



COLEGIO DE POSTGRADUADOS

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS AGRÍCOLAS

**CAMPUS MONTECILLO
SOCIOECONOMÍA Y DESARROLLO RURAL**

**LA PARTICIPACIÓN DEL GRUPO DOMÉSTICO
EN CADENAS FLORÍCOLAS
EN TEQUEXQUINAHUAC, ESTADO DE MÉXICO.**

GUADALUPE ELIZONDO GÓMEZ

T E S I S

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL
PARA OBTENER EL GRADO DE**

DOCTORA EN CIENCIAS

MONTECILLO, TEXCOCO, EDO. DE MEXICO

2013

La presente tesis titulada: "LA PARTICIPACIÓN DEL GRUPO DOMÉSTICO EN CADENAS FLORÍCOLAS EN TEQUEXQUINAHUAC, ESTADO DE MÉXICO" realizada por la alumna **Guadalupe Elizondo Gómez**, bajo la dirección del Consejo Particular indicado, ha sido aprobada por el mismo y aceptada como requisito parcial para obtener el grado de:

DOCTORA EN CIENCIAS

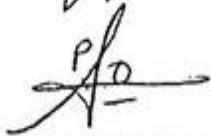
POSTGRADO DE SOCIOECONOMÍA ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA
DESARROLLO RURAL

CONSEJO PARTICULAR

CONSEJERA:


Dra. EMMA ZAPATA MARTELO

ASESORA:


Dra. MA. ANTONIA PÉREZ-OLVERA

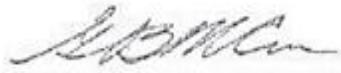
ASESORA:


Dra. LAURA ELENA GARZA BUENO

ASESORA:


Dra. SARA MARÍA LARA FLORES

ASESORA:


Dra. GUADALUPE BEATRÍZ MARTÍNEZ CORONA

Montecillo, Texcoco, Estado de México marzo 2013

AGRADECIMIENTOS

Al pueblo de México y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por haber apoyado mi educación.

Al Colegio de Postgraduados por darme la oportunidad de seguir aprendiendo.

Al Instituto de Socioeconomía, especialmente a Desarrollo Rural y el Área de género Mujer Rural, por darme la formación social que no tenía.

A las Doctoras: Emma Zapata Martelo, Laura Elena Garza Bueno, Ma. Antonia Pérez Olvera, Guadalupe Beatriz Martínez Corona y Sara María Lara Flores, por su asesoría y observaciones.

A la M.C. Iliana Díaz por su paciencia, conocimientos y apoyo en la preparación del TOEFL.

A todas las actrices y actores que contribuyeron con su tiempo, apoyo e información para la realización de este trabajo. Especialmente a las productoras y productores de flores de Tequexquinahuac, por mostrarme que la floricultura en las pequeñas unidades de producción es completamente distinta a la floricultura de exportación que yo conocía.

A mis amigas Aurelia, Blanca, Elsa, Gladis, Martha y Rocío por su sororidad.

A mi familia extensa, especialmente a Elena (mi mamá), Lis (mi hermana), Chuchis, Panchis y Zyan (tías y prima), por su cariño, apoyo y ayuda para sobrellevar mi doble jornada, pero sobretodo por ayudarme a cuidar a mis hijas y alojarnos en sus casas.

A mis hijas Fernanda y Valeria, por su amor, por abrir mi vida al mundo mágico y desconocido de la maternidad y por su paciencia en los periodos lejos de casa.

A Gerónimo Bulbarela por todos estos años de "hacer yunta".

CONTENIDO

Índice de cuadros	vii
índice de figuras	ix
ÍNDICE DE SIGLAS Y ABREVIATURAS.....	x
RESUMEN	xii
INTRODUCCIÓN	1
II. Planteamiento del problema, objetivos y preguntas de investigación	2
III. Marco teórico	6
3.1. Competitividad.....	6
3.2. Cadenas productivas o cadenas agroindustriales.....	10
3.3. Cadenas de valor.....	14
3.5. Actores que integran las cadenas productivas.....	17
3.6. Grupo doméstico	18
3.7. Tipos de mercado.....	23
3.8. Economía del cuidado.....	24
IV. MARCO DE REFERENCIA	25
4.1. Floricultura Internacional.....	25
4.2. Países productores	28
4.3. Países consumidores	33
4.4. Políticas de los principales países.....	34
4.5. Situación actual del campo mexicano.....	43
4.6. Aporte socioeconómico de la floricultura nacional.....	48
4.7. Situación actual y perspectiva de la floricultura nacional	51
V. METODOLOGÍA.....	61
5.1. Tipo de investigación	64
5.2. Metodología cuantitativa.....	66
5.2.1. Herramientas cuantitativas.....	67
5.3. Metodología cualitativa	68
5.3.1. Herramientas cualitativas	69
5.4. Variables, Instrumentos y Definición Operacional	73
VI. RESULTADOS	77
6.1. Cadenas florícolas identificadas en la comunidad de estudio.....	77

6.2. Perfil socioeconómico de las y los productores encuestados	85
6.2.1. Edad de las personas encuestadas	85
6.2.2. Sexo	86
6.2.3. Tipos de familias	86
6.2.4. Características socioeconómicas de los grupos domésticos	87
6.3. Recursos de las unidades de producción.....	98
6.3.1. Acceso a la tierra y tipo de propiedad de las personas encuestadas.....	98
6.3.2. Tecnología disponible.....	100
6.3.3. Vehículo.....	102
6.4. Características de las unidades de producción	103
6.4.1. Superficie total de las unidades de producción de las personas encuestadas.....	103
6.4.2. Superficie de producción de flores de crisantemo y eleonora.....	103
6.4.3. Número de naves en producción de crisantemo y eleonora	104
6.4.4. Diversidad y patrón de cultivos.....	104
6.5. Organización del grupo doméstico	108
6.5.1. Organización para la producción al interior del grupo doméstico.....	108
6.5.2. Organización para el trabajo doméstico y reproductivo.....	127
6.5.3. Participación de los integrantes del grupo doméstico en las organizaciones florícolas.....	129
6.5.4. Organización del grupo doméstico para la compra de insumos	138
6.5.5. Organización del grupo doméstico para el transporte y la comercialización	138
6.6. Recursos inmateriales con que cuenta el grupo doméstico.....	143
6.6.1. Toma de decisiones al interior del grupo doméstico	144
6.6.2. capacidades productivas y capacitación	146
6.7. Problemas que enfrentan los grupos domésticos.....	151
6.8. Otros actores primarios.....	153
6.8.1. Intermediarios o acopiadores.....	154
6.8.2. Detallistas o floristas	161
6.9. Actrices y actores secundarios. Funciones y participación en la cadena	164
6.9.1. Proveedores de esquejes.....	167
6.9.2. Proveedores de agroquímicos.....	169
6.9.3. Proveedores de servicios básicos	171
6.9.4. Proveedores de asesoría técnica	172
6.9.5. Proveedores financieros.....	173

6.9.6. Participación del Estado	174
VII. CONCLUSIONES	182
BIBLIOGRAFÍA	188
Anexos	196

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro1. Acciones para el desarrollo de las cadenas productivas	13
Cuadro 2. Diferencias entre cadenas productivas y cadenas de valor	15
Cuadro 3. Superficie mundial productora de flores de corte y maceta	26
Cuadro 4. Distribución de las exportaciones de flores mexicanas (%)	49
Cuadro 5. Empresas exportadoras de ornamentales por estado	50
Cuadro 6. Principales localidades del municipio de Texcoco, número de habitantes y porcentaje (%)	56
Cuadro 7. Superficie cultivada con crisantemo en la región oriente del Estado de México en 1993	57
Cuadro 8. Asociaciones pertenecientes al Consejo Regional de la Flor del Oriente del Estado de México	58
Cuadro 9. Dimensiones, subdimensiones y herramientas utilizadas.....	65
Cuadro 10. Eslabones, actores, funciones y cantidad de cuestionarios aplicados.....	67
Cuadro 11. Casillero tipológico para entrevistas realizadas.....	71
Cuadro 12. Casillero tipológico para talleres y entrevista a grupo focal	73
Cuadro 13. Variables e indicadores investigados	74
Cuadro 14. Nivel de equipamiento de los grupos domésticos encuestados	79
Cuadro 15. Existencia de convenios entre las personas encuestadas y otros actores de la cadena.....	79
Cuadro 16. Integración para la comercialización	81
Cuadro 17. Integración vertical de los grupos domésticos encuestados.....	82
Cuadro 18. Funciones de los actores primarios de las cadenas estudiadas	84
Cuadro 19. Características de las familias encuestadas, tipo de familia, número de integrantes y sexo.....	87
Cuadro 20. Dependientes económicos por tipo de familia	89
Cuadro 21. Mano de obra empleada en la floricultura.....	90
Cuadro 22. Número de mujeres y hombres que trabajan en la floricultura por grupo doméstico	91
Cuadro 23. Ingresos mensuales de los grupos domésticos encuestados.....	96
Cuadro 24. Modalidades de acceso a la tierra de los diferentes grupos domésticos, por sexo.....	98
Cuadro 25. Caracterización de superficie de producción por tipo de propiedad	99
Cuadro 26. Caracterización de las unidades de producción por nivel de equipamiento.....	101
Cuadro 27. Superficie cultivada con crisantemo y eleonora en los grupos domésticos encuestados ..	103
Cuadro 28. Número de naves con crisantemo y eleonora	104
Cuadro 29. Diversidad de cultivos ornamentales de los grupos domésticos encuestados	106
Cuadro 30. Especies ornamentales cultivadas en los grupos domésticos encuestados	106
Cuadro 31. Ciclos de <i>Chrysantemum</i> obtenidos por año	107
Cuadro 32. Tipo de mano de obra empleada para la floricultura en los grupos domésticos	109
Cuadro33. Tipo de mano de obra empleada en la producción y acondicionamiento.....	124
Cuadro 34. Número de personas asociadas a organizaciones de producción por grupo doméstico	129
Cuadro35. Personas asociadas que colaboraron en la investigación	135
Cuadro 36. Beneficios recibidos y ejercidos por las personas asociadas a organizaciones florícolas...	136
Cuadro 37. Transporte de la producción y tipo de vehículo empleado por los grupos domésticos	138
Cuadro 38. Frecuencia de transporte de la producción en los grupos domésticos encuestados.....	139
Cuadro 39. Puntos de venta de los grupos domésticos encuestados	141
Cuadro 40. Matriz de distribución de recursos y beneficios	144
Cuadro 41. Capacitadores de las personas encuestadas	150
Cuadro 42. Características y funciones principales de los intermediarios	158

Cuadro 43. Estrategias y riesgos de los detallistas entrevistados	162
Cuadro 44. Características, funciones y estrategias de los actores secundarios	165

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Actores de la cadena productiva	17
Figura 2. Cadena de comercialización de flores cortadas en San Pablo Ixayoc, Texcoco	18
Figura 3. Superficie cultivada por integrantes del Consejo Mexicano de la Flor	40
Figura 4. Foto aérea de la comunidad de Tequexquihuac.....	59
Figura 5. Tipos de cadenas florícolas encontradas en la comunidad de Tequexquihuac, Estado de México.....	80
Figura 6. Distribución de edades de las personas encuestadas.....	86
Figura 7. Distribución de las edades de las mujeres de los grupos domésticos.....	88
Figura 8. Distribución de las edades de los varones de los grupos domésticos.....	89
Figura 9. Personas que trabajan en la floricultura por tipo de familia	90
Figura 10. Fuentes de ingreso de los grupos domésticos encuestados	92
Figura 11. Sectores económicos de ingreso de los grupos domésticos	93
Figura 12. Ingresos mensuales de los grupos domésticos encuestados	95
Figura 13. Cultivos ornamentales producidos por los grupos domésticos encuestados	106
Figura 14. Tipo de mano de obra empleada en la floricultura.....	109
Figura 15. Proceso de producción de crisantemo	112
Figura 16. Proceso de producción de eleonora.....	122
Figura 17. Tipo de mano de obra empleada por los grupos domésticos encuestados para la floricultura	125
Figura 18. Porcentaje de producción destinada a cada punto de venta por los grupos domésticos encuestados.....	142
Figura 19. Aspectos de mayor impacto en la producción de flores de calidad	147
Figura 20. Aspectos más importantes en el manejo poscosecha	148
Figura 21. Aspectos más importantes para posicionarse en el mercado (porcentajes)	149
Figura 22. Conocimiento del comprador	149

ÍNDICE DE SIGLAS Y ABREVIATURAS

AI: Agroindustria

AIR: Agroindustria Rural

ASFLOVI: Asociación de Floricultores de Villa Guerrero

CNA: Consejo Nacional Agropecuario

CEAS: Centro de Estudios y Asesoría en Salud

CMF: Consejo Mexicano de la Flor

CNF: Consejo Nacional de Floricultores

CONAFOR: Comisión Nacional Forestal

CONAPO: Comisión Nacional de Población

CONORP: Consejo Nacional de Organizaciones Rurales y Pesqueras

CP: Colegio de Posgraduados

CRFOEM: Consejo Regional de la Flor del Oriente del Estado de México

E. U. A.: Estados Unidos de América

F: Femenino

FERTIMEX: Fertilizantes de México

F y M: Femenino y Masculino

FIRA: Fideicomisos Instituidos en Relación a la Agricultura

GD: Grupo Doméstico

Ha: Hectáreas

ICAMEX: Investigación y Capacitación Agrícola Acuícola y Forestal, Secretaría de Desarrollo Agropecuario

INEGI: Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática

INIFAP: Instituto Nacional de Investigaciones Agrícolas, Forestales y Pecuarias

ITC: International Trade Commission

M: Masculino

MDD: Millones de Dólares

MDP: Millones de Pesos

MOC: Mano de Obra Contratada

MOF: Mano de Obra Familiar

NA: Número de Actividades

PAC: Programa Alianza para el Campo

PEA: Población Económicamente Activa

PYMES: Pequeñas y Medianas Empresas

PPOOEM: Productores de Plantas Ornamentales del Oriente del Estado de México

R. L. de C. V.: Responsabilidad Limitada de Capital Variable

SAGARPA: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación

SEDAGRO: Secretaría de Desarrollo Agropecuario

SEDECO: Secretaría de Economía

SIAP: Sistema de Información Agrícola y Pecuaria

SPR: Sociedad de Producción Rural

TLCAN: Tratado de Libre Comercio de América del Norte

UAEM: Universidad Autónoma del Estado de México

UACH: Universidad Autónoma Chapingo

UNAM: Universidad Nacional Autónoma de México

LA PARTICIPACIÓN DEL GRUPO DOMÉSTICO
ENCADENAS FLORÍCOLAS
EN TEQUEXQUINAHUAC, ESTADO DE MÉXICO.

Guadalupe Elizondo Gómez, D.C.
Colegio de Postgraduados, 2013.

RESUMEN

La floricultura es una de las actividades más importantes del país porque demanda gran cantidad de mano de obra y se considera una de las actividades agrícolas más rentables. Las cadenas productivas son un instrumento que permite conocer y analizar los subsistemas o eslabones que integran un proceso socioeconómico, como: proveedores de insumos (primarios y secundarios), agroindustrias, procesos productivos, unidades de producción-comercialización. Los grupos domésticos agropecuarios pueden ser considerados como el primer eslabón de las cadenas productivas. Existen diferentes tipos de cadenas agropecuarios con necesidades y posibilidades diferenciadas. Los objetivos de la investigación fueron: conocer los tipos de cadenas florícolas que existen en la comunidad de Tequexquahuac, Estado de México; caracterizar a los actores/as que las integran y conocer sus funciones. Se emplearon herramientas cualitativas y cuantitativas (cuestionarios, entrevistas y talleres participativos). Se encontró que en la floricultura de la comunidad de estudio participan: grupos domésticos floricultores, acopiadores o mayoristas e intermediarios o floristas; así como proveedores de servicios (agua, luz, esquejes, agroquímicos y asesores técnicos) tanto públicos como privados y el Estado. Entre las principales características de los grupos domésticos se encuentran la pluriactividad (floricultura y otras actividades económicas) y las pequeñas extensiones de tierra. Cultivan flores en pequeños invernaderos (<600m²) de una o dos naves (47%); empleando mano de obra familiar (mujeres y hombres de diferentes edades. El 60% de los grupos

domésticos encuestados contrata mano de obra eventual durante el proceso productivo o cosecha. Las flores producidas se comercializan en mercados locales y regionales; y las cadenas florícolas que prevalecen son de tipo productivo. Los intermediarios son floricultores de Tequexquahuac o comunidades aledañas que acopian y comercializan flores en "fechas importantes". Los detallistas o floristas agregan valor a las flores que compran mediante la confección y venta de arreglos. La participación de los actores secundarios se limita a la compra-venta de bienes o servicios específicos. Existe poca o nula coordinación entre actores y por tanto hay desarticulación en las cadenas, lo que les impide competir en el mercado nacional como internacional. Las unidades de producción encuestadas realizan un procesamiento mínimo de las flores (acondicionamiento o manejo), tienen ventajas comparativas proporcionadas por condiciones climáticas y por la disponibilidad de mano de obra familiar.

Palabras clave: cadenas productivas, mercados locales, floricultura.

DOMESTIC GROUP PARTICIPATION
IN CHAINS FLORICULTURE
IN TEQUEXQUINAHUAC, STATE OF MEXICO.

Guadalupe Elizondo Gómez, D.C.
Colegio de Postgraduados, 2013.

ABSTRACT

The flower is one of the country's most important activities that takes a lot of manpower and is considered one of the most profitable agricultural activities. The chains are a tool to understand and analyze the subsystems or links that integrate a socio-economic process, such as input suppliers (primary and secondary), agribusiness, production processes, production-marketing units. Agricultural domestic groups can be considered as the first link in the chains. There are different types of agricultural chains with distinct needs and possibilities. The research objectives were to examine the types of chains that exist in floriculture community Tequexquahuac, State of Mexico; characterize the actors/as within them and know their roles. We used qualitative and quantitative tools (questionnaires, interviews and participatory workshops). We found that in floriculture research community involved: domestic groups growers, brokers and dealers or wholesalers or florists, and providers of services (water, electricity, cuttings, agrochemicals and technical advisors) both public and private and state. Among the main features of domestic groups are pluriactivity (floriculture and other economic activities) and small areas of land. Flowers grown in small greenhouses (<600m²) of one or two ships (47%), using family labor (women and men of different ages. 60% of domestic groups surveyed hired casual labor during the production process or harvest. produced flowers sold in local and regional markets, and floriculture chains are prevailing productive type. Intermediaries are growers of Tequexquahuac or surrounding communities that collect and sell flowers in "important dates". Retailers or florists add value to buying flowers by making and selling arrangements. Participation of the supporting cast is limited to the sale of goods or services. There is little or no coordination between actors and therefore no disruption in supply chains, which prevented from competing in national and international markets. production units surveyed perform minimal processing of flowers (or conditioning), comparative advantage provided by weather conditions and the availability of family labor.

Keywords: chains, local markets, floriculture.

INTRODUCCIÓN

La floricultura es una de las actividades agrícolas más rentable por unidad de superficie y fuertemente ligada a la competitividad, pues el producir artículos suntuarios de gran valor estético en un país pobre, la convierte en una actividad ligada al comercio internacional. Sin embargo, México participa aproximadamente con el 1% de las exportaciones mundiales, Orozco y Mendoza (2003) mencionan que se exporta entre el 10 y el 15% de la producción nacional de flores de corte, debido a que más del 90% de la superficie se cultiva a cielo abierto, por lo que la producción no cumple los estándares internacionales y obliga a la comercialización en el mercado interno.

La exportación se concentra en áreas geográficamente bien delimitadas, dentro de los cuales destacan: el Distrito Federal, Morelos, Querétaro, Puebla y Estado de México (Orozco y Mendoza, 2003). En cuanto a producción los más importantes son: Estado de México, Morelos y Puebla. De hecho, el Estado de México es la entidad federativa más importante a nivel nacional, pues cultiva 4,945 Ha que equivalen al 25% del total nacional, destacando los municipios de Villa Guerrero, Tenancingo, Zumpahuacan, Malinalco e Ixtapan de la Sal que concentran 4,055 Ha. En lo que se refiere a la producción bajo invernadero los municipios más importantes son: Villa Guerrero, Tenancingo y Texcoco, el cual reportó 158.39 Ha en el Censo Nacional Agropecuario 2007 (INEGI, 2007).

La principal característica del municipio de Texcoco es que la floricultura se desarrolla bajo invernadero en pequeñas unidades de tipo familiar, donde la comunidad más importante es Tequexquihuac con 6.4 Ha (14.7%) y 116 productoras/es, cifra que equivale a 20% del total regional del Oriente del Estado de México, de acuerdo con la información publicada por Vivar (1993) con datos proporcionados por SEDAGRO.

Pese a que la floricultura se realiza bajo cubierta desde la década de los ochenta, Texcoco no es una entidad exportadora, por el contrario, sus flores se comercializan local y regionalmente. Motivo por el cual es importante conocer las condiciones de las cadenas productivas existentes a partir de la organización del grupo doméstico en tanto las unidades que prevalecen en esta zona son de carácter familiar. El enfoque adoptado es el de cadenas productivas florícolas en pequeñas unidades de producción encauzadas a mercados locales, integrando aspectos económicos, sociales y técnicos, buscando la equidad entre actoras/es. La selección del abordaje se justifica por la urgente necesidad de dinamizar la rentabilidad de la agricultura de tipo familiar y de promover la integración entre los diferentes eslabones que componen la cadena.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

La floricultura es una de las actividades agrícolas más importantes, tanto por el valor que genera, como por la mano de obra que demanda. Además de que está fuertemente ligada a la competitividad porque produce artículos suntuarios de gran valor estético en un país pobre, la convierte en una actividad ligada al comercio internacional. México aporta aproximadamente 1% de las exportaciones mundiales, Orozco y Mendoza (2003) señalan que se exporta entre el 10 y el 15% de las flores de corte cultivadas a nivel nacional, debido a que más del 90% de la superficie destinada a esta actividad se realiza a cielo abierto, lo que genera una producción de baja calidad para los estándares internacionales y obliga a la comercialización en el mercado interno.

El proceso de globalización así como de intensificación del comercio internacional han propiciado un ambiente altamente competitivo, en el cual resulta indispensable conjugar las ventajas comparativas y competitivas de todos los actores

del sistema a través de la integración en cadenas de valor. No obstante, la adopción del enfoque de cadenas de valor enfrenta diversos desafíos. De hecho, algunos autores como Lundy *et al.*, (2004) afirman que entre la problemática que enfrentan las cadenas agropecuarias de América Latina destacan: el enfoque productivista, la falta de organización empresarial, las tendencias al individualismo y la poca o nula coordinación entre actores lo que se traduce en desarticulación de las cadenas y pocas posibilidades de competir en el contexto internacional.

Las políticas nacionales se centran en el aprovechamiento de las ventajas comparativas que tiene nuestro país; de hecho, la Secretaría de Agricultura Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA, 2012) menciona que el Estado de México es una región muy atractiva y propicia para el desarrollo de la floricultura debido a sus diversos microclimas y factores naturales. No obstante, los programas de apoyo de dicha institución tienden a favorecer a los productores de gran escala considerando escasas acciones para incorporar la agricultura familiar a cadenas de valor.

Por otro lado, la política económica nacional establece salarios legalmente bajos (respecto a otros países con gran tradición florícola) y las regulaciones ambientales son poco estrictas. Al respecto, algunas autoras como Chiappe y Zapata (2009), Rubio (2003) y Lara (1998) mencionan que la flexibilidad es un concepto que se convierte en un mecanismo que implementan los países no desarrollados como estrategia para abatir problemas socioeconómicos como el desempleo y la falta de crecimiento económico; de hecho, Arizpe (1989:216) afirma que :“... a medida que las obreras se organizan y exigen mejores condiciones de trabajo, se pierden esas ‘ventajas comparativas’ y las empresas se trasladan a un nuevo lugar donde la cultura, la legislación y la estructura económica todavía permiten la explotación de las ‘desventajas comparativas’ de las jóvenes obreras”.

Pese a las condiciones mencionadas, pocas son las empresas que pueden competir en el contexto internacional, el cual está prácticamente cerrado a los pequeños productores agropecuarios. Principalmente porque la adopción de ventajas competitivas implica inversiones altas de recursos, tanto humanos como económicos que no están al alcance de la mayoría. Abdel y Romo (2004) mencionan que en general, las ventajas competitivas hacen uso de recursos materiales e inmateriales para mejorar la eficiencia en el uso de los insumos, nuevos productos y optimización de procesos.

Chiappe y Zapata (2004) afirman que tanto los productores individuales como los organizados quedan excluidos, o simplemente son ignorados, porque en el entorno global, cualquier empresa o inversionista extranjero puede reclamarle indemnizaciones financieras al Estado por ganancias o negocios que pierdan debido a la implementación o creación de regulaciones que limiten su expansión, o incluso por leyes ambientales. Con ello se limita o elimina el derecho de un país a exigir a la inversión extranjera mejores empleos, seguridad social, laboral y mayores ingresos.

En lo que a la floricultura se refiere, la exportación se concentra en áreas geográficamente bien delimitadas, dentro de las cuales destacan: el Distrito Federal, Morelos, Querétaro, Puebla y Estado de México (Orozco y Mendoza, 2003). En cuanto a producción los más importantes son: Estado de México, Morelos y Puebla. De hecho, el Estado de México es la entidad federativa más importante a nivel nacional, pues cultiva 4,945 Ha que equivalen al 25% del total nacional, destacando los municipios de Villa Guerrero, Tenancingo, Zumpahuacan, Malinalco e Ixtapan de la Sal que concentran 4,055 Ha. En lo que se refiere a la producción bajo invernadero los municipios más importantes son: Villa Guerrero, Tenancingo y Texcoco, los cuales reportaron en el Censo Nacional Agropecuario (2007) 746.44 Ha, 289.16 Ha y 158.39 Ha respectivamente.

La principal característica del municipio de Texcoco es que la floricultura se desarrolla bajo invernadero en pequeñas unidades de tipo familiar, donde la comunidad más importantes es Tequexquinahuac con 6.4 Ha (14.7%) y 116 productoras/es, cifra que equivale a 20% del total regional del Oriente del Estado de México, de acuerdo con la información publicada por Vivar (1993) con datos proporcionados por SEDAGRO.

Pese a que la floricultura se realiza bajo cubierta desde la década de los ochenta (lo que supone producción de calidad y un sistema agroindustrial maduro y desarrollado), Texcoco no es una entidad exportadora, por el contrario, sus flores se comercializan local y regionalmente. Motivo por el cual es importante conocer las condiciones de las cadenas florícolas que operan actualmente y así poder establecer los retos y desafíos que enfrentan para constituirse como cadenas de valor.

Por lo anterior la presente investigación buscó conocer las cadenas que se desarrollan en la comunidad florícola más importante del municipio de Texcoco, y la situación que viven sus actoras/es. Ello permitirá la recomendación de políticas públicas que se concentren en resolver los problemas específicos a corto, mediano y largo plazo, teniendo como eje rector el bienestar de las personas, lo que puede mejorar la productividad y competitividad del agro.

Las preguntas de investigación fueron:

1. ¿Quiénes integran las cadenas florícolas y cuáles son sus funciones?
2. ¿Qué tipos de cadenas florícolas existen en la comunidad de Tequexquinahuac, Estado de México?
3. ¿Cuál es el papel de los actores secundarios en las cadenas florícolas de Tequexquinahuac?

Con esa finalidad los objetivos planteados en la investigación fueron:

1. Conocer los tipos de cadenas florícolas que existen en la comunidad de Tequexquahuac, Estado de México.
2. Caracterizar a los actores/as que integran las cadenas florícolas y sus funciones.
3. Conocer el papel de los actores secundarios en esas cadenas florícolas.

III. MARCO TEÓRICO

En este apartado se abordarán los aspectos teórico-conceptuales que enmarcan la investigación realizada: competitividad, cadena productiva, cadena de valor y cadenas con enfoque de equidad. Además se integran los conceptos de grupo doméstico y tipos de mercado porque el primero se considera como el eslabón inicial de las cadenas agropecuarias de pequeñas unidades de producción; y los tipos de mercado, porque permiten organizar y entender las cadenas que se forman en torno al proceso de comercialización. Así mismo se aborda la economía del cuidado por ser uno de los principales aportes de las mujeres de los grupos domésticos estudiados.

3.1. COMPETITIVIDAD

La competitividad es un término económico empleado para calificar la habilidad de las empresas para ganar mercado, mantenerse en la preferencia del consumidor e incrementar sus ganancias; está influida por muchos factores diversos como por ejemplo: costos, precios, calidad y diferenciación de productos (Orozco y Mendoza, 2003).

En un entorno globalizado como el que vivimos, la competitividad es un equivalente de la competencia a nivel internacional y hace referencia al desempeño socioeconómico de los países. Es decir, que cada país decide apostar por crear políticas de desarrollo en las cuales privilegia factores locales o factores avanzados.

Los factores locales constituyen lo que comúnmente conocemos como ventajas comparativas. Es decir, los recursos naturales, mano de obra disponible (que generalmente en los países pobres es abundante y barata) y subsidios que tiene o destina un país, respecto a otro. En general, estos factores se concentran en la productividad y en productos poco elaborados, porque se traducen en bajos costos de producción. Abdel y Romo (2004) refieren las ventajas comparativas la diferencia en el costo de los insumos como mano de obra o capital.

Mientras que los factores avanzados están integrados por la conjunción de infraestructura, recursos humanos especializados y soporte científico-tecnológico, que permiten crear lo que se conoce como ventajas competitivas. Es decir, que el manejo de esos factores se traducen en conocimiento de consumidores y mercados, agregación de valor, organización empresarial y creación de alianzas. De tal manera que está al alcance sólo de algunos, porque todo ello implica altos costos de inversión y organización.

Abdel y Romo (2004) refieren las ventajas competitivas a la capacidad de transformar insumos en bienes y servicios para obtener la máxima utilidad, empleando otros activos tangibles e intangibles en forma de tecnología y habilidades administrativas que, incrementan la eficiencia en el uso de los insumos, además de la creación de productos y de procesos de producción más sofisticados.

Los mismos autores mencionan que las ventajas comparativas y competitivas no son del todo excluyentes, pues las competitivas se fundan o son determinadas por las comparativas. De tal manera que la falta de ventajas comparativas puede ser un obstáculo para el desarrollo de ventajas competitivas.

En lo que se refiere a la floricultura, la explotación de factores locales como recursos naturales y mano de obra, siguen siendo la base de la producción y comercialización de flores en las pequeñas unidades de producción, como lo demostraron Orozco y Mendoza (2003) en un estudio realizado en las comunidades mexiquenses de San Felipe y Buenavista. En tanto que los factores avanzados, son utilizados por empresas florícolas nacionales y extranjeras que compiten a nivel internacional.

Desde la visión feminista, Flores y Lindo (2005) mencionan que la competitividad de las cadenas implica la participación y retribución equitativa de los beneficios entre actores/as, de tal manera que se convierte en un generador de motivación, innovación y relaciones de confianza, lo que permite mejorar los acuerdos comerciales y reducir los costos de transacción.

Las mismas autoras mencionan que entre los problemas que afectan la competitividad de las cadenas y las empresas se encuentran los relacionados con la renta. De tal manera que los clasifican como endógenos y exógenos. Los primeros se refieren a aquellos factores que se ubican al interior de las empresas y los exógenos en el entorno inmediato de las mismas.

Los problemas internos de las empresas o endógenos pueden clasificarse en los siguientes cinco tipos:

1. Tecnológicos: comprende los aspectos relacionados con la tecnología de producción.

2. De recursos humanos: hace referencia a las habilidades, conocimientos y reconocimientos, tanto sociales como económicos, que permiten el mejor desempeño de las personas.
3. Organizacionales: abarca los aspectos relacionados con la economía del aprendizaje y reconocimiento de las necesidades de información y conocimientos de procesos, productos y mercados. Puede incluir por ejemplo: rastreo de materias primas y productos, procesamiento, transformación y generación de valor.
4. Marketing: se centra principalmente en marcas, posicionamiento en el mercado y puntos de venta.
5. Relacionales: alude a las relaciones tanto internas como externas de las empresas que repercuten en la eficiencia colectiva en diferentes niveles (interplanta, intraempresa e interinstitucionales).

Los aspectos exógenos que afectan la rentabilidad de las empresas son clasificados por las autoras en cuatro tipos:

1. De recursos naturales: es importante conocer quien posee los recursos y como se distribuyen.
2. Políticos: en este sentido es importante conocer la forma en que los gobiernos apoyan o fomentan las actividades de las cadenas. Por ejemplo: con políticas proteccionistas, leyes, incentivos, inversiones o apoyos.
3. De infraestructura: abarca los aspectos relacionados con el acceso y condiciones materiales que contribuyen a la producción y la movilización de los bienes producidos.
4. Financieros: se relaciona directamente con las políticas crediticias, oportunidades financieras y tasas de interés que se aplican a las empresas.

Desde la visión de las mencionadas autoras (Flores y Lindo, 2005) los aspectos aludidos tanto solos como combinados afectan directamente la rentabilidad y competitividad de las empresas, cadenas y sistemas productivos.

3.2. CADENAS PRODUCTIVAS O CADENAS AGROINDUSTRIALES

El término cadena productiva se ha desarrollado como un instrumento de visión sistémica con el objetivo de conocer mejor los subsistemas o eslabones que integran el proceso. Por ello reúne a proveedores de insumos tanto agrícolas como agroindustriales, fincas, agroindustrias, procesos productivos, unidades de comercialización y consumidores finales; conectados por flujos de capital, materiales e información (Lundy *et al.*, 2004).

Desde el enfoque agroindustrial, las cadenas se emplean como una de las formas de estudiar las actividades que se desarrollan e interactúan desde la producción al consumo (Flores *et al.*, 1987). Involucran la adquisición de insumos, maquinaria-equipos, procesamiento y distribución de la producción; así como los servicios presentes en cada eslabón; los flujos de insumos, materias primas, productos, capital, tecnología y fuerza de trabajo, el papel del Estado, organizaciones locales, nacionales e internacionales y empresas transnacionales.

Otros autores como Gereffi (1994) refieren las cadenas productivas al conjunto de actividades necesarias para la comercialización de un producto, incluidas diseño y elaboración. En este sentido Gereffi (2001) distingue dos tipos de cadenas productivas, las dirigidas al productor y las dirigidas al comprador.

En las cadenas productivas destinadas al productor se ubican a las grandes empresas fabricantes quienes juegan los papeles centrales en la coordinación de las redes de producción; los ejemplos típicos son las automotrices, las de aviones, computadoras, semiconductores y maquinaria pesada.

Las cadenas productivas destinadas al comprador incluyen a los grandes detallistas, comercializadores y fabricantes, insertos en redes de producción descentralizada; algunos ejemplos son las industrias del vestuario, zapatos, juguetes, artículos para el hogar, electrónica y artesanías. Generalmente las especificaciones son suministradas por mayoristas y comerciantes, quienes diseñan y/o comercializan pero no fabrican. Las ganancias no se derivan de la escala, volumen o avances tecnológicos, sino más bien de las combinaciones entre investigación de alto valor, diseño, ventas, comercialización y servicios financieros.

El caso de los productos agropecuarios puede considerarse dentro de las cadenas productivas destinadas al comprador, porque las especificaciones de los productos las dictan los mayoristas y comerciantes; además de que las ganancias derivan de la comercialización. Al respecto Díaz y Hartwich (2005:2) mencionan que la integración y organización en cadenas agropecuarias exitosas se ha plasmado en fortalecimiento competitivo sólo en "sectores bien dotados factorialmente y con potencial de mercado". Pero sectores como los granos básicos (que son importantes para la subsistencia de los pequeños agricultores) no han podido articularse para mejorar su competitividad, en muchos casos porque el desempeño privado de las cadenas no ha permitido la integración.

Algunos autores (Pietrobelli y Rabellotti, 2005) afirman que una cadena productiva exitosa debe conjuntar competitividad local y políticas que favorezcan la

articulación o la creación de redes, lo que permitirá la creación de políticas para el desarrollo de grupos empresariales. Sin embargo, para las instituciones mexicanas como ASERCA (2006) los agronegocios y en especial los florícolas, requieren de tres condiciones indispensables para poder tener éxito en el mercado local y extranjero: calidad, continuidad y volumen.

Para Humphrey y Schmitz (2000), la investigación sobre cadenas productivas se centra en la naturaleza de las relaciones que se establecen entre los distintos actores que participan y sus implicaciones para el desarrollo. En el estudio y análisis de estas relaciones, es clave el concepto de liderazgo. En cualquier punto de la cadena, se necesita algún grado de liderazgo o coordinación para decidir qué se produce (diseño de productos), cómo se produce (determinación del proceso de producción: tecnología, normas de calidad) y cuánto se produce. La coordinación puede ocurrir a través de relaciones de mercado en condiciones de igualdad o relaciones que no son necesariamente de mercado. En este último caso, siguiendo a Humphrey y Schmitz (2000), se distinguen tres tipos posibles de liderazgo:

1. Redes: cooperación entre empresas de más o menos el mismo poder y que comparten sus competencias dentro de la cadena.
2. Cuasijerárquico: relaciones entre empresas jurídicamente independientes donde una está subordinada a la otra, y donde un líder en la cadena determina las reglas que el resto de las y los actores debe cumplir.
3. Jerárquico: cuando una empresa es propiedad de otra empresa externa.

La mayoría de los países latinoamericanos carecen de la autonomía financiera necesaria para promover iniciativas planteadas por los actores locales (iniciativas desde abajo); por ello, Pietrobelli y Rabelotti(2005)proponen abordar los problemas específicos de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) locales a través de políticas e intervenciones específicas para promover y fortalecer organizaciones

descentralizadas, competentes y financieramente autónomas. Pero estas políticas deben ser adecuadas al grupo de empresas de las que se trate pues existen diferencias importantes que permitirán éxito o fracaso. Además las políticas de fomento a las empresas, de desarrollo económico y en especial de las agroindustrias deben evolucionar con el tiempo.

Los mismos especialistas proponen el siguiente conjunto (Cuadro 1) de acciones de apoyo para el desarrollo de concentraciones empresariales:

Cuadro1. Acciones para el desarrollo de las cadenas productivas

Facilitar el desarrollo de economías externas	Fomentar la vinculación entre empresas
Formar una fuerza de trabajo especializada – Centros de desarrollo de habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Crear e intensificar la confianza entre empresas • Promover el establecimiento de proyectos colectivos • Crear y fortalecer asociaciones empresariales • Reforzar la provisión local de servicios financieros y no financieros • Facilitar las conexiones externas de la concentración empresarial • Estimular la innovación, reforzar la posición local dentro de las cadenas productivas • Atraer a las y los líderes de la cadena a las concentraciones empresariales • Sostener el progreso competitivo de los proveedores • Facilitar la interacción dentro de las cadenas productivas • Promover el acceso a nuevos mercados y cadenas productivas • Ayudar a las PYMES a cumplir con las normas internacionales

Fuente: elaboración propia a partir de Pietrobelli y Rabellotti (2005).

Además identifican algunas condiciones como claves para el éxito:

1. La necesidad de establecer una relación en la que nadie pierda, aun cuando existe una distribución desigual del poder entre los proveedores locales y la empresa líder;
2. La existencia de un mercado alternativo para las empresas que participan;

3. La existencia de una colaboración técnica real entre las empresas, que incluye transferencia de información, conocimientos y tecnología; y
4. El compromiso de establecer relaciones a largo plazo para permitir inversiones en estrategias de progreso competitivo.

Con respecto a las cadenas agropecuarias, la competitividad se define como “la capacidad de una cadena agroalimentaria para estar presente en los mercados de forma duradera” (Herrera, 2000:20). Esta competitividad está en función de la capacidad de acción de sus actores tanto en las variables controlables (por ejemplo apoyo a sus agremiados, tecnología, calidad, respeto a las políticas ambientales) como en las situaciones no controlables (por ejemplo precios internacionales, marcos de regulación comercial, legislación).

3.3. CADENAS DE VALOR

El termino se refiere al conjunto de relaciones entre procesos de agregación de valor que comparten bienes primarios, intermedios y/o finales (Díaz y Hartwich, 2005). Desde la perspectiva de género “Una cadena de valor debe ser concebida como un proceso complejo de eslabonamiento de diferentes factores y actores que dan lugar a la creación y capitalización del valor agregado (de un producto). No existe por lo general una sola cadena, sino varias que se van formando a partir de los intermediarios de un mismo producto” (Flores y Lindo, 2005:10).

Iglesias (2002) define a las cadenas de valor como la colaboración estratégica entre empresas con el fin de satisfacer necesidades específicas de mercado, también conocidas como alianzas verticales o estratégicas entre varias empresas independientes dentro de una cadena agroalimentaria.

