

Exploración del mercado de plantas ornamentales de vivero en Delicias, Chihuahua

Economic and financial analysis in the investment of green house
plants in the south-central region of Chihuahua

Ana Isabel Portillo Villalobos, María Guadalupe Macías López, Marina Imelda Terrazas Gómez,
José Javier Hermosillo Nieto, Francisco Nahúm Valenzuela Arizpe

Universidad Autónoma de Chihuahua, Facultad de Ciencias Agrícolas y Forestales. Km. 2.5
carretera a Rosales, Poniente, 33000 Delicias, Chihuahua.

NOTAS SOBRE LOS AUTORES

Ana Isabel Portillo Villalobos: p246613@uach.mx  <https://orcid.org/0009-0004-2359-7839>

Ma. Guadalupe Macías López: macias519@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-4823-7651>

Marina Imelda Terrazas Gómez: miterrazas@uach.mx  <http://orcid.org/0000-0002-6559-4052>

Luisa Patricia Uranga Valencia: luranga@uach.mx  <http://orcid.org/0000-0002-5872-6330>

Francisco Nahúm Valenzuela Arizpe: fvalenzu@uach.mx

 <https://orcid.org/0000-0002-0281-2630>

Esta investigación fue financiada con recursos de los autores.

Los autores no tienen ningún conflicto de interés al haber hecho esta investigación.

Remita cualquier duda sobre este artículo a Ma. Guadalupe Macías López.

RESUMEN

México tiene la tercera área de producción más grande del mundo dedicada a ornamentales. El país concentra el 23 por ciento de los cultivos ornamentales en América Latina, posicionándose como el segundo mayor productor de la región con 12.600 hectáreas de tierras destinadas a cultivos ornamentales. El presente trabajo, tiene como objetivo elaborar una exploración del mercado de las

Recibido: 20/03/2024

Aceptado: 27/05/2024

Publicado: 01/06/2024



Copyright © 2024 Ana Isabel Portillo Villalobos, María Guadalupe Macías López,
Marina Imelda Terrazas Gómez,
José Javier Hermosillo Nieto, Francisco Nahúm Valenzuela Arizpe .
Esta obra está protegida por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

plantas ornamentales de vivero en la región centro sur de chihuahua, determinar las especies que se comercializan con mayor éxito en la ciudad, sobre todo se proyecta utilizar los resultados para implementar un programa para proveer plantas a los edificios y construcciones que mejore su apariencia externa, además de invertir en este tipo de plantas en un vivero comercial familiar. Se aplicó un cuestionario al azar a las amas de casa. Los resultados obtenidos muestran que un 50% desconoce cuáles son las plantas consideradas como ornamentales de vivero y un 20% manifestó que son aquellas que se cultivan y comercializan con fines decorativos, y 30% las que se utilizan en los jardines. Con un 60% se observó que las plantas de follaje como las palmeras, ficus y crotones, son muy populares debido a su resistencia al clima seco y su bajo requerimiento de mantenimiento. Las plantas de flor, como las rosas, geranios y hortensias, también obtuvieron una alta demanda (20%), especialmente durante las temporadas de primavera y verano, y con un 20 % de la demanda, las suculentas y cactus debido a su facilidad de cuidado y su adaptación al clima árido de la región. Se utilizaron los datos de las medias de las respuestas obtenidas en los cuestionarios con el fin de realizar un análisis de varianza ($p >.05$) entre; el precio de venta y las siguientes variables, tipo de plantas, instalaciones y publicidad.

Palabras clave: flores, comercialización, demanda, publicidad.

ABSTRACT

Mexico has the third largest production area in the world dedicated to ornamentals. The country concentrates 23 percent of ornamental crops in Latin America, positioning itself as the second largest producer in the region with 12,600 hectares of land destined for ornamental crops. The objective of this work is to elaborate an exploration of the market of ornamental nursery plants in the south-central region of Chihuahua, to determine the species that are most successfully marketed in the city, especially it is projected to use the results to implement a program to provide plants to buildings and constructions that improve their external appearance. in addition to investing in this type of plants in a family commercial nursery. A random questionnaire was applied to housewives. The results obtained show that 50% do not know which plants are considered as nursery ornamentals and 20% stated that they are those that are grown and marketed for decorative purposes, and 30% that are used in gardens. With 60% it was observed that foliage plants such as palm trees, ficus and crotons, are very popular due to their resistance to dry weather and their low maintenance requirement. Flowering plants, such as roses, geraniums and hydrangeas, also obtained a high demand (20%), especially during the spring and summer seasons, and with 20% of the demand, succulents and cacti due to their ease of care and their adaptation to the arid climate of the region. Data from the means of the answers obtained in the

questionnaires were used to perform an analysis of variance ($p > .05$) between; the sale price and the following variables, type of plants, facilities and advertising.

