comercialización se encuentran en relación directa, no así el margen relativo por estar en función exclusivamente del margen absoluto y el precio de venta del agente en cuestión, de esta forma el importador tiene el mayor margen relativo.

3.2.5. Requisitos a la importación

No existen requisitos legales en calidad y clasificación, por lo cual se recomienda que el exportador nacional mantenga estrecho contacto con el importador a fin de determinar la clasificación, el envase o embalaje y la rotulación o etiquetado de las cajas correspondientes. Los E.U. permiten la importación del producto florícola mexicano sin ninguna restricción, salvo el impuesto arancelario a la importación al que este gravado.

Respecto a la reglamentación fitosanitaria, dependiendo del producto que se pretenda exportar se aplicarán algunos requisitos, por lo cual se recomienda solicitar a la embajada estadounidense el texto con la legislación vigente o directamente al United States Department of Agriculture: Animal and Plant Health Inspection Service, Plant Protection and Quarantine, Federal Building, Hyattsville, Maryland 20782. Lo anterior, es importante si consideramos que para algunas flores de corte se esta revisando frecuentemente la situación sanitaria, tal es el caso de las rosas.

3.2.5.3. Aranceles

Las fracción arancelaria de las rosas en EE.UU. es la siguiente:

Cuadro 3.2.14. Fracción arancelaria de rosas en EE.UU. y Canadá.

En México:		
	0603.10-10	Flores frescas
En Canada:		
	0603.10-90	Otras flores frescas
	0603.10-90.10	Rosas de corte
En Estados Unidos:		
	0603-1060	Rosas de corte
frescas		

Fuente: Bancomext, 1994.

En materia de desgravación arancelaria, con excepción de un producto, todas las importaciones que realice E.U. de flores provenientes de México quedaron desgravadas en forma inmediata, es decir, no pagan arancel a partir del 1o de enero de 1994.

Solo la fracción arancelaria 0603.10-60 que corresponde a rosas de corte frescas, tienen un calendario de desgravación de 5 años. Esto quiere decir que para 1994 el arancel aplicable a este producto es de 6.4%, liberándose en su totalidad en 1998. Como se observa en seguida.

Cuadro 3.2.15. Desgravación arancelaria de EE.UU. para la importación de rosas de corte provenientes de México dentro del esquema comercial del TLC.

FRACCIÓN	PRODUCTO	ARANCEL BASE %	CÓDIGO DE DESGRAVACION	ARANCEL APLICABLE%
0603.10-60	ROSAS DE CORTE	8.0	B	1994: 6.40
				1995: 4.80
				1996: 3.20
				1997: 1.60
				1998: 0.00

Fuente: Bancomext, 1994.

La categoría de desgravación A corresponde una desgravación inmediata quedando libres de arancel (0.0) a partir de la entrada en vigencia del TLC (1o de enero de 1994).

La categoría de desgravación B corresponde a la desgravación en cinco etapas anuales iguales, comenzando el 1o de enero de 1994, de tal manera que el producto en cuestión quede libre de arancel a partir del 1o de enero de 1998.

La categoría de desgravación C corresponde a la desgravación en diez etapas anuales iguales, comenzando el 1o de enero de 1994, de tal manera que el producto en cuestión quede libre de arancel a partir del 1o de enero de 2003.

La categoría de desgravación C+ corresponde a la desgravación en quince etapas anuales iguales, comenzando el 1o de enero de 1994, de tal manera que el producto en cuestión quede libre de arancel a partir del 1o de enero de 2008.

La categoría de desgravación D indica que este código se encontraba libre de arancel cuando se llevó a cabo la negociación, situación que se consolidará para todos los bienes originarios a partir de la entrada en vigor del Tratado, prevista para el 1º de enero de 1994 (SECOFI, 1994).

3.2.6. Precios

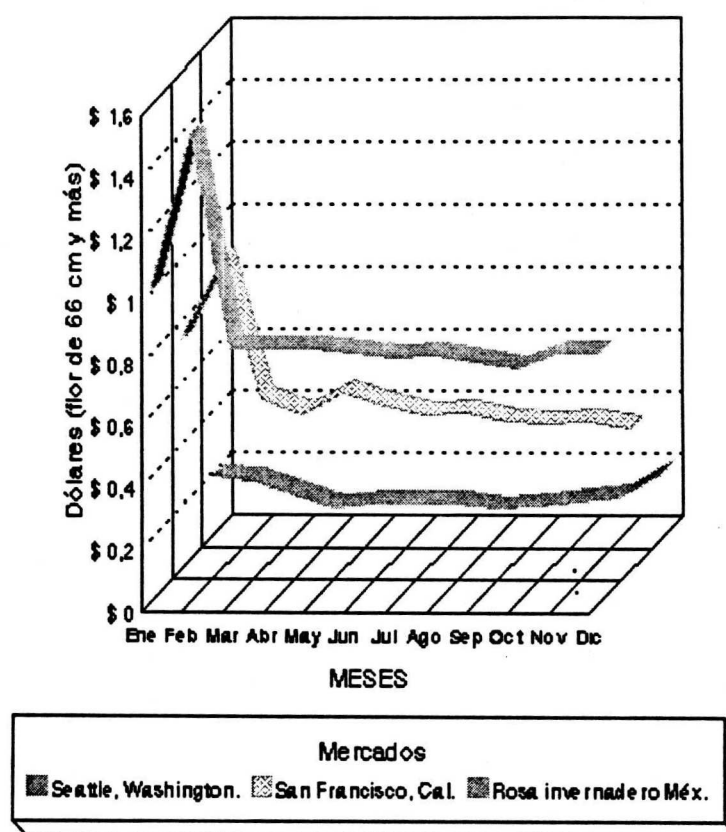
El United States Department of Agriculture (USDA), publica datos sobre precios en Ornamental Crops National Market Trends, informe semanal sobre el sector de las flores y el follaje. Se puede obtener más información sobre los precios del mercado de los EE.UU. a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM) del centro de comercio Internacional UNCTAD/GATT (CCI), cuya dirección en los Estados Unidos es la siguiente:

Mass, Teach. Center, Suite 201 S
Logan International Airport
East Boston, MA 021228, E.E.U.U.
Tel: (617) 561-09-63
Fax: (617) 567-69-22

La siguiente gráfica muestra las cotizaciones de la rosas en dos diferentes mercados de EE.UU. y el precios transformado a dólares de la Central de Abastos del D.F. México. Como se puede observar la diferencia es considerable, lo que aparentemente nos puede hablar de una ventaja ya que el precio de las rosas mexicanas es menor al precio de los mercados antes mencionados.

Gráfica 3.2.1. Cotizacion de rosas a lo largo del año en difrentes mercados de EE.UU. 1995.

Precio promedio de la Rosa (1995) "Té híbrida"

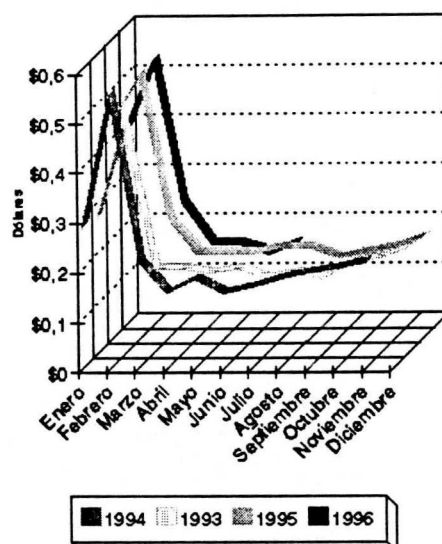


Fuente: ASERCA, 1996.

La siguiente es una grafica que muestra como el precio de la rosa dedicada a la exportación es mayor que la que se dedica al mercado nacional, lo anterior se acentuó con un tipo de cambio devaluado como el que se observa en 1995 y 1996.

Gráfica 3.2.2. Precio de rosa nacional e internacional.

**PRECIOS DE VENTA DE ROSA MEXICANA
PARA EXPORTACION**



Fuente: VISAFLOR, 1996.

3.2.7. Oportunidades de exportación de rosas mexicanas

En base a un estudio realizado por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, sobre las Perspectivas de la Producción Florícola y Comercio de la Horticultura Ornamental se tiene que:

El consumo per cápita en EE.UU. creció 40% en 5 años, aunque este crecimiento se considera todavía bajo, esperando un incremento más sustancial.

México podría llegar a ser un importante productor y exportador de flores, dependiendo esto en gran parte de la organización que se tenga y de los programas de producción y

comercialización que manejen los productores mexicanos; en otras palabras, dependerá de la adecuada planificación que se de al subsector.

Según opinión del Dr. Harry Tayama Director Ejecutivo de la Asociación Florícola de Ohio, y Dr. Jan Van Doesburg, Presidente de la Asociación de Subastas en Holanda, México deberá estar exportando anualmente 1,000 millones de dólares por año, para el año 2000 según el primero o para el 2010 según el segundo.

El Estudio Sectorial de Reconstrucción Agroindustrial realizado por SECOFI y BANCOMEXT por medio de Booz, Allen, Hamilton e INFOTEC con el Banco Mundial determina que México puede aumentar a corto plazo (1997), exportaciones agropecuarias por lo menos en 500 millones de dólares anuales en flores de corte, frutas y verduras frescas procesadas, comida típica mexicana y camaron de acuacultura.

Otros estudios particulares del mercado, indican que México está mejor posicionado que cualquier otro país para captar una parte importante del crecimiento previsto de este sector en los próximos 10 años, aún cuando existe una fuerte competencia de países como Colombia, Perú, Ecuador y Costa Rica, que vienen empujando muy fuerte pero sobre quienes se tienen ciertas ventajas como la accesibilidad de transporte por la cercanía de nuestro país a EE.UU., además de contar con climas favorables y mano de obra barata.

Sin embargo, estos factores por sí solos no lograrán mucho por lo que se requiere del aprovechamiento de los mismos en los proyectos, de tal manera que se esté en posibilidad de competir eficazmente y cumplir con las metas fijadas en el Programa Especial de Floricultura de Compex, donde se habla de exportar 200 millones de dólares anuales en 5 años, representando en creación de superficie de invernaderos 1,400 ha. con una inversión fija de al menos 1,000 millones de dólares (ASERCA, 1992).