Como puede apreciarse, los conceptos de cadena productiva y cadena de valor se utilizan muchas veces de manera intercambiable, pero Lundy *et al.*, (2004), hacen la siguiente precisión: la cadena productiva es la descripción de todos los participantes en una actividad económica que se relacionan para llevar los insumos a un producto final hasta los consumidores finales. Mientras que una cadena de valor es una alianza vertical o red estratégica entre un número de organizaciones empresariales interdependientes dentro de una cadena productiva. El Cuadro 2 muestra las principales diferencias entre las cadenas de valor y las cadenas productivas:

Cuadro 2. Diferencias entre cadenas productivas y cadenas de valor

Aspecto	Cadena productiva	Cadena de valor
Flujo de información	Poco o nulo	Extensivo
Enfoque principal	Costo/precio	Valor/calidad
Estrategia	Producto básico (commodity)	Producto diferenciado
Orientación	Oferta	Demanda
Estructura organizacional	Actores independientes	Actores interdependientes
Filosofía	Competitividad de la empresa	Competitividad de la cadena
Nivel de procesamiento del producto	Mínimo	Transformado
Fundamentos	En ventajas comparativas	En ventajas competitivas
Organizaciones de apoyo	No se consideran	Si se consideran
Búsqueda de alianzas	No se consideran	Si se consideran
Búsqueda de estrategias	No se consideran	Si se consideran
Compromiso entre participantes	No se considera	Si se considera
Seguridad de negociación entre miembros	Poca o nula	Fuerte
Niveles de confianza entre actores	Poca o nula	Fuerte
Integración horizontal	Poca o nula	Fuerte
Integración vertical	Poca o nula	Fuerte
Conocimiento del consumidor	Poca o nula	Fuerte
Conocimiento del mercado	Poca o nula	Fuerte
Conformación de alianzas	Inexistentes	indispensables

Fuente: Elaboración propia con base en Lundy *et al.*, (2004) e Iglesias (2002).

Lundy *et al.*, (2004) afirman que en el medio rural los esquemas de desarrollo socioeconómico se han centrado en el incremento de la productividad, pero que si se

busca mejorar la condición y posición de las cadenas productivas es necesario incorporar la rentabilidad y la competitividad. El primer término entendido como incremento de los ingresos por área cultivada, lo que implica entre otras cosas la generación de valor agregado, diversificación de los sistemas de producción y el desarrollo de sistemas de mercado dinámicos y complejos.

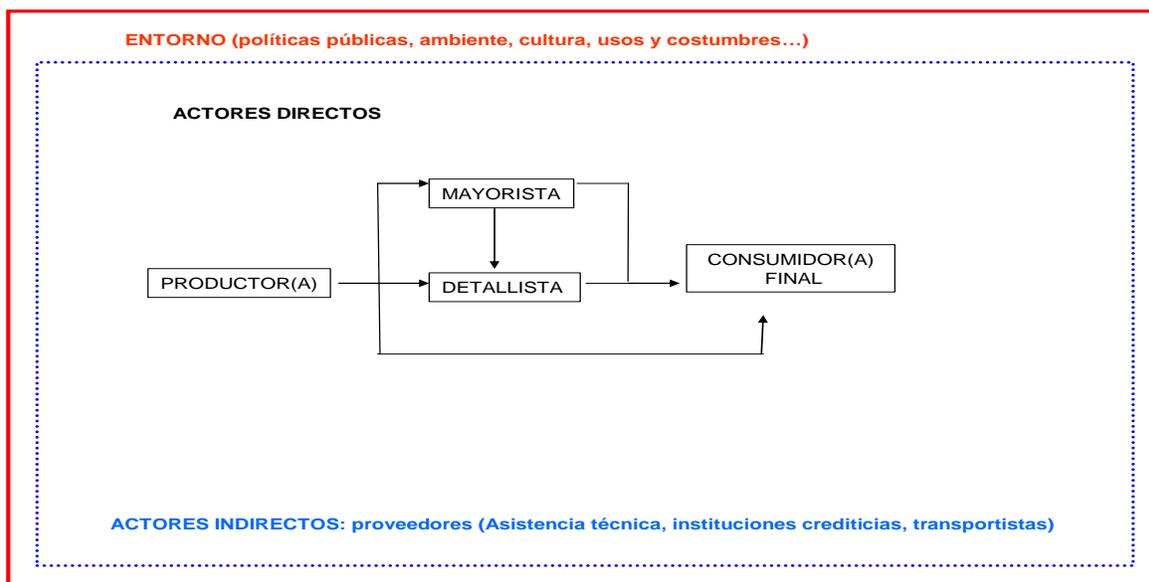
Y considerar la competitividad como una herramienta de acción humana que involucra tecnología, conocimiento, información y organización en todas las fases del proceso productivo desde la producción hasta el consumo final (Orozco y Mendoza, 2003). De tal manera que las estrategias de desarrollo rural deben encaminarse a que el campo esté organizado para que logre mantenerse y crecer en los mercados tanto internos como externos. Por tanto, la tendencia mundial de los mercados agropecuarios requiere cambiar de esquemas productivos a esquemas competitivos; es decir, de cadenas productivas a cadenas de valor.

Sin embargo, en la búsqueda de una sociedad más justa, los enfoques de cadena mencionados no son suficientes, pues para lograr el desarrollo, es importante no sólo mejorar las relaciones productivo-económicas respecto a los productos y servicios; sino que es necesario incorporar como eje de desarrollo a las personas y sus relaciones (Salazar y Heyden, 2004; Flores y Lindo, 2005; Lundy *et al.*, 2004). Por tanto, se presenta la necesidad de abordar las cadenas buscando equilibrio entre los aspectos económicos, técnicos, productivos y sociales, visión desde la cual surge: el enfoque de cadenas con equidad.

La Figura 1, ejemplifica al sistema que se establece en una cadena de producción, quiénes participan y la importancia del ambiente en que se desarrollan. La buena relación entre actores y su desarrollo en un ambiente favorable permite que

la cadena crezca, se desarrolle y sea competitiva, lo que de cierta forma garantizará su vigencia.

Figura 1. Actores de la cadena productiva



Fuente: elaboración propia con base en Salazar y Heyden (2004).

3.5. ACTORES QUE INTEGRAN LAS CADENAS PRODUCTIVAS

Es considerado por Salazar y Heyden (2004) como la parte medular del análisis de cadenas, son mujeres, hombres y organizaciones que intervienen en la cadena directa e indirectamente.

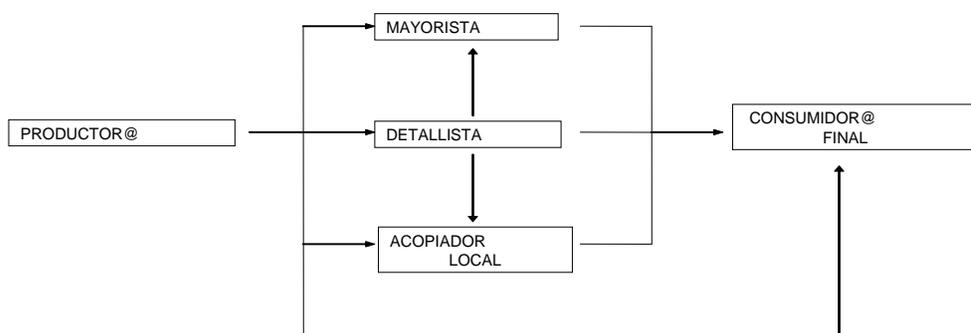
Actores primarios

Son definidos por Salazar y Heyden (2004:38) de la siguiente manera: "Son los actores directamente involucrados en los diferentes eslabones y que actúan e interactúan dentro de la cadena (en algún momento tienen que ser propietarios del bien al cual nos referimos)". Entre las y los actores directos de esta cadena se

encuentran quienes: producen, empaican, distribuyen y venden a lo largo de cualquier canal de comercialización.

Un estudio realizado por Aparicio (1999) en la comunidad texcocana de San Pablo Ixayoc identificó como principales actores de la cadena de comercialización de flores a los productores(as), mayoristas, detallistas y acopiadores locales. La autora afirma que el grado y nivel de intersección del productor/a en la cadena depende de su nivel socioeconómico, pues a mayores ingresos su capacidad de integrarse hacia la distribución y comercialización es mayor y se incrementa también su margen de utilidad (Figura 2).

Figura 2. Cadena de comercialización de flores cortadas en San Pablo Ixayoc, Texcoco



Fuente: Aparicio, 1999.

3.6. GRUPO DOMÉSTICO

Desde el punto de vista de las cadenas productivas, el grupo doméstico se convierte en el primer eslabón de éstas, es el que genera riqueza mediante la transformación de la naturaleza en un producto de consumo final.

El grupo doméstico es un conjunto de personas con sinergias generadas por las relaciones de parentesco o de otra índole, que comparten una residencia y organizan en común la reproducción, producción y consumo (Hernández *et al.*, 2004).

Dentro del grupo doméstico como en cualquier otro espacio social se dan relaciones de poder, las cuales han sido explicadas por teóricos como Max Weber (1977) para quien el concepto de poder es sociológicamente amorfo y se refiere a la imposición de la propia voluntad dentro de una relación social, aún contra toda resistencia y fundamento. Las relaciones entre desiguales dan lugar a las relaciones de poder y el poder garantiza la obediencia, por lo que éste se institucionaliza mediante las reglas formales de dominación. Fuera de las instituciones el poder se ejerce mediante el convencimiento, los sentimientos del deber y el temor. De tal manera que la dominación se hace efectiva cuando los individuos reconocen el ejercicio del poder como elemento que estructura la acción social al interior de su comunidad; lo que da lugar a las fuentes de legitimidad que constituyen un sistema de normas racionales estatuidas como son: la tradición y el reconocimiento.

Mendoza y Sieglin (2001) puntualizan que Weber clasificó el ejercicio del poder de la siguiente manera:

1. Dominación legal: se refiere al marco jurídico en el que se establecen las reglas impuestas mediante derechos y obligaciones.
2. Dominación tradicional: es un tipo de orden social en el que no existen jerarquías estatutarias ya que es impuesto por Dios a través de las personas que poseen mayores conocimientos de la cultura del pueblo.
3. Dominación carismática: es la que ejerce una persona que posee cualidades espléndidas, por lo que el poder se convierte en una cualidad interna del individuo; no existen clases ni reglas, por lo que tiende a ser endeble.

Mendoza y Sieglin (2001) afirman que en las comunidades rurales las reformas al artículo 27 constitucional provocaron la desaparición del liderazgo tradicional y carismático en la forma que había sido analizado por Weber.

Algunas autoras como Hernández *et al.*, (2004) y Martínez (2002, 1998), afirman que al interior del grupo doméstico existe dominación de los varones; por lo que es necesario deconstruir y construir formas del ejercicio del poder y el liderazgo, así como analizar las relaciones de género y la posición de las mujeres en la sociedad y con el Estado. De tal manera que las leyes, derechos de propiedad e instituciones eviten el control de las mujeres por los hombres.

Lo anterior resulta necesario en la búsqueda de sociedades más equitativas, justas y democráticas, por ello el presente estudio analizará las relaciones y posiciones de las personas que participan directa o indirectamente en la producción-comercialización de flores de corte, así como su relación con las instituciones estatales.

Otro aspecto importante son los tipos de unidades domésticas y sus arreglos, ya que en general son muy diversos e impactan en su organización y el mercado (Grammont, 2009; Tepichín, 2008); derivado de los intereses, las relaciones que se dan al interior del grupo ya que las relaciones entre hombres y mujeres son cada vez más inestables (Tepichín, 2008, 2009). Por ello, al interior de los grupos domésticos existen niveles de pobreza (pobreza secundaria que está relacionada con el poder, edad, generación, sexo y etnia).

En el presente estudio se intentó analizar la actividad productiva total de los grupos domésticos productores de flores en la comunidad de Tequexquihuac, porque al analizar las estrategias de reproducción que realiza el grupo se puede apreciar la importancia de la floricultura. El grupo doméstico se considera el primer eslabón de la cadena productiva y la unidad de estudio, porque es la unidad analítica que expresa las relaciones entre el campesinado y el proceso de producción capitalista, el objetivo es captar la acción individualizada de los grupos domésticos productores de flores en la comunidad de Tequexquihuac, la forma en que se insertan en la cadena productiva y las relaciones que establecen entre ellos y con el resto de las y los actores.

Pluriactividad de los grupos domésticos campesinos

Durante el siglo XX se consideró que en el campo mexicano vivían campesinos, pequeños agricultores, familiares, latifundistas y jornaleros agrícolas (Grammont, 2009), y se dedicaba a la agricultura. La gente que no tenía tierra comúnmente migraba hacia las ciudades en busca de empleo y construía las periferias de las metrópolis. Sin embargo, en las últimas décadas gran parte de la población que vive en el campo se dedica a otras actividades que no son meramente agropecuarias, de tal manera que hoy las actividades no agropecuarias pueden llegar a constituir el 93% de los ingresos monetarios totales del hogar.

Entre las diversas actividades que el autor menciona se encuentran: actividades agropecuarias (con y sin salario), pequeños negocios familiares, oficios propios, la migración y los programas de asistencia social federal. De tal manera que las familias rurales crean estrategias de supervivencia a partir de las condiciones del mercado de trabajo.

El predominio del mercado, las profundas transformaciones del modelo de industrialización que crea las nuevas condiciones del mercado de trabajo, y el fin del reparto agrario son los actuales procesos de globalización que han llevado a los campesinos a transformar las unidades familiares rurales (Grammont, 2009; Lara 1995a).

Para el caso específico de los pequeños productores agropecuarios de nuestro país, el grupo doméstico se convierte en el primer eslabón de la cadena productiva. La relación que los grupos domésticos establecen con el mercado llega a ser determinante, pues de acuerdo con Pepin y Lehalleur (1989) condiciona el conjunto de actividades que realizan para poder sobrevivir. En general esta relación se convierte en un canal de succión del producto de su trabajo, intercambiado por otras mercancías a tasas desventajosas. De tal forma que las presiones del sistema capitalista de competencia inciden sobre su consumo, asegurando o incrementando su relación de dominio.

Actores secundarios

Son aquellos que brindan un servicio de apoyo a actores y actoras directos de la cadena (Salazar y Heyden, 2004). Son instituciones o empresas que prestan servicios (asistencia técnica, productiva y empresarial, investigación, crédito, transporte, información, entre otros). Estudiar las características de los actores indirectos permite conocer la calidad de la oferta y el acceso a los servicios de apoyo a la cadena. Quienes analizan las cadenas a menudo descuidan el estudio de estos actores, pero comprender la dinámica de los servicios de apoyo es fundamental para el planteamiento de estrategias de acción que busquen consolidar la oferta de servicios de apoyo a las cadenas.

Relaciones entre actores

De acuerdo con Salazar y Heyden (2004) las relaciones que se dan entre actores de una cadena pueden ser individuales o colectivas, dentro de los cuales se pueden establecer alianzas o espacios colectivos.

Las alianzas son convenios formales o informales entre actoras/es de una cadena con fines económico-productivos comunes, por ejemplo: acuerdos comerciales, riesgo compartido, contratos de integración vertical.

Los espacios colectivos son organismos o personas morales que fomentan el flujo de información, diálogo y coordinación entre varios actores de la cadena, por ejemplo: mesas de cadenas productivas, coordinadoras de desarrollo, mesas temáticas.

3.7. TIPOS DE MERCADO

Torres (2002), mencionan que son cuatro los principales tipos de mercados agropecuarios en América latina:

1. De productores o mercados de origen (de venta directa): su principal característica es la participación de los productores. Se encuentran principalmente en etapas incipientes de mercadeo donde el poco desarrollo de la comercialización no permite la participación de intermediarios especializados. En etapas de mayor desarrollo se convierten en mercados de acopio.
2. De mayoristas (centros de abasto): concentran la producción, inician el proceso de distribución, forman el precio e integran el sistema. Cuentan con la infraestructura física para el mercadeo a gran escala y se encuentran en grandes centros urbanos densamente poblados. Son grandes en tamaño y pequeños en número. Comúnmente, estos mercados no consideran supermercados, instituciones ni otros clientes modernos.

3. De detallistas o minoristas: realizan la distribución final de productos. Adquieren productos de los mayoristas y los entregan a los consumidores. En el caso de los supermercados, su desarrollo tecnológico y grandes volúmenes les da menos margen de utilidad por unidad y precios más bajos, algunos emplean el aprovisionamiento directo de los y las productoras.

4. Bolsas agropecuarias: son instituciones creadas para promover la venta masiva de productos agropecuarios a nivel mayorista con altos estándares de calidad. Su función principal es acercar productores y compradores que llevan a cabo transacciones por descripción (sin la presencia física de la mercancía y fundamentada en una caracterización de la misma). En América Latina funcionan como sociedades de economía mixta (gremios de productores, la agroindustria, el comercio, la banca y el sector gubernamental) que buscan un escenario moderno y ágil de las transacciones agrícolas. Deben incentivar, afianzar y consolidar la actividad bursátil agropecuaria y el mercado de productos mediante un amplio conocimiento del sistema de producción y comercialización sectorial con una estructura basada en la transacción y la información.

3.8. ECONOMÍA DEL CUIDADO

El término se refiere a las actividades, bienes y servicios necesarios para la reproducción cotidiana de las personas. Sunkel (2007) menciona que el «cuidado» se refiere a los bienes y actividades que permiten alimentación, educación, salud y vivir en un hábitat propicio, por lo que implica trabajo, costos y vínculos afectivos.

Sojo (2007) afirma que la división del trabajo al interior de la familia se ha dado con lentitud tal vez porque de la segregación doméstica se ampara en valores, creencias y símbolos; pero que en la búsqueda de una sociedad más justa, debe haber transformaciones favorables a la equidad de género.

Lamentablemente, la mayoría de los esfuerzos sociales en la economía del cuidado se hacen al interior de los hogares y coloca a las mujeres en situaciones

tanto de sometimiento como de explotación (Hopenhayn, 2007). Por ello es necesario replantear los roles, la distribución de trabajo y participación activa del Estado (en tanto Estado de Bienestar) para lograr la cohesión social, sobre todo porque los movimientos en la pirámide de edades tienden a cambiar y con ello a incrementar la carga de trabajo de las mujeres que desde tiempos ancestrales han cuidado y protegido a los infantes. Mientras esta situación dentro de las familias se mantenga rígida y asimétrica, las brechas por género se reproducen a lo ancho de la sociedad e impiden la equidad.

El mismo autor sostiene que fuera del hogar, en el mundo laboral, la situación de las mujeres se encuentra también en desventaja porque la participación en mecanismos instituidos de negociación de aportes y retribuciones, y de acceso a sistemas de protección social las somete. Las tasas de participación de las mujeres siguen siendo menores a las de los hombres (aunque la brecha se reduce), los ingresos laborales de las mujeres son inferiores a los de los hombres (aún con niveles similares de educación y el mismo tipo de funciones productivas), y las mujeres empleadas no acceden al mismo nivel de prestaciones de seguridad social que los hombres (desigualdad que se combina con la falta de atención a las diferencias de género, dado el rol reproductivo y mucho más absorbente en la economía del cuidado por parte de las mujeres).

IV. MARCO DE REFERENCIA

4.1. FLORICULTURA¹INTERNACIONAL

La floricultura es una de las actividades económicas más importantes y rentables a nivel mundial. Según el International Trade Commission (ITC, 2006) en 2006 la

¹La floricultura es una rama de la horticultura ornamental que trata el cultivo y producción de plantas fanerógamas. La Organización de las Naciones Unidas (ONU) clasifica a las plantas ornamentales en el rubro 060310, en él se consideran por ejemplo las flores de corte y bouquets.

industria florícola mundial tenía un valor de \$4,100 millones de dólares y presentaba una tasa de crecimiento anual de 12%. El organismos especializados como Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA) estimaba que para 2006 la superficie de producción era de 364,451 Ha, como puede verse en el Cuadro 3.

Cuadro 3. Superficie mundial productora de flores de corte y maceta

Continente	Superficie (Ha)	Porcentaje (%)
Europa	54,109	14.85
África	5,697	1.56
América	72,115	19.79
Asia	232,530	63.80
Total mundial	364,451	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ASERCA, 2006.

Agencias especializadas como ASERCA reportan que los países productores optan por exportar a los países más cercanos y comercialmente más importantes; es decir, que la producción de flores de Centro y Sudamérica se envía principalmente hacia América de Norte, la producción de los países africanos se comercializa en Europa y las flores producidas en el Sureste Asiático se exportan hacia Japón, Singapur y Hong Kong.

En general, a nivel mundial la floricultura se organiza entre países productores y países consumidores. A su vez, tanto los países productores como la producción se dividen en el mercado nacional y exportación, creándose fuertes diferencias entre esos grupos, de tal manera que los países pobres son quienes se encargan del cultivo y los ricos de la comercialización (vía empresas transnacionales) y el disfrute de la producción. Ya que como menciona Breilh (2006) la floricultura de exportación requiere una fuerte densidad técnica, propia de la globalización, la baja densidad tecnológica de las zonas agrícolas y campesinas tradicionales no tiene cabida en dicho esquema.

El circuito de producción de la floricultura practicada por las grandes empresas transnacionales tiene una etapa previa en los obtentores (Holanda, E. U. A.; quienes

controlan los insumos y material vegetal); luego se cultiva la flor en los países latinos con insumos externos, 50% importados; además el pago de regalías por adquisición de bulbos o esquejes y mantenimiento de plantas llega al 85% de los costos de cultivo (Breilh, 2006). La mano de obra es nacional, la poscosecha y embalaje se realizan en la misma finca y se envía vía aérea (se ha calculado que el costo va de 19 a 37% del costo final del producto) a los mercados internacionales donde el costo de manejo y ventas se ha calculado en 32%.

Llama poderosamente la atención el hecho de que Colombia y Holanda sean los principales países exportadores de bulbos y flores de corte, pues ambos participan del 70% del comercio mundial (ASERCA, 2006).

De los países que inician en el comercio internacional son Israel, España, Zimbabwe, Tanzania, Uganda y Zambia, prácticamente su producción se exporta a Holanda, quien realmente triangula hacia otros países, principalmente de su continente.

Es importante resaltar el hecho de que el comercio internacional ornamental no solo se limita a flores frescas, sino que también incluye material de propagación vegetal (semillas mejoradas, bulbos y rizomas) variedades patentadas, tecnología y conocimiento en la mejora productiva (know-how); áreas en la cuales Holanda es protagonista.

Tanto a nivel macro como micromercantil, la estructura social de los mercados se determina por las relaciones que se establecen entre los actores, la producción, las instituciones y normas que regulan la organización social y el poder. Las motivaciones e intereses dictarán las estrategias para solucionar conflictos sociales y productivos.

4.2. PAÍSES PRODUCTORES

La producción de flores cortadas en América Latina se realiza principalmente en países como Colombia, Costa Rica, Ecuador y México, pero no se desarrolla en manos de las comunidades ni de cooperativas que distribuyan equitativamente la riqueza de la producción de flores en pequeñas extensiones de tierra aprovechando las ventajas geoecológicas (Breilh *et al.*, 2005). Realmente la agroindustria florícola de exportación eleva los niveles de productividad a costa del detrimento en la calidad de vida de las personas y los recursos naturales; ofrece empleos precarios y activa pocos negocios complementarios porque posee una fuerte infraestructura vertical, por lo que trae pocos elementos modernos a la vida rural.

Los mismos autores afirman que la producción de flores cortadas en los países mencionados (Colombia, Costa Rica, Ecuador y México) es un claro ejemplo de la fórmula neoliberal de la modernización agraria que ilustra el contraste de visiones opuestas sobre el desarrollo: para unos, es la panacea, porque permite elevados niveles de productividad, ofrece empleo, activa negocios complementarios y trae elementos modernos a la vida rural; para muchos otros, la floricultura empresarial concentradora, constituye una vía falsa, pues tras de los incrementos de rentabilidad y los paquetes tecnológicos, los verdaderos beneficiarios son las empresas transnacionales y grandes exportadores, que atentan contra la sustentabilidad, local y regional, pues la oferta de trabajo y discretas remuneraciones, no implican un verdadero proceso redistributivo que revierta la concentración de la propiedad, y se logran al costo de pérdidas sociales, culturales y ecológicas muy serias.

En países como Ecuador donde predomina la floricultura de exportación, hay dos tipos de fincas: unas adscritas al Programa Flower Label Program (FLP) que se someten a estándares internacionales de protección básica laboral, de la salud y del medioambiente; y las fincas tradicionales que operan sin controles e incrementan la acumulación de capital deslindando toda responsabilidad con sus trabajadores y el

ecosistema (Breilhet *et al.*, 2005). Lamentablemente predominan las tradicionales en más de 80%.

En cierto modo contrastante resulta el estudio realizado por Galaz (2008) a la cadena florícola de la región de Atlixco en Puebla, México, la cual está integrada por pequeños(as) floricultores(as) de los municipios de Atlixco, Tochimilco, Huaquechula, Santa Isabel Cholula y Tianguismanalco. La investigadora realizó análisis cualitativo de 20 pequeñas unidades de producción de esa región mediante entrevistas a profundidad con productores florícolas y consumidores finales. La autora encontró que este tipo de floricultura genera empleos y derrama económica por servicios complementarios.

Otro contraste importante documentado por Galaz (2008) es la productividad y la calidad, pues gran parte de la producción no cumple con los parámetros de calidad que exigen los principales mercados internacionales en cuanto a manipulación genética, protección de especies nativas, desarrollo de nuevas variedades, presentación y duración de la flor, entre otros requisitos por los cuales el consumidor está dispuesto a pagar un precio mayor. Ello coincide con lo reportado por Orozco *et al.* (2009) quienes afirman que 80% de los pequeños productores muestreados en una investigación realizada en Villa Guerrero vende su producción en el mercado nacional debido a la poca exigencia de los compradores y a que los requisitos y procesos de exportación les resultan complicados.

Por otro lado, el Programa Eco Salud de Ecuador, impulsado por el CEAS (Centro de Estudios y Asesoría en Salud) ha desarrollado en la Cuenca del Río Granobles (en la Sierra Norte de Ecuador) y Cananvalle, monitoreos a la salud de trabajadoras y trabajadores de la floricultura y concluyen que la gran mayoría padece enfermedades o trastornos del sistema nervioso, hepático, cardiovascular y renal, médula ósea, de la estabilidad genética e impactos en salud mental (Breilh *et al.*, 2005). En estos estudios empiezan a insinuarse algunos hechos preocupantes: los/as

trabajadores/as están muy afectados en importantes aspectos de su salud (presión arterial 52%; anemia tóxica 14% y bajos leucocitos 12%; inflamación hepática 26%; inestabilidad genética 25%; reducción de enzima de sistema neurotransmisor-acetilcolinesterasa- 23%; y un 69% tuvo signos clínicos entre moderados y severos de toxicidad). Además un 56% se encontraba en estado de estrés moderado y severo y un 43% con malnutrición (sobrepeso). Todo lo cual indica que esa fuerza laboral se halla en malas condiciones de salud.

Es importante señalar que un decreto emitido el 29 de abril de 2005 a la Ley del Seguro Social, en México, establece que un trabajador agrícola que labore más de 27 semanas para un patrón debe ser considerado trabajador permanente; y que quienes laboren por un tiempo menor deben tener seguridad social, de no hacerlo se les suspenderán los apoyos, subsidios y beneficios que provengan del Presupuesto de Egresos de la Federación.

A nivel internacional, los países en vías de desarrollo han incrementado su producción de plantas ornamentales en los últimos años, debido principalmente a que la mano de obra es más barata, el clima menos extremo que en el hemisferio norte y la regulación ambiental es menos severa (ASERCA, 2006). Esto se debe en parte a que países de gran tradición en la producción de flores (Holanda, Alemania y E. U. A.) han buscado convenios directamente con productores o a través de gobiernos, empresas o instituciones tanto públicas como privadas.

Otro aspecto de vital importancia es que en las empresas que se dedican a la exportación de ornamentales (esquejes, flores o plantas) emplean principalmente mano de obra femenina (Corral, 2008; Macías, 1997; Suárez, 1997 y Lara, 1995a). Entre las múltiples razones se encuentran los bajos salarios y la estacionalidad tanto de la producción como del mercado. Los primeros se justifican porque se les considera complementarios al gasto familiar, aun cuando en muchas ocasiones es la principal fuente de ingresos del núcleo familiar. En lo que respecta a la

estacionalidad, éste es un factor dictado por el mercado, pues en el caso de las flores de corte se encuentran bien definidas las fechas y periodos de venta (Orozco y Mendoza, 2003; Lara, 1998). De tal manera que el patrón de oferta y producción es dictado por las tendencias internacionales (Orozco, 2007).

Por otro lado, diversas autoras (Lara, 1995b; Suárez, 2005, 1997; Domingo, 2000; Flores y Lindo, 2005; Corral, 2008) han documentado que las empresas exportadoras no han invertido en la economía del cuidado de las mujeres trabajadoras, ni en el bienestar de sus infantes ni demás familiares, pues a final de cuentas cada una en solitario va buscando el apoyo de alguna otra mujer que esté dispuesta a cuidar de los hijos mientras la madre cumple la extenuante jornada de trabajo que le permita obtener su mísero salario.

León (2003) afirma que en la mayoría de los países productores de flores se emplea principalmente mano de obra femenina. Para el caso colombiano un poco más de 75.000 trabajadores/as que laboran en esta área 70% son mujeres. Otro caso consultado es el de la floricultura ecuatoriana, del que se han documentado las implicaciones epidemiológicas y ecológicas por Breilh (2006). El autor afirma que la mayoría de las mujeres embarazadas que laboran en el cultivo de flores de exportación (entre 60 y 75%) tuvo contacto con plaguicidas durante el periodo de gestación. Así mismo se reporta que 40% de los hijos están en contacto con la ropa de trabajo de la madre y por tanto en contacto con residuos de plaguicidas.

León (2003) afirma que la mano de obra femenina tiene una alta dependencia de su puesto de trabajo, pues en su mayoría son cabeza de familia con dos o tres hijos. Aunado a que los empleadores no exigen calificación alguna. Lamentablemente la legislación colombiana permite la desprotección laboral de las mujeres por maternidad y no existen normas de protección por el uso de plaguicidas. Situación que es común en otros países donde se producen flores.

Las nuevas formas de organización de las familias, sus estrategias de reproducción social y sobrevivencia han provocado especiales sobrecargas y problemas a las mujeres, no sólo por lo que se ha llamado la "feminización de la pobreza" sino porque con la transformación de las mujeres campesinas en obreras, las viejas relaciones de dependencia patriarcal han remplazado las relaciones de subsunción al trabajo industrial y los impactos del desgarramiento de la cultura comunitaria (Breilh, 2006). El mismo autor afirma que el trabajo asalariado ha permitido a las mujeres enfrentar las estructuras patriarcales y encontrar cierta autonomía, los costos pagados por las mujeres son cuantiosos, pues los efectos colaterales afectan su salud y bienestar físico y emocional.

La realidad de las mujeres trabajadoras mexicanas, ecuatorianas y bolivianas coincide con lo reportado en el Informe de Desarrollo del Milenio (2008), en el que se menciona que casi dos tercios de las mujeres empleadas en el mundo en desarrollo están en empleos vulnerables por cuenta propia o en una empresa familiar; en empleos a tiempo parcial, estacionales, y empleos informales de corto plazo y, por consiguiente, privadas de estabilidad y beneficios laborales. Las ocupaciones siguen siendo específicas por género, los cargos ocupados por mujeres tienden a ser de menor jerarquía, menor salario y peores condiciones laborales. Si bien las mujeres con niveles mayores de escolaridad han avanzado y la proporción de mujeres en cargos de dirección está en aumento, la mayoría de las mujeres continúa en cargos inferiores y menos valorados y enfrenta mayores obstáculos para alcanzar cargos superiores. En consecuencia, las mujeres tienen más dificultad para convertir sus tareas en trabajo remunerado y su trabajo remunerado en ingresos más altos y más estables.

Los hechos citados muestran que la competitividad internacional de la cadena de producción y comercialización de ornamentales ha estado vinculada a desigualdades de género en la inserción laboral, especialmente en las fases de producción y empaque. Pero los números internacionales muestran otra realidad,

pues durante 2006, la ONU reportó las jugosas ganancias que obtuvieron los principales países exportadores: Holanda (3,009.49 MDD), Colombia (699. 43 MDD), Ecuador (231. 37 MDD) y Kenia (83.62 MDD). La misma fuente establece que México aporta más o menos 1% de las exportaciones de flores en el ámbito mundial; lamentablemente, nada se dice de las condiciones en que se amasaron esos negocios.

4.3. PAÍSES CONSUMIDORES

En general, los países consumidores de ornamentales son los que cuentan con economías más fuertes, es decir con mayor poder adquisitivo. Entre los consumidores mundiales más importantes se encuentran: Holanda, Canadá, Alemania, Reino Unido y E. U. A., los tres últimos juntos compran 50% de lo que se comercializa en el mundo, aunque cabe mencionar que el consumo per cápita de flores frescas más alto lo presentan: Suiza (99 dólares), Noruega (68 dólares) y Holanda (65 dólares).

Las flores que importa E. U. A. proceden de Colombia (61%), Ecuador (17%), Holanda (11%), México (3%), Costa Rica (3%) y Canadá (2%) y las especies son rosas, claveles, crisantemos, alstroemerias y orquídeas (ASERCA, 2006). Para el año 2005, E. U. A. importó flores con un valor de 703,350 miles de dólares, de los cuales México recibió 17,970 miles de dólares por concepto de exportación de rosas, lilis, alstroemerias, claveles y orquídeas. Este dato muestra la superespecialización del mercado de plantas ornamentales en el ámbito mundial.

Los principales países importadores para 2004 fueron: Alemania (1,048.61 MDD), Reino Unido (1,005.04 MDD) y E. U. A. (880.4 MDD), Holanda (493.46 MDD), Francia (487.58 MDD), según la misma fuente.

4.4. POLÍTICAS DE LOS PRINCIPALES PAÍSES

Las políticas de los países productores y consumidores son distintas, los países productores basan sus estrategias en el libre mercado, el neoliberalismo y las ventajas comparativas (Lundy, 2005). Lo mismo sucede en el comercio de ornamentales, los países consumidores aprovechan las estrategias productivas de los países pobres para incrementar su riqueza y poder, pues son quienes controlan los insumos y el mercado. Entre los países más importantes se encuentran Holanda, Colombia, Ecuador y México; a continuación se mencionan algunas de sus políticas en materia de ornamentales.

El gobierno holandés apoya fuertemente a la horticultura ornamental mediante inversión directa y educación. Poseen gran cantidad de patentes biológicas y tecnológicas. Eso sin mencionar que el poder adquisitivo de la población es muy alto, lo que les permite tener un consumo per cápita de 102 dólares (65 en flores cortadas y 36 en plantas).

En cuanto a Colombia, Ecuador y México -que son los principales productores y exportadores latinoamericanos- su principal mercado es E. U. A. quien compra a cada uno: 60, 18 y 5% de su producción nacional total (ASERCA, 2006). La floricultura colombiana inició en la década de los sesenta con la producción y exportación de claveles. Actualmente cuenta con la participación de empresas exportadoras muy importantes a nivel internacional, sus procesos son altamente tecnificados; por ello, sus volúmenes de exportación son muy elevados y su productividad también. Lamentablemente, unas cuantas empresas son las que manejan el negocio desde diferentes partes del mundo, empleando sólo la mano de obra y recursos naturales de ese país bolivariano donde Bogotá (85%) y Río Negro (12%) concentran la superficie de producción nacional. En cuanto al comercio internacional exportan 98% de su producción que equivale al 14% mundial. Socialmente genera 170 mil empleos; las principales especies que producen son: rosa, clavel, mini clavel y crisantemo.

En el caso ecuatoriano, las fincas florícolas se calculan en más de 300 y su superficie va de los 10 a 15 Ha cada una. En este país el modelo neoliberal no ha sido implementado a profundidad porque la población mediante movilizaciones sociales ha impedido algunas políticas de ajuste (Breilh, 2006). Su agricultura mantiene espacios económicos orientados a la necesidad nacional, de tal manera que la economía agrícola conserva el autoabastecimiento de alimentos estratégicos, la exportación y sobretodo mantener la soberanía alimentaria. No se ha extendido la mercantilización de los derechos humanos; ni se ha consumado la privatización del agua, bienes, servicios públicos, ni seguridad social. La lucha popular ha revocado el mandato de tres presidentes neoliberales.

Pese al alentador panorama en el Ecuador, el mismo autor afirma que los tratados comerciales promueven la producción de flores cortadas para exportación como uno de los pilares de la nueva fase del capitalismo agrícola y ha documentado evidencias de caracterizaciones y conocimientos sobre los impactos de la producción de flores en los(as) trabajadores(as), comunidades, sistemas hídricos y suelos, mostrando el severo impacto del actual sistema floricultor y exigiendo reflexionar acerca de la sostenibilidad de los sistemas productivos y la garantía del futuro de los ecosistemas, porque 80% de las empresas florícolas exportadoras no cumplen con las normas sanitarias correspondientes.

La situación en México es similar, pues la política económica nacional frente al ingreso de flores y plantas extranjeras, principalmente provenientes de Holanda y E. U. A., se ajusta completamente a los esquemas neoliberales, lo que no sólo afecta económicamente a los floricultores nacionales ante la desigualdad de recursos y tecnología, sino que también repercute en el ámbito cultural, pues especies de flores que son originarias de nuestro país se reproducen mediante semillas que productores nacionales compran a extranjeros.

En la conferencia de prensa, Josefina López Cortés, integrante de la Red de Productores Florícolas de la Ciudad de México afirmó en julio 2007 que:

"La capacidad de producción de los empresarios extranjeros es superior a la de la mayoría de los floricultores mexicanos, y en cuanto al precio, simplemente no tenemos manera de competir con ellos".

Ello muestra la situación de desventaja y desprotección en que se desarrolla la floricultura en México y abre la posibilidad de pensar en que la mejor alternativa para los pequeños productores son los mercados locales y regionales como detonadores del desarrollo.

Legislación mexicana

En cuanto a la legislación nacional, se cuenta con leyes y artículos que permiten establecer redes de productividad exitosa (entre ellos el 27 y la Ley de Desarrollo Rural Sustentable); de hecho, las ornamentales se consideran un producto estratégico, es decir, un fuerte detonador del desarrollo del territorio nacional, corresponde originariamente a la Nación, la cual ha tenido y tiene el derecho de transmitir el dominio de ellas a los particulares, constituyendo la propiedad privada". Además, el dominio de la Nación es inalienable e imprescriptible y la explotación, el uso o el aprovechamiento de los recursos, por particulares o por sociedades constituidas conforme a las leyes mexicanas, no podrá realizarse sino mediante concesiones, otorgadas por el Ejecutivo Federal, de acuerdo con las reglas y condiciones que establezcan las leyes.

En su fracción XX establece que: "El Estado promoverá las condiciones para el desarrollo rural integral, con el propósito de generar empleo y garantizar a la población campesina el bienestar y su participación e incorporación en el desarrollo nacional, y fomentará la actividad agropecuaria y forestal para el óptimo uso de la tierra, con obras de infraestructura, insumos, créditos, servicios de capacitación y asistencia técnica. Asimismo expedirá la legislación reglamentaria para planear y

organizar la producción agropecuaria, su industrialización y comercialización, considerándolas de interés público”.

La Ley de Desarrollo Rural Sustentable publicada el 7 de diciembre de 2001, establece en su artículo 5º la promoción del bienestar social y económico de las y los productores de sus comunidades, de las y los trabajadores del campo, además de corregir las disparidades del desarrollo regional.

En el capítulo X, artículos 104º al 115º establece la promoción y apoyo a la producción agropecuaria, elevando la competitividad de las cadenas productivas, mediante apoyos, incentivos y compras preferenciales.

La Ley de Desarrollo Rural Sustentable, establece la constitución de sistemas producto, y confiere a SAGARPA la organización e integración de dichos comités por cada producto básico o estratégico. Esta disposición se complementó con el Programa Sectorial 2001-2006 que entre sus objetivos tenía el fortalecimiento de las cadenas productivas con amplia inclusión rural, impulsando la integración de productores primarios agrícolas organizados a la cadena productiva para incrementar su participación en el valor agregado.

Sistemas producto

En concordancia con la Ley de Desarrollo Rural Sustentable, la Secretaría de Desarrollo Agropecuario del Estado de México destinó en el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2005 un monto de \$21,973,881.00, con el objetivo de beneficiar a 2,000 personas mediante el fomento a la diversificación de productos florícolas con nuevas especies de alto rendimiento con tendencia a la exportación, promoviendo cultivos nuevos y tradicionales, y mejorando su calidad para garantizar su comercialización nacional e internacional.

En lo que se refiere a la organización institucional formal, la floricultura nacional cuenta con el Comité Nacional Sistema Producto, el Consejo Mexicano de la Flor (CMF), el cual a su vez tiene representación en cada entidad federativa que desarrolle esta actividad mediante los consejos estatales de la flor, entre los que se encuentra el Consejo Mexiquense de la Flor al que pertenece el Consejo Regional de la Flor del Oriente del Estado de México (CRFOEM). Estos consejos agrupan a diferentes asociaciones de actoras(es) que se insertan directa o indirectamente en la floricultura. SEDAGRO considera como instancias coordinadoras del sector público a las siguientes: SEDECO, CNA, SAGARPA, INIFAP, ICAMEX, Ayuntamiento y SEDAGRO mismo; como actores del sector privado y social: Universidad Autónoma Chapingo (UACH), Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Colegio de Postgraduados (CP), FTD florerías, CMF y asociaciones de floricultores.

A fin de cumplir con los objetivos establecidos, la Secretaría se apoya en el Consejo Mexicano de la Flor (CMF), el cual se creó el 30 de marzo de 1995 como una asociación civil de carácter nacional, de afiliación totalmente voluntaria, integrada por asociaciones y uniones regionales de productores de flores y plantas de ornato, así como empresas del sector florícola nacional.