Keywords: flowers, marketing, demand, advertising.

INTRODUCCION

El producir plantas en viveros propicia a la prevención y control de los efectos de los depredadores y enfermedades que pudieran dañar a las plantas. Ya que es posible brindar los cuidados que necesitan, así como generar las condiciones aptas para que su desarrollo sea optimo (Vázquez et al, 1997, con este mismo fin la operación del viverista de manipular algunas de las condiciones ambientales presentes dentro del mismo como el riego y la fertilización, influyen en la morfología y la fisiología de la planta (Birchler et al. 1998).

El presente trabajo, tiene como objetivo elaborar una exploración del mercado de las plantas ornamentales de vivero en la región centro sur de chihuahua, determinar las especies que se comercializan con mayor éxito en la ciudad, sobre todo se proyecta utilizar los resultados para implementar un programa para proveer a los edificios y construcciones que mejore su apariencia externa. Existen tres tipos de viveros en función del tipo de plantas que producen, así podemos distinguir entre: Viveros Agrícolas, cuya función es la de producción de frutales, Viveros Forestales, los cuales se dedican a la producción de árboles para repoblación o jardinería y Viveros Ornamentales, que producen plantas para jardinería fundamentalmente (Novagric,2021). Algunos tipos de vivero que podemos encontrar son (Instituto nacional de tecnología agropecuaria [INTA], 2018): familiar, comercial y comunitario. En este caso el estudio se realizó para un negocio familiar buscando la posibilidad de crecer en el negocio con la comercialización de las plantas ornamentales.

La comercialización de flores y plantas ornamentales ha tenido un gran auge convirtiéndose en una fuente generadora de empleos y divisas (Quijia, 2011). En un estudio realizado en Quito las encuestas realizadas arrojaron que a más del 90% de los entrevistados les gustan las plantas ornamentales; que el 80% tienen algún tipo de plantas ornamentales y que de los entrevistados entre un 89% y 98% dedican su tiempo y dinero al cuidado de las plantas ornamentales que poseen. (Maldonado, 2015).

El sector de la comercialización de plantas ornamentales cuenta con cierta estabilidad a largo plazo, actualmente se encuentre de moda el consumo de plantas ornamentales. (Medina, 2009). En un estudio reciente se analizó la posibilidad de la venta de plantas ornamentales a través de internet; debido al incremento de la digitalización en distintos mercados y con ayuda de los efectos de la pandemia se llegó a la conclusión de que es un mercado en crecimiento y viable. El ofrecer al consumidor adicionalmente un sistema de mantenimiento hace que este negocio incremente su

interés. Siendo las redes sociales el principal aliado para lograr la venta por este medio. (Monzón, et al. 2020).

MATERIALES Y MÉTODOS

Esta investigación se llevó a cabo en Ciudad Delicias, Chihuahua, situada geográficamente en el centro-sur del estado de Chihuahua, tiene categoría de Sección Municipal. Sus coordenadas geográficas se localizan en la latitud norte 28° 11" y longitud oeste 105° 28" a una altitud de 1,170 metros sobre el nivel del mar. Se aplicó una entrevista a varios sectores de la ciudad, consumidores de cuatro centros comerciales específicamente a las amas de casa entre 18 y 65 años, en un momento determinado, todos los viveros que existen en la ciudad y la región y se incluyó también a las cinco compañías constructoras inmobiliarias, acopiándose las respuestas y procesándose en un programa de Excel.