3.3. EL MERCADO JAPONÉS DE ROSA

3.3.1. Importaciones de Japón

El total de importaciones de flores de corte entre 1985 y 1989 incrementó casi cinco veces (490%) en términos de valor (dólares) ya que alcanzó 110.29 millones en 1989. Esto fue en parte debido al fortalecimiento del yen durante el período; en términos de la moneda nacional, las importaciones incrementaron menos que tres veces (de 5.3 billones de yenes en 1985 a 14.9 billones en 1989). El total de importaciones durante los primeros cinco meses de 1990 (enero-mayo) fueron 12% más altas que durante el mismo período en 1989, alcanzando 5.4 billones de yenes.

Cuadro 3.3.1. Japón: Importaciones de flores de corte, por origen y valor, 1985-1993.

PAÍS	AÑO							
	1985	1986	1987	1988	1989	1991*	1992*	1993*
	MILLONES DE DÓLARES (U.S)							
TOTAL	22,50	37,47	57,65	102,07	110,29	143,79	128,37	159,817
PAÍSES BAJOS	1,72	5,22	11,77	29,88	40,7	48,75	41,296	57,877
TAILANDIA	9,9	16,73	23,12	32,95	27,92	31,66	27,641	33,886
P. ASIÁTICOS	3,44	3,37	6,25	11,83	12,73	13,25	7,226	7,134
NUEVA ZELANDA	1,55	3,72	5,15	7,96	7,74	12,32	14,255	17,294
SINGAPUR	1,41	1,68	2,84	4,88	6,35	11,26	13,997	13,934
AUSTRALIA	0,4	0,85	2,37	6,19	4,56	10,049	7,267	9,128
ESTADOS UNIDOS	2,88	3,9	3,79	4,4	3,99	4,947	5,243	5,296
OTROS ¹	1,20	2,00	2,36	3,98	6,30	11,55	11,45	15,27

¹OTROS (Incluye: Países Sudafricanos, Malasia, España, Colombia, Francia, Brasil e Israel).

FUENTE: UNSO/ITC Comtrade Data Base System. (citado por ITC, 1991.).

* FUENTE: MINISTRY OF FINANCE, CUSTOMS STATISTICS (CITADO POR JETRO, 1995).

Las exportaciones de flores frescas de cortes de los Países Bajos a Japón en 1987 y 1989 fue de 19,351 y 60,191 miles de tallos respectivamente, de los cuales 725 y 7,077 correspondieron a rosa.

Las importaciones de flores de corte en 1989 fueron de 14 billones de yenes. Los principales países que exportaron flores de corte a Japón son: Los Países Bajos con el 37.6% del

total de las importaciones del Japón, seguido por Tailandia con 25.5% y Taiwan con el 11.4% (JETRO, 1994).

Para 1993 las importaciones crecieron significativamente, Japón importó 14,962 ton. de flor cortada, incrementando el 25.3%. Y el valor de las importaciones también se incrementaron en 159,82 millones de Yenes, incrementando el 24.5% el valor total de flor cortada (17.556 billones) (ver cuadro 3.3.2).

Los principales exportadores de flores de corte Japón para 1993 fueron: Los Países Bajos con el 35.8% de las importaciones, Tailandia (21.3%), Nueva Zelanda (10.7%), Singapur (8.8%), Australia (5.6%), Taiwan (4.7 %) y Otros con el 13.1 % del total de las importaciones (Yenes 17.6 billones) JETRO (1995).

Sobre una base de valor en 1993, los líderes exportadores son Holanda con 57.88 millones de dólares (6.288 billones de yenes), seguido por Tailandia con 33.89 millones de dólares (3.754 billones de yenes), y Nueva Zelanda con 17.29 millones de dólares (1.871 billones de yenes).

Las variedades líder fueron las orquídeas con 108.5 millones de flores (estadísticas de 1992), seguidas por los crisantemos (2.58 millones de flores), claveles, lilis y fresias.

A pesar de las altas tasas de incremento en las importaciones durante los años recientes, las importaciones de flores cubren solo una pequeña porción de la demanda de los consumidores en Japón. En 1988, 325 millones de tallos fueron importados. Esto fue solo el 6.3% del consumo total de flores (ITC, 1991).

El valor de las importaciones crecieron de 17,556 millones de yenes en 1993 a 19,878 millones de yenes en 1995, lo que significa una tasa de crecimiento del 13.22%. Los Países Bajos acaparan el 34.73% con 6903 millones, Tailandia tiene el 18.9% con 3767 millones y Nueva Zelanda el 14.21% con 2824 millones de yenes (ver cuadro 3.3.2).

Cuadro 3.3.2. Japón: valor de las importaciones de flores de corte 1989-1995.

PAÍSES	MILLONES DE YENES											
	1989	%	1990	%	1991	%	1992	%	1993	%	1995*	%
TOTAL	15243	100	16645	100	19229	100	16165	100	17556	100	19878	100
TAILANDIA	3929	25,78	4077	24,49	4247	22,09	3491	21,60	3754	21,38	3767	18,95
TAIWAN	1663	10,91	1357	8,15	1756	9,13	916	5,67	828	4,72	707	3,56
PAÍSES B.	5705	37,43	5844	35,11	6506	33,83	5113	31,63	6288	35,82	6903	34,73
AUSTRALIA	649	4,26	859	5,16	1311	6,82	905	5,60	939	5,35	1108	5,57
N. ZELANDA	1099	7,21	1541	9,26	1653	8,60	1776	10,99	1871	10,66	2824	14,21
SINGAPUR	877	5,75	1091	6,55	1516	7,88	1775	10,98	1547	8,81	1497	7,53
U.S.A.	555	3,64	647	3,89	667	3,47	663	4,10	582	3,32	478	2,40
COLOMBIA	78	0,51	135	0,81	423	2,20	384	2,38	471	2,68	677	3,41
SUDÁFRICA	116	0,76	141	0,85	159	0,83	135	0,84	128	0,73	195	0,98
MÉXICO	36	0,24	72	0,43	34	0,18	31	0,19	64	0,36	43	0,22
OTROS	536	3,52	881	5,29	957	4,98	976	6,04	1084	6,17	1679	8,45

FUENTE: MINISTRY OF FINANCE, CUSTOMS STATISTICS (CITADO POR JETRO, 1995).

* FUENTE: Japan Export and Import (Commodity by country). 1996. Published by Japan Tariff Association.

Las importaciones beneficiaron el desarrollo de los precios de las ventas al por mayor las cuales estuvieron más altas en 1993 debido a que los comerciantes anticiparon una oferta interna reducida, la cual se originó por un clima frío en el verano el cual esta fuera de estación. Además, el yen continuó apreciándose en contraste con otras monedas.

En relación al volumen, los líderes exportadores de flor cortada a Japón en 1993, fueron: Holanda con 4,067 ton. para el primer período, seguido por Tailandia con 3,843 ton. y Taiwan con 2,276 ton. Estos tres exportadores contabilizan el 68% de todas las importaciones de flor cortada del Japón. Las importaciones de Holanda por el Japón en comparación con los otros países han crecido marcadamente en los años recientes. Australia y Nueva Zelanda toman ventaja porque sus estaciones son inversas a las del Japón, mientras Costa Rica y Colombia han usado precios bajos para ayudar a aumentar sus exportaciones a Japón. En contraste, las importaciones de Taiwan han caído marcadamente.

Para 1995, el volumen de las importaciones fue de 17,110 ton, observándose una tasa de crecimiento con respecto a 1993 del 14.34%, para este año siguen apareciendo los Países Bajos con el 27.20% de las importaciones con 4654 ton, muy de cerca le sigue Tailandia con el 24.17% enviando 4135 ton y Taiwan exporta a Japón 2010 ton teniendo el 11.75%. México ha tenido una ínfima participación en las importaciones ya que participa con el 0.28%, 0.36, 0.13, 0.24, 0.23 y 0.22% para los años de 1989, 1990, 1991, 1992, 1993 y 1995 respectivamente, como se observa,

México exporta a Japón una muy pequeña cantidad de flores de corte enviando un volumen promedio a través de los años de 37 ton.

Cuadro 3.3.3. Japón: volúmenes de importación de flores de corte 1989-1995.

PAÍSES	VOLUMEN (TON)											
	1989	%	1990	%	1991	%	1992	%	1993	%	1995*	%
TOTAL	13369	100	12412	100	15627	100	11945	100	14963	100	17110	100
TAILANDIA	3917	29,30	4190	33,76	4338	27,76	3235	27,08	3843	25,68	4135	24,17
TAIWAN	4937	36,93	3352	27,01	4993	31,95	2655	22,23	2276	15,21	2010	11,75
PAÍSES B.	2284	17,08	1952	15,73	2495	15,97	2132	17,85	4067	27,18	4654	27,20
AUSTRALIA	512	3,83	757	6,10	1109	7,10	885	7,41	1069	7,14	1302	7,61
N. ZELANDA	440	3,29	615	4,95	710	4,54	517	4,33	1001	6,69	1525	8,91
SINGAPUR	361	2,70	435	3,50	665	4,26	571	4,78	1016	6,79	994	5,81
U.S.A.	309	2,31	388	3,13	351	2,25	772	6,46	361	2,41	328	1,92
COLOMBIA	54	0,40	123	0,99	294	1,88	228	1,91	419	2,80	663	3,87
SUDÁFRICA	107	0,80	115	0,93	135	0,86	117	0,98	130	0,87	217	1,27
MÉXICO	37	0,28	45	0,36	21	0,13	29	0,24	34	0,23	37	0,22
OTROS	411	3,07	440	3,54	516	3,30	804	6,73	747	4,99	1245	7,28

Fuente: MINISTRY OF FINANCE, CUSTOMS STATISTICS (CITADO POR JETRO, 1995).

*Fuente: Japan Export and Import (Commodity by country). 1996. Published by Japan Tariff Association

Los volúmenes y valores de las importaciones de flores de corte en Japón de 1988 a la fecha comienzan a expandirse rápidamente. Debido a que se observa que el valor de las importaciones han crecido a una tasa de crecimiento media anual del 7.82%, y en el periodo de 1988 a 1995 se tiene una tasa de crecimiento del 51.75%. En cuanto al volumen la TMCA a partir de 1989 es de 9.45% y la tasa de crecimiento entre 1988 y 1995 es de 56.02%.

Cuadro 3.3.4. Japón: tendencias de las importaciones de flores de corte.

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1995 *
VALOR (mill. de Yenes)	13099	15300	16700	19200	16200	17600	19878
Crecimiento anual %		16,8	9,2	15,0	-15,6	8,6	12,9
Diferencia			-7,65	5,82	-30,60	24,27	4,30
VOLUMEN (TON)	10967	13380	12435	15648	11961	15006	17111
Crecimiento anual %		22,00	-7,06	25,84	-23,56	25,46	14,03
Diferencia			-29,07	32,90	-49,40	49,02	-11,43

Fuente: Japan Export and Import (Commodity by country). 1996. Published by Japan Tariff Association.