Orozco *et al.* (2009) reportan que el CMF se integra a personas físicas, empresas ejidales, empresas de sociedad anónima y sociedades de responsabilidad limitada y capital variable; todas con fines de lucro, entre sociedades ejidales destacan: Coxflor, Flores de San Francisco y Rancho los Pilares (30, 19 y 3 has respectivamente).

El CMF se compone de socios fundadores y honorarios. Entre los primeros se encuentran la Asociación de Floricultores de Villa Guerrero A. C. (ASFLORVI), Productores de Ornamentales de Morelos, A.C. que está integrada por ejidatarios, y la Unión de Floricultores de Flores Mexicanas A. C. que es una empresa mediana. De los

afiliados honorarios 40% se encuentran en Villa Guerrero, Tenancingo, Coatepec Harinas, Zumpahuacan e Ixtapan de la Sal.

El CMF se estableció como una entidad de representación, defensa y fomento de la floricultura. Está constituido como el organismo cúpula del sector florícola nacional, agrupando a todas las asociaciones regionales de la República Mexicana. Siendo, además, miembro integrante en derecho pleno del Consejo Nacional Agropecuario, A.C. (CNA), el cual se encuentra integrado por los sistema producto: Aguacate, Ajo, Bovinos Carne, Bovinos Leche, Chile, Manzana, Maíz, Oleaginosas, Papa, Plátano, Sorgo, Trigo y Ornamentales.

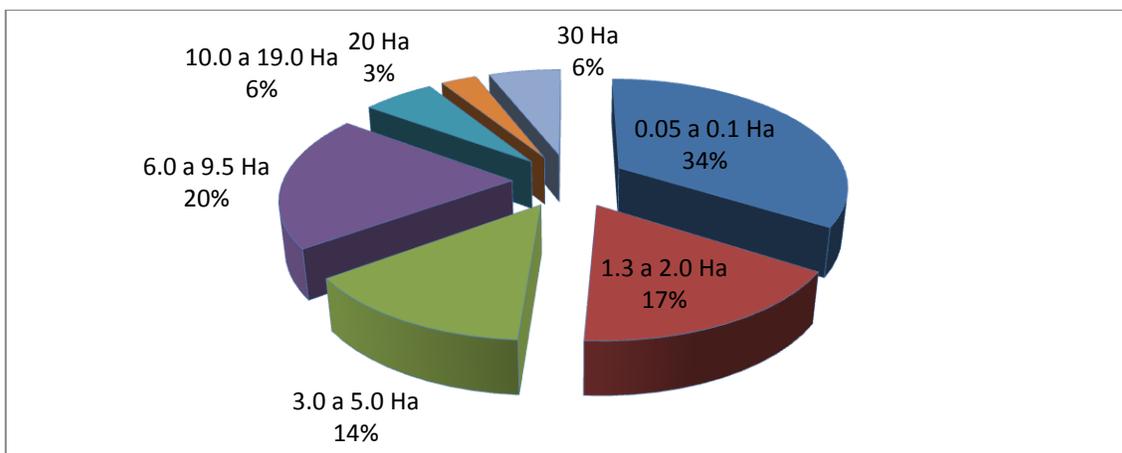
El CMF actúa como representante y gestor de los intereses del sector florícola nacional ante los tres niveles de gobierno: federal, estatal y municipal; así como ante otros organismos e instituciones públicas y privadas, nacionales y del extranjero, en apoyo a la solución de los problemas y demandas justas de los productores.

El CMF tiene como objetivo fundamental promover el desarrollo de la actividad, impulsando la creación de un ambiente favorable que permita a los productores de flores y plantas de ornato contar con las condiciones necesarias para dignificar y ampliar su derecho a realizar libremente su actividad, así como propiciar su desarrollo integral para que éste se refleje en un mayor bienestar para ellos y sus familias.

Orozco *et al.* (2009) afirman que en Villa Guerrero existen más de 10,000 floricultores, pero no todos pertenecen a la ASFLOVI. Sólo los afiliados tienen la posibilidad de obtener crédito gubernamental en SEDAGRO, así como crédito privado; además de conocer el mercado y los precios. De hecho, el directorio de afiliados del CMF reporta que la mayoría de sus socios son productores pequeños (34%) que cultivan ornamentales en superficies que van de 0.05 a 0.1 Ha, seguidos de quienes cultivan de 6 a 9.5 Ha (20%) y los que producen en superficies que van de 1.3 a 2.0 Ha (17%), 3.0 a 5.0 Ha (14%), 10.0 a 19.0 Ha y los que tienen más de 30 Ha (6%

cada uno) y los socios minoritarios son los que cultivan en superficies de 20 Ha (3%) (Figura 3).

Figura 3. Superficie cultivada por integrantes del Consejo Mexicano de la Flor



Fuente: CMF (2004). Directorio de afiliados.

El CMF reporta que las diferencias más importantes entre socios se derivan de las condiciones de producción y de la tecnología utilizada (Orozco, *et al.*, 2009). En el 46% de las unidades productivas se cultiva bajo invernadero, en el 20% en túnel, en el 9 % se utiliza invernadero y túnel, en el 11% a cielo abierto e invernadero y sólo el 14% a cielo abierto. Es decir que en poco más del 74% de las unidades productivas, se utiliza algún tipo de tecnología de cubierta.

En lo que se refiere a su marco legal, el reglamento interno del comité nacional del sistema ornamentales, en su título primero que trata sobre el objeto, la integración y atribuciones de comité, menciona en el Comité Nacional o Comité del Sistema Producto Ornamentales adquiere un ámbito de representación a nivel de la república Mexicana. El Comité Regional es el Comité del Sistema Producto Ornamentales que aglutina o representa a más de un Estado o municipios productores; mientras que el Comité Estatal es el Comité del Sistema Producto Ornamentales que se constituye en cada uno de los Estados donde se producen estos cultivos.

Por tanto, el CRFOEM es un comité que representa a productores de ornamentales de varios municipios de la región oriente del Estado de México ante el CMF. Su relación se establece administrativamente como integrantes del sistema producto ornamental, con el derecho y obligación de participar en la integración, operación, seguimiento y evaluación del Plan Rector del Sistema Producto Ornamental. Cabe mencionar que el CRFOEM no está constituido legalmente (razón por la que no aparece en la página electrónica del CMF), aunque al parecer las personas que colaboraron en el presente estudio no tienen conocimiento de la situación legal de su consejo regional.

Lamentablemente, el sistema producto ornamental en Texcoco no se ha consolidado, porque aunque los productores cuentan con representación en el Consejo Regional de la Flor, falta la constitución legal y la integración de más actores como parte del sistema; pues hasta el momento de la investigación el consejo sólo contaba con la participación de floricultores de varias comunidades, un proveedor de esquejes y un proveedor de vermicomposta. De hecho, a decir de los entrevistados (secretario y presidente del CRFOEM) no se han integrado las y los actores primarios y secundarios, pues cada actor trabaja individualmente sin comunicación fluida entre productores-proveedores de insumos y servicios- organizaciones-consejos-Gobierno.

La problemática presentada del caso texcocano coincide ampliamente con lo reportado por Mosquera (2010) quien afirma que para que haya un desarrollo económico y social se requiere establecer mecanismos de comunicación entre los gobiernos, la empresa y sus recursos humanos, lo que permitirá generar modelos de competitividad internacional si se considera la gran importancia que tiene la pequeña y mediana empresa como factor de desarrollo.

Un informe publicado por el CNF en su página electrónica consultada el 13 de julio de 2012, señala la necesidad de continuar el fortalecimiento de los Sistemas Producto (SP) por un período mayor hasta que estén completamente consolidados,

mejorar la articulación de todos los eslabones de la cadena, puntualizando que sólo han participado en la elaboración de los Planes Rectores las representaciones de productores. Otro aspecto importante es que dijeron: “no hay reglas claras sobre cómo se seleccionan los representantes, ni tampoco Reglas de Operación que expliquen el funcionamiento de las cadenas y que no se están cumpliendo los objetivos que se establecen en la Ley de Desarrollo Rural Sustentable”.

El mismo documento afirma que uno de los principales problemas que enfrentan los representantes estatales de los SP, es que al ser organismos descentralizados, en los Estados no cuentan con suficiente fuerza ante las autoridades, pues se les considera como cualquier asociación estatal.

ASERCA (2004) menciona que los Sistema Producto (SP) operan a través de los comités, que son mecanismos de planeación, comunicación y concertación permanente entre actores. La operación de los comités comprende tres etapas: integración, operación y seguimiento-evaluación de un plan rector.

El CNA planea aún participar de manera más directa en los SP y elaborar un Plan Rector con la participación de todos los eslabones de la cadena; además de apoyar para lograr eliminar las deficiencias que existen actualmente.

Ello concuerda con lo reportado por Mamani y Almaguer (2011) quienes estudiaron los sistemas producto: limón, mango, coco, café, jamaica y mezcal, en Guerrero. Entre sus conclusiones se menciona que ha habido avances, pero no se han fortalecido. Evidenciando la baja eficiencia en la prestación de servicios a sus integrantes.

Bajo las condiciones actuales, los sistemas producto estudiados por Mamani y Almaguer (2011) no tienen perspectivas de éxito, la causa presentada por los autores es que la mayoría de los productores no los conocen. Aunado a que la producción y

productividad no han mejorado por su intervención, lo cual hace necesario un replanteamiento de la política pública correspondiente orientada a mejorar su eficiencia y eficacia.

4.5. SITUACIÓN ACTUAL DEL CAMPO MEXICANO

El agro nacional enfrenta los problemas socioeconómicos de abandono y descapitalización que ha provocado el modelo neoliberal implementado en México a partir de los ochenta. A fin de entender mejor cómo ha evolucionado la agricultura capitalista en México, a continuación se describirán brevemente las tres etapas del desarrollo de este tipo de agricultura que identifica Sara Lara (1998):

1. El primer periodo de desarrollo capitalista de la agricultura se caracteriza por ser de tipo "manufacturero-artesanal", por la tecnología empleada y las relaciones laborales que se dieron al interior de las haciendas; es en este periodo cuando las primeras transnacionales se instalan en el tercer mundo y prevalecen esclavitud y acasillamiento de la fuerza de trabajo que es sometida a un proceso de minorización (subvaluación o menosprecio), especialmente en productos como las frutas, flores y hortalizas. Otra de sus características es el racismo e ilegalidad que sufrieron las y los trabajadores agrícolas que se emplearon en esa etapa porque las leyes no les protegían.

2. La segunda fase de desarrollo capitalista de la agricultura, se caracterizó por la mecanización y división del trabajo. La mecanización permitió incrementar la productividad para satisfacer la gran demanda que se presentaba en ese periodo. Sin embargo, la utilización de maquinaria creó nuevas divisiones del trabajo y jerarquías, lo que trajo como consecuencias el desempleo rural, la creación de cadenas productivas y de nuevos puestos. Pero se desvaloriza el trabajo femenino, ya que normalmente no es calificado y parte del supuesto de que las actividades que las mujeres realizan son naturales y no sociales.

Las tareas específicas y puntuales que trajo la mecanización crearon la flexibilización cuantitativa, la cual se refiere a las formas de contratación, empleo y salario. Con ello, las empresas optan por contratar de planta sólo a los operarios de las máquinas y a los supervisores. Mientras que la mayor parte de la mano de obra la proveen personas a quienes se les considera poco calificadas y generalmente son: mujeres, indígenas, menores de edad e inmigrantes. Ello genera empleo temporal que demanda abundante mano de obra mal pagada y en condiciones precarias; principalmente se paga por pieza o por tarea realizada.

3. Características del mercado de trabajo en la fase actual del desarrollo capitalista en la agricultura: desempleo técnico y flexibilidad cualitativa. El desempleo técnico se refiere a la reducción de los costos salariales mediante salarios bajos y liquidaciones y jubilaciones tempranas, buscando equilibrio entre mano de obra y maquinaria (flexibilidad cualitativa).

La misma autora menciona que la feminización del asalariado rural y flexibilidad salvaje se presentan marcadamente en la fase poscosecha de muchas agroindustrias y en productos de gran calidad.

En el sexenio de Miguel de la Madrid, se implementó el Programa Nacional de Modernización del Campo, aproximadamente en 1990, se partía de la premisa de hegemonía absoluta del mercado y no consideraba la falta de competitividad del sector agropecuario mexicano en la producción de granos básicos, pero alentaba el crecimiento de la agricultura comercial de exportación, como es el caso de la floricultura (Marroni, 2002; Tarrío y Concheiro, 1998). Sin embargo, la agricultura de exportación fracasó como una alternativa para disminuir el desempleo rural y provocó catástrofes ecológicas que se agravan cada vez. Más tarde, la negociación del tratado de libre comercio con América del Norte colocó a México en una desventaja

importante al desgravar inmediatamente los insumos agropecuarios, ya que prácticamente se importa 100% de ellos (Tarrío y Concheiro, 1998).

En 1992 la empresa paraestatal FERTIMEX -abastecía en su totalidad las necesidades nacionales de fertilizantes, a precios bajos y con capacidad de exportación- se privatizó y fragmentó en 13 unidades productoras (tan sólo se obtuvieron 317 millones de dólares, muy por debajo de su valor en libros), las cuales quedaron en manos de siete grupos empresariales (La Jornada, 02/07/2008). A partir de entonces cada una de esas empresas fue vendida o asociada a trasnacionales, lo que realmente las convirtió en agentes importadores. Así, desde 2000 México es importador neto de fertilizantes, y hoy día importa 70% del consumo nacional (principalmente de E. U. A. y Rusia).

Los fertilizantes potásicos utilizados en México son de importación y se concentran en cultivos altamente redituables como las hortícolas, florícolas y frutícolas. Las exportaciones se incrementaron hasta el año de 1995, a partir de entonces han disminuido 26% (anual) debido al déficit interno de la producción.

En 2008 México sólo producía sulfato de amonio, superfosfato de calcio simple y triple; contrario a lo que pudiera pensarse, el crecimiento gradual en el consumo "no tiene su lógica en los precios de venta nacional. México cuenta con uno de los sistemas de importación y distribución logística de menor costo en el mundo". En los años recientes, la mayoría de los inventarios de fertilizantes en México son financiados por los importadores en conjunto con los *traders* [sic] internacionales (Europa, E. U. A. y Canadá) (La Jornada, 02/07/2008).

Respecto a las y los productores, Marroni (2002) señala que quienes se dedicaban a productos como las hortalizas, maíz, sorgo y flores, se vieron involucrados en mecanismos de mercado para los cuales no estaban preparados, incremento de los costos de producción y el menor apoyo del Estado trajo consigo el

incremento de la pobreza en el campo y la migración como opción para capitalizar al sector rural.

Los socios y socias del Consejo Nacional de Organizaciones Rurales y Pesqueras (CONORP) quienes a través de sus 15 asociaciones, han demandado una política de Estado que beneficie a los productores, que reconozca la pluralidad en el sector rural y a sus organizaciones, así como oportunidades en el ámbito rural a las nuevas generaciones, el fomento a la cohesión social de las familias y comunidades afectadas por la migración, y respaldo al desarrollo integral de poblaciones agrarias y pesqueras (La Jornada, 29/05/2007).

En los años de vigencia del TLCAN no se ha ordenado ni regulado el comercio entre México, E. U. A. y Canadá. De hecho, en México ha tenido un impacto negativo para la economía y la sociedad rural, pues la dependencia alimentaria es de 42%; las organizaciones arriba mencionadas denunciaron que hasta enero del 2009 se habían realizado importaciones por un valor de 125 mil millones de dólares, y los precios reales para los productores han caído entre 40 y 70 por ciento (La Jornada, 19/01/2009).

Como resultado de esta política global han surgido importantes movimientos sociales que buscan la corrección de fuerzas a favor de los sectores más desprotegidos de la sociedad y mantienen una ideología en la que es necesario otro orden social más justo, a éstos movimientos se les ha llamado alter mundistas. Un ejemplo de ellos en el área agropecuaria es La Vía Campesina, una agrupación de más de 123 organizaciones de pequeños productores rurales y trabajadores agrícolas de más de 60 países. La lucha de esta organización se ha centrado en la defensa de la economía campesina, la soberanía alimentaria, los mercados locales, el calentamiento global y la agricultura ecológica. Entre las características de la organización se encuentra su política de inclusión y promoción, pues existe una gran

cantidad de mujeres que participan en la dirección internacional del movimiento (la Jornada, 28/08/2008).

Sin embargo, la inserción de las mujeres en el trabajo remunerado global no las ha eximido de sus funciones reproductivas, ya que son ellas quienes mantienen la economía del cuidado, que demanda tiempo y trabajo para satisfacer las nuevas necesidades no sólo de las mujeres trabajadoras, sino de sus familias (Arriagada, 2007). De tal manera que no se han creado las condiciones básicas para el cumplimiento de las funciones familiares de las mujeres trabajadoras, porque la inserción de éstas al trabajo remunerado les impide el cumplimiento pleno de derechos de los miembros de la familia -como la igualdad de las mujeres o el derecho al cuidado de niños y ancianos-. Así pues, los beneficios sociales de la ciudadanía inciden de manera diferenciada en hombres y mujeres porque las políticas de bienestar se centran en las personas que participan en el mercado y reproducen los patrones de subordinación de la esfera familiar.

Respecto a la demanda de mano de obra en la producción intensiva, es importante señalar que diferentes autores (García, 1988; Camacho, 1989; Millán, 1991) recomiendan para el manejo de flores en invernadero, cantidades variables de mano de obra que van de 15-30, 18-20 y 15-17 jornales/Ha. Mientras que Millán (1991) reporta que una Ha cultivada a cielo abierto requiere entre 12 y 15 jornales. Un estudio documentado por Sara Lara en 1990 reportaba que los nuevos modelos productivos habían provocado que en ese año se emplearan 8 trabajadores por Ha. La experiencia de ésta autora mostró que para 2007, la misma empresa exportadora de flores empleaba 6 personas/Ha (1667m²/persona). El hecho muestra que los esquemas de optimización han incrementado la carga de trabajo a las y los jornaleros agrícolas, tratando de no demeritar la calidad de la producción.

En lo referente al impacto de la globalización en la producción agrícola, se da el caso de los cultivos de exportación como las frutas, hortalizas y flores, donde

existen mercados duales; es decir que los productos que presentan las mejores cualidades organolépticas se destinan a mercados de exportación y el resto de la producción se consume al interior del país productor (Lara, 1998).

4.6. APORTE SOCIOECONÓMICO DE LA FLORICULTURA NACIONAL

La floricultura mexicana aporta aproximadamente \$5,646 MDP en 15,000 Ha de producción, ya que prácticamente todos los estados cultivan ornamentales; además demanda mucha mano de obra, por lo que genera gran cantidad de empleos. El INEGI (Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática) considera que la floricultura es la actividad agrícola más rentable económicamente, pues generó en 1998 más de 27 millones de pesos en una superficie que sólo representaba 0.07% de la total nacional. Los principales estados productores por superficie de producción de cultivos ornamentales son: Estado de México (53%), Puebla (23%) y Sinaloa (11%) (SAGARPA; 2006).

En México se producen comercialmente alrededor de 50 especies de flores; sin embargo, las rosas, gladiolas, claveles y crisantemos representan aproximadamente 56% de la superficie total y 89% de la producción total de flores (ASERCA, 2006). El SIAP registró que de 2000 a 2011 el valor de producción de la floricultura aumentó a una tasa media anual de 9.5%. En 2011, el cultivo de la flor y plantas en maceta se realizó en seis mil 439 hectáreas, de las cuales se obtuvieron 53.6 millones de plantas, 27.6 millones de gruesas (rosas, crisantemos, claveles y gerberas), 13.7 millones de manojos (áster y estatices), 8.4 millones de m² de pasto tapete y 36 mil toneladas de flores (girasol y helecho, principalmente).

Según estimaciones del SIAP, en su página electrónica, son 25,500 productoras/es quienes encabezan estas actividades y generan alrededor de 188 mil empleos permanentes, 50 mil eventuales y un millón de indirectos. Siete de cada diez productores residen en el Estado de México, Distrito Federal, Jalisco, Morelos y

Puebla. La producción de flores y plantas en invernaderos está valorada en dos mil 396 millones de pesos: rosa, lilis, gerbera y crisantemo, son las de mayor producción (SIAP). En cuanto a la flor de nochebuena, Morelos, Michoacán y el Distrito Federal presentan condiciones potenciales para el cultivo de la flor, cuyo mercado se valora en 325 millones de pesos. La producción de la floricultura en el país atiende la demanda interna, estimada en 80% de la producción total, e internacional.

En el período 2003-2011, el valor de las exportaciones creció a un ritmo de 6.4% anualmente; para el último año, el comercio exterior de flores significó 26 millones 93 mil dólares, monto superior 5.3% al registrado en 2010. Rosa, gladiola, gerbera, ave del paraíso, clavel, estatices y margarita son los productos de exportación por excelencia, sus destinos se muestran en el Cuadro 4.

Cuadro 4. Distribución de las exportaciones de flores mexicanas (%)

País de destino	2001-2005
E. U. A.	95.30
Canadá	3.52
Japón	0.01
Alemania	0.15
España	0.08
Panamá	0.58
Italia	0.02
Otros	0.035
Total	100%

Incluye flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma. Fuente: ASERCA, 2006.

En México, la exportación de ornamentales era realizada hasta 2005 por 55 empresas que se concentran en 15 estados del centro del país (ver Cuadro 5) (Orozco, 2007). Las empresas exportadoras presentan problemas de calidad, principalmente fitosanitarios (por ejemplo: *botrytis sp.*). La misma autora refiere que los principales problemas que enfrentan las personas que producen son: el desconocimiento del mercado, así como las especificaciones fitosanitarias para la exportación y la baja calidad de la producción, las cuales resultan de la escasa tecnificación y los problemas socioeconómicos que enfrentan quienes producen.

Cuadro 5. Empresas exportadoras de ornamentales por estado

Estado	Municipio	Cantidad de empresas Exportadoras
1. Distrito Federal	-	6
2. Morelos	Cuernavaca	2
	Emiliano Zapata	2
3. Querétaro	San Juan del Río	1
	Ezequiel Montes	1
	Tequisquiapan	1
4. Puebla	Atlixco	3
	Tehuacán	1
5. Estado de México	Zumpahuacan	1
	Tenancingo	1
	Coatepec Harinas	1
	Meteppec	1
	Villa Guerrero	5

Fuente: elaboración propia con información de Orozco, 2007.

Se dice que los distritos mexiquenses de Coatepec, Toluca y Texcoco son los que concentran la fuerza productiva y exportadora de la entidad (Orozco 2007:15). Y que ésta es la más importante a nivel nacional por superficie de producción.

Para 2002, el presidente del Consejo Nacional de Floricultores refirió que el principal efecto de la entrada en vigor del capítulo agropecuario del TLC en materia ornamental -que permitiría la libre entrada de flores subvencionadas- se reflejaría en la afectación de miles de familias que se dedican a esta actividad; por ejemplo, la economía de Villa Guerrero -donde viven aproximadamente 60 mil personas y trabajan unas 3 mil más que son de otros municipios- depende en 80 por ciento de la floricultura. En Coatepec Harinas, con 40 mil habitantes, esa actividad también contribuye con 80 por ciento de la economía municipal. En Tenancingo, Morelos, la contribución de la floricultura es de casi 30 por ciento, y en el Distrito Federal la delegación Xochimilco también depende del cultivo y venta de flores. "Somos cientos de miles los que nos dedicamos a esto y que resultaremos afectados por el TLCAN", dijo (La Jornada, 19/12/2002).

En el ambiente descrito, los productores(as) pequeños(as) y medianos recurren a la organización como estrategia con la finalidad de hacer frente a un

mercado adverso, de tal manera que algunos/as estudiosos/as del área como Orozco (2007:125) los llaman “instrumentos para la negociación y permanencia del sector”.

4.7. SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVA DE LA FLORICULTURA NACIONAL

La política nacional actual impulsa el desarrollo rural local y regional centrándose en la producción intensiva de flores y otros productos del campo, aunado al fortalecimiento de las relaciones con el mercado, la perspectiva desde el actor social muestra la manera como se van sumando las individualidades, hasta proyectar una imagen colectiva del desarrollo rural, cuyo motor principal es la producción para el mercado nacional e internacional (Orozco *et al.*, 2009). En este modelo económico la fuerza de trabajo, no es más que otro insumo productivo, que mientras más barato sea, es mejor.

Miriam Plascencia presidenta del Consejo Nacional de Floricultores (Conaflor) denunció que en 2007 se perdieron 40 mil empleos directos en la floricultura nacional por la falta de apoyos. Señaló también la falta de financiamiento a los productores de flores y hortalizas en el país e indicó que con la entrada en vigor del TLCAN agropecuario las condiciones para miles de pequeños productores serán “más precarias, ya que no sólo enfrentarán los desastres naturales provocados por el cambio climático, ahora deberán competir con la producción de otros países que sí cuentan con subsidios al sector agropecuario” (La Jornada, 29/12/2007).

La fuerte crisis económica que enfrentó el país en 1994 y el sobreendeudamiento de los productores agropecuarios fue el escenario en el que surgió el movimiento de El Barzón que integró a nivel nacional a una buena parte de los agricultores de la república que tenían deudas con la banca (González, 2005). Desde sus inicios este movimiento nacional se manifestó abiertamente en contra de las políticas de apertura y desregulación económica del gobierno mexicano. Sin

embargo, en ese ambiente de inconformidad y de crisis financiera, el gobierno firmó un tratado de libre comercio con E. U. A. y Canadá en 1993.

A partir de la entrada en vigor del capítulo agrícola del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) se dijo: "no habrá variedad de flores mexicanas que se salve" de la competencia y las importaciones desde Colombia y Ecuador, que ya habían comenzado a utilizar las fronteras de E. U. A. con México para triangular sus embarques. Ante esa perspectiva, el Consejo Nacional de Floricultores –integrado por asociaciones de ocho estados y 40 municipios productores de flor- intentó tomar medidas que impidieran que los comercializadores extranjeros se posicionaran del mercado nacional. En diciembre de 2002 Alberto García Millán presidente de la Asociación de Floricultores de Villa Guerrero, Estado de México, apostó por un *blindaje* ciudadano que consistía en no permitir la entrada de flores extranjeras a los mercados nacionales mediante su retiro del mercado; pues a la entrada en vigor el TLC en materia ornamental no existía ningún mecanismo que protegiera a los productores mexicanos, sólo habían requisitos legales de importación. Otra estrategia fue difundir la variedad de flores que se producen en el país y mejorar la calidad para que los consumidores "se decidan por el producto nacional, antes que por el extranjero", además de proponer que las flores "sean parte de la canasta básica" de los mexicanos, "Si logramos eso no nos alcanzará la producción para atender la demanda nacional y, por lo tanto, no podrá afectarnos el TLCAN", señaló.

Aún antes de la apertura total del TLC en el sector agrícola hubo saturación del mercado nacional con flores de Colombia y Ecuador, que utilizan a E. U. A. como *trampolín* para introducir sus embarques a México. En este sentido, los productores más afectados son aquellos que cultivan claveles, alstroemerias, asiáticos y flores orientales, crisantemos y rosas, porque son los productos de exportación nacional (la Jornada 19/12/2002).

En conclusión, quienes producen flores en México se encuentran desprotegidos, con carencias económicas, tecnológicas y de manejo de mercados; además como afirma Orozco (2007), el patrón de oferta y producción de ornamentales es dictado por las tendencias internacionales lo cual afecta directamente a las personas que viven de esta actividad.

Consumo de ornamentales

El consumo de las flores está íntimamente relacionado con el nivel de ingreso de la población, por ello, los países con mayor capacidad económica demandan mayor cantidad y calidad de productos florales (ASERCA, 2006). Por ejemplo, en el continente europeo, el consumo *per cápita* de flores es de 50 dólares anuales, mientras que en México se ha estimado en sólo 10 dólares.

ASERCA (2006) señala que 80% de la producción nacional de flores se destina al consumo interno; mientras que INIFAP (2004) reporta 90.8%. Sea como fuere, ambas cifras muestran la importancia que el mercado interno tiene para la floricultura nacional. De hecho, la producción de flores cultivadas en el municipio de Texcoco se destina en su totalidad a mercados locales (San Felipe, Mercado Municipal San Antonio, Mercado Belisario Domínguez y el "Mercado de las Vías") y regionales entre los que destacan Jamaica e Iztapalapa en el Distrito Federal y la central de abasto de Ecatepec, en el Estado de México.

El Estado de México y la floricultura

El Estado de México cuenta con una superficie de 2,250,000 Ha de las cuales 881,000 Ha se destinan a la agricultura; 381,000 Ha a la ganadería; 723,000 Ha de uso forestal y 265,000 Ha a otros usos (SEDAGRO, 2000). En el año 2000 había 2,652 Ha cultivadas con ornamentales (2,118.5 Ha a cielo abierto y 533.5 Ha bajo invernadero). En esas fechas SEDAGRO se propuso como meta para el año 2005

llegar a 3,000 Ha y beneficiar a 2,000 personas, destinando para ello en 2001 un presupuesto de \$21,973.881.00.

El SIAP, menciona que en 2011 la floricultura generó \$3, 341 MDP, (Villa Guerrero aportó \$1,827 MDP del valor nacional, equivalente a la tercera parte). Las variedades de flores más importantes en el Estado de México son: rosa, crisantemo, lilis, clavel, gerbera y gladiola, porque generan 85% del valor de la producción.

La floricultura como actividad empresarial de exportación se desarrolló a principios de los 80's principalmente en Villa Guerrero, donde para 1988 existían 15 empresas florícolas grandes y una cincuentena de empresas de diversos tamaños que juntas crearon el *boom* de la floricultura (Lara, 1998). Actualmente, esta actividad se concentra en Coatepec Harinas, Zumpahuacán, Tenancingo, Malinalco, Metepec, Oztolotepec, Texcoco, Tlatlaya, Tejupilco, Atlacomulco, Villa Guerrero, Donato Guerra y Valle de Bravo (Orozco, 2007). Para febrero 2012 SAGARPA (2012) mencionó que Villa Guerrero, Tenancingo, Coatepec Harinas y Valle de Bravo eran los municipios más importantes en la producción de flor de corte, mientras que en planta en maceta sobresalen los Municipios de Atlacomulco y Texcoco.

Fuentes periódicas (Miriam San Juan del periódico *El Economista*, 12/04/2012) afirma que el Estado de México ocupa el primer lugar nacional en producción de flores, el cual registró un aumento de 20% en los dos últimos años, con lo cual la derrama económica se elevó de \$4,527 MDP en 2009 a casi \$5,000 MDP en 2011. La cantidad de tallos cosechados aumentó de 4,662 a 4,960 millones. Incluso la superficie cultivada pasó de 5,864 a 6,264 Ha. Los principales municipios que se dedican a esa actividad son Ixtapan de la Sal, Villa Guerrero, Metepec, Amecameca, Texcoco, Valle de Bravo, Atlacomulco, Tejupilco Tenancingo y Coatepec Harinas, donde se produce 37% de la cosecha nacional de flores.

El municipio de Texcoco

Se encuentra ubicado en la región oriente del Estado de México; sus coordenadas geográficas son 19.30° N, 98.53° O. Colinda al norte con los municipios de Atenco, Tepetlaoxtoc, Papalotla, Chiautla, Chiconcuac y el estado de Tlaxcala; al sur con Chicoloapan e Ixtapaluca y el estado de Puebla; al oeste con Atenco, Chicoloapan y Chimalhuacán; y al este con los estados de Tlaxcala y Puebla. Oficialmente tiene una extensión territorial de 418.69 km² y se integra por 58 comunidades rurales, semirurales y la cabecera municipal (INEGI, 2000); las áreas urbanas se asientan en 2,175ha (5.2% de la superficie municipal).

Texcoco se ubica a 2500msnm, muestra una orografía muy accidentada compuesta principalmente por sierra (36%), lomeríos (26%), llanura (22%) y planicie lacustre (16%)(Soria y Escobar, 1995). El relieve que presenta la zona crea cinco tipos climáticos: en las zonas más bajas templado semiseco, en áreas planas y lomeríos tres templados subhúmedos y en la región montañosa un semifrío subhúmedo. La temperatura media anual de 15.9°C y una precipitación media anual de 686.0mm. El clima municipal se considera templado semiseco, con una temperatura media anual de 15.9°C, con heladas poco frecuentes y una precipitación pluvial media anual de 686.0 mm. Sus vientos dominantes son del sur.

Para 2005, la población municipal era de 209,235 habitantes con una densidad de 499.7 hab/km², aproximadamente el 47% se concentraba en la cabecera municipal. El Cuadro 6 presenta las principales localidades, su población y porcentaje. De acuerdo con los indicadores del CONAPO (analfabetismo y servicios), en 2005 el municipio presentó en promedio un índice de marginación de -0.8992 que lo ubica en la categoría de marginación media. La comunidad de Tequexquinahuac se ubica en la categoría de grado de marginación baja con un valor de - 1.32629.

Cuadro 6. Principales localidades del municipio de Texcoco, número de habitantes y porcentaje (%)

Localidad	Habitantes	%
Texcoco de Mora	99,260	47.44
San Miguel Coatlinchán	21,247	10.15
Tulantongo	13,131	6.28
Santiago Cuautlalpan	11,932	5.70
San Miguel Tlaixpán	7,264	3.47
San Joaquín Coapango	6,249	2.99
Montecillo	5,851	2.80
San Bernardino	5,286	2.53
San Dieguito Xochimanca	4,994	2.39
Santa Catarina del Monte	4,895	2.34
San Jerónimo Amanalco	4,877	2.33
Tequexquináhuac	4,609	2.20
La Purificación	3,727	1.78
Otras	15,913	8.00
Total	209,235	100

Fuente: elaboración propia con datos del CONAPO 2005.

Según la Dirección de Planeación y Desarrollo (H. Ayuntamiento 1997-2000) se decía que las actividades económicas más importantes del municipio eran: los servicios (53.4%), comercio (23.6%), industria (9.6%), agricultura (8.9%), artesanías (2.4%), ganadería (1.6%) y minería (0.6%) de acuerdo con la información contenida en el Atlas Municipal 1999.

Floricultura región Oriente del Estado de México

Orozco (2007) menciona que en la Región de Texcoco se cultivan aproximadamente 200 Ha de flores a cielo abierto y bajo invernadero. El Distrito de Desarrollo Rural Texcoco aporta 3% de la producción estatal y concentra 9% del valor de la producción. Un estudio realizado en 1993 por Vivar menciona que la superficie florícola de la región Texcoco estaba integrada por 435,568m² bajo invernadero y se ocupaban 449 productoras/es (ver Cuadro 7). El autor enlista 40 comunidades que se dedicaban a la floricultura, de las cuales, siete concentraban 50.22% de la superficie total y aglutinaban 321 productores (71.5%) con 210,132m²(48.24%). Las comunidades más importantes eran Tequexquinahuac y Nativitas.

Cuadro 7. Superficie cultivada con crisantemo en la región oriente del Estado de México en 1993

Intervalos de superficie en invernadero m ²	Superficie (m ²)	Porcentaje (%)	Número de productores	Porcentaje (%)
<200	12,697	2.8	94	21.0
201-600	65,420	14.6	173	38.5
601-1500	116,334	26.0	132	29.0
>1500	253,301	56.6	52	11.5
Totales	447,752	100	451	100

Fuente: Elaboración propia con base a Vivar, 1993.

En el Cuadro 7, puede apreciarse que lo más común eran los invernaderos de 1500m² (56.6%) y que la mayoría de las personas (59.5%) poseían superficies menores a 600m², lo que indica que había una gran concentración de invernaderos en pocas personas. Probablemente la tendencia se conserve pues en 2010 la autoridad local reportaba 102 personas responsables de invernaderos en Tequexquahuac, debido a que en el programa sectorial 2001-2006 tenía entre sus objetivos el fortalecimiento de las cadenas productivas con amplia inclusión rural (conteniendo las ornamentales). Por ello buscó ampliar la superficie florícola estatal de 2,652 Ha (2,118.5 Ha a cielo abierto y 533.5) a 3,000 Ha; destinando un presupuesto de \$21,973,881.00 que beneficiaría a 2000 personas. Texcoco se encontraba entre los 13 municipios considerados; es decir, que los planes y proyectos del gobierno estimularon la actividad florícola de pequeños(as) productores(as). Ello explica por qué en los últimos años la cantidad de invernaderos se ha incrementado.

Asociaciones de productoras(es) de flores en Texcoco

Respecto a la organización de personas relacionadas con la floricultura en Texcoco, se registra que hay aproximadamente 400 asociadas(os) en el Consejo Regional de la Flor del Oriente del Estado de México (CRFOEM) destacando las comunidades de: Tequexquahuac, San Simón, San JoaquínTexopa, San Diego, San Miguel Coatlinchán, San Miguel Tlaixpan y San Nicolás Tlaminca. (La información fue obtenida en una entrevista al Secretario General del Consejo Regional de la flor Sr. Carlos Segura) (Cuadro 8).

Cuadro 8. Asociaciones pertenecientes al Consejo Regional de la Flor del Oriente del Estado de México

Nombre	Sede	Número de Socias(os)
1. TEXCOFLOR	San Diego	137
2. Abonos Orgánicos A.C.	San Miguel Tlaixpan	15
3. Xochitlali	Tequexquinahuac	40
4. Coyaxi	San Pablo, Ixayoc	10
5. Flores Selectas de Tequexquinahuac	Tequexquinahuac	24
6.SOPRODITEX	No especificado	58 (organizaciones)
7. UNFLORTEX	Tequexquinahuac	34
8. Asociación Libre de Productores de San Pablo	San Pablo Ixayoc	13

Fuente: Elaboración propia con base en los datos proporcionados por el Sr. Carlos Segura, 2009.

Es de suma importancia mencionar que para ser socio del CRFOEM es requisito indispensable cultivar ornamentales bajo condiciones de invernadero; aunque el número real de productores de flores de corte no se conoce. En el municipio de Texcoco se caracteriza porque la floricultura se desarrolla en unidades de producción familiar. Las personas que producen flores en el municipio de Texcoco están organizadas de formas muy diversas de acuerdo con sus intereses, de tal manera se puede ser socia/o de más de una organización.

Comunidad de estudio: Tequexquinahuac

Según Flores (2000) la comunidad de Tequexquinahuac se ubica entre las coordenadas 19°34' al norte, 19°22' al sur de latitud Norte; al este 98°38' y 98°56' longitud este, a 6 km de la cabecera municipal (Figura 4). Su extensión aproximada es de 25 km² -6% del territorio municipal- (Soria y Escobar, 1995). Su altitud va de los 2400 a los 2500 msnm y ocupa el 12º lugar en importancia por cantidad de habitantes.

natural según datos de un productor que labora en la CONAFOR. Estimaciones del CONAPO considerando el II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI, Tequexquihuac contaba con 4, 609 habitantes, de los cuales el 95% saben leer y escribir, 95% de las viviendas de la localidad cuentan con servicio de drenaje y 99% con energía eléctrica, por lo que el grado de marginación se considera bajo (CONAPO, 2010). La comunidad cuenta con el transporte público de la ruta 97, una va de la cabecera municipal hasta Tequexquihuac y la otra comunica Texcoco-Tequexquihuac-San Pablo Ixayoc. Además se cuenta con la entrega de correspondencia del Servicio Postal Mexicano y se puede obtener telefonía e internet.

Las actividades económicas de la localidad de acuerdo con información proporcionada por el Ing. Eduardo Espejel Valdés se distribuyen de la siguiente manera: agropecuarias 25%, secundarias 30% y terciarias 45%. Lo cual contrasta con la información reportada por González (1994), quien afirma que en la comunidad de Tequexquihuac durante 1994 había en total 800 familias, de las cuales 31% se dedicaba a la floricultura, 20% a la producción de cultivos básicos y 49% a la venta de servicios y el comercio.

La importancia de la floricultura en Tequexquihuac se debe entre otras a que genera empleos e ingresos para las familias dedicadas a esta actividad, debido a que las unidades de producción son de tipo familiar y a que una cantidad importante de personas que se dedican a esa actividad requieren tanto mano de obra pagada como no pagada.

A nivel nacional, durante los últimos diez años el empleo en el sector agropecuario registró una contracción constante (Escalante y Basurto, 2011). En el año 2000, las personas ocupadas en las actividades primarias representaron 17.90% del total de la ocupación nacional. En 2003, 2006 y 2008, esta cifra continuó con su tendencia a la baja al registrar niveles de 16.37, 14.10, y 13.56%, respectivamente. Sin embargo, en el periodo de 2008 a 2010 no se registró una disminución

significativa en dicha participación. Al cierre de 2010, el empleo agropecuario se ubicó en el mismo nivel que al inicio de la crisis, si bien es cierto que no se han perdido un gran número de empleos, pero no se ha creado prácticamente ninguno. Por tanto, en opinión de esta autora, probablemente los principales aportes del sector primario son el trabajo y la producción de alimentos.

En la comunidad de estudio, Tequexquahuac, no se sabe a ciencia cierta la cantidad de unidades de producción de flores, aunque las autoridades locales estiman que 102 jefes y jefas de familia están registrados como floricultores(as). De hecho, una investigación publicada por Buendía *et al.*, (2008) sobre el apoyo a grupos de mujeres en los proyectos productivos del Programa Alianza para el Campo (PAC), afirma que la población texcocana trabaja en la agricultura y en otras actividades como el comercio, servicios y educación. Las comunidades del municipio cuentan con parcelas y huertos de traspatio donde se cultiva maíz, flores de invernadero y plantas medicinales, entre otros. La participación de las mujeres en los proyectos productivos subsidiados por el PAC, sigue un patrón que podríamos denominar *familiar*, es decir, las socias pertenecen a la misma familia en un porcentaje alto de casos.