RESULTADOS

Dentro de los resultados obtenidos se detectó que un 50% desconoce cuáles son las plantas consideradas como ornamentales de vivero y un 20% manifestó que son aquellas que se cultivan y comercializan con fines decorativos por sus características estéticas, como sus flores, hojas, aroma, follaje peculiar, frutos o tallos. Y un 30 % las que se utilizan en jardines, diseños paisajísticos, como plantas de interior o para flores cortadas, de variedad de formas, colores y tamaños aportando belleza y color a los espacios creando ambientes agradables y relajantes.

EL 60 % de las personas entrevistadas manifestó que algunas plantas ornamentales pueden mejorar la calidad del aire interior, reducir el estrés y aumentar la productividad cuando son utilizadas en jardines, patios, terrazas, balcones, interiores de viviendas, oficinas, comercios, centros públicos, etc. Y solo un 40% manifestó que por su uso las plantas pueden ser de interior, exterior, de flor cortada, de follaje, de flor, y frutales.

Se detectó que el 100% de las compañías constructoras inmobiliarias aprecian que la demanda de plantas ornamentales es considerable y va en aumento, impulsada por diversos factores como los que impulsan la demanda, entre ellos el crecimiento del sector inmobiliario como decoración, un mayor interés por la jardinería, embellecimiento de espacios públicos y dentro de los factores más importantes considero que el turismo en aumento contribuye a su utilización para decorar casas, jardines y patios.

Dentro de los Tipos de plantas ornamentales con mayor demanda (60%) se encontró que las plantas de follaje como las palmeras, ficus y crotones, son muy populares debido a su resistencia al clima seco y su bajo requerimiento de mantenimiento. Las plantas de flor, como las rosas, geranios y hortensias, también obtuvieron una alta demanda (20%), especialmente durante las temporadas de primavera y verano. Con un 20 % de la demanda, las suculentas y cactus cada

vez más populares debido a su facilidad de cuidado y su adaptación al clima árido de la región. Otro resultado interesante fue que la mayor demanda con un 90% se tiene en zonas urbanas, como la ciudad de Chihuahua, Ciudad Juárez y Parral. Esto se debe a la mayor concentración de población y al mayor poder adquisitivo de los habitantes de estas ciudades. Sin embargo, el 10% restante de la demanda de plantas ornamentales se observó en crecimiento en las zonas rurales de Chihuahua, impulsada por el aumento del turismo y la mejora del nivel de vida de muchas comunidades de la población rural.

Se utilizaron los datos de las medias de las respuestas obtenidas en los cuestionarios con el fin de realizar un análisis de varianza (.05) entre; el precio de venta y las siguientes variables, tipo de plantas, instalaciones y publicidad, obteniéndose lo siguiente: Los análisis de varianza entre los factores que pudieran influir en el precio de las plantas ornamentales de un vivero, obtenidos de los dueños. Como algunas de las variables fueron de tipo cualitativas se les asignó un código para clasificarlas y así poderlas procesar en el programa SPSS 26. El desglose de las clasificaciones se encuentra a continuación. Con estos datos se midió el impacto de algunos factores con respecto a los rangos de precios establecidos en los viveros.

Plantas

1. Planta grande (Palmas árboles y árbol sombra).
2. Planta chica (Planta de flor y zacate).
3. Ambos.

Preferencias

1. Interior.
2. Exterior.

Instalación

1. Básico (Malla sombra y suministro de agua).
2. Moderado (Incluye sistema de riego).
3. Completo (Incluye sistema de riego y bomba de agua).

Los tipos de plantas con las que cuentan la empresa en la tabla 1, si influye en los precios, siendo los precios altos manejados, los de menor demanda y en el caso de plantas con mayor demanda el precio de venta es más económico y los hábitos del consumidor es mayor para la decoración de su hogar.

Tabla 1. Análisis del tipo de planta contra demanda y precios al consumidor.