Uno de los principales países exportadores de flor cortada hacia Japón son los Países Bajos, los cuales son el líder que abastecen al mercado japonés de claveles, rosas, fresias y tulipanes. Los Países Bajos son el principal abastecedor de rosas importadas a Japón, en 1992 enviaron 6,000,000 de tallos representando el 68.96% del total de importaciones de este producto, Singapur envía 300,000 tallos al igual que Nueva Zelanda teniendo el 3.4% cada uno siendo los segundos en importancia. En 1995, México solo envió 15,535 kg. (Bancomext, 1996).

Cuadro 3.3.5 Japón: importaciones de rosa, 1992 (millones de flores).

	TOTAL FLOR CORTADA	ROSAS
TAILANDIA	82,7	0
U.S.A.	85,1	0
PAISES BAJOS	55,5	6
TAIWAN	30	0
SINGAPUR	30	0,3
AUSTRALIA	17,5	0
COLOMBIA	9,6	0
COSTA RICA	9,4	
NUEVA ZELANDA	8,7	0,3
OTROS	55	2,1
TOTAL	383,5	8,7

FUENTE: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, Agricultural Production Bureau, Fruit and Flower Division. (citado por JETRO, 1995).

Cuadro 3.3.6 México; exportaciones totales de rosa fracción 0603.10-06

PAÍS	1996				1995			
	VOLUMEN Kg.	%	VALOR Dólares	%	VOLUMEN Kg.	%	VALOR Dólares	%
JAPÓN	9,406	0,58	82,172	0,84	15,535	0,53	190,995	1,24
TOTAL	1621,738	100	9783,699	100	2919,959	100	15459,190	100

continuación- -

PAÍS	1994				1993			
	VOLUMEN Kg.	%	VALOR Dólares	%	VOLUMEN Kg.	%	VALOR Dólares	%
JAPÓN	14,947	0,71	195,882	1,67	13,940	0,85	151,847	2,50
TOTAL	2116,280	100	11736,044	100	1641,007	100	6067,228	100

Fuente: SECOFI Y BANCOMEXT, 1996.

Algunas fuentes indican que las importaciones totales de flor cortada representan alrededor del 6% de toda la flor cortada vendida en el Japón. Sin embargo, estas fuentes también indican que se puede esperar que este porcentaje se incremente en el futuro, siempre y cuando los productores externos puedan suministrar tipos de flores que no son comunes en Japón y que pueden ser suministradas durante los meses de invierno cuando no existe o hay poca oferta local.

En el siguiente cuadro se observa que el consumo total de flores de corte en Japón se ha incrementado a través de los años, consumiendo 5110 millones de flores en 1988, 5487, 5673.9, 5864.9 y 6007.5 millones de flores para 1989, 1990, 1991 y 1992 respectivamente.

En el mismo cuadro también se observa que en el periodo 1988-1992 las importaciones de flores de corte de Japón, se han mantenido relativamente constantes, teniendo valores en porcentajes con respecto al consumo total de 6.3% para 1988, 6.5% para 1989, 6.3% para 1990, 7.5 y 6.4 para 1991 y 1992 respectivamente. Las importaciones de rosa con respecto al consumo total de las mismas representaron el 2.4, 2.6, 3.4 y 1.8% para 1989, 1990, 1991 y 1992 respectivamente. Y representan aproximadamente el 7.5% con respecto al consumo total de flores de corte.

Cuadro 3.3.7 Japón: volúmenes de producción e importaciones de rosa (millones de flores)

	1988	%*	1989	%*	1990	%*	1991	%*	1992	%*
PROD. INTERNA										
ROSAS	364		398		412		437		475	
FLORES DE CORTE	4786		5130		5316		5424		5624	
IMPORTACIONES										
ROSAS			9,9	2,4 ¹	11	2,6 ¹	15,2	3,4 ¹	8,7	1,8 ¹
FLORES DE CORTE	324	6,3*	357	6,5*	357,9	6,3*	440,9	7,5*	383,5	6,4*
CONSUMO ROSAS	364		407,9	7,43*	423	7,45*	452,2	7,7*	483,7	8,05*
CONSUMO F. DE CORTE	5110		5487		5673,9		5864,9		6007,5	

* Porcentaje con respecto al consumo total de flores de corte.

¹ Porcentaje con respecto al consumo total de rosas.

FUENTE: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, Agricultural Production Bureau,
"Survey on Flowering Plant" (citado por JETRO, 1995).

3.3.2. Características del mercado

3.3.2.1. Producción

Japón se compone de cuatro grandes islas y muchas islas pequeñas. Debido a la gran variación de climas que se encuentran dentro de los tropicales, puede crecer un gran número de flores al aire libre en cualquier periodo y en cualquier parte del país. De 15,300 ha bajo producción de flores en 1988, dos terceras partes (9,900) fueron usadas para la producción al aire libre (ITC, 1991).

De acuerdo con un estudio de la producción florícola realizado por el Ministerio de Agricultura, las principales especies producidas en 1988 fueron las siguientes:

Cuadro 3.3.8 Japón: Principales especies de flores producidas en 1988.

- Crisantemos	1,763 millones de tallos		
- Claveles	690	"	"
- Rosas	364	"	"
- Matthiola	113	"	"
- Gypsophila	103	"	"
- Statice	101	"	"
- Otras flores	1,652	"	"
Total	4,786		

El valor total de la producción fue estimada en 192 billones de yenes.

Las principales áreas productoras son:

- Para rosas, Shizouka, seguida por Aichi;
- Para crisantemo, Nagoya, seguida por Fukuoka;
- Para claveles, Nagano, seguido por Nagoya;
- Para gypsophila, Fukuoka, seguida de Wakayama.

La producción de flor cortada en Japón se realiza a lo largo de todo el año, debido a que no existen variaciones dramáticas de las estaciones. En 1988, la producción mensual promedio fue de 399 millones de tallos, con rangos entre 314 millones de tallos en junio y 511 en diciembre.

La superficie plantada de flor cortada en Japón en 1992 fue de 17,999 has. (arriba del 3.3%). El valor de la producción total fue de 279.3 billones de yenes (arriba del 2.3%) y la producción fue de 5.624 billones de flores (arriba del 3.7 %). Esto refleja un continuo patrón de crecimiento, aunque el crecimiento fue más lento que en el pasado. Las variedades que más se cultivan en el Japón en orden de importancia son crisantemos, rosas, claveles y lilis.

De manera general en Japón la superficie plantada (en hectáreas) de flor de corte bajo condiciones de invernadero muestra una ligera tendencia a incrementar y la superficie de flor producida en campo tiene un comportamiento inverso. Existe un comportamiento similar en relación al volumen.

Cuadro 3.3.9. Producción de flores de corte en Japón.

		1988	%	1989	%	1990	%	1991	%	1992	%
SUPERFICIE (has.)	INVERNADERO	5,415	35,4	5,887	36,8	6,318	38,0	6,964	40,0	7,398	41,1
	CAMPO	9,886	64,6	10,119	63,2	10,290	62,0	10,462	60,0	10,601	58,9
	TOTAL	15,301	100	16,006	100	16,609	100	17,426	100	17,999	100
PRODUCCIÓN (Vol.) (millones de flores)	INVERNADERO	2,674	55,9	2,899	56,5	3,037	57,1	3,205	59,1	3,405	60,5
	CAMPO	2,112	44,1	2,231	43,5	2,280	42,9	2,219	40,9	2,219	39,5
	TOTAL	4,786	100	5,130	100	5,316	100	5,424	100	5,624	100
VALOR DE LA PRODUCCIÓN	(billones de Yenes)	191,700		210,600		244,400		273,100		279,300	

FUENTE: Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, Agricultural Production Bureau,
"Survey on Flowering Plant" (citado por JETRO, 1995).

3.3.2.2. Preferencia de los consumidores

* Especie:

La rosa es la tercer flor más buscada superada solo por los claveles y crisantemos, y representa alrededor del 7% del consumo total de flor cortada. Aparte de los 7 millones de tallos importados de Holanda en 1989, todas las rosas vendidas se produjeron localmente.

*** Color:**

El color preferido difiere del de la mayoría de los otros países. La preferencia principal parece ser para el color blanco, el cual es el color dominante para las bodas y muchas otras ocasiones. Los colores pastel suaves son considerados mucho más deseables que los colores oscuros (tales como rojo oscuro, el cual es el color favorito en Europa), por lo tanto los colores rosas y violetas son populares. los arreglos florales tienen una gran parte del mercado (probablemente alrededor del 20%), por esta razón, los colores y formas que permiten una fácil combinación con otras flores son altamente demandadas.

El mercado Japonés se caracteriza por sus exigentes requerimientos en términos de frescura y uniformidad del color y del tamaño. Las flores deben estar absolutamente libres de insectos, pesticidas y enfermedades. Cada embarque es inspeccionado al llegar a Japón.

3.3.2.3. Patrones estacionales de demanda

Las flores son compradas alrededor de todo el año. Sin embargo, hay, como en otros países, períodos pico de demanda, como puede ser visto en el siguiente cuadro sobre el desembolso por los establecimientos domésticos en 1988:

Cuadro 3.3.10 Japón: Patrones estacionales de demanda para flores.

	Yen	% de consumo
TOTAL	9,329	100
Enero	502	5.4
Febrero	620	6.6
Marzo	1,075	11.5
Abril	695	7.4
Mayo	742	8.0
Junio	602	6.5
Julio	643	6.9
Agosto	1,011	10.8
Septiembre	861	9.2
Octubre	598	6.4
Noviembre	530	5.7
Diciembre	1,450	15.5

Fuente: International Trade Center, 1991.

El efecto que las ceremonias estacionales tiene sobre el consumo de flor cortada pueden ser vistas claramente en los altos niveles de ventas en marzo, agosto, septiembre y diciembre. Las celebraciones estacionales incluyen las de Navidad y año nuevo en diciembre y enero y el festival de Bon (a Buddhist memorial service) en agosto. Durante el equinoccio de verano en marzo y el equinoccio de otoño en septiembre (cuando las ceremonias Budistas se celebran para asegurar el reposo de los ancestros), la demanda por crisantemos incrementa substancialmente. Mayo es también un período de alta demanda, en parte por el Día de las Madres. La flor más popular para esta ocasión es el clavel. El Día de San Valentín en febrero tiene poco o nulo efecto sobre la venta de flores, pero un gran efecto sobre las ventas de chocolates. El Día del Padre, también tiene altas ventas de flores frescas, y caen en el tercer domingo de junio (ITC, 1991).