V. METODOLOGÍA

La investigación realizada es un estudio empírico-conceptual de acuerdo con la definición propuesta por Briones (2002a), ya que se buscó el hallazgo de datos mediante caracterización de las experiencias, observación, enumeración, medición y elaboración de instrumentos. El término proviene del griego *empeira* que significa experiencia, pues el autor sostiene que todo conocimiento se basa en la experiencia y da a la ciencia un alto valor como medio superior de adquirir conocimientos. De tal manera que la experiencia se considera el origen del conocimiento y permite contrastar las ideas.

Esta investigación se propuso explicar los hechos sociales como un aporte a las ciencias sociales explicativas, a las cuales Briones (2002a) señala como susceptibles a la contrastación empírica. En este sentido, Bourdieu (1975) afirma que en la investigación de los hechos sociales es necesario buscar las relaciones conceptuales entre problemas, evitando la delimitación de los campos de las ciencias. De tal manera que la teoría permite ajustar los instrumentos y técnicas de investigación para que sea posible estudiar el fenómeno social *per se*, con sus particularidades. Para ello, resultó de vital importancia la construcción del objeto de estudio que es la cadena florícola de la comunidad de Tequexquihuac, entendida como un sistema socioeconómico que conjuga relaciones de poder en el eslabonamiento de los actores(as) que participan.

Las condiciones de producción, características del mercado, procesos productivos, costos y transacciones son el común de los aspectos que se abordaron para explicar en el enfoque de cadena o sistema producto tradicional; éstos se explicaron mediante técnicas o herramientas cuantitativas. Sin embargo, a decir de Salazar y Heyden (2004) una cadena con equidad implica conocer además a las y los actores, sus lógicas, dinámicas, procesos y sinergias; aspectos que pueden ser investigados mediante técnicas cualitativas como entrevistas, talleres, mapeos y observación participante. Por ello, en la investigación realizada se buscó conjugar técnicas y herramientas de las ciencias económicas y sociales, fusionando técnicas cuantitativas como cualitativas.

Se buscó integrar elementos cualitativos y cuantitativos para entender como lo que afecta a algunos/as actores/as del sistema afectará positiva o negativamente al resto de éstos. El primer objetivo fue conocer a las y los actores/as que integran la cadena de producción-comercialización de flores de crisantemo y eleonora en la comunidad de Tequexquihuac, además de cómo se distribuyen los recursos y beneficios entre las y los actores primarios (grupo doméstico, mayoristas, detallistas y

consumidores finales) y actores secundarios (proveedores e instituciones). La información recabada provee elementos que como afirman Flores y Lindo (2005), permiten entender el eslabonamiento que se da entre los diferentes actores(as) que interactúan en la cadena, y podrá ser una útil herramienta analítica para fortalecer la toma de decisiones y la creación de nuevas iniciativas económicas para establecer mejores estrategias y alianzas en la cadena florícola con equidad y sostenibilidad.

Hasta el momento se han expuesto las características, objetivos y alcances de la investigación realizada; a continuación se mencionan algunas razones por las cuales el análisis y fortalecimiento de las cadenas cobra importancia. Para ello, se menciona brevemente lo que algunas investigadoras como Flores y Lindo (2005) afirman al respecto. Por un lado, la división del trabajo en el contexto global, que basándose en la competencia entre empresas ha buscado producir con base en las ventajas comparativas o competitivas prevaecientes en el ambiente en que se desarrolla la actividad económica; sin embargo, la experiencia dicta que en la actualidad se debe buscar la competitividad sistemática porque ser una empresa eficiente o exitosa no es garantía si no se considera el entorno y el resto de los actores que participan en la cadena.

Otra razón es que la eficiencia en la producción es sólo una condición más para lograr éxito en el mercado, y es necesario pensar y priorizar otros factores fuera del circuito productivo como son la interdependencia entre actores a lo largo de la cadena o el capital social o las relaciones verticales u horizontales que se presentan en la misma.

El mercado es otra de las razones por las que debe conocerse una cadena productiva, ya que la apertura de mercados genera flujo de información, ideas, capital, capacidades, tecnologías y productos. Todos esos flujos se manejan de diferentes maneras entre los actores de la cadena y generan barreras de entrada que les afectan de manera diferenciada, y dejan en desventaja a las y los actores sociales

más vulnerables como son pequeñas productoras y productores agropecuarios y microempresarias(os).

La última razón a exponer es que la globalización crea el andamiaje para que actrices y actores locales se inserten en las transformaciones del mercado, a la vez que les crea la necesidad de tratar de aprovechar las oportunidades diseñando estrategias de sostenibilidad y posicionamiento económico que dinamicen la economía local. Aunque lamentablemente, las sociedades locales replantean sus estrategias productivas como un intento de responder a lógicas internacionales y no siempre sucede un procesamiento local o regional (Chiappe y Zapata, 2009).

Las razones expuestas muestran la importancia de conocer y entender las cadenas productivas; así como la necesidad de crear el ambiente político, social y económico que permita el desarrollo real de las personas que participan en ellas con miras a promover la independencia, la soberanía y la autonomía nacional mediante la promoción de los mercados locales, el arraigo de las personas a sus comunidades y los valores sociales antes que los económicos.

5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Se realizó una investigación de tipo mixto (cualitativo-cuantitativo); tomando como guías los conceptos de cadena productiva y grupo doméstico. El primero fue abordado desde la propuesta de Salazar y Heyden (2004), para quienes la cadena productiva es un sistema en el que interactúan personas con características y roles específicos, desarrollando actividades interrelacionadas e interdependientes respecto a un producto, desde la producción hasta el consumo, buscando competitividad para el desarrollo local.

El concepto de grupo doméstico se estudió a partir de la propuesta de Hernández *et al.*, (2004), en el sentido de que éste, desde la visión de género, se

convierte en un escenario multidisciplinario en el que ocurren simultáneamente la producción, consumo e intercambio de bienes.

De dichos planteamientos deriva el empleo de elementos teórico-metodológicos utilizados en sociología, economía y agroindustria, buscando analizar tanto el proceso productivo como las relaciones que se dan dentro y fuera del grupo doméstico, entre actores y actoras directas (productoras/es, transportistas, vendedoras/es y consumidoras/es) e indirectas(os) (asesores técnicos, proveedoras y proveedores, políticas/os y Estado).

Tomando como base la propuesta metodológica de Flores y Lindo (2005) se construyó el Cuadro 9, en el que se indican las dimensiones, subdimensiones y herramientas empleadas para recabar la información. Las dimensiones analizadas fueron tomadas de acuerdo con las condiciones propuestas por Salazar y Heyden (2004) para lograr desarrollo con equidad.

Cuadro 9. Dimensiones, subdimensiones y herramientas utilizadas

Dimensión	Subdimensión	Herramientas
Económica	Proceso productivo	Cuestionarios
	Canales comercialización	
	Tipos de mercado	
Social	Recursos materiales e inmateriales con que cuenta el grupo doméstico	Entrevistas
	Estructura del grupo doméstico	Talleres
	Organización para la comercialización	
Género	Organización para la producción	Observación participante
	División del trabajo por género	
Ambiental	Trabajo productivo, reproductivo-cuidado	Mapa social
	Capacidades y capacitación	
Cultural	Paquete tecnológico	
	Acuerdos	
	Alianzas	
	Organización de productoras/es	

Fuente: elaboración propia con base a Flores y Lindo (2005) y Salazar y Heyden (2004).

A continuación se explicarán los componentes cuantitativos y cualitativos de la investigación tomando como base las propuestas metodológicas de Briones (2002b) y Sandoval (2002).

5.2. METODOLOGÍA CUANTITATIVA

En el marco de la metodología cuantitativa, la presente investigación es del tipo no experimental, pues quien investiga no tiene control sobre la variable independiente (actoras y actores) y se empleó un diseño experimental completamente aleatorizado.

La población de estudio estuvo integrada por 91 productores y cinco productoras de flores crisantemo y eleonora de la comunidad de Tequexquahuac, que en el momento del estudio tenían registrados invernaderos en producción.

Se empleó muestreo simple aleatorio con remplazo *in situ*. El tamaño de muestra se determinó con base en la fórmula:

$$N = \frac{Nz_{\alpha/2}^2 p(1-p)}{(N-1)e^2 + z_{\alpha/2}^2 p(1-p)}$$

Donde:

N=población=96

$z_{\alpha/2}^2$ = la probabilidad confianza de 95%=1.96

$p=0.5$

e=error máximo de estimación aceptado de 0.03

La unidad de muestreo fueron personas que de acuerdo con el sistema de riego de la comunidad cuentan con servicio de agua en invernadero y la unidad de análisis el grupo doméstico. Es importante realizar esta aclaración pues un grupo doméstico puede tener más de un titular responsable de uno o más invernaderos.

La fase de campo de la presente investigación se llevó a cabo entre los meses de noviembre 2009 y marzo 2010. Se visitaron 55 personas titulares de producción (57.3%), de los cuales 16 (16.6%) no aceptaron colaborar en la investigación; se aplicaron 30 cuestionarios que alcanzaron a 39 personas titulares de invernaderos (40.6% de las registradas oficialmente en la comunidad), esto se debe a que hay grupos domésticos en los que más de una persona es considerada como floricultora titular. Los compradores se identificaron por la información proporcionada por los integrantes del grupo doméstico floricultor, se contactaron y entrevistaron en sus florerías o domicilios.

5.2.1. HERRAMIENTAS CUANTITATIVAS

Los instrumentos utilizados en la recolección de información fueron cuestionarios aplicados a productores(as) de flores de la comunidad de Tequexquahuac, proveedoras(es) de esquejes, agroquímicos, asesoría técnica y servicios gubernamentales. El objetivo fue conocer la información relacionada con aspectos productivos, sociales y de mercado (ver anexo1).

Las variables abordadas, los indicadores construidos e instrumentos utilizados para obtener la información se describen en el Cuadro 10 del apartado de variables, indicadores e instrumentos.

Cuadro 10. Eslabones, actores, funciones y cantidad de cuestionarios aplicados

Eslabón	Actriz o actor	Función	Cantidad
Actoras/es primarias	Productoras	producción-comercialización	4 mujeres
	Productores		26 varones
	Mayoristas	Compra-venta	3 varones
	Detallistas	Compra-venta	1 mujer
		Generación de valor agregado	5 varones
Actores secundarios	Proveedores de esquejes	Venta de esquejes	2 varones
	Proveedores de agroquímicos	Asesoría técnica y venta de agroquímicos	2 varones

Proveedores de servicios básicos	Suministro de agua y energía eléctrica	2 varones
Proveedores de asistencia técnica	Asesoría en producción, plagas y enfermedades	1 mujer 2 varones
Proveedores de capacitación	Instruir a productoras y productores sobre aspectos técnico-productivos	2 varones
Proveedor de servicios financieros	Promoción de créditos como banca de segundo piso	1 varón

Fuente: Elaboración propia con base a los cuestionarios aplicados, 2010.

Las técnicas empleadas en el análisis de los datos fueron:

1. Para el análisis descriptivo: tablas de frecuencia, medidas de tendencia central e histogramas.
2. Para el análisis relacional: medidas de asociación para variables proporcionales (ingresos y gastos).
3. Para análisis comparativo-descriptivo: comparación de distribuciones de frecuencias, proporciones y medias aritméticas.

5.3. METODOLOGÍA CUALITATIVA

Para Sandoval (2002) la investigación cualitativa se propone cuando se utiliza información por medio de la observación de campo o con las entrevistas exploratorias para definir el problema estudiado. Como el mismo autor señala lo exactamente investigado se definió en relación con aquello que se descubría que hacen o dicen respecto al tema quienes colaboran en el estudio.

Se realizó muestreo dirigido *in situ* seleccionando productoras y productores como informantes clave para la realización de entrevistas a profundidad. Se entrevistó a los proveedores de agroquímicos y asesoría técnica mencionados por quienes producen. Así mismo, se aplicaron entrevistas semiestructuradas a

funcionarios de gobierno para conocer su participación y apoyo a la cadena de estudio. Además se realizaron talleres participativos con productoras y productores de flores, y se empleó la observación participante en el proceso tanto de producción-comercialización de flores, como en los invernaderos de producción de esquejes.

La descripción de cada una de las herramientas se describe a continuación; así como la cantidad de personas que colaboraron en cada tipo de herramienta y los temas que se abordaron en los talleres.

5.3.1. HERRAMIENTAS CUALITATIVAS

El muestreo cualitativo se refiere a las situaciones, eventos, actores, lugares, momentos, y temas abordados. Sandoval (2002) afirma que el proceso de la investigación cualitativa es progresivo y está sujeto a la dinámica propia de los hallazgos de la investigación.

Las técnicas cualitativas empleadas fueron: mapeo, observación participante, entrevista individual, entrevista individual en profundidad, entrevistas semiestructuradas, grupo focal y talleres investigativos.

El mapeo es una técnica que se empleó para identificar informantes clave (líderes/liderezas de las y los floricultores, mayoristas, detallistas, mercados, así como las actrices y actores secundarios con quienes se relacionan-técnicas/os, fuentes crediticias, funcionarios, programas y proyectos, entre otros).

La observación participante surge como una alternativa distinta a las formas de observación convencional porque realiza su tarea desde adentro de las realidades humanas que se abordan (Sandoval, 2002). Se apoyó en el diario de campo donde se registraron las "impresiones" continuas y acumulativas de todo lo que sucedía durante el proyecto de investigación. Esta herramienta se empleó para definir el

problema de investigación con referencia a la vida cotidiana de las personas y es considerada como una estrategia flexible de apertura y cierre para abordar los temas de interés de quien realiza la investigación.

La entrevista individual semiestructurada se caracteriza por la preparación anticipada de un cuestionario que guía el encuentro. Se busca que el investigador/a cubra todo el tema (siguiendo un mismo orden y contexto en cada entrevista), cuidar el itinerario requerido para mantener la distancia con el entrevistado/a, establecer los canales para la dirección y delimitación del discurso.

Los aspectos que se investigaron fueron: la estructura demográfica del grupo doméstico, experiencia en la floricultura, ingresos-egresos y mercado. Así como las relaciones que se establecen al interior y con los actores secundarios de la cadena, y la distribución de recursos y beneficios que obtienen.

La entrevista individual en profundidad. Es una técnica que comienza con una primera entrevista de carácter muy abierto, partiendo de una pregunta generadora, amplia, que sirve de base para la profundización ulterior (Sandoval 2002).

Tanto las entrevistas semiestructuradas como las entrevistas a profundidad se realizaron a personas clave como lideresas y líderes de floricultoras/es, asesoras/es técnicos, proveedoras/es y clientas/es con el objetivo de profundizar en los casos y aspectos más sobresalientes. Se abordaron las relaciones que establecen para la compra-venta de productos, la distribución de recursos y beneficios entre las personas que participan en la cadena.

El Cuadro 11 concentra la cantidad de entrevistas estructuradas y semiestructuradas realizadas a las diferentes personas, así como las funciones características que realizan en su propio eslabón de la cadena.

Cuadro 11. Casillero tipológico para entrevistas realizadas

Eslabón	Función	Cantidad
Actoras primarias	Producción-comercialización	4 mujeres 2 hombres 1 presidente del Consejo Regional de la Flor del Oriente del Estado de México
	Organización de productores	1 presidente de S.P.R. Flores Selectas de Tequexquahuac 1 presidente de la cooperativa Xochitlali 1 presidente de la cooperativa UNFLORTEX 1 presidente de la cooperativa TEXCOFLOR
	Mayoristas	1 hombre de Tequexquahuac 1 hombre de San Pablo Ixayoc 1 hombre de Santa María Nativitas
	Detallistas	5 floristas (1 mujer y 4 hombres)
	Provisión de crédito	1 funcionario de FIRA 1 mujer funcionaria de SEDAGRO especialista en agronegocios
Actores secundarios	Asesoría técnica	1 mujer prestadora de servicios profesionales
	Proveedores de agroquímicos	2 ingenieros agrónomos con negocios particulares de venta de agroquímicos y asesoría
	Proveedores de esquejes	1 socio de P.P.O.E.M. 1 empleado de P.P.O.E.M.
	Provisión de agua	1 comisionado de la comunidad para el servicio de agua
	Instituciones	1 encargado departamento agropecuario municipal 2 delegados locales

Fuente: elaboración propia con base a los instrumentos diseñados, 2010.

También se emplearon entrevistas a grupo focal y talleres de diagnóstico participativo. La entrevista a grupo focal, es una técnica de investigación cualitativa que recaba información que puede ser considerada como fuente básica o bien como una técnica de profundización de acuerdo con los objetivos planteados (Sandoval, 2002). Sus características principales son: 1) aborda un número reducido de temas, y 2) agrupa a seis u ocho personas con una característica común y de interés para la o el investigador.

El taller de diagnóstico o investigativo es una técnica de investigación acción participativa cuya principal característica es que permite abordar los temas de estudio desde una perspectiva integradora y participativa (Sandoval, 2002). Esta herramienta permitió la recolección de información, análisis y planeación de la cadena. Probablemente la desventaja es que la operatividad y eficacia de esta estrategia

requiere un alto compromiso de los actores y una gran capacidad de convocatoria, animación y conducción de los investigadores.

La principal diferencia con los grupos focales es en la identificación activa y analítica de líneas de acción que pueden transformar la situación objeto de análisis, avanzando hacia el establecimiento de un plan de trabajo que haga efectivas esas acciones; por lo que requiere el compromiso directo de las y los actores.

Tanto en la entrevista a grupo focal como en los talleres se buscó conocer la estructura de la cadena, identificar actores primarios y secundarios, las relaciones que establecen entre ellos, así como la distribución de recursos y beneficios que obtiene cada participante desde la perspectiva de género ya que como menciona Benería (2003), la incorporación de ésta enriquece el análisis socioeconómico, porque incluye nuevas maneras de ver el mercado, la reestructuración económica, la feminización y flexibilización del mercado laboral y los patrones cambiantes en las construcciones de género.

Lamentablemente, el alcance de estas herramientas se limitó a la recolección y análisis de la información, ya que la creación de estrategias y ejecución de acciones queda fuera del alcance y objetivos del presente trabajo. Sin embargo, sienta las bases para que en un futuro los actores y actrices puedan realizarlo.

El Cuadro 12 concentra las dimensiones y subdimensiones abordadas en los dos talleres participativos realizados (uno con siete floricultoras y otro con seis floricultores) y una entrevista con un grupo focal de cinco mujeres floricultoras de Tequexquahuac. El primer taller elaborado con floricultoras sirvió para identificar a las y los actores de la cadena, sus funciones, los principales problemas que enfrentan en su doble rol (productivo-reproductivo) y las ventajas que identifican en sus actividades realizadas.

Cuadro 12. Casillero tipológico para talleres y entrevista a grupo focal

Dimensión	Subdimensión	Herramientas
Económica	Distribución de recursos y beneficios Control del dinero	Taller con mujeres
Social	Relaciones al interior del grupo doméstico Relaciones entre actoras (primarias-secundarias)	Taller con varones
Género	Problemática al interior del grupo doméstico Organización para la producción Organización para la comercialización Trabajo productivo, reproductivo y cuidado Toma de decisiones en la aplicación de agroquímicos Compra de agroquímicos	Entrevista a grupo focal
Ambiental	Paquete tecnológico	
Cultural	Acuerdos Alianzas Organizaciones de productoras/es	

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

El taller realizado con productores se centró en conocer la participación de los actores de la cadena, sus funciones y principales problemas que enfrentan; así como la toma de decisiones, ejecución de actividades en el proceso de producción-comercialización de flores y adquisición de bienes y servicios.

La entrevista a grupo focal con productoras se centró en conocer cómo se toman las decisiones y ejecución de actividades de producción-comercialización de flores, así la adquisición de bienes y servicios.

5.4. VARIABLES, INSTRUMENTOS Y DEFINICIÓN OPERACIONAL

Briones (2002c) menciona que las variables de investigación son conceptos hipotéticos o teóricos que corresponden a variables subyacentes que no pueden medirse directamente. Motivo por el cual es necesario construir indicadores que permitan medir indirectamente a las variables.

El mismo autor señala que la definición operacional de las variables consiste en señalar las que se emplean y los instrumentos que se utilizarían. Con tal objetivo se

creó el Cuadro 13, en el que se indican tanto las variables como los indicadores que se emplearon en la investigación.

Cuadro 13. Variables e indicadores investigados

Variables	Indicadores
Datos personales/ estructura demográfica del grupo doméstico	<ul style="list-style-type: none"> - nombre - edad - número, sexo, edad y aportes de los integrantes del grupo doméstico - motivación
2. Actividades:	- superficie de producción
2.1. Producción	<ul style="list-style-type: none"> - volúmenes - especies producidas, %mermas - ciclos por año - normas de calidad - proceso productivo - mano de obra (familiar o contratada, para cada actividad) - paquete tecnológico (sistema de riego, maquinaria-equipos, que permita tipificar productores) - registros
3. Recursos con que cuenta	<ul style="list-style-type: none"> - tipo de propiedad - cantidad y condiciones de las unidades de producción - fuentes de financiamiento - inversiones - tecnología (propia, rentada, prestada)
4. Capacidades	<ul style="list-style-type: none"> - Producción (producción de esqueje, preparación del terreno, aplicaciones agroquímicos, condiciones corte, frecuencia del riego) - poscosecha (momento de corte, temperatura, hidratación) - mercado (competencia, mejores plazas) - precio-oferta-demanda
5. Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> - formal o informal - de quien la recibió - costo - temas que ha recibido y temas de interés
6. Ingresos/ Actividades socioeconómicas del grupo doméstico	<ul style="list-style-type: none"> - actividad - quien la realiza - ingreso - destino del ingreso - cuidado
1. datos personales de los actores secundarios	<ul style="list-style-type: none"> - nombre - edad - sexo - tiempo dedicado a la actividad - lugar de residencia
2. Actividades:	<ul style="list-style-type: none"> - como transporta, acondiciona y almacena - volúmenes que comercializa
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> - especies comercializadas - periodos de venta

3. Recursos con que cuenta	<ul style="list-style-type: none"> - normas de calidad - origen de mermas - participación en la producción (agricultura por contrato, financiamiento) - cantidad y condiciones de las unidades de transporte y almacenamiento - fuentes de financiamiento
4. Capacidades	<ul style="list-style-type: none"> - poscosecha (soluciones preservativas, temperatura, hidratación) - comercialización (volúmenes, especies, márgenes ganancia) - mercado (plazas, necesidades, calidad) - oferta-demanda (especies más demandadas, mejores fechas, presentaciones)
5. Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> - formal o informal en: transporte, acondicionamiento de flores y su almacenamiento - de quien la recibió - costo
6. Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> - temas recibidos y temas de interés - actividades socioeconómicas - ingreso - destino del ingreso - como fija precios compra-venta
2. Actividades:	<ul style="list-style-type: none"> - frecuencia
Asesoría	<ul style="list-style-type: none"> - registro de clientes, historial - tiempo dedicado a la actividad - quién toma la iniciativa - oportunidad - costo
Financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> - como entrega el bien o servicio al productor - fuentes de financiamiento de su actividad - frecuencia - registro de clientes, historial - desde cuando existe financiamiento floricultura - montos, conceptos susceptibles de financiamiento - oportunidad - costo
Insumos	<ul style="list-style-type: none"> - como entrega el bien o servicio al productor - fuentes de financiamiento de su actividad - frecuencia - registro de clientes, historial - calidad - oportunidad - costo
4. Capacidades de los proveedores de:	<ul style="list-style-type: none"> - cantidad y condiciones de las unidades de producción que atiende - conoce las condiciones de transporte de la producción - conoce la capacidad financiera de los productores - conoce las demandas de calidad del mercado de flores - conocimientos técnicos relacionados a la floricultura
Asesoría	
Financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> - cantidad productores zona - capacidad de endeudamiento - necesidades y demandas productores - conoce la capacidad financiera de los productores

Insumos	<ul style="list-style-type: none"> - conoce las demandas de calidad del mercado de flores - conocimientos técnicos relacionados a la floricultura - cantidad y condiciones de las unidades de producción que atiende - tipo y volumen de insumos demandados - conoce las condiciones de transporte de la producción - conoce la capacidad financiera de los productores - conoce las demandas de calidad del mercado de flores - conocimientos técnicos relacionados a la floricultura
Relaciones: 7.1. Al interior del grupo doméstico	<ul style="list-style-type: none"> - tipo de relaciones: colaboración, sumisión, subordinación - quien toma las decisiones: producción (especies, volúmenes), comercialización, precio, proveedores, plaza, - que hacen cuando alguien no colabora - como se distribuyen los beneficios - poder de negociación - liderazgo
7.2. Productoras/es con compradoras/es	<ul style="list-style-type: none"> - tipo de relaciones - quien toma las decisiones: producción (especies, volúmenes), comercialización, precio, proveedores, plaza, - destino de la producción %-valor - frecuencia, formalidad, poder de negociación (quien fija especies, volúmenes, precios) - Modalidad de pago - Distribución de beneficios - Afinidades y conflictos, semejanzas y diferencias - ¿Cómo se toman las decisiones? - ¿Jerarquía en la toma de decisiones?
7.3. Productoras/es con proveedores/as	<ul style="list-style-type: none"> - Asistencia técnica, insumos, apoyos, servicios - costos - calidad del bien o servicio - Frecuencia - Formalidad - poder de negociación (quien fija especies, volúmenes, precios) - Modalidad de pago - Afinidades y conflictos - semejanzas y diferencias - ¿Quién toma la iniciativa? - ¿Jerarquía en la toma de decisiones?
9. Entre productoras/es (asociaciones a las que pertenece)	<ul style="list-style-type: none"> - nombre - figura jurídica - objetivos - requisitos - beneficios - Frecuencia - Formalidad - Distribución de beneficios - Afinidades y conflictos - semejanzas y diferencias - ¿Quién dirige? - ¿Cómo se toman las decisiones? - ¿Jerarquía en la toma de decisiones?
Mercado	<ul style="list-style-type: none"> - precio (de venta, de garantía) - plaza

	<ul style="list-style-type: none"> - % de producción que destina a cada mercado y precio - competencia (regional y nacional), percepción e importancia <ul style="list-style-type: none"> - tipo de demanda - tipo y forma de pago - comercialización individual o en conjunto - producto: especie, volumen, frecuencia (tallos/semana/especie), presentación - calidad - comercializan en conjunto - principal problema
Distribución de recursos y beneficios al interior del grupo doméstico	<ul style="list-style-type: none"> - recibe pago por su participación en la producción de flores - en que se gasta el ingreso cada miembro del grupo doméstico - salario por producir flores
Distribución de recursos y beneficios entre productoras/es y compradores	<ul style="list-style-type: none"> - costos de producción - precio de venta y de compra - margen de utilidad - quien absorbe mermas - quien fija los precios - costos de acondicionamiento - costos de transporte
Distribución Productoras/es y proveedoras/es	<ul style="list-style-type: none"> - tipo y precio del bien o servicio - quien fija los precios - calidad-oportunidad de los servicios - participación de las instituciones (asesaría, insumos, bienes; condiciones para recibirlos)

Fuente: Elaboración propia con base a los objetivos de la investigación.

Al articular herramientas cuantitativas con cualitativas se buscó construir un diseño que permitiera profundizar en el análisis y entendimiento de las cadenas productivas encontradas en la comunidad de estudio. Ya que por un lado, las herramientas cuantitativas proporcionan información suficiente para definir el ambiente y la situación de la cadena, mientras que las herramientas cualitativas permiten comprender los procesos de inclusión-exclusión y equidad-inequidad que suceden en las relaciones.

VI. RESULTADOS

6.1. CADENAS FLORÍCOLAS IDENTIFICADAS EN LA COMUNIDAD DE ESTUDIO

En concordancia con los objetivos planteados, un primer resultado de la investigación es la identificación de las cadenas que prevalecen en la zona de estudio.

El ordenamiento del tipo de cadenas se dio en función de una serie de criterios planteados por Lundy *et al.*, (2004) e Iglesias (2002), contenidos en el Cuadro 2 ubicado en el tercer capítulo de este mismo texto.

La orientación a la demanda puede ser considerada la razón del establecimiento de convenios y el flujo de información la consecuencia o respuesta a dicha necesidad de mercado.

El primer criterio que se seleccionó para observar las diferencias entre los productores encuestados fue el de la estrategia aplicada. Es decir si su cultivo tiene un carácter básico o bien, si está diferenciado. En este sentido se encontró que todos los productores encuestados se dedican a los llamados artículos commodity. Las flores producidas en la comunidad de estudio son productos que no están diferenciados y que solamente se clasifican en primera y segunda calidad con una diferencia de precio, entre una y otra calidad, de alrededor de \$4.00 o \$5.00 por manojo. Los tallos de primera calidad son tallos gruesos y firmes, de 80 a 100 cm de largo aproximadamente, con corolas sanas, sin deformidades físicas, su tamaño va de 12 a 15 cm de diámetro. Los tallos de menor longitud, delgados y con corolas que presentan deformidades menores pueden venderse como segunda calidad.

Lo anterior también pone de manifiesto que los productores que constituyeron el universo de estudio están orientados por un enfoque de oferta. Es decir, produciendo flores que, de una u otra manera, se colocarán en el mercado. Cabe destacar que la orientación constituye el segundo criterio seleccionado.

Un tercer criterio seleccionado es el relativo al nivel de procesamiento del producto. No obstante, como en el caso que nos ocupa no existe una transformación del producto, se optó por valorar el nivel tecnológico a través del equipamiento en cada invernadero. Los resultados se muestran en el Cuadro 14. Los resultados de la encuesta revelan que la mayoría (casi la totalidad) tiene un nivel de equipamiento

muy limitado. Ocho de los entrevistados apenas cuentan con equipo de aspersión y veintidós además del equipo de aspersión sólo disponen de un motocultor.

Cuadro 14. Nivel de equipamiento de los grupos domésticos encuestados

Nivel de equipamiento	Cantidad de grupos domésticos
Básico (equipo de aspersión)	8
Intermedio (motocultor y equipo de aspersión)	20
Avanzado (motocultor, equipo de aspersión, riego por goteo, potenciómetro, termómetro y otros)	2
Total	30

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

A fin de conocer los niveles de compromiso entre los participantes y la seguridad de cumplir con la negociación se optó por considerar el establecimiento de convenios. Para conocer la situación de cada grupo se preguntó a las personas encuestadas si tenían convenios formales o informales con compradores (Cuadro 15). Pues como mencionan Lundy *et al.*, (2004) la existencia de acuerdos es una condición indispensable para crear una cadena de valor, y sus alcances pueden llegar hasta el financiamiento de proyectos que permitan mejorar la competitividad de varias cadenas en un territorio. Además de que las alianzas permiten solucionar los problemas de la cadena y establecer compromisos claros entre actores.

Cuadro 15. Existencia de convenios entre las personas encuestadas y otros actores de la cadena

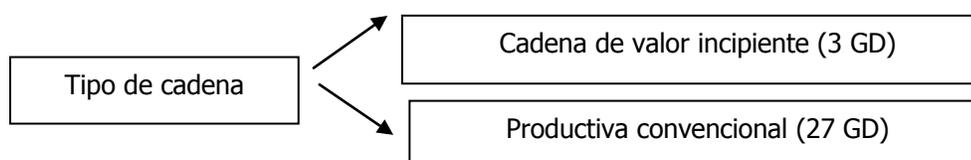
Criterio	Número de grupos domésticos	
	Tienen	No tienen
Tienen convenios con compradores	3	27
Se respetan los convenios	3	0

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Los resultados obtenidos muestran que sólo 10% tenían convenios verbales; es decir, que se insertan en una cadena productiva con posibilidades de convertirse en una cadena de valor, mientras que el grueso de las y los floricultores se encuentran formando parte de cadenas productivas tradicionales (90%).

Con el objetivo de mostrar esquemáticamente el resultado obtenido se elaboró la Figura 5. En la que puede verse que 10% de los GD tenían contratos o convenios de compra-venta con otros actores de la cadena productiva; mientras que el 90% carecían de ellos y por tanto se ubican en cadenas productivas convencionales. De tal manera que ninguno de los productores encuestados puede ser considerado integrante de una cadena de valor, aunque un pequeño porcentaje si tiende hacia allá, por lo que podemos hablar de cadenas de valor incipientes.

Figura 5. Tipos de cadenas florícolas encontradas en la comunidad de Tequexquihuac, Estado de México



Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

En el Cuadro 15, puede verse que todas las personas que establecen convenios con compradores sí los respetan, lo que los colocan en la categoría de cadena productiva con tendencia a equidad. Mientras que para quienes se ubican en las cadenas productivas tradicionales, el nivel de integración es una cualidad muy importante, ya que a pesar de no tener convenios con otros actores primarios, el hecho de vender directamente al consumidor final mejora tanto el ingreso, como la competitividad de la empresa; al incrementar el margen de utilidad, conservar la calidad de la flor, crear confianza y retroalimentarse directamente de los gustos y demandas del consumidor final.

En lo que respecta a los niveles de integración entre actores, se debe aclarar que la integración horizontal se refiere a la coordinación entre actores con las mismas funciones en una cadena agroindustrial (Flores *et al.*, 1987). Mientras que la integración vertical hace alusión a la coordinación entre actores de diferentes funciones y su acercamiento al consumidor final.

Respecto a la integración horizontal, se consideraron dos elementos: la producción y la comercialización. Respecto a la primera, ésta se realiza en invernaderos por separado mientras que la segunda sólo en algunos casos se realiza en conjunto. En el Cuadro 16 puede verse que en la comunidad de estudio se encontró que 10 GD comercializan en conjunto (13.3%); el grueso de los encuestados/as comercializan de manera individual (66.7%), por lo que carecen de integración horizontal. Dicha integración se fundamenta en lazos sociales de parentesco o amistad.

Cuadro 16. Integración para la comercialización

Criterio	Cadena de valor incipiente (10%)	Porcentaje (%)	Cadena productiva (90%)	Porcentaje (%)
Comercializan en conjunto	1	3.3	9	10
Comercializan individualmente	2	6.7	18	60

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Existe un GD que se ubica en la cadena de valor incipiente y comercializa en conjunto con su familia política, es decir que entrega su producción a un cuñado que es quien la vende en la central de abasto junto con las flores que producen otros hermanos.

Vinculando los hechos citados con lo mencionado por Lundy *et al.* (2004), los/las autores/as refieren que las tendencias de la globalización y el libre mercado hacen necesario cambiar de enfoques de productividad a enfoques de competitividad, lo que implica entre otras cosas mejorar los vínculos hacia adelante y hacia atrás, así como el acceso a la información y la tecnología; lo que implica integración horizontal y vertical. Se puede apreciar que las cadenas florícolas de Tequexquinahuac se centran en la productividad y no en la competitividad.

El hecho coincide con lo reportado por Galaz (2008), quien afirma que la productividad y la calidad de las ornamentales que cultivan los pequeños/as floricultores/as, pueden incrementarse mediante su agrupación a través de la

generación de células de acción que mejoren sus condiciones de vida, promuevan la sostenibilidad y protejan al medio ambiente, derivando en mayor desarrollo del sector ornamental. Pues afirma que a pesar de que la floricultura tiene fuerte presencia e importante derrama económica en el lugar donde se realizó su investigación (estado de Puebla), esto se debe a sus ventajas comparativas tanto agroclimáticas como de recursos humanos, porque en realidad no han podido responder a los cambios de una economía global que permita el desarrollo de ventajas competitivas.

El autor concluye que entre las causas de falta de productividad se encuentran la falta de visión estratégica de conjunto, y que los y las productoras están conformes, aislados o indiferentes con lo logrado siendo medianamente exitosos. El presente trabajo considera la integración vertical como un factor clave para la equidad, pues el hecho de que una unidad de producción se integre del cultivo de flores a la venta directa al consumidor final, puede transformarla en una cadena productiva con equidad, porque mejora las ganancias al eliminar el intermediarismo, y porque permite el flujo directo de información entre los gustos-necesidades del comprador, y las acciones necesarias para su satisfacción.

El Cuadro 17 muestra que 93% de los GD encuestados se integran al mercado en forma incipiente pues su comprador mayoritario es un intermediario, 3.5% venden a floristas y 3.5% vende directamente al consumidor final. Todas las personas encuestadas se insertan en lo que Torres *et al.*, (2002) denominan como mercados de origen.

Cuadro 17. Integración vertical de los grupos domésticos encuestados

Criterio	Cadena de valor incipiente	Cadena productiva
Su comprador principal es un intermediario	2	26
Su comprador principal es un florista	1	0
Su comprador principal es el consumidor final	0	1

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Una vez identificados los tipos de cadenas encontrados en la comunidad de Tequexquahuac, se abordarán los aspectos relacionados con las características y funciones de los actores, recordando que los actores y actrices primarias son todas aquellas personas que en algún momento de la cadena llegan a ser poseedores del bien en cuestión, de tal manera que en la cadena estudiada estos son: los integrantes del grupo doméstico, intermediarios (mayoristas o acopiadores) y las y los floristas o detallistas. Para determinar las funciones de actores/as de las cadenas florícolas encontradas en la comunidad de estudio se partió de la propuesta de Lundy *et al.*, (2004), la cual establece como principales las siguientes:

- 1. Producción:** es realizada por quienes se relacionan directamente con la producción agropecuaria básica para la elaboración del producto final de la cadena. Puede incluir actividades de producción, cosecha o extracción de productos básicos.
- 2. Manejo poscosecha o transformación:** actores(as) cuyas funciones se relacionan directamente con el manejo poscosecha del producto (limpieza, clasificación, empaque) o su transformación en un producto de valor agregado (por ejemplo procesar leche en queso, caña de azúcar en panela). Estas funciones pueden estar en manos de actores individuales o empresas, dentro o fuera del territorio.

En el caso estudiado, las funciones de producción y acondicionamiento son realizadas por el grupo doméstico que viene a ser el primer eslabón de la cadena. Las flores tienen un nivel de procesamiento mínimo, ya que sólo son acondicionadas en manojos de 12 flores de crisantemo o 18 de eleonora, las cuales son atadas con rafia. El acondicionamiento es realizado al momento de la cosecha en las mismas unidades de producción, por los integrantes del grupo doméstico o algunas personas contratadas.

3. Comercialización: realizada por actores cuyas funciones se relacionan con la compra-venta del producto de la cadena. Lundy *et al.*, (2004), mencionan que en general, estas personas son quienes mueven el producto desde el territorio hacia los mercados de consumo. Pueden estar involucrados varios actores de comercialización dependiendo de la extensión de la cadena. En el caso estudiado, la comercialización inicia con la participación del GD directamente en la venta de las flores.

4. Servicios de apoyo: actores individuales, organizaciones o empresas que ofrecen servicios de apoyo a la cadena. Los servicios pueden ser tangibles (transporte, maquinaria, acopio, entre otros) o intangibles (como: asistencia técnica o capacitación) y formales (organizaciones o empresas) o informales (transportistas o técnicos).

Con base a esa caracterización por funciones se construyó el Cuadro 18, en el que se enlistan las funciones de los actores/as primarios de las cadenas florícolas encontradas en la comunidad de estudio. Puede verse que las y los integrantes del GD realizan la mayor cantidad de actividades y las de mayor responsabilidad, pues se trata de productos mínimamente procesados.

Cuadro 18. Funciones de los actores primarios de las cadenas estudiadas

Actoras/es	Grupo doméstico	Intermediarios	Detallistas
Funciones	Producción Acondicionamiento Comercialización *algunos transportan	Transporte Comercialización	Valor agregado Comercialización

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Todos los grupos domésticos encuestados producen, acondicionan y comercializan flores de crisantemo o eleonora, sólo 80% transporta al comprador (intermediario o detallista). Respecto a los intermediarios, 100% transporta y comercializa flores; 100% de los detallistas encuestados agregan valor a las flores que compran y además las comercializan.

A fin de responder el segundo objetivo del presente trabajo, que es la caracterización de los actores que participan en las cadenas. Se iniciará con la descripción del perfil socioeconómico de los GD encuestados, así como sus funciones en la cadena y principales problemas que enfrentan. Para después abordar las características, funciones y problemas que enfrentan los actores secundarios.

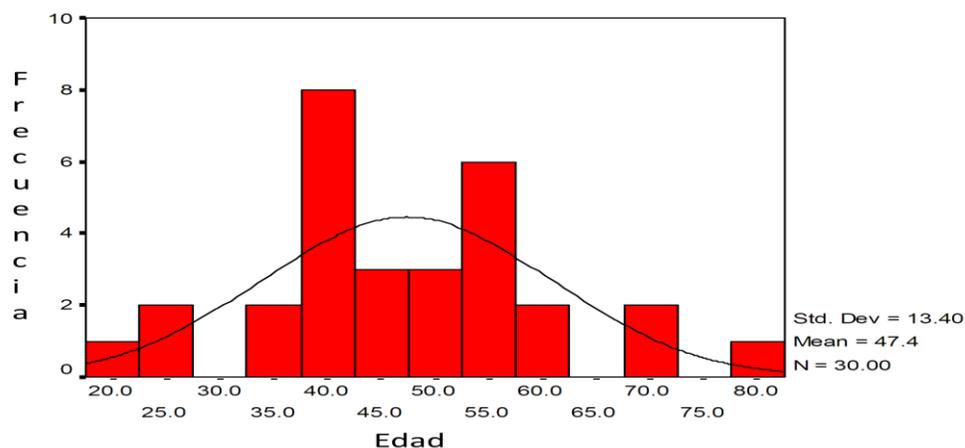
6.2. PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LAS Y LOS PRODUCTORES ENCUESTADOS

A partir de la información recabada en la comunidad de Tequexquihuac se obtuvo que los GD, son muy heterogéneos en cuanto a su tamaño, composición, superficie de producción de flores y actividades socioeconómicas realizadas. De ello da cuenta la siguiente descripción tanto de las personas encuestadas como de sus unidades de producción y la forma en que se organizan para la producción de flores y otras actividades productivas-reproductivas.