		ANOVA				
		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Rango_menor	Entre grupos	220,833	2	110,417	5,300	,104
	Dentro de grupos	62,500	3	20,833		
	Total	283,333	5			
Rango_mayor	Entre grupos	645416,667	2	322708,333	,011	,989
	Dentro de grupos	87336666,67	3	29112222,22		
	Total	87982083,33	5			
Precio_menor_demanda	Entre grupos	273333,333	2	136666,667	,209	,822
	Dentro de grupos	1960000,000	3	653333,333		
	Total	2233333,333	5			
Precio_mayor_demanda	Entre grupos	995416,667	2	497708,333	,469	,665
	Dentro de grupos	3186666,667	3	1062222,222		
	Total	4182083,333	5			

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 2 se observa que el tipo de instalación influye muy poco en los precios manejados observando plantas con mayor demanda sin efectos sobre el precio. Esto muestra que el cliente rara vez se fija en esos detalles de las instalaciones del vivero.

Tabla 2. Análisis del tipo de instalaciones contra demanda y precios al consumidor.

		ANOVA				
		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Rango_menor	Entre grupos	120,833	2	60,417	1,115	,434
	Dentro de grupos	162,500	3	54,167		
	Total	283,333	5			
Rango_mayor	Entre grupos	51410416,67	2	25705208,33	2,109	,268
	Dentro de grupos	36571666,67	3	12190555,56		
	Total	87982083,33	5			
Precio_menor_demanda	Entre grupos	1059216,667	2	529608,333	1,353	,381
	Dentro de grupos	1174116,667	3	391372,222		
	Total	2233333,333	5			
Precio_mayor_demanda	Entre grupos	4110416,667	2	2055208,333	86,032	,002
	Dentro de grupos	71666,667	3	23888,889		
	Total	4182083,333	5			

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. Análisis del tipo de publicidad contra la demanda y precios al consumidor.

ANOVA

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Rango_menor	Entre grupos	83,333	2	41,667	,625	,593
	Dentro de grupos	200,000	3	66,667		
	Total	283,333	5			
Rango_mayor	Entre grupos	42380833,33	2	21190416,67	1,394	,373
	Dentro de grupos	45601250,00	3	15200416,67		
	Total	87982083,33	5			
Precio_menor_demanda	Entre grupos	856816,667	2	428408,333	,934	,484
	Dentro de grupos	1376516,667	3	458838,889		
	Total	2233333,333	5			
Precio_mayor_demanda	Entre grupos	960833,333	2	480416,667	,447	,676
	Dentro de grupos	3221250,000	3	1073750,000		
	Total	4182083,333	5			

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de los resultados con una influencia moderada sobre los precios según la demanda y producto, los más relevantes fueron los precios bajos manejados en el negocio y el tipo de planta de mayor demanda por los clientes, mostrando la influencia de los medios de publicidad en las decisiones de los clientes.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para satisfacer la creciente demanda, será necesario aumentar la producción de plantas ornamentales en la región, mejorar la logística y distribución de las plantas, promover la cultura de la jardinería entre la población y desarrollar nuevas variedades de plantas adaptadas al clima. En conclusión, la demanda de plantas ornamentales en Chihuahua es un mercado en crecimiento con un gran potencial. La inversión en este sector puede generar importantes beneficios económicos y sociales para el estado. Dentro de las perspectivas a futuro, se espera que la demanda de plantas ornamentales siga creciendo en los próximos años, impulsada por los factores mencionados anteriormente. Esto representa una oportunidad de negocio para los

viveros y empresas del sector de la jardinería en el estado.