3.3.2.4. Competencia

Los nuevos abastecedores se enfrentaran a una fuerte competencia, primero con la de todos los productores locales, de quienes las flores no tienen que pasar por una rigurosa inspección fitosanitaria impuesta sobre las importaciones. Ellos también tienen la ventaja de tener su propia distribución en red la cual vela por sus propios intereses, y tiene además muchas pequeñas subastas localizadas cerca de sus áreas de producción.

Los países en desarrollo también tendrán una feroz competencia con los productores holandeses, no solo por el nuevo sistema de inspecciones, sino que también porque ellos han iniciado una agresiva promoción en Japón. En los últimos años, la representación en Tokio de the Flower Council of Holland se ha ocupado de los intereses de los exportadores holandeses y promueve la venta de sus flores. Teniendo ya establecido un mercado, the Flower Council of Holland ha tenido desde 1989 un representante que invierte la mitad de su tiempo en Tokio para promocionar y preocuparse por los intereses de la industria de la flor holandesa.

3.3.3. Requisitos a la importación

En general, las medidas y empaques estándar, en el Japón son idénticas a las usadas en Europa. Sin embargo, se puede notar que los importadores japoneses frecuentemente requieren longitudes de tallo más largo que los usuales en Europa.

3.3.3.1. Regulaciones Legales

Las regulaciones legales solo se aplican en el punto de importación, no en el punto de venta.

a) La Convención de Washington:

La Convención de Washington (Convención del Comercio Internacional en Especies Peligrosas de la Flora y Fauna Silvestre, llamado CITES) clasifica especies de plantas y animales en tres categorías.

*** Apéndice I**

Todas las especies tratadas con inmediato peligro de extinción. El tráfico comercial en estas especies o productos hechos de estas especies está prohibido. 527 especies están cubiertas por esta prohibición.

El gobierno Japonés ha designado estas especies como artículos de importación con cuota, y no pueden ser importados a Japón sin una cuota de importación otorgada por el Ministerio de Industria y Comercio Internacional.

*** Apéndice II**

Todas las especies requieren una estricta regulación internacional para prevenir el peligro de extinción. Los importadores pueden proponer un certificado de exportación o re-exportación emitido por la Autoridad del Manejo de los Países Exportadores (Management Authority of the Exporting Country). 263 especies están cubiertas por esta provisión.

b) Las Leyes de Protección a las Plantas:

Todos los países tienen procedimientos de cuarentena para las plantas, con el objetivo de minimizar o prevenir la dispersión de insectos plaga dañinos de otros países. El sistema de cuarentena de las plantas en Japón está basado en las estipulaciones de las Leyes de Protección a las Plantas, las cuales fueron adoptadas en 1950.

El sistema japonés de protección a las plantas, incluye prohibiciones a la importación de ciertos materiales, requerimientos designados al puerto de entrada, requerimientos de certificados de inspección de las plantas por los países exportadores, requerimientos de certificados de importación y, cuando es necesario, requerimientos para descontaminación, o disposición para regresar el embarque.

Los importadores pueden proponer una "Aplicación para la inspección de plantas importadas y artículos de importación prohibidos" acompañado con un "certificado fitosanitario" emitido por la agencia de gobierno competente del país exportador en la estación de protección a las plantas en el puerto de entrada (sin embargo, bajo circunstancias excepcionales, el importador puede permitirse emitir una copia a carbón o fotocopia del certificado el cual demuestra la misma información contenida en el convenio).

Se ha establecido un sistema, según el cual puede ser dado un permiso de pre-embarcación en los países exportadores por los inspectores de las plantas japoneses. El sistema opera de la siguiente manera. Antes del embarque, los inspectores llevan a cabo la inspección usando el mismo método que usan en el punto de desembarque, para confirmar la inspección realizada por los países exportadores y tomar las medidas para prevenir plagas y enfermedades. La flor cortada importada bajo este sistema recibe solo una inspección rápida en el puerto de entrada a Japón y puede ser distribuida rápidamente. La inspección tiene que ser pagada por los exportadores y puede ser costosa si la inspección continúa por uno o dos inspectores.

Los exportadores de Holanda han aceptado este sistema; esto es sin duda una de las principales razones de su éxito en el mercado Japonés.

i) Designación del puerto de entrada

Excepto cuando es importada por correo, la flor cortada puede ser importada por vía puerto o aeropuerto designado.

Desde que el inspector de cuarentena de las plantas ordene la descontaminación si cualquier infestación por plagas es detectada durante la inspección, es preferible importar por una de las vías listadas abajo, ya que estos sitios tienen todas las facilidades y equipo necesarios para ejecutar la descontaminación.

Puertos: Muroran, Otaru, Yokohama, Kawasaki, Tokyo, Nagoya, Yokkaichi, Osaka, Kobe, Moji, Shimonoseki, Hakata, Kagoshima, Naha.

Aeropuertos: New Chitose, New Tokyo International (Narita), Tokyo International (Haneda), Nagoya, Osaka International, Fukuoka, Nagasaki, Naha.

Se estima que un 50% del consumo total de flores en Japón se da en Tokio, por lo tanto la mayoría de las flores llegan al Tokyo International Airport Narita. En 1988, el 56% del total de flores importadas (183 millones de tallos) arribaron al aeropuerto de Narita. El 18% (57 millones de tallos) arribaron en el aeropuerto de Osaka. Otros aeropuertos en Japón completan el 26% restante (85 millones de tallos).

ii). Inspección a la importación

Las inspecciones se realizan en el caso de las cargas que van a ser embarcadas por aire, en la estación de protección a las plantas del aeropuerto o en otra localidad especificada por el inspector de la cuarentena. Las inspecciones son realizadas en el espacio designado para este propósito. Después de que el contenido de la carga ha sido verificado y es consistente a las formas de aplicación, será tomada una muestra por cada cargamento, por país de origen y tipo de flor.

Cualquier carga que ha sido inspeccionada por los inspectores Japoneses a los países exportadores antes de la exportación tendrá solo la prueba mínima permisible tomada para la inspección. Sin embargo, hoy en día, las inspecciones pre-exportación estan disponibles solo a los Países Bajos.

iii) Descontaminación y disposiciones

Debe ser enfatizado, que un embarque es considerado contaminado aún si es encontrado un solo insecto (p.e. un áfido). Esto significa que las flores tienen que ser fumigadas. Alrededor del 30% de toda la flor cortada importada es tratada. La consecuencia de la fumigación es el retraso de

la entrada a los mercados y el daño de ciertas flores. En casos extremos la fumigación puede causar tal daño que las flores tienen que ser tiradas muy lejos, o tienen que ser vendidas al 10% menos de su precio normal.

Si se detecta una infección, la flor cortada debe ser descontaminada. Si los organismos de la enfermedad son detectados, la flor debe ser reacondicionada, destruida o el embarque debe ser regresado (si no hay un método de descontaminación que pueda matar completamente a todos los organismos plaga). El método de fumigación con bromuro metílico puede causar daño a algunos tipos de flor cortada.

c) Otros procedimientos:

Las importaciones también deben ser completadas y es un deber del cliente realizar los procedimientos de pago al arancel. Los importadores hacen un pago depositado bajo fianza a una compañía de almacenes para incluir los costos completando estos procedimientos (los cuales son usualmente delegados a la autoridad representativa). Los horarios de carga para el transporte, fumigación y otras fases del proceso de importación difiere en los diferentes puertos de entrada.

Desde que la flor cortada es un artículo fresco, es elegible para apresurar su manejo. Algunos puertos de entrada nivelarán el proceso de importación de las flores, después del horario normal, aunque hay un horario adicional para este servicio.

d) Procedimiento de etiquetado:

Las flores cortadas no son sujetas a ningún procedimiento legal de etiquetado.

e) Regulaciones y leyes de impuestos:

Las flores de corte se encuentran libres de arancel para México por ser miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC, ante GATT), sin embargo existen impuestos al consumo del 3% lo que incrementa en este porcentaje el precio al consumidor final.

Cuadro 3.3.11 Japón: Descripción del código de comercio exterior y aranceles en las aduanas para flores de corte

HS No. imports	Nombre de los productos	Customs Tariff rate	Import System	Impuestos al consumo
0603.10-000	flor cortada	Tarifa libre	AA	CIFx3%

Fuente: JETRO. Japan's Agricultural Market. 1995

Fuente: Japan tariff association. 1994. Customs tariff Schedules of Japón.

f) Características de transporte del producto:

La mayoría de las flores son llevadas a Japón por vía aérea. Por lo tanto, se lleva como mínimo cuatro días desde su corte hasta que son vendidas en este país. Entonces, inevitablemente, la misma variedad de flor cortada de Japón será más fresca que la del extranjero. Consecuentemente, la flor cortada importada tiende a ser aquella que no compite con los productores de flores japoneses, o variedades que son bien vendidas aún después de que son cortadas.

En general, la flor cortada importada tiende a caer en una de las siguientes categorías.

1. Flores que pueden ser producidas en Japón, pero que es más barato importarlas de cualquier otra parte (tales como las orquídeas de Tailandia o Singapur).
2. Flores que es muy difícil o imposibles producirlas en Japón (flores cerosas de Nueva Zelanda y Australia).
3. Flores estacionales que pueden ser abastecidas por otros países cuando en Japón la estación no lo permite (crisantemos de Taiwan, cymbidium de Nueva Zelanda y Australia, tulipanes de Holanda).

3.3.4. Canales de distribución

i) Condiciones del mercado Japonés

La superficie plantada de flor cortada de Japón en 1992 fue de alrededor de 18,000 ha. Se refleja un continuo patrón de crecimiento, aunque este es más lento que en el pasado. Las principales variedades de flor cortada cultivadas en Japón fueron crisantemos, rosas, claveles y lilies. El crisantemo representa un 36 % del total, aunque otros tipos de flores llegan a representar una gran proporción del mercado, el gusto de los consumidores llega ser más diverso.