6.2.1. EDAD DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

Las floricultoras y floricultores encuestados son en su mayoría jóvenes entre 20 y 50 años (54%) como puede verse en la Figura 6. La edad más frecuente fue: 40 años, seguida de: 25,35, 52 y 55 años. Respecto a la distribución de las edades, se encontró que 10% de los informantes tenían entre 20 y 30 años, 27% tenían entre 31 y 40 años, 17% estaban entre 41 y 50 años, 33% tenían 51 y 60 años y 13% más de 61 años. Las mujeres tenían entre 40 y 54 años, mientras que las edades de los hombres estaban entre los 20 a 79 años, la edad de las mujeres no presentó moda, y la de los varones se ubicaba en 40 años.

Figura 6. Distribución de edades de las personas encuestadas



Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

6.2.2. SEXO

Las personas encuestadas fueron varones (26 hombres o 86.7%), esto se debe a que el listado de titulares de invernaderos proporcionado por la autoridad local sólo registraba a una mujer (que quedó como titular a la muerte de su pareja). Sin embargo, al aplicar los cuestionarios en las unidades de producción, se encontró que había mujeres con la disposición y conocimientos necesarios para responder, además de que sus parejas se encontraban fuera de la comunidad al momento de la visita; motivo por el cual se contó con la participación de cuatro mujeres (13.3%).

Entre las personas encuestadas predominaban las casadas o en unión libre (90%) y sólo se encontró a tres (10%) viudas (o) (una mujer y dos hombres).

6.2.3. TIPOS DE FAMILIAS

Las personas que producen flores se encuentran agregadas en familias de tipo extenso o nuclear. Para clasificarlas, se consideró como familias nucleares a aquellas que están integradas por parientes de primer orden (progenitores e hijos) que viven

en la misma casa y comparten los recursos económicos. En la categoría de familia extensa se agrupó a aquellas constituidas por varias familias nucleares que viven bajo el mismo techo y comparten sus recursos materiales e inmateriales.

Los GD encuestados correspondieron a familias extensas en 53.3%, mientras que las familias nucleares contribuyen con 46.7% de la muestra (incluidas dos monoparentales-6.6%-). Las extensas estaban compuestas de tres a 15 personas, predominando las de cinco integrantes; mientras que las familias nucleares tenían entre uno y cuatro miembros, siendo las últimas las más comunes.

6.2.4. CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DE LOS GRUPOS DOMÉSTICOS

El Cuadro 19 muestra que el número de miembros por familia encuestada más frecuente fue de tres, cuatro y cinco integrantes. Las familias extensas en promedio tienen 6.13 integrantes, mientras que las nucleares tienen 3.14 integrantes.

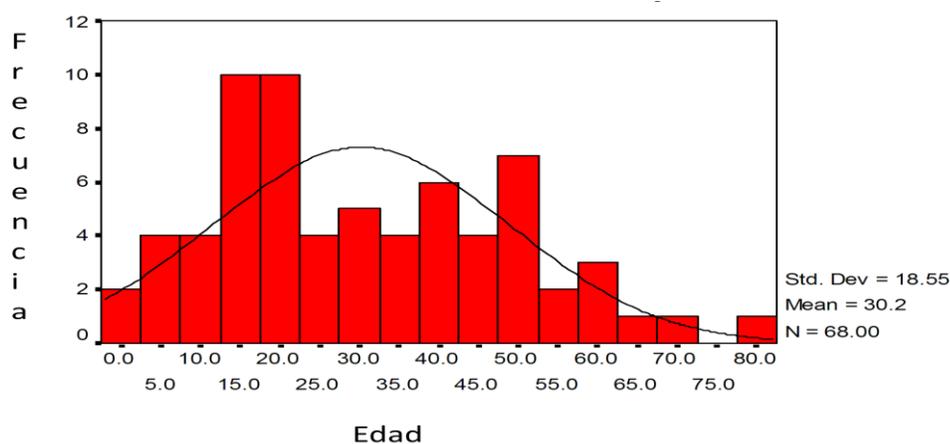
Cuadro 19. Características de las familias encuestadas, tipo de familia, número de integrantes y sexo

Integrantes por familia	Tipo de familia		Número de familias	Integrantes totales	Hombres	Mujeres	Integrantes en Floricultura
	Nuclear	Extensa					
1	2	0	2	2	2	0	2
2	2	0	2	4	2	2	3
3	3	2	5	15	8	7	9
4	6	3	9	36	18	18	19
5	1	4	5	25	13	12	17
6	0	1	1	6	1	5	1
7	0	2	2	14	7	7	10
8	0	2	2	16	9	7	7
9	0	1	1	9	5	4	4
15	0	1	1	15	9	6	4
Total	14	16	30	142	74	68	76

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo 2010.

Las familias floricultoras encuestadas tienen casi la misma proporción de mujeres y hombres (68 mujeres o 48% y 74 hombres o 52%). Respecto a sus edades, las mujeres son en su mayoría jóvenes de 15 y 20 años, por lo que la media de su edad es de 30.2 años (Figura 7). Se encontró también que 36.7% (25 mujeres) pueden ser consideradas como personas dependientes, es decir, que tienen menos de 18 años o más de 60. El grueso de las mujeres se encuentra en edad escolar y reproductiva, lo que puede explicar en parte su menor participación en la producción de flores (39.7%) y que el principal aporte que realizan sea el cuidado de los menores y el hogar, pues ellas son las únicas que aportan a la economía del cuidado.

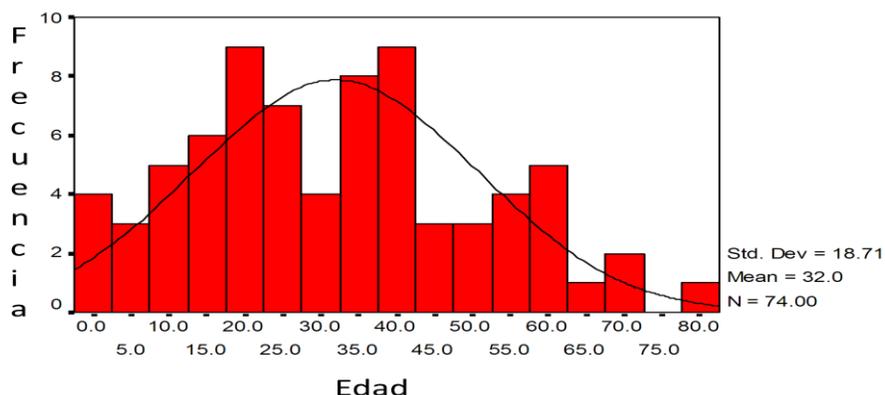
Figura7. Distribución de las edades de las mujeres de los grupos domésticos



Fuente: elaboración propia con base a la información recabada en campo 2010.

La edad de los varones tiene una distribución diferente a la de las mujeres, pues aunque la mayoría también son jóvenes su media se ubica en 32 años y las edades más frecuentes son 20 y 40 años (Figura 8). Con estos números puede entenderse que los varones al igual que las mujeres también se encuentran preparándose en la escuela o como jefes de familias jóvenes. En el Cuadro 18 se observa que 28.4% de los hombres (21 personas) pueden ser considerados como dependientes, pues tenían menos de 18 años o eran adultos mayores.

Figura8. Distribución de las edades de los varones de los grupos domésticos



Fuente: Elaboración propia con base la información recabada en campo 2010.

En el Cuadro 20 puede verse que hay una mayor cantidad de mujeres dependientes que de hombres (43 y 36 respectivamente) y que hay más personas dependientes en las familias nucleares que en las extensas.

Cuadro 20. Dependientes económicos por tipo de familia

Tipo de familia	Número de familias	Total de miembros	Mujeres	Hombres	Mujeres dependientes	Hombres dependientes
Extensa	16	98	48	50	18	15
Nuclear	14	44	20	24	25	21

Fuente: Elaboración propia con base la información recabada en campo, 2010.

Mano de obra de los grupos domésticos empleada en la floricultura

En lo que se refiere a la mano de obra, los resultados de la encuesta muestran que todos los productores (100%) recurren a la mano de obra familiar, aunque algunos complementan este recurso mediante contrataciones. Se encontró que poco más de la mitad de los GD (18 GD o 60%) contrataban mano de obra, pero la mitad de ellos (30% respecto al total) sólo lo hace en algún momento del proceso de

producción o acondicionamiento de las flores cultivadas, mientras que el restante 30% lo hace de manera permanente, como puede verse en el Cuadro 21.

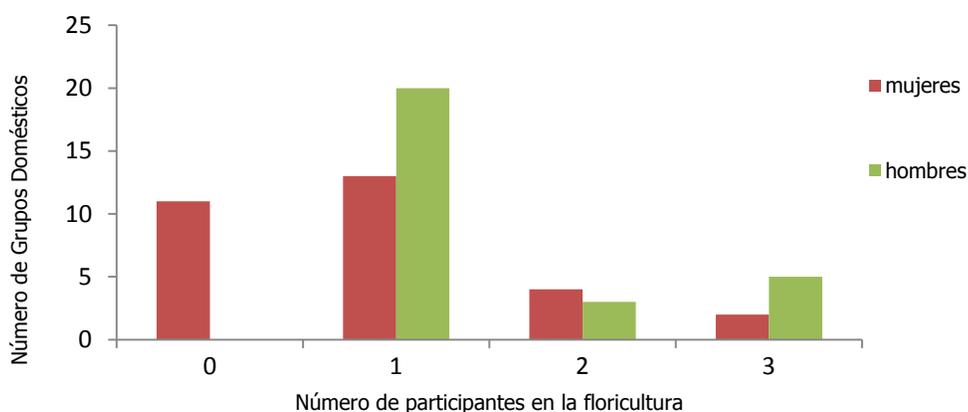
Cuadro 21. Mano de obra empleada en la floricultura

Mano de obra	Número de grupos domésticos	Porcentaje (%)
Sólo familiar	12	40.0
Familiar y contratada ocasionalmente	9	30.0
Familiar y contratada permanentemente	9	30.0
Total	30	100.0

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Los integrantes de los grupos domésticos, que colaboran en la floricultura por sexo se muestran en la Figura 9, donde destaca que en 63.3% (19 GD) hay de 1-3 mujeres participando en la producción y acondicionamiento de las flores; siendo lo más común encontrar una o dos (43.4% y 13.3% respectivamente) y en el resto de los grupos domésticos las mujeres (36.7%) no participan. Respecto a los hombres, se encontró que en el 100% de GD hay de uno a cuatro dedicándose a la floricultura (66.7% y 6.7% respectivamente); en 5GD había tres (16.7%) y en 3GD había dos (10%).

Figura 9. Personas que trabajan en la floricultura por familia



Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo 2010.

Es importante señalar que no todos los miembros de la familia trabajan permanentemente en el proceso productivo, de hecho, la información obtenida arrojó que 2.8% de los miembros (2 mujeres y 2 varones) realizan sólo tareas específicas en determinado momento del proceso. Las mujeres colaboran en el proceso de producción de esqueje y ellos en la preparación del terreno y aplicación de agroquímicos.

Cuadro 22. Número de mujeres y hombres que trabajan en la floricultura por grupo doméstico

Mujeres que trabajan en la floricultura	Número de grupos domésticos	Porcentaje (%)	Varones que trabajan en la floricultura	Número de grupos domésticos	Porcentaje (%)
0	11	36.7	0	0	0
1	13	43.3	1	20	66.7
2	4	13.3	2	3	10.0
3	2	6.7	3	5	16.7
4	0	0	4	2	6.7
Total	30	100.0	Total	30	100.0

Fuente: elaboración propia con base a la información recabada en campo 2010.

Del total de mujeres de los GD encuestados, 39.7% dedican parte de su tiempo a la floricultura, ya sea de manera permanente (25 mujeres que equivale a 36.8%) o temporal (dos mujeres o 2.9%). Las 41 mujeres restantes (60.3%) se dedican a otras actividades diversas que van desde el trabajo doméstico y cuidado de los miembros del GD hasta escolares o trabajo asalariado fuera de casa como empleadas, profesionistas y en negocios propios. De hecho, en el Cuadro 19 puede verse que en 11 GD (36.7%) las mujeres no colaboran en el cultivo; y en el Cuadro 18 se observa que 33 mujeres generan ingresos por su participación en la floricultura o en otras actividades económicas.

Respecto a los hombres, se encontró que en todos los GD hay de uno a cuatro dedicándose a la floricultura (66.7% y 6.7% respectivamente); se descubrió que en 5GD había tres hombres (16.7%) y en 3GD había dos (10%). En total, 49 varones

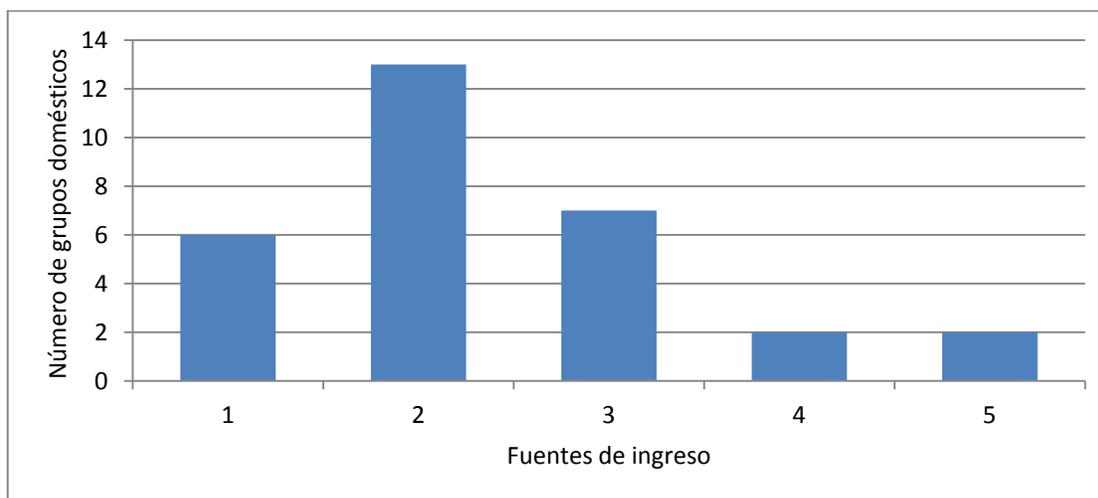
(66.2%) colaboran en la producción y acondicionamiento de las flores y 50 generan ingresos, ya sea por su participación en la floricultura u otras actividades socioeconómicas en diversos sectores económicos.

Otras actividades económicas del grupo doméstico.

Es de suma importancia observar que los GD encuestados realizan diversas actividades socioeconómicas además del cultivo de flores (80%); de hecho, sólo seis (20%) tiene como única fuente de ingresos la floricultura.

En la Figura 10 puede verse que seis familias (20%) tenían como única fuente de ingreso la floricultura, mientras que 13 GD tenían dos fuentes (43.3%), siete (23.3%) tenían tres fuentes de ingreso y dos GD (6.7%) contaban con cuatro y sólo dos GD (6.7%) tenía cinco entradas, las cuales son: floricultura, engorda de novillos, pensiones, programas federales de apoyo a la producción agrícola (Procampo) y comercio.

Figura 10. Fuentes de ingreso de los grupos domésticos encuestados

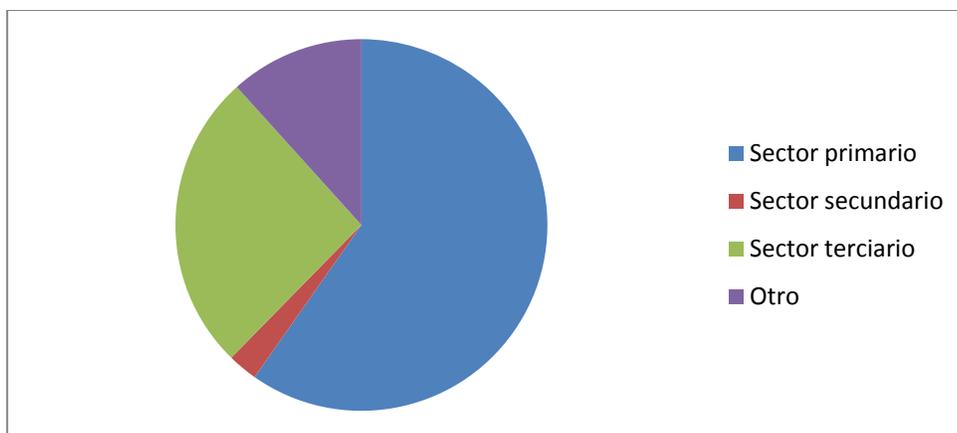


Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Los resultados concuerdan con lo planteado por Martínez (2004), respecto a la pluriactividad en el campo, el autor menciona que el hecho, necesariamente engendra estrategias más familiares que individuales, ya que dentro de una misma se puede encontrar personas con ocupaciones muy diferentes que impiden una articulación de la fuerza de trabajo en torno a una sola estrategia productiva. Lo que demuestra que la figura de productoras/es rurales con varias actividades es más real que la de campesinos dedicados únicamente a la actividad agropecuaria, y tomando en cuenta que el vínculo con la tierra es lo que caracteriza al campesino, la globalización provoca como uno de sus efectos la 'descampesinización', lo que da pie para cuestionar el tradicional concepto de campesinado.

Los sectores económicos más comunes para los GD encuestados son en orden de importancia: terciario, primario y secundario (Figura 11). Una importante fuente de ingresos son las pensiones en seis GD (20%, pues en un GD se encontraban pensionados tanto el padre como la madre). Esa información coincide con lo reportado por Grammont (2004) quien afirma que en México, entre los efectos directos de la globalización en el consumo de las unidades familiares rurales se encuentra la pérdida de poder adquisitivo en la compra de diversos satisfactores, pues pocas son las familias que emplean el autoconsumo (621 mil), un mayor número de familias realizan actividades agropecuarias y asalariadas (1.8 millones); y el grueso de la población rural tienen como único sustento las actividades asalariadas (3.4 millones de familias).

Figura 11. Sectores económicos de ingreso de los grupos domésticos



Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Entre las actividades del sector primario que realizan cuatro GD se encuentran: el cultivo de maíz, avena, calabaza, chile, frutales y fresas en traspatio. También existe ganadería de traspatio dedicada a la engorda de bovinos, crianza-engorda de ovinos, cerdos y peces. En tres GD colaboran mujeres y hombres, mientras que en uno de los GD las actividades las realizan sólo los hombres. Como puede verse en el Cuadro 15. En otro GD el jefe de familia se emplea como peón agrícola.

El sector económico menos frecuente es el secundario, pues sólo se encontraron dos GD, uno que tiene como principal fuente de ingresos el salario del jefe de familia como obrero y otro GD pluriactivo en el que se procesa y comercializa el zumo de agave para la elaboración de pulque.

De los GD que reciben ingresos del sector terciario, hay una mujer que ejerce como abogada (y no participa en la floricultura), dos que combinan la floricultura con la venta de pollo o con la venta de abarrotes y otro en el que la esposa se dedica al servicio de trabajo doméstico. En cuanto a las ocupaciones de los varones se encontró que en un GD el jefe de familia trabaja como empleado en la zapatería de su padre, otro ejerce la ingeniería civil por cuenta propia y es funcionario local, también se encontraron personas que trabajan como choferes de transporte colectivo (combis), tres se dedican a la albañilería, otros cuentan con una tienda de abarrotes

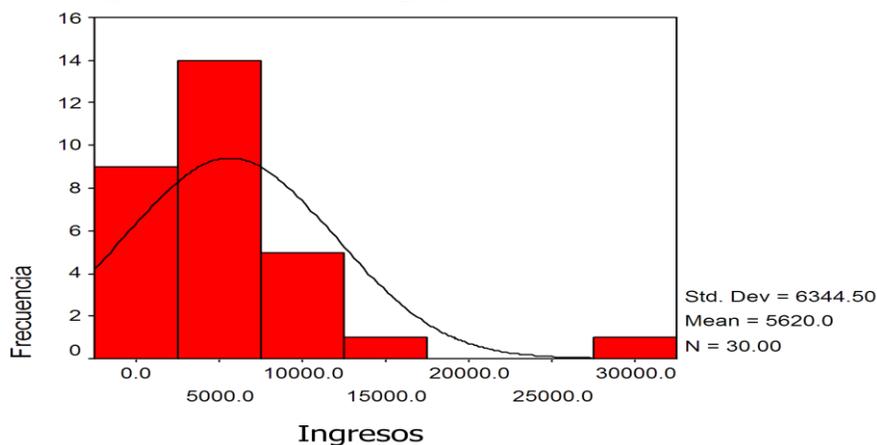
y cibercafé. Así mismo, se encontró la presencia de empleados del CP y del sistema de agua local.

En lo que respecta a otras fuentes de ingreso se encuentran: las pensiones que perciben cinco varones y dos mujeres (UACH, SNTE, ISSSTE -sólo una de ellas por viudez-); dos de los GD tienen apoyo de PROCAMPO.

La pluriactividad en comunidades texcocanas ha sido documentada en diferentes fuentes, por ejemplo, la investigación publicada por Buendía *et al*, (2008) sobre el apoyo a grupos de mujeres en los proyectos productivos del Programa Alianza para el Campo (PAC), afirma que la población texcocana trabaja en la agricultura y en otras actividades como el comercio, servicios y educación. Las comunidades del municipio cuentan con parcelas y huertos de traspatio donde se cultiva maíz, flores de invernadero y plantas medicinales, entre otros.

En cuanto a los ingresos mensuales, en la Figura 12 puede verse que la mayoría de los GD que proporcionaron información sobre este tema (47%) tiene un ingreso mensual menor a \$10,000.00, 23% dijo tener un ingreso mayor.

Figura 12. Ingresos mensuales de los grupos domésticos encuestados



Fuente: Elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

En el Cuadro 23 se muestran los niveles de ingreso de los GD encuestados, puede verse que 46.6% (14GD) dijo tener ingresos menores de \$10,000.00 mensuales (entre \$2,400.00 y \$7,000.00), mientras que 16.7% mencionó que superan esa cifra, pues tres GD cuentan con un ingreso mensual que va de \$10,000.00 a \$12,000.00; mientras que dos GD (7%) cuentan con \$17,000.00 a \$30,000.00 por mes. Mientras que 11GD no proporcionaron ésta información.

Cuadro 23. Ingresos mensuales de los grupos domésticos encuestados

Nivel de ingresos	Número de familias	Promedio de miembros	Promedio de personas mayores de 18 años	Promedio de fuentes de ingreso
<\$10,000.00	14	4.7	3.3	2.7
>\$10,000.00	5	6	4	3

Elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Las familias que no proporcionaron datos sobre su nivel de ingreso tienen en promedio 4.18 integrantes, cuentan con 1.45 fuentes de ingreso y 2.81 promedio de personas mayores de edad. Cifras menores a las de las familias que mencionaron su ingreso mensual.

Otro dato importante es que en seis GD (20%) se encontró a una o dos personas que realizan actividades que generan ingresos y son menores de edad o adultos mayores, seis eran mujeres y dos hombres. Ellas realizan las labores domésticas, el cuidado de los infantes, enfermos y adultos mayores; además de que algunas participan de la floricultura, perciben alguna pensión o se encargan de los negocios familiares (tienda de abarrotes). Mientras que los hombres son adultos mayores que trabajan en la floricultura, reciben pensión o realizan otra actividad primaria como la producción de pulque o en traspatio.

Se encontró que en 11 GD (36.7%) todas las personas económicamente activas se encuentran empleadas, algunas realizando doble jornada; en seis GD hay

más personas que generan ingresos que la PEA, esto quiere decir, que se encontró a una menor de 18 años y siete adultos mayores participando en la floricultura. Mientras que en 13GD (43.3%), hay personas económicamente inactivas, ya sea por desempleo o porque sólo realizan las actividades propias de su escuela o profesión; como es el caso de dos GD donde se encontró a dos hijas y dos hijos que sólo realizan actividades escolares universitarias; y en dos GD había tres y cinco mujeres (esposas, hijas o nueras) que sólo realizan trabajo doméstico o reproductivo.

Es importante destacar que floricultoras y floricultores no hacen cuentas de ingresos ni egresos del cultivo, ni de sus ingresos familiares totales, como muestran los siguientes testimonios:

“yo creo que la producción de flores me deja el 40% de los ingresos de la familia, pues además de esto me dedico a hacer trabajos de mi profesión (ingeniería civil)” (Ernesto).

“la verdad en mi familia vivimos de mi salario, mis hijos ya están grandes y trabajan para ellos, entonces pues lo que den las flores es un ingreso extra y por eso la verdad no le invierto más que lo mínimo y que dé lo que se pueda” (Doroteo)

Al cuestionar a productoras y productores respecto al ingreso semanal de dichas actividades, la mayoría dijo no saber o ganar alrededor de \$800/semana, aunque hubo quien dijo ganar \$2,200/semana entre actividades como son: pensión, engorda-venta de bovinos y el comercio informal de la producción tanto de flores como de otros cultivos de traspatio. Un productor lo dijo de la siguiente manera:

“la verdad no he hecho la cuenta de cuánto gano por todo (todas las actividades económicas), porque cobro mi pensión y se la doy a mi esposa; y ella me va dando para lo que hace falta y lo junta con lo de las flores o las gallinas o lo demás que va vendiendo (frutas, maíz, cerdos, alcatraces).

También le doy a ella lo que me pagan de la engorda de los novillos”
(Doroteo)

6.3. RECURSOS DE LAS UNIDADES DE PRODUCCIÓN.

En este apartado se abordaran los aspectos relacionados con los recursos con que cuentan los GD encuestados. Los aspectos a tratar son: acceso a la tierra, tipo de propiedad, mano de obra empleada en la producción de flores, nivel de equipamiento de los invernaderos, así como la posesión de vehículo.

6.3.1. ACCESO A LA TIERRA Y TIPO DE PROPIEDAD DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

En el Cuadro 24 puede verse que el acceso a la tierra de las personas encuestadas es de 49.5% como propietarias de la superficie que cultivaban (6.5% mujeres y 43% hombres), mientras que 40% accedían en calidad de arrendatarios y 6.5% eran usuarias y 4% usuarios. Las personas usuarias acceden al bien sin ser poseedoras y sin erogar un pago, sino como préstamo por convenio familiar o por asamblea en el caso de tierras comunitarias.

Cuadro 24. Modalidades de acceso a la tierra de los diferentes grupos domésticos, por sexo

Acceso a la tierra	Número de grupos domésticos	Mujeres	Hombres	Porcentaje (%)
Propietaria(o)	15	2	13	49.5
Arrendataria(o)	12	0	12	40.0
Usuarias (os)	3	2	1	10.5
Total	30	4	26	100

Fuente: Elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Como puede apreciarse, las mujeres de la comunidad de estudio tienen poca participación en el acceso a la tierra, hecho que ha sido documentado por Lastiarra (2011), quien menciona que las mujeres latinoamericanas enfrentan diversos obstáculos no legales para acceder a dicho recurso entre ellos: las normas y reglas

patriarcales que consideran al hombre como jefe de familia y propietario del patrimonio familiar, y por tanto es quien toma las de decisiones sobre la producción, el manejo del patrimonio y sus activos, así como el reparto de los recursos e ingresos familiares. Dicho sistema oculta la participación y las contribuciones de las mujeres en el sustento familiar y reconoce a las mujeres rurales como personas independientes con derechos iguales.

Respecto al tipo de propiedad en que se encuentran ubicados los invernaderos en los que cultivan los GD, se encontró que 86.7% emplean pequeña propiedad, 10% terrenos ejidales y uno siembra en tierras ejidales, comunales y en pequeña propiedad, como puede verse en el Cuadro 25.

Cuadro 25. Caracterización de superficie de producción por tipo de propiedad

Tipo de propiedad	Número de grupos domésticos	Porcentaje (%)
Ejidal	3	10.0
Pequeña propiedad	26	86.7
Comunal	0	0
Ejidal, pequeña propiedad y comunal	1	3.3
Total	30	100.0

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Lo anterior concuerda con un estudio realizado por Deere y León (2005) donde afirman que en América Latina la posición de las mujeres respecto al recurso tierra es mala, pues son pocas las que gozan de parcelas, porque existen factores que afectan de manera diferenciada a las personas debido a su género en cuanto a la posesión de la tierra: la preferencia hacia los varones al momento de heredar; privilegios de los hombres en el matrimonio; tendencia a favorecer a los varones en los programas de distribución (tanto en las comunidades como por las políticas de Estado), y sesgos de género en el mercado de tierras. Esta evidencia concuerda con lo expresado por Robles *et al.*, (1994:13) quienes afirman que un tercio de las titulares mexicanas adquirieron la tierra cuando tenían 50 años o más y que la mitad de ellas heredará en vida a sus hijos varones, pues "las mujeres son el puente para la transmisión del patrimonio familiar entre dos generaciones".

Ser titular de la tierra permite ejercer el poder y control sobre ella, las mujeres tienen poco acceso y poco o nulo control sobre este recurso y las decisiones que a él conciernen, pues tradicionalmente su vida se concentra al plano doméstico, como se mencionó, ellas sólo realizan el trabajo doméstico y cuidado de los miembros de la familia.

En el caso de la tierra de tipo ejidal, la situación no cambia, pues dos de las personas encuestadas (7.4%, una mujer y un varón) producen en ella y los titulares son una mujer y un varón; sin embargo, él es propietario y ella es usuaria, porque la madre de la productora es quien detenta el título de propiedad y ya está pensando en heredar la tierra a alguno de sus tres nietos y no a su hija que es la única productora de la familia.

“mi mamá es la dueña pero como ya está grande está pensando a quien de los muchachos dejársela (la tierra) para que no haya problemas cuando ella falte”
(Jazmín)

Uno de los productores encuestados manifestó producir flores en un terreno de tipo comunal (4%), pues este tipo de tierra “no pertenece a nadie” y en asamblea el interesado o interesada expresa su interés en producir y la asamblea acuerda la superficie y el tiempo que va a ser explotado el predio.

6.3.2. TECNOLOGÍA DISPONIBLE

Con la finalidad de conocer la tecnología empleada por los GD encuestados para la producción de flores, se les preguntó sobre el equipo que tenían y empleaban en el proceso de producción. Con las respuestas obtenidas se realizó una

caracterización de las unidades de producción por nivel de equipamiento, estableciéndose tres categorías.

Se consideró como nivel básico de equipamiento al empleo de mochila aspersora para la aplicación de agroquímicos; el nivel medio consideró además de mochila aspersora la posesión y utilización de monocultor; la categoría de nivel avanzado de equipamiento consideró el empleo de: mochila de aspersión, monocultor, riego por goteo, potenciómetro, termómetro y otros. Los resultados se muestran en el Cuadro 26.

Cuadro 26. Caracterización de las unidades de producción por nivel de equipamiento

Nivel de equipamiento	Cantidad de grupos domésticos	Porcentaje (%)
Básico	8	27
Intermedio	20	67
Avanzado	2	6
Total	30	100

Fuente: Elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

La mayoría de los GD encuestados se ubicaban en el nivel intermedio y básico (67% y 27% respectivamente) y sólo dos GD (6%) en el nivel avanzado.

En cuanto al riego, sólo dos unidades de producción ubicadas en el nivel tecnológico tres poseían sistemas de riego por goteo (el resto de los invernaderos son regados manualmente). Los sistemas de riego sirven para hidratar y fertilizar a la vez (fertirrigación); de hecho, esas son las mismas unidades que poseen sistemas mecánicos de control de luz (temporizadores), potenciómetros y termómetros; el resto de las unidades de producción no emplean dichos aparatos.

En cuanto a la utilización de malla sombra y antiáfidos sólo dos naves (1,100m²) cuentan con estas tecnologías. De hecho, el género *Chrysanthemum* ha sido catalogado como sensible al daño por luz directa, por lo que la utilización y

control de la intensidad de la luz no es una práctica recomendada para su manejo o cultivo; de hecho, el productor que la utiliza la está probando para conocer su efecto respecto a la apertura floral. La malla antiáfidos es empleada en las paredes laterales y ventilas del invernadero, y la mayoría de los invernaderos no cuentan con sistemas de ventilas, ya que la ventilación se realiza levantando gradualmente los plásticos laterales del invernadero, dejando que el aire circule sin barrera alguna.

Aunque algunos invernaderos poseen sistemas de calefacción ninguno la utiliza porque puede representar el aumento de hasta 20% de los costos de producción totales según Vivar (1993). Una de las técnicas empleadas para contrarrestar heladas en las unidades de producción encuestadas es aplicar el riego por la tarde o noche.

Debido al costo de inversión que genera la contratación de una empresa especializada en la construcción y mantenimiento de invernaderos, muchas personas se han dado a la tarea de realizar dichas operaciones personalmente y sin capacitación formal alguna.

6.3.3. VEHÍCULO

También se preguntó a las personas que colaboraron en el estudio si contaban con vehículo para transportarse y para realizar la distribución de las flores. Se encontró que 76.7% (23 GD) sí poseían algún automóvil o camioneta y 23.3% (7 GD) no tenían. Así mismo se encontró que ninguna de las floricultoras poseía vehículo alguno, es decir que todos los vehículos se encuentran registrados a nombre de un varón. Así mismo se encontró que 50% de los GD tenían camionetas de diferentes capacidades (1-3 toneladas), 26.7% tenían coche.

6.4. CARACTERÍSTICAS DE LAS UNIDADES DE PRODUCCIÓN

En este apartado se abordan los temas relacionados con la superficie total de las unidades de producción de las personas encuestadas, el destino productivo de las mismas, número de naves en producción de crisantemo y eleonora. Además de la diversidad de cultivos de las unidades de producción. Posteriormente se describen aspectos relacionados con su inserción al mercado como: continuidad de la oferta, transporte de la producción, los costos del mismo y puntos de venta.

6.4.1. SUPERFICIE TOTAL DE LAS UNIDADES DE PRODUCCIÓN DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

Los GD encuestados tienen en promedio 3,963 m², la superficie mínima es de 150m² y la máxima de 6 Ha. Aunque 90% (27 GD) tiene hasta 5,000 m² en producción con diversos cultivos y sólo 10% (3 GD) tienen una superficie mayor (6,000m², 2 Ha y 6 Ha).

6.4.2. SUPERFICIE DE PRODUCCIÓN DE FLORES DE CRISANTEMO Y ELEONORA

Respecto a la superficie cultivada con flores, se obtuvo que la mayoría de los GD encuestadas emplean de 201 a 600m² (36.7%), seguidos de quienes producen en 601 a 1500 m² (33.3%). Aunque 23.3% de los GD encuestados utilizan superficies mayores a 1500m² y sólo dos GD producen flores en menos de 200m² como muestra el Cuadro 27.

Cuadro 27. Superficie cultivada con crisantemo y eleonora en los grupos domésticos encuestados

Superficie de producción en invernadero (m ²)	Número de productoras(es)	Porcentaje (%)
<200	2	6.7
201-600	11	36.7
601-1500	10	33.3
>1500	7	23.3
Total	30	100

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

6.4.3. NÚMERO DE NAVES EN PRODUCCIÓN DE CRISANTEMO Y ELEONORA

Se encontró que el número de naves con producción de flores van de una a 10 como puede verse en el Cuadro 28. En él se puede observar que el 60% de los floricultores cuenta con invernaderos de una, dos y tres naves (26,7%, 20% y 13.3 respectivamente). El restante 40% está compuesto por floricultores que disponen de un número de naves que fluctúa entre las cuatro y las diez. En total los GD encuestados suman 106 naves.

Cuadro 28. Número de naves con crisantemo y eleonora

Número de naves	Frecuencia	Porcentaje
1	8	26.7
2	6	20.0
3	4	13.3
4	1	3.3
5	5	16.7
6	3	10.0
8	1	3.3
9	1	3.3
10	1	3.3
Total	30	100.0

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Además del número de naves que poseen los floricultores, se consideró importante indagar sobre el número de ciclos, las especies que cultivan y la continuidad de la producción. Es importante señalar que producción continua se consideró a aquella en la que los informantes dijeron cosechar flores durante todo el año, y como producción discontinua aquellas donde la cosecha se realiza en fechas específicas. Los resultados se muestran en los siguientes apartados.

6.4.4. DIVERSIDAD Y PATRÓN DE CULTIVOS

Respecto a la producción de alimentos en las tierras de las personas que colaboraron en el estudio se encontró que sólo dos GD manifestaron tener en su propiedad cultivos no ornamentales como son: maíz y avena; uno de esos GD tiene

intercalado el maíz con calabaza y chile, además de que cuenta con la producción en traspatio de nueces, aguacates, feijoas, guayabas, chirimoyas, naranjas y fresas. La producción de estas especies se destina para el autoconsumo de personas o animales y los excedentes en algunos casos llegan a ser vendidos al mercado. Las superficies en que se realizan esos cultivos 1Ha y 5Ha.

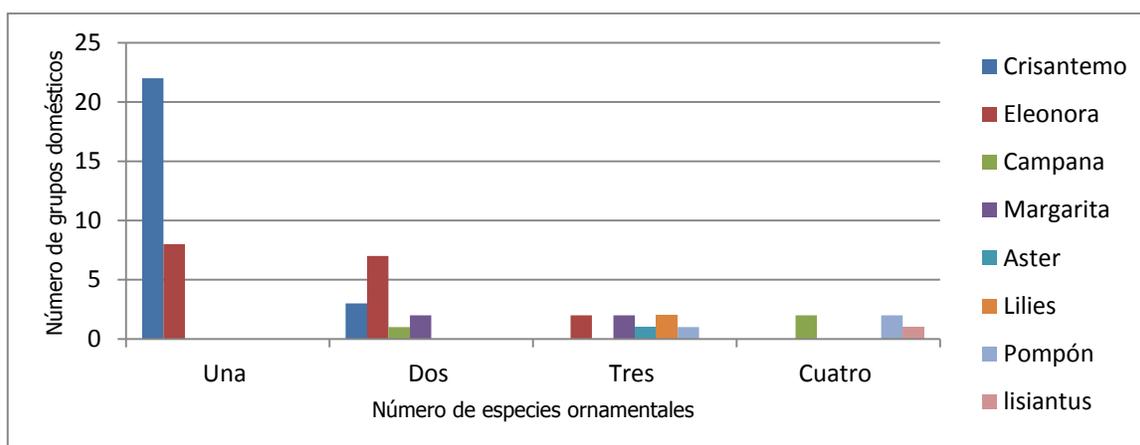
Probablemente los casos más exitosos son los que consideran a la floricultura sólo como una de sus varias actividades productivas y producen otros productos agropecuarios, y especialmente alimentos tanto para su grupo doméstico como para otros GD de la comunidad, como da cuenta el siguiente testimonio:

“la verdad gracias a Dios no nos falta, cuando no hay una cosa hay otra. Tenemos para comer y para vender otro poco; la tierra da, pero hay que trabajarla” (Amalia).

En cuanto a la diversificación productiva de los GD encuestados, se encontró que siembran de una a cuatro especies ornamentales (Cuadro 29). La mayoría realizan monocultivo (17 GD o 56.7%), aunque también es común encontrar la siembra de dos y cuatro especies (5 GD o 16.7% y 6 GD o 20% respectivamente). Lo atípico es encontrar GD que siembren tres especies de ornamentales (6.7%).

Respecto a las especies producidas, se encontró que los cultivos más comunes son: crisantemos (28 GD o 93%) y eleonoras (17 GD o 57%), como puede verse en la Figura 13 y los Cuadros 29 y 30; los menos comunes son: pompón (4GD o 13%), campana de Irlanda y margarita (3GD o 10% cada una), así como los lilis (2 GD o 7%), áster y lisiantus (1GD o 3% cada una).

Figura 13. Cultivos ornamentales producidos por los grupos domésticos encuestados



Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Cuadro 29. Diversidad de cultivos ornamentales de los grupos domésticos encuestados

Número de especies ornamentales cultivadas	Número de grupos domésticos	Porcentaje (%)
1	17	56.7
2	5	16.7
3	2	6.6
4	6	20.0
Total	30	100.0

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Cuadro 30. Especies ornamentales cultivadas en los grupos domésticos encuestados

Grupos domésticos	Especies que se cultivan			
	1	2	3	4
11	Crisantemo			
6	Eleonora			
5	Crisantemo	Eleonora		
1	Crisantemo	Eleonora	Pompón	
1	Crisantemo	Margarita	Eleonora	
1	Eleonora	Crisantemo	Áster	Lisiantus
3	Crisantemo	Eleonora	Margarita	Pompón
2	Crisantemo	Eleonora	Lilis	Follaje

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Respecto a los ciclos de crisantemo y eleonora obtenidos por año, se encontró que 70% obtiene de uno a dos ciclos (6.7% y 63.3% respectivamente), y el resto cultivan de 2.3 hasta 3 ciclos por año (30%) como se muestra en el Cuadro 31.