REFERENCIAS

- Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA, 2018). Manual de Vivero. Ministerio de agroindustria, presidencia de la nación, Buenos Aires, Argentina. https://aulavirtual.agro.unlp.edu.ar/pluginfile.php/40611/mod_resource/content/1/020000_Manual_de_Vivero.pdf
- Baca_Urbina, G. (2013). Evaluación de proyectos (Séptima ed., Vol. 736). Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.
- LOS VIVEROS. (2011). Biblioteca Digital del ILCE. Recuperado 22 de noviembre de 2021, de http://bibliotecadigital.ilce.edu.mx/sites/ciencia/volumen3/ciencia3/157/htm/sec_7.htm
- Fleitman, J. (2010). Como Empezar Una Empresa Exitosa (Última actualización del artículo 25/12/2013 ed.). Pax, 2010.
- Quiñones, J.R. (septiembre, 2015). Manual diseño y organización de viveros. Clúster de Viveristas Dominicano (CLUSVIDOM), Santo Domingo, República Dominicana <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2016/05/Manual-de-Dise%C3%B1o-y-Organizaci%C3%B3n-de-Viveros.pdf>
- Piñuela, Guerra, y Pérez-Sánchez. (2013). Guía para el establecimiento y manejo de viveros agroforestales. San Javier-Yaracuy, Venezuela. Fundación Danac. p. <http://www.edeca.una.ac.cr/images/docs/Libreria/Guiaparaelestablecimientoymanejodeviverosagroforestales.pdf>
- Van Damme, P. (2013b). La collection « Agricultures tropicales en poche » M. Turner, M.-J. Dugué et al., J-Ch. Jacquemard, J.-F. Cruz et al., G. Faure et al., N. Ferraton et al., G. Wiener et al., P. D. Paterson Presses agronomiques de Gembloux, Quae, CTA Gembloux, 2008–2013. *Afrika Focus*, 26(1), 132–133. <https://doi.org/10.21825/af.v26i1.18069>.
- Gámez-Montiel O., E. Villavicencio-Gutiérrez, M. A. Serrato-Cruz, J. M. Mejía-Muñoz, M. G. Treviño-de Castro, H. L. MartínezGonzález, M. Rodríguez-Olvera, L. Granada-Carretero, M. Flores-Cruz, J. Reyes-Santiago, M. Á. Islas-Luna, E. Salomé-Castañeda, R. A. Menchaca-García, C. M. Espadas-Manrique, L. Hernández-Sandoval, L. M. Vázquez-García, M. T. B. Colinas-León, F. Martínez-Martínez, O. Vargas-Ponce & E. Ríos-Santos. 2017. Conservación y aprovechamiento sostenible de especies ornamentales nativas de México. Servicio Nacional de Inspección y Certificación de Semillas y Universidad Autónoma Chapingo. México. 152 pp.
- Navarro, T., G. S. E. (2015). Manual para la realización de albarradas y fajinas para el control de la erosión en zonas forestales afectadas por el incendio de Hellín (Albacete) de 2012.

- Cuadernos de la Sociedad Española de Ciencias Forestales, 41.
<https://doi.org/10.31167/csef.v0i41.17380>
- Instituto Nacional de Ecología. (2015).
<http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones2/libros/21/anexos.html>.
<http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones2/libros/21/anexos.html>
- 2019 Diary Dates. (2019). *World Pumps*, 2019(10), 48. [https://doi.org/10.1016/s0262-1762\(21\)00181-4](https://doi.org/10.1016/s0262-1762(21)00181-4)
- Medina, V., Viera, C., & Sverdlin, S. (2009, octubre). Estudio de mercados del sector viveros y comercialización de plantas ornamentales. Facultad de Ciencias Económicas y de Administración UDELAR.
- Monzón_Rogovich, G. N., Palomino_Saravia, N. H., Santos_López, M. I., & Pennano_Villanueva, C. (2020, diciembre). Plan de marketing para una empresa que comercializa digitalmente plantas ornamentales y membresías de mantenimiento. Universidad del Pacífico.
https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2971/MonzonGabriela_Tesis_maestria_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Peñalosa García, J. L., Zetina Cacho, A. U., Retureta Aponte, A., & García González, W. (2021). Propuesta de proyecto de un vivero para plantas frutales y ornamentales en la FISPA Campus Acayucan, Veracruz, México. *Revista Biológico Agropecuaria Tuxpan*, 9(1), 168–180. <https://doi.org/10.47808/revistabioagro.v9i1.349>
- Quijia_Tipán, R. I., & Jurado_Velasco, A. (2011, mayo). Estructura y operativación de una asociación para potenciar la producción y comercialización de plantas ornamentales en la Parroquia rural de Nayón del Cantón Quito, Provincia de Pichincha. Universidad Politécnica Salesiana.
- ProInversión (2007). Guía para el desarrollo de la micro y pequeña empresa.
<http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/>
- Weinberger Villarán Karen (2009). Plan de Negocios. http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf (visitado el 08-07-2022).

Copyright © 2024 Ana Isabel Portillo Villalobos, María Guadalupe Macías López, Marina Imelda Terrazas Gómez,
José Javier Hermosillo Nieto, Francisco Nahúm Valenzuela Arizpe.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la licencia](#)