El consumo local ha sido sano, y el gasto en los establecimientos locales de flores de corte se ha ido incrementando. Este crecimiento se debe a que en el Día de las Madres, cumpleaños y otras ocasiones la cultura japonesa esta implantando la moda de regalar flores y de hecho más gentes están utilizando flores para decorar sus hogares.

ii) Canales de distribución

La oferta competitiva de la venta al por mayor del mercado de flores se realiza en la mañana. Para los productores de flores japoneses, el tiempo de corte al mercado de venta al por mayor local es de 24 horas, y para los mercados más distantes (como Okinawa y Tokio) es de 48 horas.

En el caso de las flores importadas, sin embargo, esto se realiza en por lo menos 36 horas desde que las flores son cortadas, empaquetadas, inspeccionadas y limpiadas en el lugar de origen, y entonces esperan a ser cargadas para enviarlas al Japón. Los vuelos a Japón pueden tomar hasta 7 horas (vuelos directos de Tailandia) o 22 horas (desde los Países Bajos vía la ruta sur). Si los vuelos llegan en la noche, el embarque no puede ser procesado, hasta la mañana siguiente, y será hasta entonces lo más temprano que la flor cortada puede ir a la subasta del mercado de venta al por mayor.

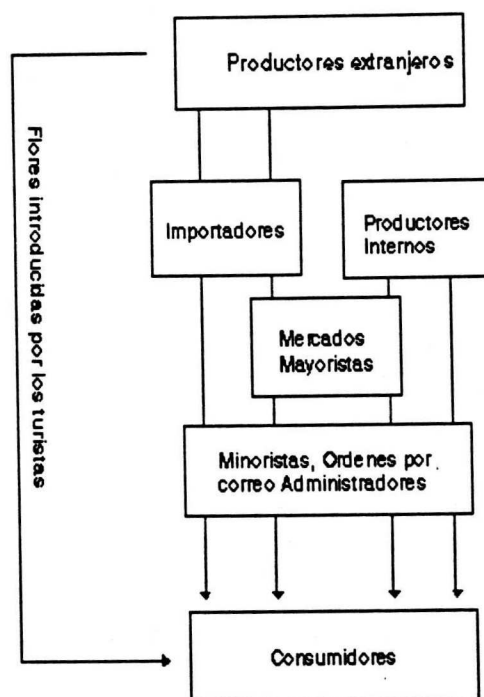
En cuanto a los medios de distribución, aún con la existencia de muchas industrias bien desarrolladas en Japón y altas tecnologías, los sistemas de distribución para flores frescas no están bien estructurados para el manejo de flores importadas. Sin embargo, se están haciendo cambios para mejorarlos.

Hay alrededor de 24,000 vendedores detallistas en Japón. El promedio de ventas por salida en la región son de 150,000 dólares por año, lo cual es bajo. Las ventas de flores en los supermercados son bajas comparadas con ventas similares en otros países desarrollados (probablemente menos del 5% del total de ventas).

Los minoristas usualmente compran flores en las subastas y ocasionalmente con los mayoristas. Hay alrededor de 340 subastas en Japón. La mayoría de éstas son pequeñas y antiguas y están dispersas por todo Japón. El sistema de cronometreado en las subastas que se encuentra en Europa Occidental no existe, aunque esta siendo planeada. Todas las flores, incluyendo las importadas han tenido que ser vendidas tradicionalmente en las subastas. No es raro para un importador tener que vender en 20 o 30 subastas al mismo tiempo. Esto con frecuencia resulta en excesivo tiempo de distribución, y costos de manejo y distribución. El sistema es ventajoso para muchos productores locales pequeños, pero inconveniente para manejar cantidades altas de flores importadas. Sin embargo, los cambios se están realizando.

Hay aproximadamente 30 empresas importadoras en Japón. Veinte de ellas son miembros de el recientemente formado Japan Cutflower Importers Association.

Los patrones de distribución se han diversificado considerablemente en un tiempo reciente, sin embargo, las compañías de correos y servicios de entrega express ahora venden flor cortada. Estas compañías compradoras de flores han computarizado sus sistemas. También las compañías de embarques han establecido sus propias cadenas de distribución, y numerosas empresas procesadoras de alimentos y otros grandes negocios han decidido incursionar en el negocio de la flor cortada.

Diagrama 3.3.1 Japón: canales de distribución para flores de corte

iii). Puntos a considerar cuando un producto entra por primera vez al mercado

Japonés

* Control de calidad en el punto de origen:

- a). Tener una completa erradicación de plagas.
- b). Establecer un criterio de pre-selección de importación.
- c). Medidas del empaque:

La inyección de resinas sintéticas con pesticidas volátiles se realiza en Australia, Nueva Zelanda y Taiwan, donde las flores son fumigadas con bromuro metílico antes de pasar por la inspección de exportación y de ser empacadas.

* La inversión por los importadores para adquirir un equipo físico de mantenimiento con calidad para mantener la flor fresca durante el viaje.

Refrigeración

- * Sistema de pre-enfriamiento (enfriado a 5 grados centígrados o más bajo antes del empaquetado)
- * Usar hielo seco o paquetes de hielo en el aeroplano
- * Almacenar en contenedores refrigerados antes y después de la aduana

Preservadores

- * Etileno (Tratamiento con un compuesto químico que contiene nitrato y tiosulfato de plata disueltos en agua).
- * Suplemento de azúcar (Aplicar azúcar alrededor del corte en una solución junto con un agente esterilizante).
- * Humedad (transportarlas en un empaque conteniendo pequeñas cantidades de agua).

h) Servicio después de la venta:

Las quejas de los consumidores serán mínimas si son usados los preservadores en las ventas al por menor y si están bien informados acerca de como manejar y cuidar las flores.

i) Categorías relacionadas al producto:

*Semillas, bulbos y flores para cultivo.

Estos son sujetos a los mismos requerimientos de inspección en las aduanas, pero generalmente las regulaciones sobre el medio ambiente difieren de las de las flores cortadas como se describen abajo.

Cuarentena de protección para bulbos y semillas

Debido a que ciertos tipos de bulbos y semillas, listados abajo, pueden transportar infecciones que no son detectadas a través de los métodos tradicionales de inspección, estos materiales deben ser cultivados en aislamiento por un período específico de tiempo.

- Flores de bulbos
- Tubérculos de papa y camote
- Semillas contenidas en la fruta de la planta (incluyendo fresa y piña)
- Tallos de caña de azúcar y raíces

Mientras el material está siendo cultivado estará sujeto a una inspección visual, examinando la planta en referencia, probando antisuecos y examinando con un microscopio electrónico.

Sin embargo, la categoría 1 (flores de bulbos) es limitada a 85 tipos de tulípanes holandeses, lilies, jacintos, y fresias. Estos están exentos de requerimientos de inspección de cuarentena, y son sujetos generalmente a inspecciones de pre-exportación por inspectores de cuarentena de las plantas Japoneses instalados en Holanda.

J) Importaciones directas por los individuos:

Los individuos pueden importar cualquier cantidad de flores para su propio uso personal, menos de las especies que están sujetas a las restricciones de importación de la Convención de Washington. Sin embargo, las importaciones individuales pueden seguir las mismas inspecciones que las que se le realizan a una importación comercial.

3.3.5. Precios

Como en otros países, los precios varían considerablemente en todos los niveles de la cadena de distribución. Las flores importadas frecuentemente cuestan solo la mitad del precio de algunas de las flores que fueron producidas localmente, y algunas veces menos. El precio de las flores importadas varía de acuerdo a su origen. Por ejemplo, las flores de Holanda las cuales han sido checadas por los inspectores Japoneses antes de ser mandadas a Japón, disponen de muchos más altos precios que las mismas flores de otros abastecedores extranjeros. En ocasiones las rosas de Holanda han logrado venderse en tiendas que solo ofrecen rosas cultivadas localmente y se han vendido a precios similares (500-600 yenes) debido a su alta calidad.

El precio al por menor varía considerablemente. En general, estos son muy altos. Algunas veces los precios están diez veces el precio de como se encuentran en las subastas, reflejando los altos costos de distribución y los altos márgenes de comercialización. Como ya se mencionó el promedio de ventas de flores en términos de volumen de ventas es pequeño, los márgenes de venta al por menor tienen que ser altos -algunas veces 300-400 % -. Los negocios de flores son particularmente caros debido a los altos costos de producción.

Cuadro 3.3.12. Japón precios promedios de subastas para rosas, 1983-1988

	1983	1984	1985	1986	1987	1988
ROSAS (1 tallo)						
(Pesos)	3.3	3.24	3.3	3.6	3.72	4.02
(Yenes)	55	54	58	60	62	67

Fuente: Japan Wholesale Flower Market Association (1990; citado por ITC, 1991).

Se observaron los siguiente precios en Mayo de 1990.

Cuadro 3.3.13 Precios de rosas en las tiendas de Tokio, mayo de 1990.

Tienda de flores típicas en Tokio	
Typical flower shop in Tokyo	Yen por tallo
Rosas (Holanda y origen local)	500-600
Top-quality shop in central Tokyo (Gotoh)	
Tiendas de alta calidad (lujo)	
Rosas (tamaño mediano)	.
600-1,000	
Rosas (Largo - 100 cm.)	1,500

3.3.6. Acceso al mercado

La flor cortada entra al Japón normalmente libre de aranceles; no existen restricciones cuantitativas. Sin embargo, los países que no tienen un acuerdo con el GATT puede ser que paguen una tasa arancelaria del 10%.

De hecho, no menos de 7% del total de las importaciones tienen problemas sin duda debido a las estrictas regulaciones fitosanitarias y también a otros factores que colocan a las flores importadas en desventaja comparadas con las producidas localmente. Los principales obstáculos se describen a continuación:

*** Políticas de cero-tolerancia**

Son practicas muy selectivas de cuarentena a las plantas, sistema por medio del cual se detecta y rechaza a las plagas que son consideradas como peligrosas, lo que ocasiona que se de un elevado rechazo al permiso de importación. Las flores cortadas generalmente no son consideradas artículo de riesgo; esto quiere decir que ninguno de los países importadores de flor cortada han registrado nunca ningún brote de plagas como resultado de importar flores. Sin embargo, el servicio de protección a las plantas japonés, rechaza aún insectos que son abundantes en el país sin evidencias científicas sobre el tipo de daño que ellos causan o podrían causar a la agricultura local.

*** Problemas en los puertos de entrada**

El aeropuerto Narita esta muy congestionado, los exportadores frecuentemente se quejan de la baja eficiencia y pobre coordinación entre las diferentes autoridades, los cuales empiezan con retrasos persistentes en el chequeo de la carga perecedera entrante. La situación se agrava por las limitadas facilidades de enfriamiento y almacenaje disponibles y sus altos costos.