Cuadro 31. Ciclos de *Chrysantemum* obtenidos por año

Ciclos de <i>Chrysantemum</i> obtenidos por año	Número de grupos domésticos	Porcentaje (%)
1.0	2	6.7
2.0	19	63.3
2.3	1	3.3
2.5	6	20.0
3.0	2	6.7
Total	30	100.0

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Lo mejor sería obtener tres ciclos por año; sin embargo, la cantidad de ciclos por año es una de las estrategias de cada GD y parece estar más bien relacionada con la cantidad de fuentes de ingreso con que se cuenta, con la capacidad de inversión, costo e infraestructura.

La lógica de producción obedece a razones diversas como: estrategias de sobrevivencia, las fuentes de ingreso de cada grupo doméstico, la disponibilidad de recursos y las necesidades del grupo doméstico, como muestran los siguientes testimonios:

“pues, me gustaría cosechar todo el año, pero como no tengo calefacción pues me da miedo arriesgarle, ¿Qué tal si no saco nada?” (Fermín)

“como yo tengo mi salario aquí (en el CP), pues las flores son un extra. Además mis hijos ya están grandes” (Donato)

Otros factores importantes son los conocimientos técnicos y la diversidad de cultivos que tienen:

“como mi hermano es ingeniero, pues él organiza la producción; sembramos varias plantas, así, cuando nos va mal con una, pues nos puede ir bien con otra” (Pineda)

“yo los invito (a los productores) a que vengan y vean cómo hacemos el manejo, que vean como sí se puede cosechar flor todo el año, pero que la cosa es trabajarle duro y aprender” (Ernesto)

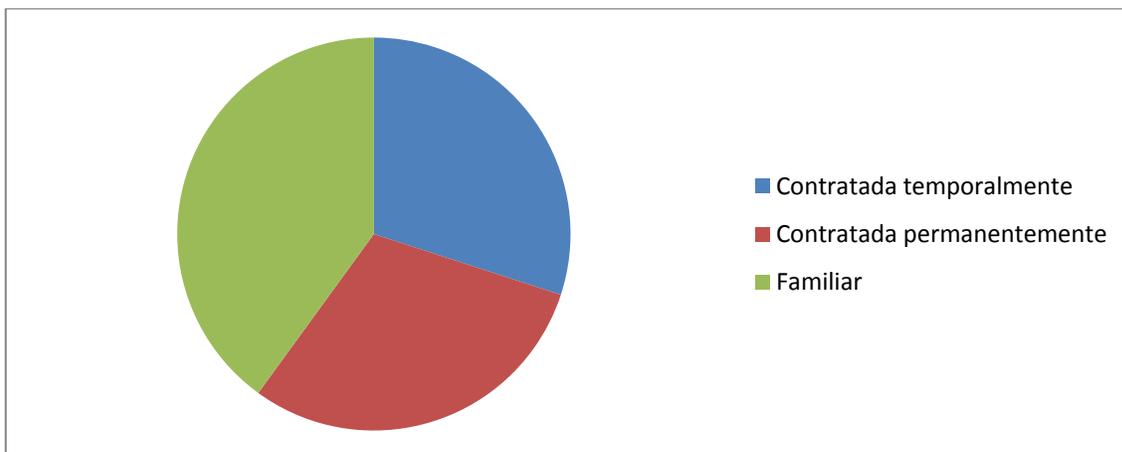
6.5. ORGANIZACIÓN DEL GRUPO DOMÉSTICO

En este apartado se presentarán los resultados que conciernen a la organización al interior del grupo doméstico tanto para la producción de flores como para la realización de otras actividades tanto productivas como reproductivas.

6.5.1. ORGANIZACIÓN PARA LA PRODUCCIÓN AL INTERIOR DEL GRUPO DOMÉSTICO

Uno de los factores más importantes para la producción de ornamentales y en especial para los pequeños floricultores es la mano de obra familiar. De hecho, Orozco y Mendoza (2003) lo consideran un factor clave para la competitividad. Con el objetivo de poder apreciar su contribución en el proceso de producción de flores en la comunidad de estudio, se elaboró la Figura 14, en la que se observa que 60% de los GD encuestados contratan mano de obra asalariada (nueve GD la contratan permanentemente y nueve de manera discontinua, es decir, sólo para operaciones o labores específicas) y 40% (12 GD) realizan el proceso productivo sólo con mano de obra familiar.

Figura 14. Tipo de mano de obra empleada en la floricultura



Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

En el Cuadro 32 puede verse los tipos de mano de obra a los que recurren los distintos grupos domésticos. En los invernaderos con superficies mayores a 600m² la contratación de mano de obra se vuelve lo más común, pues 14/17 (82%) satisfacen las necesidades del cultivo con mano de obra asalariada. Curiosamente en los invernaderos con superficie de 201a 600 m², se encontraron tres GD que contratan mano de obra asalariada, la razones son las siguientes: los tres cosechan sólo para dos temporadas, de ellos un GD tiene poca experiencia (un año) en el cultivo flores (crisantemo); otro GD es monoparental y el tercero es uno de los GD más diversos pues cultivan cuatro especies de ornamentales (crisantemo, eleonora, margarita y pompón).

Cuadro 32. Tipo de mano de obra empleada para la floricultura en los grupos domésticos

Superficie del invernadero (m ²)	Grupos domésticos que contratan mano de obra		Grupos domésticos que emplean sólo mano de obra familiar	Total
	Temporal	Permanente		
<200	1	0	1	2
201-600	1	2	8	11
601-1500	6	2	2	10
>1500	1	5	1	7
Total	9	9	12	30

Fuente: Elaboración propia en base en la información recabada en campo, 2010.

En los GD en que se contrata mano de obra permanentemente (nueve GD o 30%), los empleados realizan todo el proceso productivo y entonces su trabajo se complementa con el familiar en las labores más demandantes.

Antes de explicar el proceso de cultivo de crisantemo es importante añadir información referente a la obtención de esqueje por parte de los y las productoras; se encontró que había diferentes maneras de abastecerse de este insumo: comprando a proveedores especializados de la región (PPOEM o particulares) o produciéndolo en la propia unidad de producción. La información relacionada con proveedores se abordará en el apartado de actores secundarios, por lo que a continuación se mencionan algunas de las condiciones observadas para la obtención de esquejes propios.

Los productores más grandes tienen la posibilidad de destinar parte de su superficie de producción al mantenimiento de la planta madre, con lo que garantizan un esqueje de calidad y protegen su producción final. Algunos se atreven a decir que nadie en el pueblo tiene las variedades que ellos manejan. Como es el caso de Manolo:

“como yo produzco mi propio esqueje, garantizo que nadie del pueblo tiene flores de la calidad de las mías. Sólo vendemos o regalamos algunos a familiares de mucha confianza” (Manolo)

Los productores/as más pequeños manejan como alternativa a la necesidad de esquejes de calidad el mantenimiento de la planta original, esto se logra cortando sólo las flores maduras y dejando en el suelo la raíz con los brotes más tiernos (“macoyos”), ya que normalmente, durante la cosecha la planta es arrancada del suelo y cortada la raíz. Una de las cuestiones negativas de esta práctica es que los problemas fitosanitarios del suelo se conjugan con la mala o nula aplicación de agroquímicos, lo que provoca que los tallos obtenidos sean de menor calidad debido

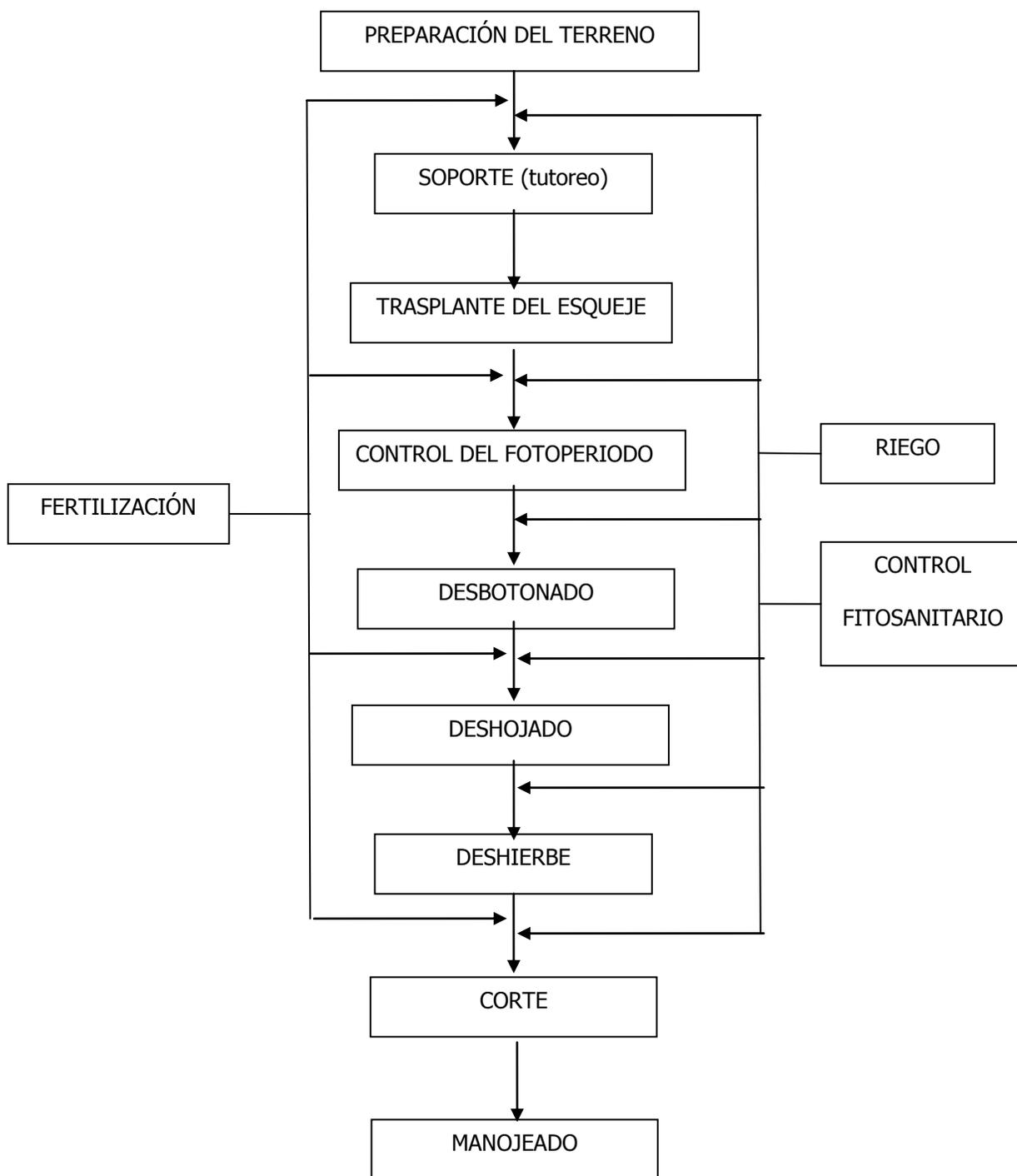
al envejecimiento propio de las estructuras vegetales, y porque las plagas y enfermedades presentes van desarrollando resistencia.

“nosotros no arrancamos la planta, la dejamos y sólo cortamos la flor, así el macoyito queda y no tenemos que estar comprando esqueje cada ciclo. (...) la flor se va haciendo más chica, pero como no hemos tenido problemas para venderla y además el precio está bajo, pues ahorramos un poco” (Amalia).

Otra forma de abastecerse de esquejes es recurriendo a proveedores más confiables, es decir, familiares, conocidos o productores de otras comunidades (Tlaminca, Nativitas y Chicoloapan) que ofrecen producto de calidad y entrega a domicilio, aunque a mayor costo (40 centavos por pieza), lo que implica un encarecimiento del costo de producción. Sin embargo, mucha gente no quiere vender su esqueje para evitar la propagación y competencia. De hecho, resultado de los talleres participativos se determinó que es uno de los puntos críticos del proceso porque todos los compradores coinciden en no encontrar proveedor de esqueje de calidad, ya que aunque tengan buen desarrollo radicular generalmente presentan problemas fitosanitarios.

A continuación se describe el proceso productivo para el cultivo de crisantemo y eleonora, motivo con el cual se elaboraron las Figuras 15 y 16.

Figura 15. Proceso de producción de crisantemo



Fuente: Adaptado de Soria y Escobar (1995) con base en la información recabada en campo, 2010.

1. Preparación del terreno: El objetivo es mejorar la estructura del suelo para permitir el crecimiento y desarrollo de la plántula; consiste en aflojar el suelo y abonarlo con materia orgánica la cual es incorporada al suelo empleando pala, bieldo o monocultor (conocido comúnmente en la comunidad de estudio como motoalzada); utilizando para ello la herramienta familiar.

Generalmente la aplicación de materia orgánica la realizan los varones del GD (60%). Aún que también es realizada por familiares varones con ayuda de empleados (30%), y también sólo por los empleados (6.7%) y en muy raras ocasiones la ejecutan sólo mujeres y varones del grupo doméstico (3.3%). La materia orgánica que se coloca en las melgas y proviene de los residuos de cocina composteados, y en algunos casos adicionados con residuos de cosecha (rastros), estiércol de vaca, borrego o aves.



Después de la adición de materia orgánica, se afloja el suelo con pala, bieldo o monocultor. Cuando los GD no tienen este equipo recurren a conseguirlo prestado con algún familiar o amigo, ahorrando así un poco de dinero; aunque también se presentó el caso de un productor que le renta el equipo a un vecino. La adición de materia orgánica en 60% de los GD (18) la realizan los hombres de la familia, en 10 GD (33%) la ejecutan familiares y empleados varones, siendo lo menos común que se realice sólo por varones o por mujeres y hombres del GD (3% en cada caso).

2. Riego: Éste debe aplicarse durante todo el proceso productivo para evitar el estrés hídrico y la pérdida de calidad de la flor. Se utiliza para ello comúnmente riego con

manguera, aunque existen también unidades de producción donde la operación se realiza mediante sistemas de riego por goteo (10%).



Es una actividad que realizan tanto mujeres como hombres, aunque a decir de algunas de las personas que colaboraron en el estudio, las mujeres se consideran más cuidadosas en lo que respecta ala atención de la raíz y la corola. De hecho, se encontró un GD en el que una mujer realiza sola esta operación (3.3%). En 12 GD (40%) el riego se realiza por mujeres y hombres juntos (6.7% empleadas/os y 33.3% familiares de ambos sexos).Sin embargo, cuando las distancias son largas las mangueras se tornan difíciles de cargar o arrastrar y entonces se prefiere que la actividad sea ejecutada por varones (56.7%).

Generalmente no se contrata a personas que realicen sólo esta actividad y en 30% de los grupos domésticos, el riego se realiza por mano de obra contratada. El ciclo de cultivo es de 14 a 16 semanas, se realizan de dos a tres riegos por semana, por lo que se necesitan entre 28 a 48 riegos de una hora aproximadamente para cubrir las necesidades hídricas del cultivo.

3. Colocación y ajuste del soporte (tutoreo): Consiste en colocar cuadrículas de alambre galvanizado del número 16, rafia o hilo cáñamo; sujetas a tiras de madera cada 3 o 5 m para mantener el espaciamiento entre los cuadros. El objetivo de esta práctica es brindar soporte a la planta, ya que las



condiciones de producción (fotoperiodo y densidad de población) originan un desbalance entre el peso de la parte aérea y la capacidad de soporte del sistema radicular. En 66.7% de los grupos domésticos esta actividad es realizada sólo con mano de obra familiar, colaborando tanto mujeres como varones.



4. Trasplante: Es la acción de colocar la plántula en el terreno previamente humedecido donde crecerá y se desarrollará permanentemente. No se emplea herramienta alguna ya que los dedos hacen la función de pequeños cava hoyos que al mismo tiempo introducen la plántula enraizada y la aterran.

Esta operación es una de las que demanda más mano de obra, motivo por el cual participan mujeres y varones del grupo doméstico en 36.7% de los casos estudiados.

En 23.3% de los GD encuestados el trasplante lo realizan sólo los varones del grupo, en 23.3% participa el grupo doméstico junto con empleados de ambos sexos, en 13.3% se realiza sólo por varones (familiares o contratados) y en un grupo se contrata a empleados que realicen esta actividad (3.3%). Respecto a la contratación de mano de obra, sólo en 39.9% de los grupos domésticos se paga a algunas personas para que realicen el trasplante, solos (3.3%) o con ayuda de la familia (36.6%).

5. Control del fotoperiodo: el género *Chrysanthemum* es sensible al fotoperiodo, por ese motivo, las plántulas son sometidas a periodos de luz continua con focos de 60 a 100 watts colocados cada dos metros, en hilera sobre las plántulas durante 15 a 18 días.



El objetivo de esta operación es evitar el crecimiento de las estructuras reproductivas de la planta y favorecer el crecimiento vegetativo, ya que uno de los valores estéticos de las flores de corte es la longitud del tallo. Una vez pasado el fotoperiodo continuo los botones florecen aproximadamente a las dos semanas. Soria y Escobar (1995) recomiendan de cuatro a cinco horas diarias.

El control de la luz es una operación muy sencilla que se cumple con sólo mantener los focos en buen estado y conectados a un solo interruptor de energía eléctrica, por ese motivo lo puede realizar cualquier persona del grupo doméstico, en el que en 43.3% de los GD encuestados la luz es controlada por mujeres y hombres de la familia; aunque hay unidades de producción en las que un varón es responsable de dicha tarea (23.3%), o cuando se contrata mano de obra asalariada el empleado la realiza (3.3%), o bien los varones familiares y empleados (16.7%). Aunque en algunas ocasiones las empleadas o empleados se encargan solos de este trabajo (6.7%) y en otras cualquier persona familiar, empleada o en algunos casos cuando el invernadero es rentado hasta el dueño o dueña lo realiza (6.7%). De hecho, tres GD cuentan con temporizadores programados para realizar el control de la luz automáticamente.



6. Desbotonado: Es una práctica común que consiste en remover los brotes laterales que aparecen en las partes axiales de las hojas, cuando han alcanzado de 2 a 5cm (Soria y Escobar, 1995).

Generalmente, los brotes laterales aparecen al término del fotoperiodo. El objetivo es evitar la competencia entre brotes y sólo permitir el desarrollo de los botones florales que darán lugar a las flores a comercializar; es decir, de 2 a 3 inflorescencias de eleonora por planta y una de crisantemo por planta.

7. Deshojado: es la acción de remover el exceso de follaje y yemas laterales en 15 a 20 cm de la base de las plantas de crisantemo, lo cual permite mejorar la aireación del cultivo. Esta práctica no se realiza en eleonora.

El deshojado y desbotonado se realiza en 73.3% de los GD encuestados con mano de obra familiar (40% por familiares de ambos sexos y 33.3% sólo por varones) y 26.7% lo realizan con mano de obra contratada (3.3% por empleados varones, 16.7% conjugan mano de obra familiar y contratada de ambos sexos y en 6.7% sólo los varones del grupo con ayuda de empleados).

8. Fertilización: Es una operación que se realiza en varios momentos del proceso de producción. Generalmente cuando se hace la preparación del suelo (sólo con materia orgánica) y cuando el cultivo se encuentra establecido, se encontró que algunos GD realizan hasta seis aplicaciones. El objetivo es proporcionar a la planta los nutrimentos necesarios para su crecimiento. Esta acción se realiza químicamente en 97% de los grupos domésticos y sólo uno la realiza en ocasiones conjugando productos orgánicos con agroquímicos.

Cuando la aplicación del fertilizante se realiza con bomba o mochila aspersora la efectúan los varones (empleados 10%, sólo familiares 40% o los varones de la familia ayudados por los empleados 17%). Cuando se aplican productos sólidos la operación la ejecutan tanto mujeres como varones familiares (23%) o empleados de ambos sexos y familiares (7%) y en un grupo una mujer realiza sola esta labor (3%). No se emplea equipo de protección durante la aplicación de fertilizantes, a lo más un paliacate o cubrebocas.

Durante las décadas de los ochenta la fertilización se realizaba cada 15 días, pero dado el elevado precio de los productos químicos, 90% de los grupos domésticos encuestados efectúa dos aplicaciones de fertilizante por ciclo o menos, y 10% realiza más de dos fertilizaciones por ciclo (cuando tienen dinero para comprar fertilizantes o cuando el cultivo manifiesta deficiencias nutricionales).

Algunos de los productos empleados por las personas encuestadas fueron: folimat, tamarón y 17-17-17.

9. Control fitosanitario: Esta operación tiene por objetivo controlar las plagas y enfermedades que pueden dañar el buen desarrollo de planta o demeritar su valor estético tanto de follaje como de corola. Se realiza químicamente con mochilas aspersoras manipuladas por varones sin equipo de seguridad. Cuando se presenta ataque de plagas como chapulines, gusanos o palomillas las personas que realizan el cultivo las retiran manualmente. Las plagas más comunes son: trips, araña roja, pulgón negro, mosca blanca y roya.

En esta labor se aplicaban agroquímicos cada 2 semanas, pero al igual que la fertilización, el elevado costo de los productos ha llevado a que se realice sólo cuando hay presencia. En los grupos domésticos encuestados, 67% lo realizan sólo familiares (40% sólo varones, 27% mujeres y varones) y en 33% se conjuga la mano de obra familiar con la contratada.

Algunos de los productos mencionados por las personas encuestadas fueron: agrimex y mycofos.

10. Deshierbe: Consiste en eliminar del terreno las plantas indeseables que pudieran competir por nutrientes (agua, luz o minerales) con el cultivo. Esta operación puede ser realizada manual o químicamente empleando herbicidas sistémicos o de contacto. La decisión se toma en función del costo dependiendo de la densidad de población de las arvenses; es decir, valorando los jornales a pagar vs costo del agroquímico.

Dado el alto costo de los herbicidas, lo más común es el control manual que generalmente lo realizan todos los miembros del grupo doméstico que tienen contacto con el cultivo en el momento en que las arvenses son detectadas (63%). Sin embargo, en 17% de los GD se realiza sólo con mano de obra contratada y 20% colaboran familiares y empleados.

Otro dato importante es que 29 grupos domésticos realizan en algún momento del cultivo control químico de arvenses y sólo en uno la operación se hace sin químicos, es decir, que todas las plantas indeseables son removidas manualmente.

12. Cosecha: el objetivo es separar la flor de la planta. En algunos casos la cosecha o corte se realiza arrancando la planta y cortando el tallo (crisantemo), o bien cortando sólo la flor con una porción de tallo y dejando la planta en el suelo con el objetivo de reducir costos al no invertir en esqueje, reducir el tiempo de manejo y no realizar nuevamente la



preparación del suelo. Se busca la mayor longitud posible del tallo. Esta operación se realiza manualmente empleando solamente tijeras para podar (en muchos casos la mano es la única herramienta), porque el corte y el manejo se realizan a la vez y tener tijeras en mano hace más lento el trabajo.

13. Manejado: Consiste en acomodar los tallos cortados en ramos y atarlos con rafia. Los crisantemos se venden en presentación de 12 flores y las eleonoras en 18. Los tallos cortados se acomodan de tal manera que la inflorescencia más hermosa se coloca arriba como flor principal y el resto se colocan en niveles de tres en tres hasta completar la cantidad mencionada.



El corte y manejo de las flores se realiza sólo con mano de obra familiar en 56.7% de los grupos domésticos (43.3% ambos sexos y 13.3% sólo por varones), en 40% de los casos participan familiares y empleados (de ambos sexos 13.3% y 26.7% varones) y sólo en un grupo doméstico (3.3%) se contrata a varones que realicen solos la cosecha.

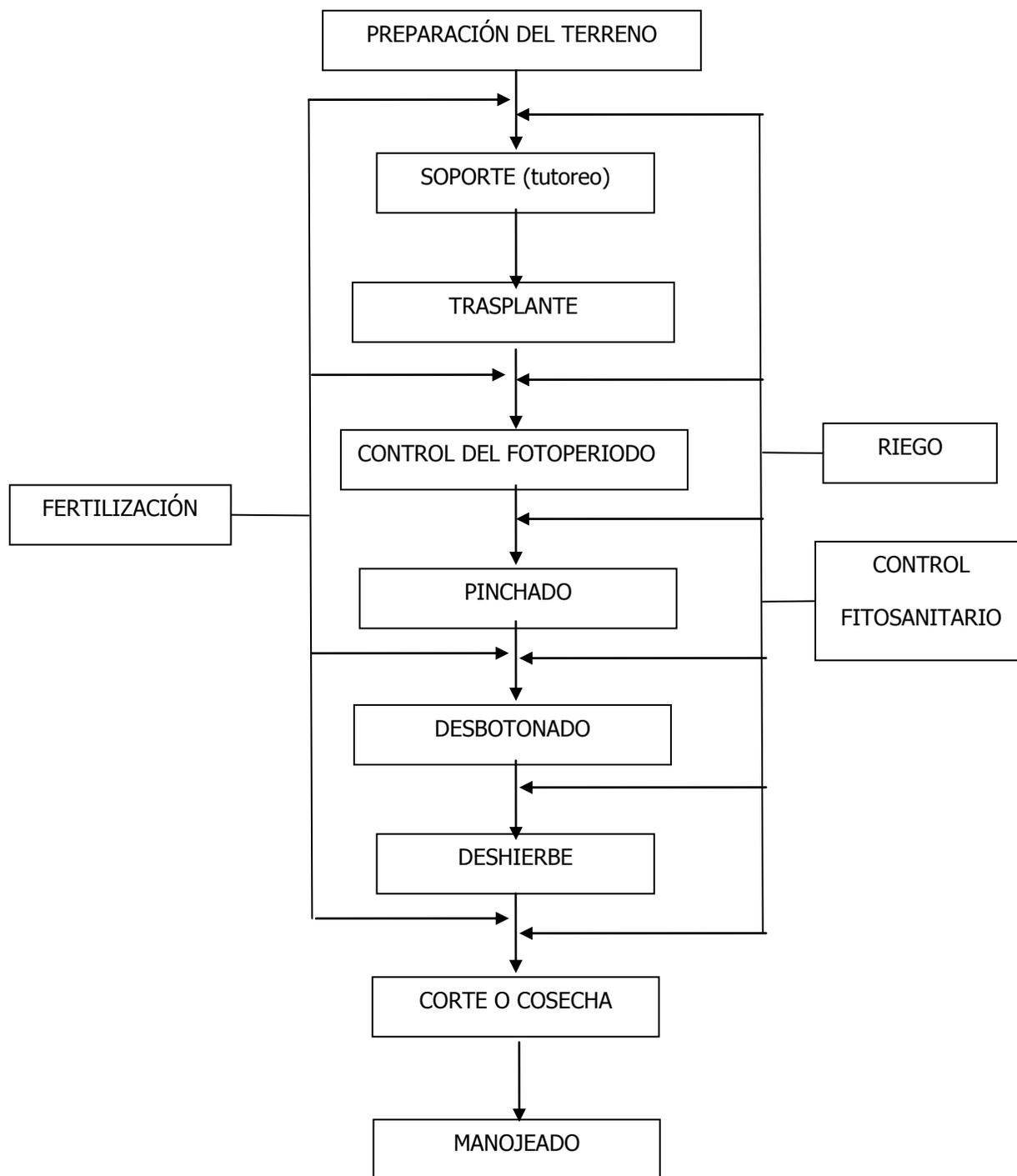
En 40% de los grupos domésticos se contrata gente para el corte y manejo de las flores; de hecho, sólo tres pagan exclusivamente esta labor.

Llama la atención el hecho de que una persona experimentada puede llegar a seleccionar la flor, cortarla y hacer un manojito de 18 unidades en sólo siete minutos. Por tanto, en una jornada laboral de ocho horas esa persona podría obtener 69 manojos aproximadamente, lo que equivale a cosechar de seis a siete metros cuadrados.

El proceso de producción de eleonora es muy parecido al de producción de crisantemo, como puede verse en la Figura 18. La principal diferencia es que la eleonora se pincha y el crisantemo no. Las especificaciones de esta labor cultural se detallan a continuación:

11. Pinchado: es una operación que consiste en eliminar la yema apical de la planta para permitir que las yemas axiales puedan desarrollarse, lo que resulta en la obtención de mayor número de tallos florales a cosechar. Esta operación se realiza en eleonora y margarita ya que permite obtener de 3 a 4 tallos florales por planta. Esta práctica no se realiza en plantas de crisantemo debido a que el tamaño de la corola disminuye y la corola grande es una cualidad valorada por el consumidor.

Figura 16. Proceso de producción de eleonora



Fuente: Adaptado de Soria y Escobar (1995) con base en la información recabada en campo, 2010.

El pinchado se realiza manualmente utilizando las uñas a manera de tijeras de podar, algunas veces se usa navaja o tijeras de podar. La operación demanda mucha

mano de obra y la participación de todo el grupo doméstico en los casos en que no se contrata mano de obra asalariada (67%, donde en 44% colaboran mujeres y varones, 3% mujeres y 20% varones). En 10% es efectuado por empleadas/os y en 23% de los grupos domésticos se conjuga la mano de obra familiar con la contratada (ambos sexos).

Como pudo apreciarse el pinchado, el trasplante, el desbotonado, el deshojado, el corte y el manejo son operaciones que demandan mucha mano de obra, destreza y cuidado; por ello en muchas de las unidades de producción se prefiere a las mujeres pues se considera son más delicadas y diestras. Sin embargo, no se encontraron unidades de producción en las que las mujeres realicen solas estas operaciones, debido a lo demandante de las mismas. Curiosamente, el riego y la fertilización sí los ejecuta una mujer sola en uno de los GD.

La evidencia hallada en campo coincide con lo que reporta Lara (1998) respecto a que la calificación de las actividades en el proceso productivo de la agroindustria en general, está relacionada con ideas de qué se hace y quién lo hace, la analogía de las operaciones humanas y las operaciones de las máquinas, y el proceso de producción como tal. La autora afirma que, las operaciones que realizan las mujeres se relacionan con su habilidad natural o cualidades femeninas para hacer actividades que involucran concentración y destreza, pero aplicadas mecánicamente, por lo que no se valoran y tampoco se pagan a la trabajadora, porque no se consideran producto de un aprendizaje social.

Con el objetivo de observar en resumen el tipo de mano de obra empleada para la producción se elaboró el Cuadro 33, en el que se concentraron y sumaron todas las labores culturales efectuadas en cada GD para obtener el total. Puede verse que 56% contratan mano de obra en algún momento de la producción y acondicionamiento de flores; aunque al analizar las actividades realizadas se encuentra que sólo 23% son realizadas con mano de obra remunerada. Esto quiere

decir que, en el proceso productivo empleado por los GD encuestados, hay pocas labores que son altamente demandantes de mano de obra y que la disponibilidad de la mano de obra familiar no las satisface.

Cuadro33. Tipo de mano de obra empleada en la producción y acondicionamiento

Tipo de mano de obra	Número de labores	Porcentaje (%)
Empleado varón	18	5.3
Empleados ambos sexos	13	3.8
Familiar ambos sexos	94	27.6
Familiar mujer	4	1.2
Familiar varón	108	31.7
Familiares y empleados ambos sexos	37	10.9
Familiares y empleados varones	67	19.6
Total	341	100.0

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

El estudio realizado encontró que en 39.6% de las labores culturales y de acondicionamiento participa la mano de obra remunerada (5.3% empleados varones, 3.8% empleados de ambos sexos y 30.5% participan tanto los familiares como las y los asalariados-10.9% familiares y empleados ambos sexos y 19.6% familiares y empleados varones), dato similar al reportado por Orozco y Mendoza (2003) en unidades de producción de flores en Villa Guerrero, Estado de México, en donde este concepto corresponde a 33.8%. Por ello, las autoras concluyen que la floricultura realizada en pequeñas unidades de producción se basa en ventajas comparativas de optimización de los recursos disponibles, conclusión que puede ser válida para las unidades de producción estudiadas.

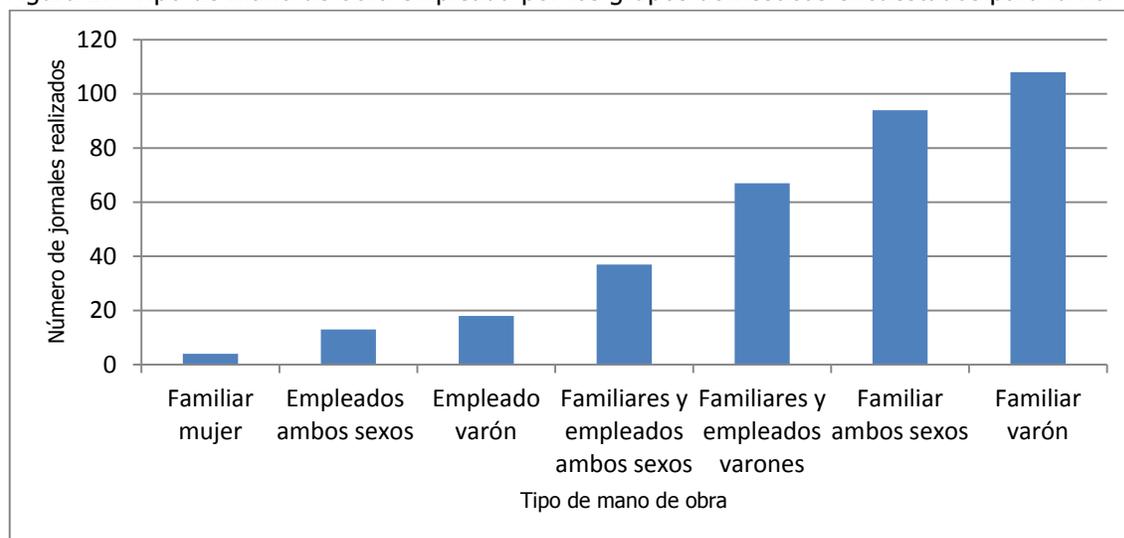
El hecho se replica en el entorno internacional, en el que otros autores como Breilh *et al.*, (2005) mencionan que la disposición de mano de obra barata se transforma en la principal ventaja competitiva en la floricultura de exportación, porque sobrepasa la dimensión económica, modificando formas organizativas y culturales locales, pues gran parte de su plusvalía se fundamenta en los bajos salarios que erogan.

Respecto a los empleos generados por la floricultura a pequeña escala, Galaz (2008) afirma que la producción, transformación y comercialización de follajes, flor de corte y maceta, generan empleos permanentes porque se requiere de labores específicas continuas durante todo el año para mantener la calidad óptima del producto final, donde los escenarios resultan menos marcados que los reportados por Breilh *et al.* (2005) en las empresas exportadoras que tienen como estrategia la intensificación de las tareas productivas en determinadas épocas del año, dependiendo de las exigencias de los compradores.

Otro caso documentado es el reportado por Orozco *et al.* (2009) en el que se estudió a pequeños floricultores de Villa Guerrero y San Felipe en el Estado de México. Los autores reportan que más de 80% de la PEA de esas comunidades se dedica a la floricultura, en condiciones de trabajo y salarios desventajosos agravados por la estacionalidad de la producción y mercados.

La Figura 17 muestra que la mayor parte de las actividades son realizadas con mano de obra familiar, o con la colaboración de familiares y empleados; y que son pocas las labores que realizan sólo los empleados y empleadas.

Figura 17. Tipo de mano de obra empleada por los grupos domésticos encuestados para la floricultura



Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Respecto a la preferencia por contratar mujeres u hombres se encontró que 83% de las personas encuestadas dijeron no tener preferencia: sólo que trabajen bien; pero cinco (14%) dijeron que preferían contratar a un varón porque hay muchas operaciones que requieren de fuerza; y sólo uno (3%) dijo preferían contratar una mujer, porque son más delicadas y responsables, razón por la cual prefiere que realicen el pinchado, el desbotonado y el deshierbe.

La afirmación la refuerzan indirectamente 10 de los encuestados (30%) pues dijeron que se requiere hacer trabajos de mucho esfuerzo físico, como son: el riego, la preparación del terreno y la fertilización.

Las mujeres participan principalmente en labores culturales como son riego, trasplante, pinchado, desbotonado, control del fotoperiodo, ajuste del soporte, deshierbe y corte. Es decir, en actividades que demandan: colaboración, conocimiento sobre la etapa fenológica de la planta y habilidad manual, que además se realizan en una postura incómoda, pues es necesario mantener el cuerpo agachado casi a ras de suelo. El recuento final de la colaboración de las mujeres en la producción de flores es de 22% del trabajo productivo total, y no se les excluye de ninguna operación por difícil o peligrosa que sea.

Los hombres realizan actividades como la preparación del terreno y la aplicación de agroquímicos (fertilización y fitosanitarios), labores que demandan principalmente fuerza física y conocimientos técnicos en el empleo de máquinas y herramientas (monocultor, azadón, pala o biello, así como preparar y cargar una mochila aspersora motorizada con capacidad de 20 litros). Un aspecto que no se puede dejar de lado es que los agroquímicos empleados son altamente tóxicos y se aplican sin ningún tipo de protección (protectores visuales, nasales, ni ropa especial),

motivo por el cual valdría la pena investigar los daños a la salud que éstos han provocado en las personas y el ambiente.

La descripción de las labores culturales y su división por sexos coincide con otra investigación documentada por Lara (1996), en el sentido de que se da una división sexual del trabajo, es decir, que las mujeres se dedican principalmente a ciertas actividades, y los hombres a otras; sin que el hecho les exima de ninguna actividad. Es decir que el hecho de que mujeres u hombres realicen las actividades se debe a diversos factores como la disponibilidad de mano de obra del GD y las ocupaciones de las personas que integran cada familia.

Respecto a los salarios, las personas encuestadas afirman que hombres y mujeres ganan lo mismo cuando su mano de obra es asalariada, aunque no existe equidad económica al interior del grupo doméstico, pues las personas que participan del cultivo de flores no obtienen una ganancia producto de su labor, con lo que no se estimula su participación. Además de que el trabajo no pagado, aunque puede fomentar el arraigo no se considera generador de riqueza como lo han documentado economistas feministas (Agarwal, 1999; 1997; Hartmann, 2000).

6.5.2. ORGANIZACIÓN PARA EL TRABAJO DOMÉSTICO Y REPRODUCTIVO

En la investigación realizada se encontró que el trabajo reproductivo es realizado exclusivamente por las mujeres de los grupos domésticos. Ellas realizan doble o hasta triple jornada en algunos casos. Sólo en los casos en que la floricultura se efectúa en grupos familiares numerosos las mujeres se exentan del trabajo en el invernadero para dedicarse al cuidado de todos los miembros de la familia, la educación y en muchos casos hasta la provisión de alimentos y medicinas; ninguna

recibe pago monetario alguno por su labor y algunas veces su trabajo ni siquiera es reconocido, esto se afirma porque como parte del cuestionario y la entrevista a personas que producen flores, se les preguntó sobre los aportes de los miembros al grupo doméstico y sólo se mencionaron actividades económicas sin considerar el trabajo doméstico ni el de cuidado.

Ello concuerda con lo reportado por Benería (1999) quien afirma el trabajo de las mujeres que producen bienes y servicios para uso y no para intercambio, no se considera dentro del comportamiento del mercado.

De hecho, el principal ámbito de acción en la toma de decisiones de las mujeres floricultoras se centra en el espacio privado, ya que son ellas las que invariablemente se encargan del trabajo doméstico, el cuidado de todas las personas que integran el grupo y de la educación de los menores.

En los talleres realizados se encontró que todas las mujeres productoras tienen problemas con sus hijos por el tiempo que dedican a la producción. Cuando los hijos son adolescentes reclaman tiempo de esparcimiento que el cultivo de flores demanda, pues la vigilancia de la producción implica que no todos pueden salir a pasear juntos y mucho menos vacacionar. Cuando se programan estos viajes normalmente los varones suelen quedarse en casa a cuidar el cultivo y las mujeres salen con los hijos.

Algunas mujeres de mejor situación económica recurren a la compra de comida preparada en las ocasiones en que la producción de flores les ocupa la mayor

parte de su tiempo. Esta situación también llega a provocar el disgusto de los hijos quienes reclaman a su madre la comida casera de su preferencia.

6.5.3. PARTICIPACIÓN DE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DOMÉSTICO EN LAS ORGANIZACIONES FLORÍCOLAS

Tomando en consideración que la participación de los floricultores en alguna organización puede significar un beneficio o apoyo a la realización de su actividad, la encuesta incluyó un par de preguntas para averiguar si se daba esa participación y el beneficio que les reportaba.

Los datos levantados mediante la encuesta revelan que solamente 21 de los 30 productores que constituyen la muestra manifiestan estar adscritos a alguna organización. Ahora, los GD asociados tienen en su mayoría sólo un familiar registrado en alguna de las cooperativas (81%), como puede verse en el Cuadro 34. Sin embargo, se encontraron tres GD que tenían dos familiares asociados (14%) y otro GD en el que había cinco miembros asociados por GD (padre e hijos).

Cuadro 34. Número de personas asociadas a organizaciones de producción por grupo doméstico

Número de socios por familia	Número de grupos domésticos	Porcentaje (%)
1	17	81
2	3	14
3	0	0
4	0	0
5	1	5
Total	21	100

Elaboración propia con base a la información recabada en campo, 2010.

Las respuestas de los encuestados señalan que su participación se distribuye en cuatro organizaciones: Unflortex, Texcoflor, Xochitlali y Flores Selectas de Tequexquahuac. A continuación se describen los aspectos más relevantes de las cuatro organizaciones florícolas encontradas en la comunidad de estudio:

1. Unión de floricultores de Tequexquihuac (UNFLORTEX)

Es una cooperativa que surgió en 1991 con 120 socios, para 1994 sólo quedaban 35 miembros; para agosto de 2009 tenía 19 socios. Entre los motivos de deserción se encuentran documentados por Soria y Escobar (1995) la falta de pago de cuotas (lo cual es motivo de cancelación de los derechos y obligaciones del socio/a), otras actividades socioeconómicas de la persona asociada, así como la desilusión al no conseguir recursos económicos que permitieran el equipamiento de los invernaderos.