*** Velocidad y costos de la fumigación**

La fumigación de los embarques retrasados son transportados por los operadores privados designados por las autoridades. Los costos de fumigación es alrededor de tres veces mayor que el costo normal que tienen otros aeropuertos internacionales. Fumigaciones del mismo día (especialmente con bromuro metílico) no esta garantizado. Para mejorar los estándares de servicio, las compañías de fumigación podrían ponerse a la libre competencia.

*** Sugerencias**

El 29 de agosto de 1985, Japón empezó a instalar estaciones de inspección a las plantas en Holanda, para conducir una inspección de las plantas a priori de las exportaciones, esto, redujo los procedimientos administrativos requeridos en las aduanas.

En el presente, tales convenios solo toman lugar en Holanda, Sin embargo, convenios similares pueden ser instituidos en cualquier otro país basado en las consultas técnicas entre los técnicos especialistas de Japón y el otro país.

*** Perspectivas**

La industria de la flor cortada japonesa ha disfrutado de un crecimiento constante en el pasado, pero la recesión económica ha dañado las ventas de flores para ceremonias y uso comercial de estas, y no hay signos de una eminente recuperación. Sin embargo, la demanda casera para la flor cortada no ha sido relativamente afectada por la recesión, y la demanda permanece fuerte.

4. CONCLUSIONES

1. Con base en los datos analizados, se concluye que la hipótesis No. 1 se comprueba, ya que en México existe por lo menos un 20% de la extensión territorial con condiciones ambientales aptas para la producción de rosa al aire libre y aproximadamente un 50% de extensión donde se puede producir el cultivo bajo condiciones controladas. Se ha visto que la mayoría de los estados del País cuentan con una temperatura media anual entre 16 y 24°C que es la adecuada para el cultivo de rosa, y aún con las fluctuaciones y oscilaciones a lo largo del año la temperatura no se aleja tanto de la óptima, por lo que el costo de la producción intensiva del cultivo es relativamente menor comparada a la inversión que tienen que realizar países como Holanda y EE.UU. en la construcción de invernaderos, microtúneles, etc.

Asimismo, se observa que México cuenta con ventajas en el mercado de EE.UU., sin embargo, está desaprovechando la cercanía con este mercado y los bajos costos de producción que se tienen por las condiciones ambientales favorables y la mano de obra barata. En México los costos por tallo de rosa puesta en el mercado de EE.UU. es de US\$ 0.11, Colombia tiene un 33% más de costos en comparación con México (US\$ 0.14) y Ecuador de un 52.94% más altos (US\$ 0.17), cabe mencionar que Ecuador produce un menor volumen de exportación (su productividad es 50% menor que la de México) pero su calidad de flor es mayor que la flor de México y Colombia (Visaflor, 1996).

De los tres principales mercados internacionales, México tiene mayores posibilidades de exportar rosas a EE.UU. por las características geográficas que ya se describieron y debido que los gustos en cuanto al tamaño de tallo, de la flor, colores etc. son similares a lo que nuestros productores pueden ofrecer. Además la reciente entrada al TLCAN homogeneiza las reglas tanto de calidad como fitosanitarias obligando a nuestros productores a esforzarse para lograr calidades similares a las del vecino país. Con Canadá las posibilidades son similares a las que se obtienen con EE.UU., sin embargo, existe mayor competencia regional y los productores mexicanos solo pueden incursionar al mercado si ofrecen alta calidad y precios bajos, además se puede aprovechar los meses de invierno (noviembre a marzo) cuando la producción local de rosas es baja y coincide con la mayor demanda. Con Japón las posibilidades son menores debido a la mayor exigencia en cuanto a calidad y controles fitosanitarios de las flores, además

la lejanía de este mercado repercute en mayores costos de transporte y almacenamiento sin olvidar el mayor espacio de tiempo que las flores deben mantener la calidad exigida, lo que hace más difícil la competencia con los productores locales que no tienen que pasar por estas circunstancias. Sin embargo, si México quiere incursionar en este mercado, tiene que ofrecer mayor variedad de colores, o variedades de rosas que no se puedan producir en Japón ni que puedan abastecer otros países competidores como Holanda y Nueva Zelanda.

Según el análisis de precios, existe competitividad para enviar rosas hacia los tres mercados, pero con Japón, cuando el envío de las flores es a las subastas, se registran ganancias del 48% mayor a las ganancias que se obtienen en el mercado nacional, pero si se mandan directamente a las florerías se tiene ganancias superiores al 2000%, esto nos indica que existe la alternativa de organizarse para lograr disminuir los canales de distribución y enviar el producto directamente a los minoristas o tener sucursales propias como florerías, a las cuales vale la pena enviar rosas ya que la utilidad por tallo se eleva a \$ 27.85 en comparación con la ganancia de \$1.26 que se obtiene en el mercado nacional. Cabe mencionar que hacia Canadá y EE.UU. se observan ganancias (\$1.84) similares a las que se obtienen en las subastas del Japón, por lo que no se debe perder de vista que al igual que en Japón si se disminuyen los canales de comercialización, el potencial es alto (ver anexo 5).

Las rosas actualmente tienen un arancel de 2.5% para Canadá, y de 3.20% para EE.UU., sin embargo, bajo el TLCAN para el año de 1997 tendrá una tasa cero en Canadá y bajo el TLCAN en 1998 se alcanza la tasa cero en EE.UU., en el caso de Japón los aranceles son Libres. La eliminación paulatina de barreras arancelarias y no arancelarias al comercio, parece ser que nos da ventajas en la comercialización de productos como las flores, pero actualmente se están generando otros problemas como son la lucha por los mercados internos por parte de los productores locales de cada país inyectando recursos económicos para que se inventen nuevas leyes y acuerdos que opacan a los ya existentes, estos problemas solo se pueden enfrentar si los productores de cada país se encuentran organizados para hacer respetar sus derechos y lograr mediante esta forma los objetivos que se tengan planteados.

2. La hipótesis No. 2 se comprueba debido a que se tiene que los principales países exportadores de flores, cuentan con un apoyo gubernamental amplio y decidido tanto a nivel económico como social y financiero como es el caso de Colombia, Israel y Holanda. En México apenas se inicia con este proceso.

3. La hipótesis No. 3 se acepta parcialmente, ya que si bien es cierto que la comercialización de la rosa en México es difícil porque la mayoría de los productores cuentan con pequeñas extensiones de tierra para su cultivo, además carecen de la infraestructura necesaria (transporte, camiones con refrigeración, etc.) para llegar en forma rápida y eficiente a los centros de distribución y/o consumo. Otro problema es la falta de conocimiento del manejo postcosecha del cultivo, ya que son pocos los productores que le dan un tratamiento adecuado a la flor, lo que repercute en una baja calidad que se expresan en la falta de sanidad, apertura floral, corta vida en florero, etc. Lo anterior se castiga en el mercado con precios muy por abajo del precio real. Debido a estos problemas, las flores de la mayor parte de los cultivos a cielo abierto, no reúnen la calidad que exige el mercado de exportación, sin embargo, existen alternativas que el gobierno ya ha puesto en marcha para apoyar las exportaciones de los productos agrícolas. Además, en general el transporte a nivel mundial tanto aéreo como terrestre para los envíos de flores, no es de buena calidad, ya que las características que tiene el producto de ser altamente perecedero, ocasiona que solo exista un tiempo reducido desde su corte hasta la venta al consumidor, por lo que el transporte de forma rápida y eficiente es el principal obstáculo para que las flores lleguen con la calidad que el consumidor demanda, y es en este proceso donde los costos aumentan notablemente por los cuidados postcosecha que hay que dar a las flores, y el problema se acentúa aun más en mercados lejanos como Japón sin olvidar que cada país cuenta con su propio sistema de distribución de las flores.

Otro obstáculo son los canales de distribución ya que los tres mercados estudiados cuentan con intermediarios mayoristas que posteriormente tienen que enviar las flores a los detallistas para que lleguen al consumidor final, lo anterior resulta en aumentos en el costo del producto al consumidor final, el cual es más alto de lo que debe ser. México debe tener sus propios agentes de ventas o empresas comercializadoras en el punto de venta como lo hacen países como Holanda y Colombia que con este mecanismo han llegado a competir con gran éxito en estos negocios.

5. RECOMENDACIONES

1. La metodología usada tiene limitantes, debido a que se carece de datos más precisos para saber de manera más eficaz la potencialidad de exportación de México en el exterior, es difícil encontrar datos actualizados a nivel nacional de la superficie florícola sembrada, cosechada, la producción etc. Debido a que las flores son consideradas más bien un artículo de lujo no se encuentran en las estadísticas básicas del sector agropecuario que emite la SAGAR anualmente, se tiene el mismo problema para conocer estos datos a nivel internacional. Además la información que proporcionan las empresas que se dedican a esta actividad debe tomarse con mucho cuidado, ya que es muy difícil que se de a conocer la información real que tienen, debido a que dicha información la han obtenido a base de grandes costos, tiempo y esfuerzo. Este problema se origina porque en México no existen leyes claras y precisas relacionadas al uso de patentes. Por lo anterior se recomienda utilizar fuentes directas de consultas como son las encuestas y entrevistas con los agentes involucrados, ya que aunque son más costosas y se llevan a cabo en un periodo de tiempo mas largo, son más reales.

2. Al igual que en otros países iniciar un dialogo e intercambio de experiencia entre las empresas participantes con miras a fomentar la capacidad empresarial de sus socios, así como la difusión de las políticas, prácticas de operación y servicios de algunas instituciones de los sectores financiero y comercial del país. Asimismo, dar a conocer los diversos tipos de figuras jurídicas que existen con todas sus características y situación fiscal.

Lo anterior con el fin de unir el proceso productivo al de comercialización de manera más eficiente, organizándose los productores que concurren al mercado por separado, para integrar una oferta regional y comercializarla por un sólo conducto, una sola marca y oficina única. Con esta suma de esfuerzos es posible ofertar volumen, calidad y presentación.

3. Debe buscarse el apoyo concreto de los organismos públicos implicados en la exportación de productos agropecuarios como la SHCP, quien afirma que el sector productivo agropecuario es el más favorecido por el Sistema Fiscal Nacional, ya que en promedio está por debajo respecto a otros sectores hasta en un 50%. Siempre y cuando sean personas físicas o

morales cuyo principal giro sean la producción y comercialización de productos agropecuarios, sin la industrialización de los mismos, estas estarán exentas del pago del impuesto, siempre y cuando las utilidades no excedan 20 veces el salario mínimo diario según la zona geográfica del país, de acuerdo al artículo 147 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta. Además, dice que actualmente se están desarrollando pláticas favorables con la Dirección de Desarrollos de Mercados de ASERCA, para que se otorguen beneficios fiscales a las empresas comercializadoras, similares a los que se conceden a algunas empresas integradoras de SECOFI (ASERCA, 1995).