Los objetivos de la organización se enlistan a continuación:

- a) Organizar a todos los productores (sic) de flor de Texcoco, con el fin de facilitar la comercialización de sus productos en el mercado nacional e internacional.
- b) Obtener la representatividad necesaria para gestionar ante las autoridades correspondientes los apoyos legales, financieros, técnicos o de cualquier otra índole que coadyuven a la explotación y comercialización de flores en la región de Texcoco.
- c) Tratar todos los aspectos jurídicos y comerciales relacionados directa o indirectamente con los objetivos de la asociación.

Los socios de esta organización se reúnen mensualmente en un local comercial localizado sobre el circuito interno del poblado. Entre sus principales logros se encuentra la obtención y conservación de un espacio en la central de abasto de Iztapalapa; además de la obtención de asesoría técnica por parte de instituciones públicas en el manejo de plagas y enfermedades.

2. Unión de productores de flores, hortalizas y artesanías de Texcoco, Sociedad Cooperativa TEXCOFLOR.

Es la más grande de las organizaciones del Consejo Regional de la Flor, tiene presencia en seis comunidades: Santa María Nativitas, Tequexquinahuac, San Pablo Ixayoc, San Diego, Santa Catarina del Monte y San Dieguito Xochimanca; y cuenta con 139 personas afiliadas. Esta organización tiene como objetivo evitar el intermediarismo y construir un mercado regional que les permita obtener un mejor margen de utilidad. Por ello, agrupa tanto a productoras y productores de flores, como de hortalizas y artesanías.

El requisito para pertenecer a esta organización es producir productos agropecuarios o artesanías en alguna comunidad texcocana y ser socio de alguna de las organizaciones que la integran. Para cumplir sus objetivos la cooperativa adquirió un espacio en Texcoco, el cual se localiza a la salida al poblado de San Felipe, antes del puente que comunica a ambas comunidades. Pese a que la organización tiene ya más de tres años, la infraestructura es escasa, ya que sólo cuentan con un techo de lámina que cubre todo el espacio y una barda perimetral. La construcción de locales y cámaras frías no ha sido consolidada; por ello, cada persona asociada debe aportar \$50.00 mensuales para mantenimiento del espacio y la construcción de la infraestructura pendiente.

Otro de los problemas que enfrenta la organización es que no todos los socios y socias participan, pues algunas personas sólo son socias de palabra y aparecen en la lista pero realmente no producen, o producen una parte del volumen que comercializan y compran otro tanto para cubrir la demanda durante todo el año. El hecho de que sólo se hayan anotado como socios y no participen se debe a que buscaban asegurar un espacio donde vender, porque algunas habían recibido apoyos gubernamentales para la producción (por ejemplo construcción o ampliación de invernaderos) y era requisito indispensable presentar alternativas donde ofertar la

producción; sin embargo, algunos sólo consiguieron el apoyo y se repartieron el equipo o dinero obtenido, otros empezaron a trabajar juntos y al cabo de un tiempo decidieron disolver su grupo de trabajo por diversas causas, entre ellas: riñas entre miembros y ambición por apropiarse del recurso de manera personal.

El esquema de individualismo observado en la comunidad de estudio ha sido documentado por Martínez (2004) en otros países latinoamericanos, en los que el autor afirma que las prácticas comunitarias, que han sido consideradas la base de las relaciones campesinas andinas se han deteriorado hasta el grado de que predominan los intereses familiares a los comunales. La razón que argumenta, son las nuevas condiciones económicas del modelo económico prevaleciente en que se desenvuelven las comunidades y familias, debido a que las actividades socioeconómicas han cambiado y las agropecuarias no son la labor principal de los núcleos rurales. También porque se ha incrementado la proletarización de los comuneros en las zonas de fuerte influencia capitalista. De hecho, cita la provisión de mano de obra barata para la floricultura de exportación en Ecuador y sus problemas redistributivos.

3. Flores selectas de Tequexquihuac

Es una sociedad cooperativa de R. L. de C. V. que desde hace seis años (2005) agrupa a 3 productoras y 19 productores de Tequexquihuac. Estas personas producen rosa de corte en una superficie 5,000m². Los objetivos que persigue esta asociación son la producción y comercialización de rosas de corte tanto dentro como fuera del país. Estiman producir 2,000 docenas de rosas por semana para exportar a las ciudades norteamericanas de Nueva York y Los Ángeles. Al momento de la investigación se encontraban iniciando la preparación del terreno para la construcción del invernadero. A la fecha producen rosas y las venden localmente.

La organización cuenta con registros tanto contables como administrativos y aunque es una organización muy joven tiene pequeños logros sostenidos y cuentan

con planeación tanto a corto como mediano y largo plazo. Desafortunadamente carece de procesos de evaluación interna.

Probablemente una de las grandes bondades de esta agrupación es el hecho de que es muy joven y los socios han visto cristalizar algunas de sus metas, pues a mayo de 2011 ya contaban con plantaciones de rosa y venta local.

4. Sociedad cooperativa floricultores de Texcoco, Xochitlali

Es una asociación de responsabilidad limitada y capital variable (R. L. de C.V.) que agrupa a 35 productoras y productores de nueve comunidades texcocanas (Santa María Nativitas, San Pablo Ixayoc, La Resurrección, Santa Catarina del Monte, San Diego, San Jerónimo Amanalco, San Dieguito Xochimanca, San Juanito y Tequexquinahuac); sólo 17 socias y socios residen en Tequexquinahuac.

Los objetivos que persigue esta asociación son:

- a) Conjuntar esfuerzos que permitan ser más eficientes en la comercialización de su producción.
- b) Generar un mecanismo que permita aprovechar integralmente los recursos y lograr la capitalización a mediano plazo.
- c) Consolidar la organización de productores de ornamentales, generando una experiencia exitosa de manejo empresarial y tecnificado de las unidades de producción.
- d) Ser sujetos de apoyos gubernamentales.
- e) Capacitación constante que contribuya a la diversificación de especies con mayor potencial productivo.

Al momento de ser entrevistados, algunos socios refirieron que su principal objetivo era vender en la central de Abasto de Iztapalapa y que después de muchos esfuerzos lograron posicionarse en dicha plaza; sin embargo, la conservación del lugar se convirtió en un logro individual. Otro aspecto que llama la atención en esta

agrupación es que cuentan con material impreso (un tríptico) en el que se presentan como floricultores y floricultoras, mencionan sus objetivos, listan sus nombres, especies de flores que producen, dirección física y electrónica.

De acuerdo con la clasificación de organizaciones propuesta por Lundy *et al.*, (2004) las organizaciones estudiadas se encuentran en vías de fortalecimiento pues aunque todas cuentan con figura jurídica, no tienen logros sostenidos durante todos los años, sus registros contables y administrativos son deficientes; y carecen de procesos de evaluación y planeación. Además, ninguna organización cuenta con alianzas con otros actores primarios ni secundarios que les permita consolidación y crecimiento en las cadenas florícolas. Este hecho, desde la visión de equidad propuesta por Flores y Lindo (2005) refleja que las organizaciones de floricultoras/es con presencia en la comunidad de estudio no promueven la equidad entre las personas asociadas ni en su relación con los compradores.

Esa afirmación se refuerza en el hecho de que, en el estudio colaboraron productoras y productores que actualmente de manera independiente, pero en el pasado formaron parte de alguna asociación, pero desertaron porque no se satisfacían sus expectativas, o bien porque el ser socia o socio implica un compromiso que requiere de tiempo, dinero y esfuerzo, que ya no estuvieron dispuestos a invertir.

Durante el tiempo que duró la investigación, pudo apreciarse el hecho de que socias y socios participan de las reuniones mensuales de sus organizaciones (porque de no hacerlo se hacen acreedores a una multa económica), cumplen con las cuotas pactadas y hasta asisten a eventos organizados por el CRFOEM o el ayuntamiento; pero no todas son realmente floricultoras. Así mismo, 100% de las y los encuestados afirmaron no participar en las reuniones del CMFOEM.

Otro aspecto relevante es el hecho de que ninguna de las organizaciones funcionan como empresas locales formales que impulsen la comercialización y

consumo local, pues cada persona trabaja y comercializa individualmente o con amigos y familiares pero no como socios; además, no llegan a utilizar eficientemente los factores productivos, por ejemplo existen periodos de inactividad en los invernaderos. No se generan economías de escala, ni siquiera en la adquisición de insumos por parte de las organizaciones de productores, ni tampoco se busca aumentar la productividad a niveles que permitan mejorar la competitividad.

Al momento de la investigación se contactó a los líderes de las cooperativas y se acudió a las reuniones mensuales que llevan a cabo, con la finalidad de invitarlos a colaborar en el estudio y apoyarles con un taller de conservación de flores cortadas. Aunque al momento de la invitación los cuatro presidentes de las organizaciones aceptaron participar en el estudio, y de hecho comprometieron a sus socios en colaborar, al momento de iniciar la aplicación de cuestionarios, no todos accedieron a responderlos. El hecho muestra falta de respeto a los acuerdos al interior de las organizaciones y cansancio de las personas para colaborar en investigaciones.

El Cuadro 35 muestra los totales de socios de Tequexquihuac por cada organización, la cantidad de personas que respondieron los cuestionarios y su equivalencia en porcentaje. Se aprecia que la muestra puede ser considerada como representativa de las condiciones de producción de las personas asociadas y también de la comunidad pues se muestreó 30% de la comunidad, es decir, 30 GD.

Cuadro35. Personas asociadas que colaboraron en la investigación

Organización	Personas encuestadas	Total de personas asociadas que viven en Tequexquihuac	Porcentaje (%)
Xochitlali	8	9	88.8
Texcoflor	28	31	90.3
UNFLORTEX	10	13	76.9
Flores Selectas de Tequexquihuac	12	22	54.5

Fuente: Elaboración propia con base a la información de campo, 2010.

Con el objetivo de poder observar los beneficios que tienen y utilizan las personas asociadas que colaboraron en el estudio se elaboró el Cuadro 36. En el que

puede apreciarse que los beneficios comunes que ofrecen a sus agremiados son: todas ofrecen un espacio para vender en el mercado de San Felipe, así como capacitación gratuita al acercarse como grupo a instituciones públicas.

Cuadro 36. Beneficios recibidos y ejercidos por las personas asociadas a organizaciones florícolas

Número de personas asociadas por familia	Asociación a la que pertenecen	Beneficios			
		Capacitación	Asesoría técnica gratuita	Venta en el mercado de San Felipe	Venta en la central de abasto de Iztapalapa
1	Fst	Si	No	no	
1	Fst	Si	No	No	
1	Fst	Si	No	No	
1	Fst	Si	No	No	
1	Fst	Si	No	No	
1	Fst	Si	No	No	
1	Fst	Si	No	Si	
1	Fst	Si	No	Si	
2	fst y unflortex	Si	No	si	
2	fst y unflortex	Si	No	No	
1	unflortex	No	No	No	No
2	unflortex	No	No	No	Si
1	unflortex	No	No	No	Si
1	unflortex	Si	No	No	Si
1	unflortex	No	No	No	Si
1	unflortex	No	No	No	Si
1	unflortex	No	No	No	Si
1	xochitlali	Si	si	Si	si
5	xochitlali	Si	no	No	si
1	xochitlali	No	si	No	si
1	xochitlali	si	si	No	si

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Las diferencias son las siguientes: Flores Selectas de Tequexquinahuac recibía asistencia técnica gratuita; Unflortex, ofrece la oportunidad de vender en la central de abasto de Iztapalapa. Los socios de Xochitlali recibían al momento de la

investigación asesoría técnica y capacitación, así como la oportunidad de vender en la central de abasto.

Algunos socios de UNFLORTEX y Xochitlali han recibido maquinaria y equipo pero sólo dos socios encuestados dijeron haber recibido este beneficio.

Seis de los GD encuestados no ejercen su derecho a vender en la central de abasto o el mercado de San Felipe porque carecen de vehículo, por lo que venden a intermediarios su producción. Aunque un socio mencionó que prefiere vender a intermediarios (80% de su producción), porque tiene un negocio que no quiere descuidar, y sólo vende en San Felipe cuando tiene tiempo, ganas o necesita dinero de inmediato.

Los hechos citados muestran que es necesario que las organizaciones (socios, socias y mesas directivas) cumplan con los objetivos que las hicieron nacer, y crear además nuevos mecanismos para enfrentar sus problemas y exigir a las instituciones que cumplan con sus obligaciones para contar con el acompañamiento que teóricamente y en estatutos tienen los diversos actores. Ello les permitiría integrarse horizontalmente y formar un frente unido para enfrentar mejor los vaivenes del mercado y la economía globalizada, y además avanzar hacia una integración vertical que como mencionan Lundy *et al.*, (2004) -respecto a los sistemas agroalimentarios- están cambiando hacia la integración vertical con el objetivo de garantizar calidad, abastecimiento continuo y precios más competitivos. Además de que sería bueno que las asociaciones de floricultoras y floricultores ejercieran el poder grupal como una estrategia que les permitiera obtener en conjunto lo que no pueden obtener de manera individual.

6.5.4. ORGANIZACIÓN DEL GRUPO DOMÉSTICO PARA LA COMPRA DE INSUMOS

La compra de insumos se realiza por los varones del GD, se descubrió que no se realizan economías de escala en la adquisición de ningún insumo. De hecho, se encontró que en la búsqueda de precios bajos en los agroquímicos lleva a 10% de los GD encuestados a adquirir sus productos en otras ciudades como son: Villa Guerrero, Tepic o Toluca.

6.5.5. ORGANIZACIÓN DEL GRUPO DOMÉSTICO PARA EL TRANSPORTE Y LA COMERCIALIZACIÓN

A fin de dar seguimiento a las flores cultivadas por los GD encuestados y para conocer cómo se construyen de las cadenas se les preguntó si transportaban la producción, en qué tipo de vehículos (propios o rentados) y el cuidado de la misma. Con las respuestas obtenidas se construyó el Cuadro 37, en el que puede verse que la mayoría (63.3%) transportaba su cultivo al punto de venta y poco más de un tercio de las personas encuestas (36.7%) no transportaba.

Cuadro 37. Transporte de la producción y tipo de vehículo empleado por los grupos domésticos

Tipo de vehículo	Cantidad de unidades de producción	Porcentaje
Vehículo propio adaptado	11	36.7
Vehículo propio no adaptado	5	16.7
Vehículo rentado adaptado	1	3.3
Vehículo rentado no adaptado	2	6.7
No transporta	11	36.7
Total	30	100.0

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Las respuestas indican que 11 GD dijeron no transportar sus flores, las razones eran diversas como: la carencia de vehículo –como es el caso de siete de los GD encuestados no tenían vehículo-, a que el comprador se encarga del transporte o a

que el vehículo que poseían no tenía la capacidad requerida para trasladar la producción.

También se pudo apreciar que 10% de los GD encuestados contrataban servicio de transporte de su flor; 3.3% rentaba un vehículo adaptado y 6.7% rentaba un vehículo no adaptado.

También se les preguntó a las personas encuestadas la frecuencia con que realizaban el transporte de su producción, los resultados se presentan en el Cuadro 38, en donde puede verse que 33.3% (10GD) transporta flores de manera semanal, principalmente a la central de abasto de Iztapalapa. Veinte por ciento (6GD) de las personas encuestadas dijeron que transportan su producción mensualmente, mientras que 10% (3GD) lo realizan por ciclo o temporada.

Cuadro 38. Frecuencia de transporte de la producción en los grupos domésticos encuestados

Frecuencia del transporte de la producción	Número de grupos domésticos	Porcentaje (%)
Semanal	10	33.3
Mensual	6	20.0
Ciclo o temporada	3	10.0
No transporta	11	36.7
Total	30	100.0

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Se obtuvo que 43% de las personas encuestadas dijo no saber cuánto invierten en combustible para el transporte y cultivo de las flores. Una de las razones es porqué realizan otras actividades como el pago de servicios al municipio o compras de otro tipo cuando distribuyen las flores. Y otra razón es que realmente no contabilizan los costos de producción. De las personas que dijeron contabilizar el gasto, 17% consideró gastar entre \$100.00 y \$250.00 por entrega y uno de los encuestados dijo invertir \$1,000.00 por año.

Por el concepto de pago de piso para ventas en la central de abasto de Iztapalapa se encontró que los oferentes gastaban \$100.00 por venta, más \$10.00 por servicio de limpieza del área y algunos sobornos. Mientras quienes venden en el mercado de San Felipe pagan \$130.00 por mes, incluidos los servicios de agua, luz, sanitarios y limpieza.

Los gastos por alimentación cobran importancia sobre todo cuando se realizan ventas en la central de abasto y en el mercado San Felipe. Esto se debe a que cuando las ventas se realizan en la central de abasto, implica hacer una o dos comidas fuera de casa porque hay que salir de la comunidad más o menos a las 18:00h y regresar a las 13:00 o 14:00h del día siguiente.

Respecto al mantenimiento tanto del invernadero como de los vehículos para transportar la cosecha se encontró que: 80% no considera el concepto, 7% dijo gastar entre \$50.00 y \$100.00/año; mientras que 13% gastan \$1,000.00 y \$2,000.00 por año. La información proporcionada muestra que no se considera el mantenimiento preventivo, sino sólo el correctivo. Sería bueno en futuros estudios tomar en cuenta la vida útil de estos recursos para realizar proyecciones y calcular mejor las ganancias reales de la floricultura en los GD.

Se encontró que los puntos de venta en que los GD ofertan sus flores son cinco: la Central de abasto de Iztapalapa (en el Distrito Federal), el mercado San Felipe (en Texcoco), sus propios invernaderos, florerías (de Texcoco y Tultitlán, Estado de México) y la casa del productor, como puede verse en la Figura 24. La diferencia entre vender en invernadero o vender en casa del productor/a se refiere a que en el primer caso el comprador es un mayorista y en el segundo se refiere a ventas al consumidor final.

Los puntos de venta que utiliza cada GD van de uno a tres, aunque la media corresponde a 1.4, el mínimo es de uno y el máximo de tres (Cuadro 39). La mayoría de los GD tiene sólo un punto de venta (63% o 19 GD), seguidos de los que tienen dos (10 GD o 33.3%) y lo menos frecuente es encontrar GD que ubican su producción en tres diferentes puntos de venta.

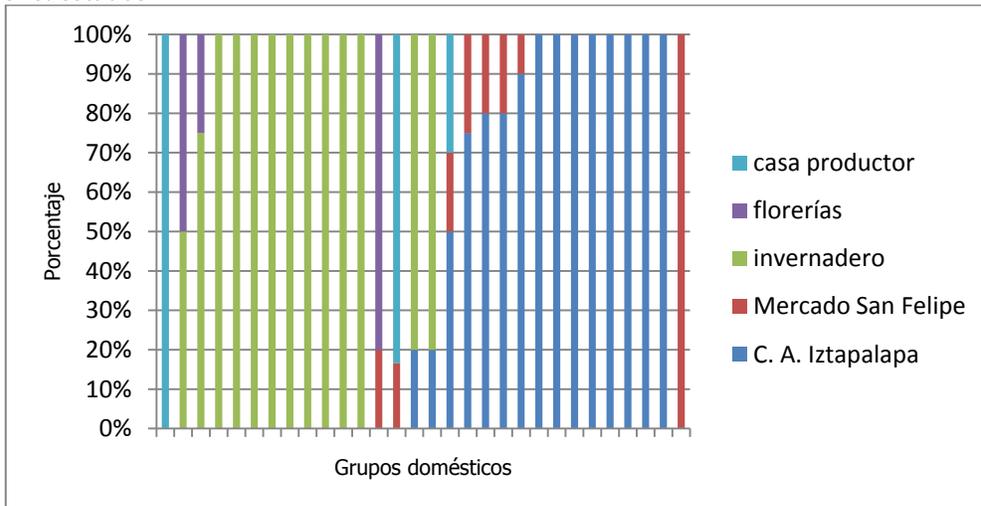
Cuadro 39. Puntos de venta de los grupos domésticos encuestados

Puntos de venta	Número de grupos domésticos	Porcentaje
1	19	63.3
2	10	33.3
3	1	3.3
Total	30	100.0

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Los porcentajes destinados a la central de abasto van de 20% a 100%, como puede verse en la Figura 20 de patrón de ventas. De los GD encuestados, 15 venden directamente en el lugar mencionado por lo menos una vez por ciclo y hasta tres veces por semana. Algunos destinan toda su producción a este lugar (8GD) y otros colocan entre 90 y 20%, complementando sus ventas en el mercado San Felipe (4GD) y dos GD venden hasta 80% a mayoristas que acuden a su invernadero. Y se encontró un GD que vende en la central de abasto, el mercado San Felipe y su casa (50, 20 y 30% respectivamente).

Figura 18. Porcentaje de producción destinada a cada punto de venta por los grupos domésticos encuestados



Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Las razones para vender en la central de abasto de Iztapalapa fueron los grandes volúmenes que se manejan (nueve personas) y que consideran que el precio de venta es mejor (seis personas).

El mercado San Felipe es principalmente complementario al de la central de abasto. En él se coloca comúnmente entre el 10 y el 25% de la producción de los GD encuestados (siete), pues sólo un GD vende toda su producción allí.

Las razones para vender en este lugar fueron: cercanía a la comunidad – porque implica bajos costos de transporte y desgaste físico-; volumen –porque es un mercado conocido al que acuden intermediarios de la región- y porque pueden vender su producción vieja –porque debido a la cercanía entre el mercado y la comunidad, en este lugar pueden vender la flor que no vendieron en la central de abasto-. Algunas otras razones mencionadas fueron: comodidad, seguridad y seriedad.

En lo que respecta a las ventas en el invernadero, éstas se realizan a intermediarios por 12 GD que venden entre 80 y 100% de su flor a estas personas, mientras que un GD vende 50% en invernadero y 50% florerías.

Las razones para vender su flor a intermediarios y no transportar fueron: comodidad (8 personas) y por falta de vehículo (5 personas). Quienes mencionaron la comodidad como razón para vender en invernadero dijeron tener: un convenio con un compadre que vende en la central de abasto desde hace mucho tiempo, animales que atender en su casa, edad avanzada, empleo - en el CP, como albañil-, atender un negocio y alguien más afirmó que porque no le gusta vender.

Se encontró también a cuatro GD que venden a florerías entre 25 y 80% de sus flores; éstos GD complementan sus ventas a intermediarios y al mercado San Felipe.

Entre las razones para vender a floristas se encontraron: un convenio que tiene un GD desde hace varios años que da seguridad en ingresos a su familia porque el precio es constante durante todo el año y porque tienen mucha confianza en su comprador (aceptan pago diferido o con cheque); otros GD dijeron que sólo venden a floristas cuando: tiene tiempo porque es empleado del CP y otro sólo vende a florerías cuando necesita dinero rápido porque le pagan al contado.

6.6. RECURSOS INMATERIALES CON QUE CUENTA EL GRUPO DOMÉSTICO

En este apartado se mencionarán los recursos inmateriales con que cuentan los GD encuestados, como son: la toma de decisiones, capacidades para la producción y acondicionamiento, así como la capacitación que han recibido para la producción de flores.

6.6.1. TOMA DE DECISIONES AL INTERIOR DEL GRUPO DOMÉSTICO

De la información obtenida en talleres y entrevistas se desprendió que la mayor parte de las decisiones relacionadas con la producción y comercialización de flores las toman los varones (69%; ver Cuadro 40). Las decisiones de las mujeres se centran principalmente en el cuidado de la planta, aunque también participan en qué producir y la venta de flores.

Cuadro 40. Matriz de distribución de recursos y beneficios

Aspecto	Quién decide		Quién lo hace		Quién decide cómo se usa el dinero		Total
	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones	
Qué producir	2	5	3	4	2	3	19
Compra de esquejes	1	4	3	5	2	3	18
Compra de insumos	1	4	1	4	2	4	16
Cuidado de la planta	4	5	4	4	3	3	23
Venta de la flor	2	4	4	5	4	3	22
Total	10	22	15	22	13	16	108

Fuente: elaboración propia con base a la información obtenida de los talleres, 2010.

Cabe mencionar que la decisión de qué producir la toman las mujeres solas cuando su pareja no se encuentra en casa, o cuando ellas se encargan del proceso en su totalidad. Normalmente son los varones quienes toman la decisión de dónde o a quién vender, sólo una pareja mencionó en entrevista que se ponen de acuerdo sobre qué producir:

“nosotros (ella y su esposo) platicamos que vamos a echarle (al terreno) esta vez (ciclo de cultivo) de acuerdo a como haya estado el precio en la última venta. Si el precio del crisantemo estuvo muy bueno y producimos eleonora, pues cambiamos a crisantemo” (Ana).

La toma de decisiones de las mujeres en la venta de flores principalmente se realiza cuando el comprador va directamente a la casa o cuando ellas salen a vender al consumidor final. Esto lo hacen de manera informal realizando la venta de casa en casa en la ciudad de Texcoco.

"sólo vendemos al consumidor final cuando mi esposa quiere salir a vender en la calle o de casa en casa" (Miguel).

En cuanto al trabajo que implica la producción de las flores, las mujeres participan con 40% de las actividades y los varones con 60%. Exceptuando la compra de esquejes e insumos (actividades que se realizan en el ámbito público), las actividades las realizan tanto hombres como mujeres, los hombres participan más en las labores culturales que requieren mayor fuerza física (preparación del terreno y aplicación de agroquímicos) y ellas en las que requieren mayor cuidado y destreza manual (desbotonado y manejo). Probablemente, el hecho muestre que las mujeres de la comunidad de estudio sufren la segregación por sexo, no porque se les considere incapaces, sino porque tradicionalmente, esas actividades, han sido realizadas por varones.

Las mujeres productoras se encuentran pendientes de las necesidades del cultivo, la aparición de plagas y enfermedades, pero la gran mayoría consulta a su pareja para tomar la decisión de qué producto o actividad realizar. En parte tal vez porque la compra y aplicación de agroquímicos la realizan los varones y otro tanto porque ellas se muestran inseguras de sus conocimientos técnicos.

"cuando veo que le está llegando la enfermedad a la planta reviso bien y le digo a mi marido para que cheque y vaya a comprar el producto" (Ana).

Normalmente son los varones del grupo doméstico quienes deciden y aplican los agroquímicos, aunque ellas sean quienes detectan los problemas fitosanitarios:

“si veo que algo anda mal con la planta le aviso a mi cuñado o a mi suegro para que vengan a aplicarle producto, pues ellos son los que saben qué le echan y cómo” (Delia).

“cuando ando cortando o desbotonando y me fijo que ya le está cayendo roya o alguna plaga le digo a mi esposo para que mande al señor que le ayuda y ponga el producto” (Jazmín).

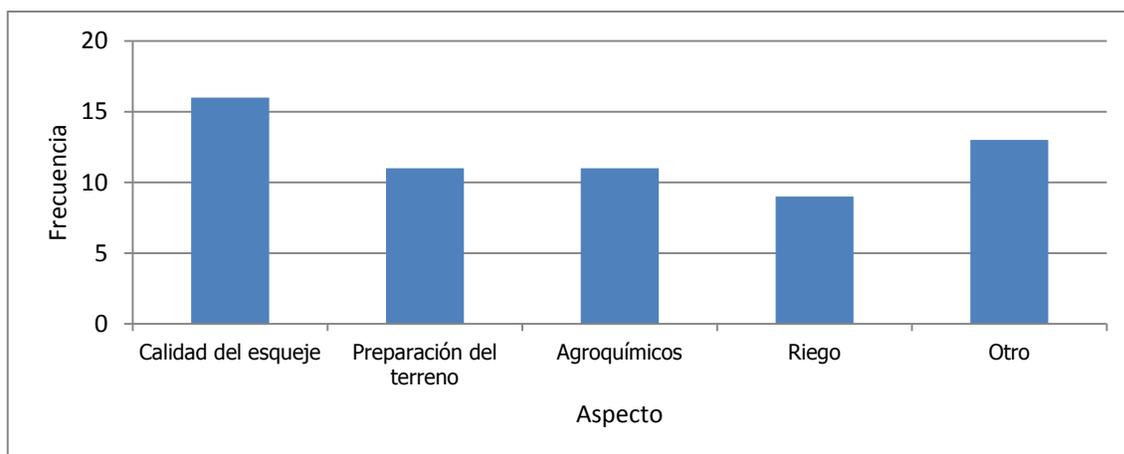
En lo que respecta a la toma de decisiones, quienes producen deciden: qué producir, el momento en que se debe sembrar, aplicar agroquímicos y momento de corte; sin embargo, el precio lo decide el comprador y por tanto, productoras y productores de ningún tipo tienen más opciones que decidir entre ese comprador o buscar otro.

Otro aspecto que la productora o el productor puede decidir son sus proveedores; sin embargo, en Texcoco los productores/as entrevistados sólo acuden a dos casas de agroquímicos.

6.6.2. CAPACIDADES PRODUCTIVAS Y CAPACITACIÓN

En cuanto a las capacidades productivas y la capacitación, éstas pueden ser consideradas como recursos inmateriales de acuerdo con Flores y Lindo (2005). En la investigación realizada se preguntó a productoras y productores sobre cuales consideran los aspectos más importantes para producir flores de calidad las respuestas se centraron en: calidad del esqueje, preparación del terreno, aplicación de agroquímicos y el riego. La Figura 19 muestra las capacidades de quienes producen flores y la importancia que algunos aspectos relativos a la producción tienen para ellas. Aunque hubo personas que mencionaron algunos otros aspectos como: el capital, la infraestructura, nutrición, trabajo constante y llevar registros de trabajo y gastos.

Figura 19. Aspectos de mayor impacto en la producción de flores de calidad



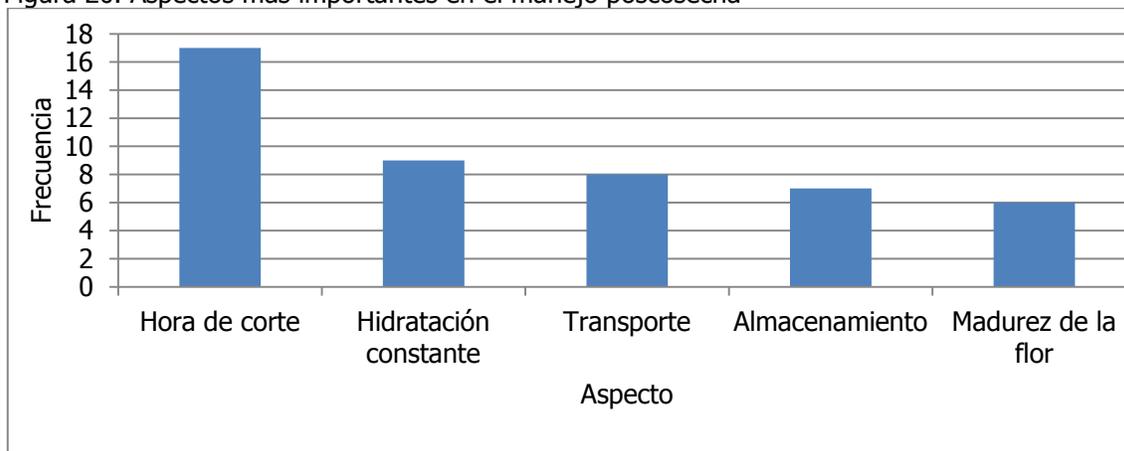
Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Cabe mencionar que la gente que colaboró en el estudio está muy consciente de que la calidad de la flor y la constancia ante el comprador son factores clave para posicionarse en el mercado.

Como factores importantes del manejo poscosecha destacan: la hora corte, la hidratación constante y las condiciones de transporte. Sin embargo, es crucial recordar que aunque se mencionaron como los factores más importantes, pocas son las medidas adoptadas para evitar el daño a las flores, pues el único aspecto que se cuida invariablemente es la hora de corte, ya que éste se realiza muy temprano (entre las seis y las ocho de la mañana) o bien en la tarde (después de las siete de la noche) para evitar el marchitamiento.

No se emplean transportes refrigerados ni contenedores con agua; sólo en algunos casos se envuelve la parte inferior del tallo en papel periódico, especialmente cuando las flores se destinan a florerías. De tal manera que aunque la temperatura ambiente y la hidratación continua se mencionaron como factores importantes para la cuarta parte de las encuestadas y encuestados pocas personas son congruentes con las prácticas poscosecha pertinentes (Figura 20).

Figura 20. Aspectos más importantes en el manejo poscosecha



Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

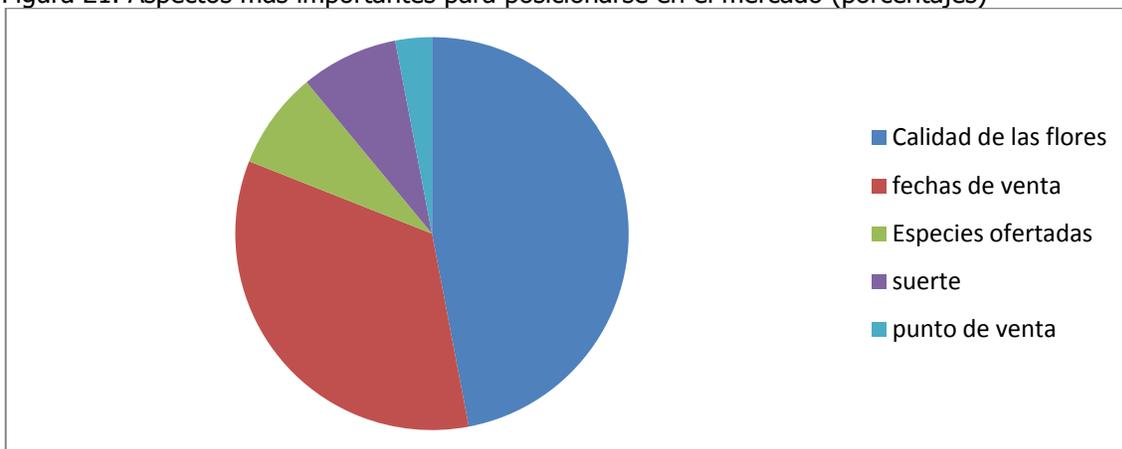
La hidratación continua es considerada importante, sin embargo, sólo 16.7% de las unidades de producción dijeron mantener las flores en agua todo el tiempo desde el corte hasta la venta. Algunas personas mencionaron que todos los aspectos son importantes y fueron quienes producen las flores de mejor calidad. De ello dan cuenta los siguientes testimonios:

"yo no tengo problemas para vender, la verdad hasta me buscan..." (Juan Manuel)

"hace 5 años que tengo el mismo comprador, como él dice: "desde hace cinco años nos enamoramos de usted y seguimos teniendo la misma calidad de flores" (Ernesto)

Otro aspecto abordado en la investigación fueron los considerados como más importantes para posicionarse en el mercado, se les mencionó una lista de elementos, se les pidió que la ordenaran de mayor a menor importancia y de ser necesario agregaran otro. Los elementos que consideraron más importantes se concentran en la Figura 21, donde puede verse que las respuestas se concentraron en la calidad de las flores (47%) y las fechas de venta (34%); aunque las especies de flores ofertadas (8%) y algunos otros factores como la suerte (8%) se consideraron antes que el punto de venta (3%). Así mismo uno de los encuestados dijo no saber cuál es el aspecto más importante para colocarse y mantenerse en el mercado.

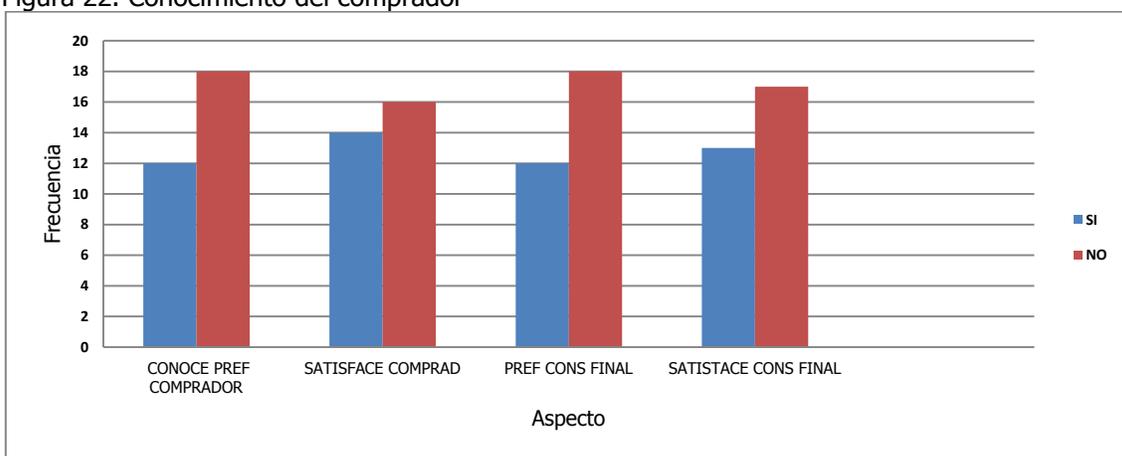
Figura 21. Aspectos más importantes para posicionarse en el mercado (porcentajes)



Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Al preguntarles si conocen las preferencias del comprador y del consumidor final sólo 47% respondió que sí (Figura 22). Esa respuesta muestra que quienes producen no están al tanto de lo que busca el comprador de flores, pues al parecer se han dejado llevar por la inercia de la producción. De hecho, sólo 40% dijo satisfacer las necesidades del comprador, dato que fue proporcionado por quienes están mejor posicionados en el mercado.

Figura 22. Conocimiento del comprador



Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

La Figura 22 muestra la falta de articulación entre los actores de la cadena, pues se produce sin conocer las preferencias del consumidor, y por tanto se compra

lo que se encuentra y no lo que se desea. Ello muestra la falta de un ente que sea capaz de conciliar los intereses y llegue a crear una cadena de valor con los actores que hasta hoy se encuentran trabajando en solitario.

La gran mayoría de las personas encuestadas (90%) aprendieron a producir flores de manera informal (ver Cuadro 41) mediante la práctica, asesoría y supervisión de familiares (56.7%), amigos o jefes (33.3%); sólo dos personas dijeron haberla recibido mediante la educación formal (6.7%) y una persona aprendió de un productor (3.3%) que le cobró la enseñanza. De hecho, ésta fue la única que realizó un pago por su aprendizaje.

Cuadro 41. Capacitadores de las personas encuestadas

Capacitador	Frecuencia	Porcentaje (%)
Un familiar	17	56.7
Un particular	1	3.3
Una Institución pública	2	6.7
Otra	10	33.3
Total	30	100.0

Fuente: Elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

A algunas personas sólo les enseñaron durante un ciclo (3 meses) y a otras dos o tres años (50.9%). Esto se debe a que hay mucho recelo de parte de las personas más experimentadas para enseñar todo lo que saben respecto al manejo del cultivo, fórmulas de fertilización y hasta el control de plagas y enfermedades.

De las personas encuestadas, el 53.3% de las floricultoras y floricultores encuestados han recibido cursos de capacitación que les han sido impartidos por el Colegio de Postgraduados o la Universidad Autónoma Chapingo o despachos de servicio profesional.

Los cursos que han tomado los y las floricultoras principalmente fueron dirigidos a manejo del cultivo de crisantemo o técnicas de producción (33.4%),

control de plagas y enfermedades (10%), mercado (6.7%), cultivo de rosas (16.7%) y edafología (3.3%).

Las personas que colaboraron en el estudio tienen interés en seguir aprendiendo mediante cursos gratuitos (86.7%). Al preguntarles los temas que más les interesan resaltan los siguientes: arreglos florales, deshidratación de flores, control fitosanitario, cultivo de otras ornamentales (bulbos y rosas), manejo de insumos, nutrición, manejo poscosecha y comercialización. Sin embargo, al final de los talleres se les invitó a uno gratuito sobre utilización de soluciones preservativas para prolongar la vida poscosecha de las flores y de las 37 personas invitadas sólo asistieron cuatro mujeres y dos varones.

Otro aspecto de vital importancia además de las capacidades y capacitación que productores y productoras tienen en aspectos técnico-productivos, es su necesidad de conocimientos en poscosecha, mercado y valor agregado, pues como mencionan Flores y Lindo (2005) la generación de valor debe incluir además de la producción, la venta, el consumo y el reciclado. Pues el nivel de articulación y funcionamiento entre cada eslabón permitirá un funcionamiento real como mecanismo interactivo de doble vía que dará lugar a la creación y capitalización de valor agregado en la cadena.

6.7. PROBLEMAS QUE ENFRENTAN LOS GRUPOS DOMÉSTICOS

Con el objetivo de conocer la problemática que enfrentan los GD se preguntó a las y los encuestados cuál consideraban su principal problema como floricultor(a); las respuestas se agruparon desde el enfoque de Flores y Lindo (2005) de la siguiente manera: endógenos (69%) y exógenos (31%). Los problemas exógenos están relacionados con el entorno en que se desarrollan las cadenas, mientras que los endógenos se relacionan directamente con el manejo de los recursos de la empresa,

que en el caso de estudio son los recursos materiales e inmateriales con que cuentan los grupos domésticos.