4. Las medidas anticontaminantes constituyen un grave riesgo para los exportadores, ya que la industria y agricultura mexicanas enfrentan un problema que no se quiere ver, las disposiciones ecológicas en los procesos de producción, que están llevando a importadores individuales y sectores productivos e incluso naciones completas a rechazar materias primas, alimentos y manufacturas que impliquen factores contaminantes, son una virtual condena a la exportación en un plazo no mayor de 5 años para las empresas mexicanas pequeñas y medianas y para casi toda la agricultura, mismas que -como sus homólogas de otras naciones subdesarrolladas- enfrentan un rezago tecnológico. Por lo anterior es urgente que se inicien programas de investigación en miras a evitar dicho rezago.

5. Actualmente, en el caso de la industria existe y opera ya el certificado de calidad ISO-9000, el cual implica que los insumos utilizados en la producción son reciclables y no dañan el ambiente. Este certificado concede al exportador puntos de ventaja respecto a quienes no lo tienen. Con un concepto denominado "punto verde" Alemania impide ya que ingresen en su país empaques, envases y otros productos no reciclables; también prohíbe los palets (donde van las cargas) que sean de pino y no de encino.

Para la agricultura, se prevé como algo muy próximo - y generalizado para el año 2000- el certificado ISO-14000. Solo aquellos productores que cultiven sin agroquímicos y sin dañar el recurso agua podrán obtenerlo. Países como Holanda preparan desde hace cinco años a sus productores para ello, y esta política ha sido el motor de una rápida incorporación de invernaderos; tienen prevista para el comienzo del siglo próximo una nueva ley que "no les dejará usar un gramo de fertilizantes químicos". En México el uso de invernaderos no llega ni a mil hectáreas, y casi toda la producción que se realiza a cielo abierto es contaminante. La generalización de la exigencia de los certificados atentará con nuestras exportaciones de tomate, café, flores, etc.

Con las anteriores disposiciones es importante que tanto los productores como el gobierno federal, se encuentren actualizados en relación con las medidas que se emiten continuamente en el mercado internacional de productos, previendo las implicaciones que estas tienen con los productos que manejen en dicho mercado.

6. Para fomentar más las exportaciones, hacen falta diversos servicios, tales como el enlace de las industrias con posibles compradores, obtener información sobre estudios de mercados y canales de distribución de otros países, así como contar con apoyos financieros a tasas de interés competitivas.

Hay otros factores que se deben considerar para lograr un mejor desempeño en los mercados internacionales, entre ellos destaca la agilización de los trámites con las diversas dependencias gubernamentales, un mayor conocimiento de la legislación y aranceles de los países con quien se quiere comerciar, además de una mejor difusión de las empresas a nivel internacional, así como la búsqueda de fletes y envíos a bajos precios.

6. BIBLIOGRAFIA

ANONIMO, 1994. Floricultural Products, A Survey Of The Netherlands And Other Major Markets In The European Community.

ASERCA, 1992. Primera Mesa de Trabajo Sobre Floricultura. Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria.

ASERCA. 1993. Análisis de la comercialización de la producción florícola Nacional. Informe único. 123 p.

ASERCA. 1995. Claridades Agropecuarias. Un Horizonte ASERCA del mercado Agropecuario. Revista de publicación mensual. México, D.F. Vol. No. 25, Septiembre, México D.F.

ASERCA. 1996. Compendio Agropecuario 1995. "Claridades Agropecuarias" (Revista de publicación mensual). No. 29. Enero.

BANCOMER. 1996. Mercado de cambios. Datos publicados en el periodico El Financiero. 4/11/96.

BANCOMEX. 1994. La floricultura Mexicana en el contexto internacional. México D. F. 23 p

BANCOMEXT. 1994. Canadá mercado de flores de corte. Guia para exportar. México, D.F. 41 p.

BANCOMEXT. 1996. Guía básica del Exportador. Editorial Universal. Tercera Edición. México, D.F. 186 p.

BASSOLS, B. A. 1984. Recursos naturales de México. Teoría conocimiento y uso. 16ª Edic. Editorial NUESTRO TIEMPO, S.A. Méx. D.F. P. 361.

- CALDENTEY, P. 1978. "Comercialización de Productos Agrarios". Editorial Agrícola Española. Madrid.
- CECCAM. 1993. La política comercial y la nueva política de subsidios hacia los productores de granos básicos en Méx. Ed. Fundación Friedich Ebert. Méx. D.F. P. 47.
- CRUZ SANCHEZ, V. 1994. Comercialización en Estados Unidos de América de flores de rosal (Rosae spp) producidas en Villa Guerrero, Estado de México. Tesis Licenciatura. Departamento de Economía Agrícola. Universidad Autónoma Chapingo. Chapingo, México.
- DOYLE C. JOHNSON. 1989. Floriculture and Enviromental Horticulture Products. "A production and marketing statistical review, 1960-1988". USDA. Statistical Bolletin Number 817.
- FIRA. 1985. Instructivos Técnicos de Apoyo para la Formulación de Proyectos de Financiamiento y Asistencia Técnica, Serie Agricultura, Horticultura Ornamental. México D.F. 179 p.
- FIRA. 1989. Boletin informativo. La floricultura en México y la Comercialización internacional. No. 205. Mayo .
- FIRA. 1994. Elementos de análisis de las cadenas productivas. Ornamentales. Banco de México. Documento Técnico. México, D.F. P. 36.
- GARCIA, E. 1986. Apuntes de Climatología. Primera Edición. Edit. Larios. México, D.F. 155 p.
- GARCIA MATA, R. 1990. "Notas sobre mercados y comercialización de productos agrícolas". Tomo I. Col. Post. Montecillos, México.
- GÓMEZ, G.A.A. 1996. Política comercial, desarrollo agropecuario y seguridad alimentaria en América Latina. Universidad y Utopia. Año III, No. 2-3. Pp 40-46. .

- GOMEZ, O.L. 1994. La política Agrícola en el nuevo estilo de desarrollo Latinoamericano. FAO. Santiago de Chile. pp 674.
- ITC, UNCTAD/GATT. 1991. Fresh Cut Flowers "A study of the market in Japan". International Trade Center UNCTAD/GATT. Geneva. 17 p.
- JAPAN TARIFF ASSOCIATION. 1994. Customs tariff Schedules. Published by Japan Tariff Association. Pp. 48.
- JAPAN TARIFF ASSOCIATION. 1996. Japan Exports and Imports (Imports of commodity by Country). Published by Japan Tariff Association. Pp. 113.
- JETRO. 1994. Administrative Procedures for Importing into Japan by Product Category. Japan. pp. 90-91.
- JETRO. 1995. Japan's Agricultural Market. Cut Flowers/Marketing Guidebook for major imported products. Pp 590-599.
- JETRO. 1996. Japan's Agricultural Market 1995.
- KLOTZBACH, T. 1995. U.S. mport of fresh fruit, vegetables and cut flowers up. Tropical produce marketing news.
- LARSON, A. R. 1988. Introducción a la floricultura. AGT editor, S.A. México, D.F.
- LAURIE, A. KIPLINGER, D.C. NELSON, K.S. 1989. Commercial Flower Forcing. 8ª Edición. U.S.A. P. 422.
- LEYES Y CODIGOS DE MEXICO. 1995. Código de Comercio y Leyes Complementarias. 6ª Edición. Editorial Porrúa, S.A.. México, D.F. Pag. 886.

- LEYES Y CODIGOS DE MEXICO. 1995. Legislación Aduanera. 18ª Edición. Editorial Porrúa. México, D.F. Pag. 421.
- LOPEZ, M. J. 1980. El cultivo del rosal en invernadero. Edit. Mundi-prensa. Madrid. 341 p:ilustr.
- ORTIZ S. C. A. 1985. Los principales suelos de México de acuerdo al sistema FAO/UNESCO. CEDOC. Depto. de Suelos, Universidad Autónoma Chapingo. Chapingo, Méx. P. 21
- PASIGN, C.C. AND LIETH, J.H. 1994. Prediction on flowering rose shoot development based on air temperature and thermal units. Scientia Horticulturae Abstract. 59 (1994), pag. 131-145.
- SARH. 1994. Sistema-Producto. Flores. Datos Básicos.
- SECOFI, BANCOMEXT. 1996. SICM, Banco de Datos. Julio.
- SECOFI. 1994. TLC de América del Norte. Fracciones arancelarias y plazos de desgravación. Editorial Porrúa. Pag. 978.
- SNIM. 1996. Precios de venta al mayoreo en la Central de Abastos de D.F. Boletín Informativo Semanal de flores. Enero.
- TORRES GAYTAN, R. 1989. Teoría del comercio internacional. 15ª Edición. Editorial Siglo XXI S.A. de C.V. México, D.F. P. 467.
- USDA. 1996. Import/export commodity report. Import for cut flowers search results. INTERNET, Banco de datos.
- USDA. 1996. Import/export commodity report. Import of cut flowers from México, search results. INTERNET, Banco de datos.
- USDA. 1996. Department of Commerce of United States. Base de datos.

VISAFLOR. 1996. El mercado internacional de flores de corte. Conferencia. Univ. Autónoma Chapingo, Depto Economía. Nov. 1996.

VON, D. E. 1990. El cultivo de rosas de corte en invernadero. Tercera Edición. Edit. W. Kordes+ Sohne, Rosenschulen Gmbh & Cokg. pp. 5- 27.

ANEXOS

ANEXO 1

MERCADO DE CAMBIOS (cotizaciones en pesos)

Divisas Extranjeras	Compra (1° de Nov.)	Venta (1° de Nov.)	Venta (25 de Oct.)	Venta (4 de Oct.)	% en 1996
Dolar estado - unidense *	7.9	7.97	7.95	7.52	2.84 .
Dolar estado-unidense **	7.94	7.95	7.94	7.518	3.38
Libra esterlina	12.8438	13.2509	12.799	11.9472	9.96
Franco Frances	1.5326	1.5808	1.5585	1.4757	-0.56
Franco Suizo	6.1532	6.3593	6.3687	6.0946	-6.13
Peseta Española	0.0613	0.06334	0.0625	0.0594	-1.25
Yen Japonés	0.0690	0.0714	0.0708	0.0686	-5.56
Libra Italiana	0.0051	0.0053	0.0052	0.0050	8.16
Dolar Canadiense	5.8687	6.0631	5.9507	5.6129	6.40
Marco Aleman	5.1708	5.3372	5.2638	4.9934	-1.86
Franco Belga	0.2511	0.2588	0.2552	0.2424	-1.97
Florin Holandes	4.6077	4.7526	4.6941	4.4496	-2.13
Corona Sueca	1.1924	1.2301	1.2146	1.1550	4.97

* Promedio ventanilla

** Promedio intercomercial

FUENTE: Bancomer (citado por El Financiero, 4/ 11/ 96).

ANEXO 2

PRECIOS DE ROSAS POR VARIEDAD Y TAMAÑO EN ESTADOS UNIDOS EN DIVERSOS MERCADOS TERMINALES, PARA EL MES DE OCTUBRE DE 1996.

	Chicago	Seattle	San Francisco
ROSAS "TE HIBRIDAS"			
CA Asstd Colors Incl Red 26 inch & Ingr.	0,85-0,90	0,84-0,9	0,50-0,52
CB Assorted Colors 70 cm	1		
60 cm	0,85		
Few lwr 22-26 inch.	0,80-0,85		0,40-0,46
18-22 inch.	0,75-0,80		0,36-0,44
14-18 inch.	0,50-0,55	0,45-0,65	0,24-0,34
10-14 inch.			0,20-0,26
variedades rojas			
Red Vi "Madame del Bard"			
80 cm	0,6		
70 cm	0,55		
60 cm	0,5		
50 cm	0,45		
60 cm	0,35-0,40		
50 cm	0,30-0,35		

	40 cm	0,25		
	30 cm	0,25		
OCC lwr	70 cm	0,45		
Few hgr				
	CB Asstd Colors incl. Red			
	26" & Ingr		0,95-1,00	
	50 cm			
	40 cm		0,75	
			0,65	
VISA 80 cm		0,5		
ROSAS SWEETHEART				
CA 14" & Ingr		0,50-0,55	0,48-0,58	0,24-0,26
Few lwr CB 14" & Ingr.		0,50-0,55		

Fuentes:

1 USDA. 1996. Fruit and Vegetable Market News. Federal-State Market News Service. Chicago Ornamental Terminal Prices as of 07-oct-96,

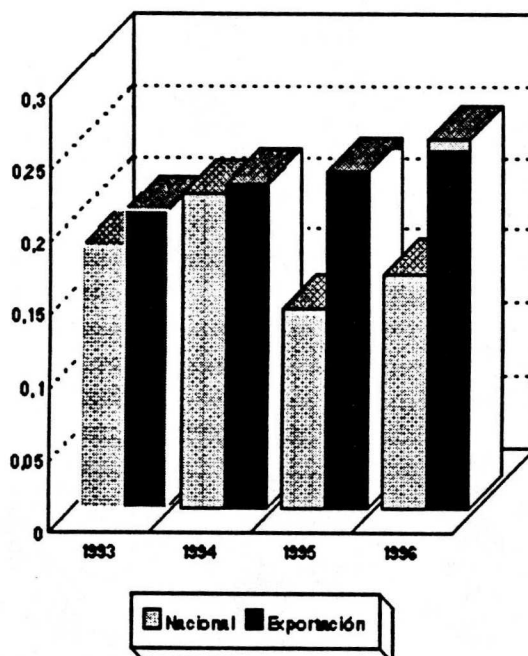
2 USDA. 1996. Fruit and Vegetable Market News. SANFRAN Federal-State Market News Service. San Francisco Wholesale Market 04-oct-96,

3 USDA. 1996. Fruit and Vegetable Market News. Federal-State Market News Service

Seattle Ornamental Terminal Prices as of 07-oct-96,

ANEXO 3

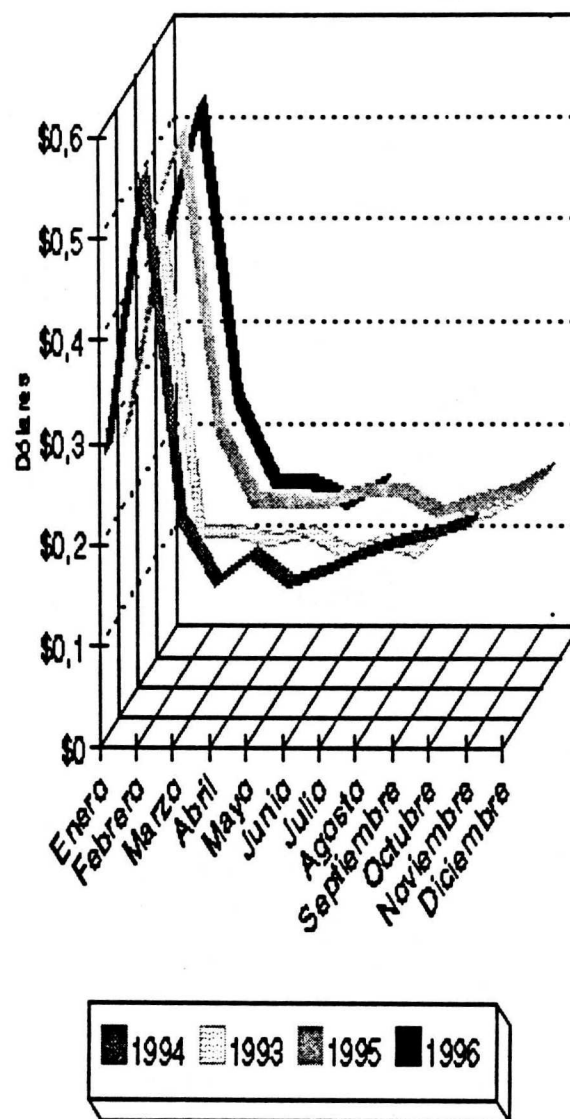
Precio promedio de rosa 'Té Híbrida' Mercado Nacional y Exportación



Nota: Los datos de 1996 son al mes de Julio.
Fuente: MISAFIDR, 1996.

ANEXO 4

PRECIOS DE VENTA DE ROSA MEXICANA PARA EXPORTACION



Fuente: VISAFLOR, 1996.

ANEXO 5

UTILIDAD DEL CULTIVO DE ROSA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

Rend. /ha/año = 1,208,235 tallos
 Rend. /ha/mes = 100,686 tallos
 1 tonelada equivale = 24000 tallos aprox.
 Costo de trámites aduanales = US\$ 146.70
 Costo por Documentación en el aeropuerto = US\$ 10.00
 Tipo de Cambio que se tomó en cuenta = 1 dólar equivale a 8.00 pesos mexicanos.

TARIFAS DE TRANSPORTE AEREO

MAS DE 500 KG

VALOR MENOR A 10,000 DOLARES

	Dólares/kg	Gastos del agente aduanal	Kg.	Dólares/ton	Costo total transp. aereo	Costo total transp. por tallo	Costo total puesto en Mdo. destino
MEX-TOKIO	5,1	146,7	1000	5100	5256,7	0,219029167	0,269029167
MEX-EUA							
Chicago	1,5	146,7	1000	1500	1656,7	0,069029167	0,119029167
Miami	1,04	146,7	1000	1040	1196,7	0,0498625	0,0998625
San Francisco	1,88	146,7	1000	1880	2036,7	0,0848625	0,1348625
Seattle	1,48	146,7	1000	1480	1636,7	0,068195833	0,118195833
MEX-CANADA							
Ontario	2,25	146,7	1000	2250	2406,7	0,100279167	0,150279167
Vancouver	1,48	146,7	1000	1480	1636,7	0,068195833	0,118195833
British Columbia.	1,48	146,7	1000	1480	1636,7	0,068195833	0,118195833
Alberta	1,48	146,7	1000	1480	1636,7	0,068195833	0,118195833

Nota: el costo de producción según datos de 1992 se calcula en \$ 0,30 incluyendo el transporte a nivel nacional por lo que para 1996 se le aumentó un 33% de forma arbitraria para el calculo aproximado de 1996. y tomando en cuenta que según datos proporcionados por la empresa Visaflor, para 1996 el costo de producción de un tallo de rosa puesto en el mercado de EUA es de \$0.08 dólares. el calculo de \$ 0,4 corresponde a \$0,05 dólares.

* Precio mínimo promedio de venta al mayoreo de rosas tomando en cuenta todas las rosas (te híbridas y sweetheart).

DOLARES			
	Precio venta*	Costo	diferencia dolares
EUA			
Chicago	0,55	0,11902917	0,430970833
Seattle	0,68	0,11819583	0,561804167
San francisco	0,32	0,1348625	0,1851375
CANADA			
Vancouver	0,35	0,11819583	0,231804167
Ontario	0,38	0,15027917	0,229720833
JAPON			
Tokio/subasta	0,5025	0,26902917	0,233470833
Tokio/floreria	3,75	0,26902917	3,480970833

INTERNACIONAL				NACIONAL		DIFERENCIA NAL/INTER		
	PESOS (\$)							
	utilidad por tallo	utilidad por 1000 kg	utilidad por ha/año	utilidad por ha./mes	utilidad por ha/año	utilidad por ha./mes	utilidad por ha/año	utilidad por ha./mes
EUA								
Chicago	3,45	82746,4	4165712,4	347142,7	1522376,1	127535,917	2643336,3	219606,8
Seattle	4,49	107866,4	5430331,7	452527,6	1522376,1	127535,917	3907955,6	324991,7
San francisco	1,48	35546,4	1789516,9	149126,4	1522376,1	127535,917	267140,8	21590,5
CANADA								
Vancouver	1,85	44506,4	2240591,3	186715,9	1522376,1	127535,917	718215,2	59180,0
Ontario	1,84	44106,4	2220454,0	185037,8	1522376,1	127535,917	698077,9	57501,9
JAPON								
Tokio/subasta	1,87	44826,4	2256701,1	188058,4	1522376,1	127535,917	734325,0	60522,5
Tokio/floreria	27,85	668346,4	33646646,4	2803887,2	1522376,1	127535,917	32124270,3	2676351,3

	Precio de venta \$	Costo/Tallo \$	utilidad/tallo \$	utilidad/ha/año 1208235	utilidad/ha/més 100686,25
25 TALLOS	15				
1 TALLO	1,6667	0,4	1,26	1522376,1	127535,9167