Entre los problemas clasificados como endógenos se presentan de: marketing, tecnológicos y recursos humanos. Dentro de los problemas de marketing se encuentran: el precio de venta (20.6%), el punto de venta (6.9%) y la sobreoferta (3.5%). Los problemas tecnológicos que afectan a los y las encuestadas hay carencias de vehículo (10.3%) y calefacción (6.9%). En lo referente a recursos humanos, 3.5% de las personas encuestadas mencionaron que su principal problema es su edad avanzada.

En los problemas exógenos citados por las mismas autoras, se encontró que en la comunidad de estudio las cadenas florícolas se desarrollan en un entorno de libre mercado en el cual el Estado se ha apartado del sistema de manera tal que no se cuenta con políticas proteccionistas, leyes ni incentivos directos a la producción ni a la comercialización. El actuar institucional se refleja directamente en el precio de venta de las flores (20.6%) y todos los bienes (insumos 10.3%) y servicios requeridos para la producción, debido a la variabilidad de los mismos y la incertidumbre que genera desconocer a cuánto se cotizará el producto a vender. El precio puede ser considerado como un aspecto socioeconómico producto de la interacción de las personas y los bienes-servicios que se ofertan en el mercado.

La falta de participación del Estado se refleja en otros aspectos destacados por quienes colaboraron en el estudio, esos fueron: falta de apoyo directo-tema que se abordará en el apartado intitulado *Participación del Estado-*, estímulo para la producción de nuevas especies, falta de instalaciones adecuadas para la producción y la comercialización.

Algunos problemas materiales especificados por las y los encuestados pueden ser resueltos en cierta medida aplicando economías de escala en la compra de insumos y favoreciendo la capitalización vía el cooperativismo.

Mientras que los problemas inmateriales (que caen en la categoría de recursos humanos) relacionados con la edad de las personas son ineludibles, pero pueden reconocerse, enfocarse y canalizarse como un recurso valioso en lo que respecta a las habilidades y conocimientos relacionados con la floricultura, es decir, cambiar la visión dejando de considerar el envejecimiento físico como una debilidad y transformarla en una fortaleza tanto para el grupo doméstico como para la cadena y el sistema.

Los resultados de la investigación arrojaron otros problemas muy importantes para las personas encuestadas, éstos no entran en la clasificación presentada por Flores y Lindo (2005) y son los que se relacionan directamente con la producción. Entre los problemas productivos que más preocupan a las personas que colaboraron en el estudio se encuentran: el costo de los insumos (30%), fitosanitarios -mosca blanca, minador, araña roja, trips y palomilla blanca- (30%), infraestructura y tecnología del invernadero (20%), calidad de los esquejes (10%) y manejo de la plantación (10%). Los problemas fitosanitarios y de manejo de la plantación pueden ser aminorados o resueltos mediante capacitación, mientras que la adquisición de insumos e infraestructura pueden resolverse aplicando economías de escala vía las organizaciones de producción.

6.8. OTROS ACTORES PRIMARIOS

Los actores primarios que integran las cadenas florícolas de Tequexquihuahac son: grupo doméstico, intermediarios (acopiadores) y detallistas (floristas). En apartados anteriores se abordó el primer eslabón (GD), ahora se abordarán los

últimos dos eslabones de actores primarios, para continuar al final del capítulo con los actores secundarios encontrados.

6.8.1. INTERMEDIARIOS O ACOPIADORES

Sus funciones en la cadena son: concentrar la producción, transportar y comercializar en la central de abasto de Iztapalapa. Realmente ellos no generan valor a la producción pues las productoras y productores cultivan, cosechan y acondicionan las flores. En estricto sentido, prácticamente todos los encuestados le venden a intermediarios ya que solamente se detectó un caso en el que la venta se hace directamente al consumidor final y otro sólo uno vende a florista. La diferencia estriba en el tipo de intermediario pues mientras que algunos de los encuestados colocan su producción con acopiadores que les venden a pie de invernadero, otros la colocan en el mercado local, en la Central de abasto o con floristas.

A fin de ampliar la visión de conjunto se optó por indagar la manera en que los intermediarios realizan su actividad así como su punto de vista. Los resultados se presentan en los apartados subsecuentes.

Se entrevistó a tres acopiadores que son también floricultores de Tequexquihuac y comunidades aledañas (San Pablo Ixayoc y Santa María Nativitas). En general el acopio y comercialización de flores se realiza por varones, aunque en uno de los talleres realizados con floricultoras, se tuvo registro de una acopiadora de Tequexquihuac que ya no realiza la actividad, al parecer porque era muy informal en su relación y defraudó a todas las presentes, por lo que ya no conseguía flor para vender.

Para abastecerse de flores los compradores van directamente a casa de los y las productoras, compran manojos de flores y los transportan hasta el punto de venta, que es la central de abasto de Iztapalapa; aunque se sabe que hay personas que ofertan en el mercado de Jamaica. La principal diferencia entre estos puntos de

venta es la infraestructura. Los que venden en la central de abasto tienen espacios asignados (por los que tienen que pagar una cuota) en el área de descarga donde se concentran todos los que venden diferentes tipos de flores. Las ventas en el mercado de Jamaica se realizan bajo techo y están más dirigidas al menudeo. Cuando las ventas se hacen en la central de abasto, lo más común es vender a otros mayoristas que vienen de otros estados (Puebla o Morelos) a comprar flores y otros vegetales a la central de abasto, por lo que la producción es transportada más de una vez, lo que encarece el producto y puede demeritar su calidad, pues la flor puede permanecer hasta más de 36h sin agua.

Generalmente los intermediarios o acopiadores sólo se dedican a la compra venta de crisantemo, eleonora, margarita y pompón, pues los productores que cultivan otras especies como lilis o follajes venden en Texcoco o las comercializan directamente en la central de abasto.

En algunas ocasiones los productores buscan a los mayoristas con anticipación a la cosecha y se pacta el volumen y precio de venta de la flor. En otras el comprador busca a productoras y productores conocidos con los que ha trabajado y les pregunta cuantos manojos tendrán para determinada fecha que al mayorista le interesa.

En lo que respecta a la organización, todos los entrevistados son intermediarios son productores asociados a diferentes agrupaciones locales (UNFLORTEX, COYAXI y TEXCOFLOR), este aspecto es un indicador de que se trata de personas que cuentan con una red social importante y con cierta conciencia del trabajo en equipo vía las organizaciones, además de que pueden estar al tanto de los asuntos políticos de la floricultura, así como poder disfrutar de los apoyos que el gobierno proporciona.

Pese a que los intermediarios localizados son también productores, el nivel de confianza entre actores no es muy alto pues 90% no establece convenios y todos

emplean pagos de contado; hecho que puede relacionarse directamente con el nivel de confianza.

Existe cierta hermeticidad por parte de los intermediarios sobre su actividad, mecanismos de acopio y precios; probablemente eso se deba a que su actividad en la cadena es mal vista, o porque sus márgenes de utilidad son mayores de lo que reportan. Sospecha fundada en el testimonio de una productora:

“pues como no tengo en que mover mi producción tengo que buscar un coyote que quiera venir por la flor hasta acá y por lo mismo luego se encajan y quieren pagar menos, porque ven la necesidad...” (Jazmín)

Este testimonio coincide con el de un productor pequeño, a quien le han llegado a modificar el precio pactado porque el comprador se da cuenta de su precaria situación económica y de la imposibilidad de colocar con facilidad en otro mercado:

“para vender, yo sondeo como anda el precio, ofrezco a cualquiera que ande comprando, luego quedamos en un precio, pero cuando se enteran de que no tengo en que moverme hasta me quieren bajar el precio, porque saben que necesito...” (Fermín)

Pero como afirman Lundy *et al.*, (2004) lo más importante en ese eslabón es reconocer que las principales funciones de los intermediarios son las redes de provisión, porque a pesar de ser informales, son organizaciones empresariales que existen y funcionan con algún grado de efectividad en la zona en que operan. Por lo que no se trata de juzgar si son organizaciones buenas o malas para la población meta sino que es importante identificarlas como estructuras empresariales que permiten el funcionamiento de la cadena.

Los acopiadores entrevistados pagan al momento del trato y no prestan ningún tipo de financiamiento previo. Situación que tampoco ocurre con los otros intermediarios con los que operan los floricultores. De tal manera que lo observado

en Tequexquahuac, difiere de lo reportado por Jansen y Torero (2006), quienes al estudiar cadenas ganaderas de valor, encontraron casos donde los intermediarios muchas veces juegan el papel de financiadores, tanto para los productores como para los vendedores pequeños y carniceros de las plazas de mercado de pueblos y ciudades. Dada la estrecha relación entre los eslabones, existe un nivel sustancial de confianza que lleva a que se den estos casos de financiamiento tanto hacia abajo (al productor), y hacia arriba (al detallista).

Los acopiadores que colaboraron en el trabajo afirman que realizan esta función principalmente en temporadas (fechas de mayor demanda: 14 de febrero, 10 de mayo, 1-2 de noviembre y 12 de diciembre) y ocasionalmente en otros periodos.

Un dato importante es que los intermediarios o acopiadores que colaboraron en el estudio realizan además de la producción, acopio y comercialización de las flores, otras actividades socioeconómicas como: emplearse en una empresa productora de esquejes, comercio de abarrotes y otro tipo de producción agropecuaria (engorda de borregos).

Los mayoristas entrevistados afirmaron concentrar mínimamente 100 a 200 manojos de flores para comercializar en la central de abasto de Iztapalapa, pues los costos de traslado, comida, peaje y sobornos, generan un gasto que va de los \$350.00 a \$500.00 por vuelta. En picos de producción suelen vender entre 1,200 y 1,500 manojos por día en la central de abasto, donde acuden tres veces por semana, y en "fechas" hasta una semana consecutiva.

A pesar de que todos son intermediarios, existen diferencias entre ellos, de tal manera que sus principales características y funciones se han concentrado en el Cuadro 42, en el que pueden verse además los riesgos que asumen, sus resultados y problemas más comunes.

Cuadro 42. Características y funciones principales de los intermediarios

Aspecto	Origen		
	Tequexquahuac	San Pablo Ixayoc	Nativitas
Estrategia. ¿Cómo lo hace?	Mínimo 150 manojos en fechas de mayor demanda Producción continua	Mínimo 100 manojos en fechas de mayor demanda Producción continua	Mínimo 200 manojos en fechas de mayor demanda Producción continua
Riesgos. ¿Cómo maneja sus riesgos?	Evita producir cultivares sensibles a heladas en meses fríos (octubre-enero)	Mantener bajos inventarios	Evita comprar en meses de baja demanda
Organización. ¿Cómo es su organización?	Como floricultor, asociado a UNFLORTEX y TEXCOFLOR	Como floricultor, asociado a COYAXI Y TEXCOFLOR	Como floricultor, asociado a TEXCOFLOR
Resultados económicos. ¿Qué resultados tiene?	Regular, le da para vivir y seguir cultivando. Además de que realiza otras actividades.	Regular, tiene empleo en productora de esquejes	Regular, le da para vivir
Principal problema	Precio muy variable por venta de temporada	Precio muy variable por venta de temporada	Precio muy variable por venta de temporada

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

Estrategia general que emplean es abastecerse de por lo menos 100 manojos de flores, lo que les permitirá solventar los gastos de traslado (combustible), piso y servicio de limpieza, comida (para el día de venta) y tener una ganancia.

En cuanto a los principales riesgos que enfrentan los intermediarios son los inventarios y climatológicos. El manejo de los mismos se realiza mediante diferentes estrategias, por ejemplo: mantener bajos inventarios y evitar comprar flores en meses de baja demanda, es decir, que sólo vende su propia producción. En cuanto a los fenómenos ambientales, uno de los entrevistados evita producir cultivares sensibles al frío en meses en que las heladas son comunes (octubre a enero).

Otro aspecto destacable es que en algunas ocasiones no venden toda la flor en un día, por lo que regresan a su lugar de origen con algunos manojos. Cuando eso sucede, se corta el tallo, se coloca en agua unas horas y se saca al siguiente día de venta.

El manejo de la producción es mínimo, pues lo que hacen es concentrar la flor de diferentes invernaderos ubicados en comunidades texcocanas como: Tequexquahuac, Nativitas, San Diego, San Dieguito y San Pablo Ixayoc.

Las personas entrevistadas no utilizan soluciones preservativas ni cámaras frías, solamente cuentan con un espacio destinado a la concentración y selección de manojos, en la que se organiza la flor por tiempo de cosecha, es decir, en un lugar la flor más fresca, en otro la más vieja. De hecho, uno de los entrevistados tiene un cuarto de adobe con techo de lámina en el que concentra, hidrata, selecciona la flor y coloca en un cono de papel celofán los manojos de pompón, dice que le da mejor presentación y protege el producto.

El horario en que ofrecen la flor en la central de abasto es normalmente de las 04:00 h hasta las 13:00 h porque la flor se empieza a marchitar debido a la exposición al sol.

Utilizan para transportar la flor camionetas propias de tipo pick-up de 1 tonelada, las cuales han sido adaptadas con cobijas o tablonces de madera cubiertos para evitar el daño mecánico de las flores, pues toda la producción se transporta en seco.

Uno de los problemas que enfrentan las personas que venden flores en la central de abasto de Iztapalapa son los espacios o lugares en los que se estacionan para ofertar sus productos, pues hay más ofertantes que espacios; por lo tanto, es necesario hacer largas filas desde la noche anterior (hay algunos que se forman desde las 10 de la noche) para ser de los primeros en entrar.

Otro problema son los pagos excesivos, pues en alguna ocasión les cobraron \$7,000.00 pesos por la pavimentación del área en la que se estacionan para ofrecer la flor. Además de que cada vendedor frecuente debe pagar una cuota mensual de

\$500.00 y cada día de venta realiza otro pago de piso que es de \$69.00 por vehículo. De hecho, tienen que pagar también \$15.00 por servicio de limpieza del área en la que laboran.

Otro problema es la calidad de la flor, porque frecuentemente las flores presentan daño fitosanitario, aunque es un indicador de calidad no es un impedimento para vender la producción, pues cuando la flor es hermosa, la apariencia del tallo pierde importancia; además de que algunas veces las flores se utilizan sin tallo o con una porción muy pequeña del mismo.

Los problemas encontrados coinciden con lo reportado por Jansen y Torero (2006), quienes documentan que los principales cuellos de botella que enfrenta el intermediario están vinculados a los que enfrenta el productor. En primer lugar, la falta de calidad del producto derivada de falta de conocimientos tecnológicos y subaplicación de agroquímicos. Pero en el caso de estudio, el principal problema deriva de no poder adquirir esquejes de calidad y los elevados costos de los agroquímicos.

Otra táctica empleada por grandes compradores de la central de abasto, consiste esperar a que el cansancio y el sol afecten tanto a los vendedores como a las flores. Cuando los efectos de la espera provocan desánimo, los compradores ofrecen pagar el producto hasta 15% menos del costo inicial, práctica común en México en muchos ámbitos productivos del sector agropecuario.

También la competencia entre mayoristas de diferentes partes del país que ofrecen flor de menor calidad pero a mucho menor costo afecta directamente a los mayoristas texcocanos. Sus principales competidores son los oferentes de flor de Villa Guerrero, Puebla y Morelos.

6.8.2. DETALLISTAS O FLORISTAS

Las principales funciones de estos actores son la generación de valor agregado por la confección de arreglos florales y su comercialización. En esta categoría se encuentran los floristas que compran las flores producidas en Tequexquahuac. Se entrevistó a cinco personas que tienen locales comerciales en la ciudad de Texcoco o Tultitlan, Estado de México.

Los lugares en que venden los floristas son locales comerciales (en el mercado de las vías, en Texcoco y en la calle Silverio Pérez de la misma ciudad); a decir de las personas entrevistadas, los arreglos de crisantemos o eleonoras se venden una vez por semana, aunque principalmente en arreglos de iglesia y centros de mesa en eventos sociales, la gente los prefiere por ser económicos.

Para abastecerse de flores, en algunos casos los varones del grupo doméstico floricultor llevan los manojos en vehículos propios hasta los locales de los detallistas. Aunque la relación lleva algunos años (dos o tres años) no se establecen contratos de cantidad de manojos a comercializar ni la frecuencia.

El consumo de flores de crisantemo o eleonora va de cinco o 120 manojos por semana. De hecho, se contactó a un florista que dijo sólo utilizarlas en promedio una vez por mes, y que en esas raras ocasiones se dirige al mercado de las vías (Texcoco) a comprarlas. En las florerías donde el consumo de crisantemo y eleonora es más contante se compran de 10 a 20 manojos por semana en diferentes días, la flor se coloca sólo en agua para evitar el marchitamiento. De hecho, afirman que un manojos de eleonora o crisantemo fresco puede durar en excelentes condiciones hasta una semana.

No se emplean soluciones preservativas ni refrigeración en las florerías visitadas. De hecho, las flores delicadas (lilis, lisiantus) se colocan en los lugares más

frescos al interior de los locales, los crisantemos y eleonoras sólo en agua y en lugares donde no les de la luz del sol directamente.

En las florerías visitadas cuentan con camionetas de una tonelada y automóviles que utilizan para transportar materias primas y hacer las entregas a domicilio dependiendo de la cantidad de los arreglos solicitada. Cuando se emplean camionetas y la cantidad de arreglos es de más de 50 se colocan unas tablas dentro del camper y se busca colocarlos de forma que queden apretados para que no sufran daños mecánicos.

La forma en que cada actor busca ser exitoso y competitivo crea una estrategia personal y una forma especial de resolver sus problemas. El cuadro 46 muestra las principales sus principales estrategias y riesgos que corren los floristas entrevistados y la forma en que los resuelven (Cuadro 43).

Cuadro 43. Estrategias y riesgos de los detallistas entrevistados

		Actoras y actores							
Punto de venta	Florería en Texcoco	Florería en Texcoco	Florería en Texcoco	Mercado las vías	Mercado Antonio	Mercado San Antonio	San Antonio	Central de Abasto	de Tultitlan
Estrategia. ¿Cómo lo hace?	Sólo compra eleonora o crisantemo cuando el cliente le pide	Compra de 5 a 10 manojos de crisantemo y eleonora sólo cuando ofrecen	Compra de 5 a 10 manojos de crisantemo y eleonora sólo cuando ofrecen	Compra de 10-20 manojos de crisantemo y eleonora por semana	Mantener bajos inventarios	Compra de 10 manojos de crisantemo y eleonora ocasionalmente	máximo de 10 manojos de crisantemo y eleonora	Asegurar variedad, calidad y cantidad de flores mediante convenios	Compra semanalmente 70-160 manojos por semana de eleonora
Riesgos. ¿Cómo maneja sus riesgos?	Evita comprar flores de bajo valor estético	Compra crisantemo y eleonora sólo cuando ofrecen	Compra crisantemo y eleonora sólo cuando ofrecen	Mantener bajos inventarios	Mantener bajos inventarios	Compra de 10 manojos de crisantemo y eleonora ocasionalmente	máximo de 10 manojos de crisantemo y eleonora	Asegurar variedad, calidad y cantidad de flores mediante convenios	Compra semanalmente 70-160 manojos por semana de eleonora

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

En general, la estrategia para el 80% es comprar la menor cantidad posible de flores, y dada la cercanía de comunidades en que se producen crisantemos y eleonoras el abastecimiento de dicho producto no es un problema con el que tengan que lidiar las personas encuestadas.

Otra estrategia empleada por una de las personas encuestadas (20%) es establecer convenios verbales con productores de Tequexquihuac para asegurar cantidad y calidad de materia prima.

Uno de los principales problemas del sistema florícola es que a decir de los entrevistados, las flores de crisantemo y eleonora han pasado de moda.

“hace 20 años, los arreglos de rosas con crisantemo se consideraban muy elegantes y eran muy bien pagados; era de lo más común y se vendían a muy buen precio. Ahora se prefieren los lilis y las rosas, que nunca pasan de moda. Ahora los crisantemos y eleonoras se usan casi para cubrecajas y coronas” (Anastasio).

Otros afirman que ahora el crisantemo y la eleonora se ocupan más para arreglos del día del padre, las salidas de la escuela y centros de mesa para eventos sociales; aunque se emplean como flores secundarias, son ocasiones en que se consume más de lo normal. La venta principal de crisantemos y eleonoras es en manojos, por lo que los y las consumidoras finales las arreglan en su casa.

Los floristas entrevistados consumen con más frecuencia otro tipo de flores producidas en la región como alstroemerias cultivadas en Xocotlán, o lilis producidos en Nativitas o en San Diego, alcatraz de Tequexquihuac.

Todos los floristas que colaboraron en el trabajo coincidieron en que su principal problema es la variabilidad de los precios de las flores a lo largo del año y la estacionalidad del consumo, pues tanto los arreglos como los manojos se venden mejor en temporadas y poco fuera de ellas, principalmente en eventos sociales.

Otro de los problemas mencionados es el elevado costo de la renta de los locales (de \$3,000.00 hasta \$6,000.00/mes) y hasta la envidia de los dueños de dichos espacios cuando ven que el negocio prospera.

6.9. ACTRICES Y ACTORES SECUNDARIOS. FUNCIONES Y PARTICIPACIÓN EN LA CADENA

Los actores y actrices secundarios son personas que proveen de bienes o servicios a los actores primarios. Como mencionan Lundy *et al.*, (2004) es necesario conocer a los proveedores de servicios de apoyo de la cadena porque permiten entender la calidad, cobertura y efectividad de los servicios empleados en la producción y por otro lado, pueden contribuir a mejorar el funcionamiento y competitividad de la cadena.

En este apartado se mencionan los bienes y servicios empleados para la floricultura en las cadenas encontradas, sus funciones y la calidad de los mismos (de acuerdo con la visión de las y los encuestados). De tal manera que los actores secundarios encontrados fueron proveedores de: esquejes, agroquímicos, servicios básicos -agua y luz-, financiamiento, asesoría técnica y capacitación (de fuentes públicas y privadas).

Con ese objetivo se elaboró el Cuadro 44, en el que se mencionan las características, funciones, estrategias de los actores y actoras secundarios; así como los costos y beneficios de los bienes y servicios relacionados.

Cuadro 44. Características, funciones y estrategias de los actores secundarios

Características	Bien o servicio que provee								
	Esquejes	Agroquímicos y asesoría		Agua	Luz	Servicio, Asesoría y Capacitación			Financiamiento
Actores/as. ¿Quiénes son?	cooperativa	Proveedor 1	Proveedor 2	Comisión local	CFE	UACH	CP	SEDAGRO	FIRA
Actividades ¿Qué hace?	Venta de esquejes enraizados y sin raíz	Venta de agroquímicos y asesoría de mostrador	Venta de agroquímicos y asesoría de mostrador	Distribuye agua Determina tiempos del recurso Cobra servicio de mantenimiento de infraestructura Ser originario de la comunidad y pagar cuotas	Proporciona y cobra energía eléctrica Da mantenimiento a infraestructura de distribución	Cursos Talleres	Cursos Talleres	Asesoría de producción	Promoción del crédito Banca de segundo piso
Requisitos	Pedidos con 20 días de anticipación	Liquidez	Liquidez		Contrato	Ninguno	ninguno	Estar asociado	solvencia
Riesgos. ¿Cómo maneja sus riesgos?	Pedidos con anticipación	Control de inventarios. No hace visitas de campo	Control de inventarios. No hace visitas de campo	Evitar rezagos	Revisión de medidor	Ninguno	Algunos cursos costosos, provocan poca demanda	Ninguno	Banca de segundo piso
Resultados económicos. ¿Qué resultados tiene?	Malos, situación económica de la empresa difícil	Regular, incremento precio de compra de agroquímicos	Regular, costo de agroquímicos	Insuficientes	No contabilizado	Sin fines de lucro	Sin fines de lucro	Regular, pago retrasado	No hay productores beneficiarios
Costo	\$0.20/esqueje sin raíz y	Variable, dependiendo	Variable, dependiendo	\$800.00/año por usuario	No estimado	Gratuito	Gratuito	Gratuito	Dependiendo del tipo de

	\$0.30/esqueje enraizado	del producto	del producto	registrado					crédito y del otorgante
Utilidad del servicio según usuarios (logra solucionar el problema)	Regular	Regular	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Malo
Comentarios	Alta incidencia plagas y enfermedades	Costo de productos elevado	Costo de productos elevado	El usuario(a) debe vigilar la limpieza de los canales y que otros usuarios no utilicen el recurso sin pago.	No se cuenta con medidores exclusivos para el cultivo por lo que el gasto es considerado dentro del consumo habitacional	Sólo acceden por grupos de productoras(es) a cursos o talleres sobre temas puntuales, falta seguimiento y acompañamiento.			Falta de interés de productores/as Difícil acceso a los créditos

Fuente: elaboración propia con base en la información recabada en campo, 2010.

6.9.1. PROVEEDORES DE ESQUEJES

Una de las empresas proveedoras de esqueje para los floricultores de Tequexquahuac es P.P.O.O.E.M (Productores de Plantas Ornamentales del Oriente del Estado de México), ubicada en el ejido de San Miguel Tlaixpan. Esta organización es una cooperativa que agrupa a 58 personas de siete comunidades texcocanas (Santa María Nativitas, San Diego, Xocotlán, San Miguel Tlaixpan, San Pablo Ixayoc, Tequexquahuac y San Nicolás Tlaminca) bajo la figura jurídica de A.L.P.R (Asociación Libre de Producción Rural).

Su objetivo es producir esquejes de *Chrysanthemum* de calidad al menor costo posible. Cuenta con una superficie de 0.5 ha bajo cubierta dividida en cinco naves, produce esquejes de los cultivares: Harmann, Indianápolis y Eleonora. Su capacidad instalada permite la producción de hasta 100,000 esquejes enraizados por semana; sin embargo, al momento del estudio sólo se producían 70,000 por semana, con o sin raíz, a solicitud del cliente.



Cualquier persona puede solicitar esquejes a la empresa, el único requisito es que el pedido se realice con 20 o 30 días de anticipación, y el costo es el mismo para socios que para no socios. La empresa ofrece un producto a costo de producción.

En los cuestionarios aplicados, 20% de las personas encuestadas señalaron que les gustaría que el gobierno apoyara en la adquisición de esquejes, ya sea subsidiando el precio o bien invirtiendo en la producción de plántula de calidad; y fue uno de los principales puntos a tratar en los tres talleres participativos realizados tanto con mujeres como con hombres.

Es importante señalar que en la búsqueda del Estado por apoyar a los floricultores texcocanos surgió PPOEM, pues el gobierno local detectó la necesidad de los floricultores, invirtió y gestionó entre 1998 y 1999 aproximadamente \$83,070.08 USD en capacitación para la organización, inversión directa, sensibilización, capacitación a floricultoras(es) para la disminución del uso de plaguicidas, talleres y módulos demostrativos, impartidos por la UACH, la Red de Acción contra Plaguicidas en México y la empresa NOCON (Insumos Orgánicos para la Agricultura), financiados por SEDAGRO y elH. Ayuntamiento de Texcoco. Estas acciones son una muestra de articulación entre productores, instituciones y gobierno; pero falta contundencia y hay dilución de recursos, como en el caso de la adquisición de agroquímicos.

Como se mencionó, PPOEM ofrece esquejes a costo de producción, lo que le ha traído serios problemas de liquidez, ya que por ejemplo: durante 2008 laboraban en la empresa siete personas, para inicios de 2010 sólo quedaban tres. La falta de liquidez trae consigo también la falta de aplicación de los agroquímicos necesarios, por lo que los esquejes producidos son de mala calidad fitosanitaria. Amén de los bajos salarios que se les paga a los empleados (los encargados ganan \$1,200.00/semana y a los trabajadores se les paga a destajo \$35.00 el millar de esquejes). Estas personas sufren en carne propia lo que algunos investigadores (Lara, 1998) llaman empleos y salarios flexibles; ya que las mismas personas son responsables de todo el proceso (cuidado de plantas madre, corte de esquejes, enraizamiento, empaque y embalaje de los mismos), hasta el manejo de la cartera de clientes, el mantenimiento y la provisión de servicios. Entre las personas que trabajan en la empresa se intercambian los puestos de encargado y trabajador de campo.

Aunque las y los productores pueden producir sus propios esquejes, existen especies patentadas de algunos cultivares, por lo que es necesario tener cuidado pues su reproducción sin autorización resulta ilegal. Ello coincide con lo mencionado en La Jornada (13/07/2006) donde se afirma que el cultivo de especies patentadas -

como la nochebuena o Cuetlaxóchitl, que en náhuatl significa flor de pétalos resistentes como el cuero, de cuya patente se apropiaron Francia, E. U. A. y Alemania, impatiens, lilis y otros- es uno de los principales problemas que enfrentan las y los floricultores, aunado a ello está el hecho de que los costos de producción son muy elevados, motivo por el cual algunas veces importarlos resulta más barato que adquirirlos con productores nacionales.

En cuanto al servicio, la empresa no cuenta con servicio telefónico en la planta de producción, por lo que los clientes necesitan ir personalmente a realizar su pedido o en su defecto comunicarse vía teléfono celular con los encargados o empleados. Otro problema es la falta de entrega a domicilio, que implica una inversión más para el cliente.

Hay otros particulares que venden esquejes en la región Oriente del Estado de México (como Macedonio Magos de la comunidad de Xocotlány Ángel Reyes de San Nicolás Tlaminca), pero ninguno de los GD encuestados adquiere esquejes con ellos.

6.9.2. PROVEEDORES DE AGROQUÍMICOS

Existen en la ciudad de Texcoco cuatro casas distribuidoras de agroquímicos, 100% de las personas encuestadas afirmó conocer dos de ellas y sólo una dijo asistir a una casa que provee de productos orgánicos. El recurrir a uno u otro es básicamente por el precio al que ofertan sus productos (50%); sin embargo, 17% manifestaron buscar además asesoría técnica y 33% por cercanía y tradición. Aunque cabe señalar que ninguno de los proveedores de agroquímicos realiza visitas domiciliarias o a las unidades de producción, es decir, que la asesoría que dan a los productores y productoras es en mostrador. Algunos de los más precavidos o interesados tienen el cuidado de llevar alguna planta como muestra para consultar al técnico, pero eso no garantiza la confiabilidad del diagnóstico ni del tratamiento a aplicar.

“la otra vez unas plantas se me enfermaron, se empezaron a poner amarillas de las hojas y tristes, arranqué una y se la llevé al hijo del Ing. Otón y me dijo que le aplicara un producto, pero se lo puse y no resultó, yo creo que nomás le dicen a uno que le eche algo para vender y ni se fijan” (Fermín).

Lo anterior puede explicar porqué buscan en primer término el precio de los agroquímicos y porqué ninguna de las encuestadas/os contratan asesoría técnica para la producción de flores.

La búsqueda de precios bajos en los agroquímicos lleva a 10% a adquirir sus productos en otras ciudades como son: Villa Guerrero, Tepic o Toluca, hecho que encarece los costos de producción.

Respecto a la relación productor/a-proveedor de agroquímicos, se encontró que 93% afirmaron tener buena relación con sus proveedores de agroquímicos (pese a que la relación se limita al intercambio de dinero por agroquímicos); 7% consideran tener una relación regular con sus proveedores, pues consideran que no satisface sus necesidades de asesoría.

Llama la atención que 97% de las personas encuestadas considera que lo más importante es la atención que recibe y el trato, es decir, la amabilidad y disposición del técnico. Pareciera ser que la efectividad de los tratamientos o conocimientos del técnico fuesen aspectos secundarios, supeditados a la relación humana. Solamente el 3% manifestó que lo más importante son los productos que el proveedor puede ofrecerle, sin importar el precio, el trato o algún aspecto más, lo que muestra una relación objetiva regida por el satisfactor en cuestión.

La adquisición de agroquímicos se da por iniciativa del productor y los técnicos no muestran interés por conocer a sus clientes más allá de la venta del producto, ya

sea agroquímico o un equipo. Este tipo de relación dificulta la producción de calidad, pues mientras el técnico está preocupado por vender el productor se encuentra sólo tratando de resolver sus problemas fitosanitarios, productivos y de mercado. La aplicación de los agroquímicos no siempre se da con oportunidad, debido a dos razones: que el productor no se da cuenta de que tiene un problema en su cultivo, o bien porque el precio de los productos es tan elevado que prefiere no invertir y dejarlo "a lo que dé".

6.9.3. PROVEEDORES DE SERVICIOS BÁSICOS

En cuanto a los servicios requeridos para la producción de flores de corte, es necesario contar con suministro de:

Luz: la cual resulta un insumo indispensable porque el crisantemo es una especie sensible al fotoperiodo, este es un recurso no contabilizado por los productores/as pues normalmente los invernaderos son conectados con "diablitos"; o en el mejor de los casos se conectan con la instalación de la casa habitación de los/las encuestadas.

Agua: ésta se suministra mediante una comisión local que dicta los tiempos, cuotas (\$800.00 por floricultor registrado) y días en que el recurso estará disponible para cada sector de la comunidad, por lo que los productores/as deben estar atentos/as o contar con cisternas de almacenamiento.

La comunidad cuenta con un sistema de bombeo que abastece durante algunas horas ciertas zonas del pueblo y cada productor tiene la obligación de declarar el tiempo que empleó en el riego de su producción y la superficie regada. Sin embargo, al ser cuestionados sobre el pago del agua se encontró que a veces no declaran realmente lo utilizado.

6.9.4. PROVEEDORES DE ASESORÍA TÉCNICA

Ninguna de las personas encuestadas contrata asesoría técnica privada por falta de confianza y porque es costosa. Cuando recurren a asesoría es para resolver problemas puntuales relacionados con plagas o enfermedades y el servicio se reduce a una simple charla de mostrador en la que se venden agroquímicos, por lo que 83% de los grupos encuestados afirma no contar con servicio de asesoría técnica.

Respecto a los servicios profesionales otorgados por el Estado a floricultoras/es, solamente pudo observarse la presencia de dos técnicas: una trabaja con la asociación Flores Selectas de Tequexquihuac para la consolidación de la estructura administrativa de la asociación con miras de exportación de flores a E. U. A.; y la otra técnica trabaja con la cooperativa Xochitlali, por lo que asesora a 17% de los grupos encuestados. Sin embargo, dos de las personas incluidas en el estudio dijeron no estar satisfechas con el servicio, pues se concentra en los círculos más allegados de la asociación.

Es decir, que existe oferta de servicios profesionales de asistencia técnica y capacitación de diferentes tipos, pero los productores(as) encuestados no recurren individualmente a ellos. Por ejemplo, el despacho "Vélez y asociados", que está en la colonia el Cooperativo -frente a la Universidad Autónoma Chapingo- realiza ocasionalmente trabajos para el CRFOEM.

Durante el transcurso de la investigación, se asistió a un evento organizado por el despacho mencionado, en el evento los integrantes del despacho explicaron sobre aspectos básicos de mercado y de financiamiento. Lamentablemente todo se hizo teóricamente manejando conceptos y esquemas que no fueron adaptados ni siquiera a la floricultura, por lo que es probable que el curso-taller no haya disipado las dudas de las y los asistentes.

Lamentablemente, los servicios privados en general son caros y se vuelven espacios de poder y manejo político, por lo que no siempre cumplen con las expectativas de las y los asistentes, de ello da fe el siguiente testimonio:

“...luego cuando va a haber eventos del consejo nos dicen “va a venir fulano (un político) y nos va a apoyar en tal cosa”, ahí vamos y luego ni nos apoyan. (...) el consejo organiza talleres de un tema y dice cuántos hay que ir por organización (...) empieza y luego los que lo organizan salen con otras cosas que ni al caso, nomás le echa flores a unos y tierra a otros.” (Juana).

6.9.5. PROVEEDORES FINANCIEROS

Una de las limitantes graves que enfrentan quienes producen son las fuentes de inversión, pues sólo uno de los productores encuestados (3%) afirmó recibir recursos públicos. Es decir, que 97% trabajan con recursos propios y no cuenta con financiamiento institucional (público ni privado) en su actividad -ni productoras, productores, floristas, vendedores de agroquímicos o servicios técnicos privados-. Aunque es importante recordar que dos organizaciones de floricultores cuentan con asesoría técnica pagada por SEDAGRO.

Otro aspecto importante es que 23% de las/los floricultores dijo no tener confianza en las instituciones bancarias ni en la economía nacional, pues creen que se corre el riesgo de devaluación y sobreendeudamiento. Siete por ciento no han considerado la posibilidad de crédito porque no se los han ofrecido; un productor está en cartera vencida y una de las productoras aunque le interesa el crédito no ha podido acceder a él porque considera que los bancos presentan muchas dificultades para otorgar el crédito.

Fideicomisos Instituidos en Relación a la Agricultura (FIRA) es una de las instituciones con participación en el otorgamiento de créditos para la producción; sin embargo, durante el periodo en que se realizó la investigación, no había floricultores ni floricultoras en sus listas de beneficiarios. De hecho, en marzo de 2009 el CRFOEM

organizó un evento en que se convocó a los y las floricultoras de la zona para escuchar los esquemas de financiamiento que ofrecía dicha institución, y pese a que la tasa de interés que aplican es la más baja del mercado, el hecho de ser banca de segundo piso encarece el crédito y dificulta el acceso, pues los bancos poseen sus propios lineamientos al respecto, por lo que las personas encuestadas no pueden o no quieren acceder para evitar los tratos con la banca, debido a que han conocido muy de cerca los problemas que crea el caer en cartera vencida.

Otra de las razones es que a quienes les interesa esta fuente de financiamiento le resulta poco accesible en el sentido de que los requisitos para obtenerlo son muy numerosos y difíciles de cumplir. Amén de que las tasas de interés resultan muy altas.

“alguna vez busqué un crédito, pero me pedían muchos requisitos: papeles, aval y garantías; y no pude conseguir todo lo que me pidieron” (Ana)

6.9.6. PARTICIPACIÓN DEL ESTADO

Entre esos actores/as secundarios se encuentran cuatro niveles de gobierno (federal, estatal, municipal y local). A continuación se describe la participación de cada nivel en la cadena florícola de Tequexquahuac.

El gobierno federal tiene más participación a nivel nacional que local, pero se concentra en la legislación, reconocimiento del CMF, creación del sistema-producto ornamental y estímulo del consumo de ornamentales mediante publicidad en la expo-flor de Toluca.

En lo que a legislación se refiere: la ley de desarrollo rural sustentable establece en el artículo 22 que La Comisión Intersecretarial a través de las dependencias y entidades que la integran, ejecutará las acciones previstas en este Título, de acuerdo con la competencia que les confiere la Ley Orgánica de la

Administración Pública Federal y la Ley de Planeación; en tal virtud contará con los órganos desconcentrados y demás estructuras que se determinen en su reglamento y otras disposiciones aplicables.

Asimismo, la Comisión Intersecretarial, mediante la concertación con las dependencias y entidades del sector público y con los sectores privado y social, aprovechará las capacidades institucionales de éstos y las propias de las estructuras administrativas que le asigna su reglamento, para integrar ocho sistemas y seis servicios especializados, de los cuales el sistema-producto ornamentales debería utilizar por lo menos los Sistema Nacionales de: Investigación y Transferencia Tecnológica; el de Capacitación y Asistencia Técnica Rural Integral; el de Fomento a la Empresa Social Rural; el de Bienestar Social Rural; el de Información para el Desarrollo Rural Sustentable; el de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agropecuaria y Alimentaria; el de Financiamiento Rural; el de apoyos a los programas inherentes a la política de fomento al desarrollo rural sustentable, que contempla en los siguientes aspectos:

1. Apoyos, compensaciones y pagos directos al productor;
2. Equipamiento rural;
3. Reconversión productiva y tecnológica;
4. Apoyos a la comercialización agropecuaria;
5. Asistencia técnica;
6. Apoyos y compensaciones por servicios ambientales;
7. Estímulos fiscales y recursos del ramo 33 para el desarrollo rural sustentable establecidos en la Ley de Coordinación Fiscal;
8. Finanzas rurales;
9. Apoyos convergentes por contingencias; y
10. Todos los necesarios para la aplicación del Programa Especial Concurrente en las materias especificadas en el artículo 15 de esta Ley.

Respecto a los Servicios Nacionales, el sistema estudiado debería utilizar el Registro Agropecuario y el de Capacitación y Asistencia Técnica Rural Integral. Sin embargo, al momento del estudio no se encontraron registros a nivel estatal o

municipal; la capacitación y asistencia técnica es contratada por las organizaciones de productores a través de SEDAGRO.

Pese a esta nutrida legislación y esquemas nacionales de apoyo, en el municipio de Texcoco el sistema producto fue desaparecido en diciembre de 2008 debido a los recortes presupuestales (según declaró en entrevista el otrora encargado del sistema en la Delegación SEDAGRO Texcoco). De ello da muestra un fragmento de su testimonio:

“el sistema producto ornamentales ya no existe en Texcoco porque desapareció debido a la falta de presupuesto. Los que trabajábamos en él ya estamos en otras cosas” (Ing. Martínez)

Las implicaciones que tiene la desaparición del sistema-producto ornamentales en la delegación SEDAGRO Texcoco afecta negativamente a las cadenas florícolas locales, entre otras cosas porque la experiencia de los técnicos especializados se perdió; otra razón es que los productores no contratan servicios profesionales privados y al desaparecer los servicios profesionales públicos deja en una situación de mayor vulnerabilidad al sistema; además de que los productores tienen que redoblar sus esfuerzos por organizarse y resolver sus problemas técnicos individualmente.

Respecto al fomento en el consumo de flores el gobierno federal distribuye publicidad gráfica en volantes y calcomanías (“vive tu vida siempre con flores”) en la expo-flor que se lleva a cabo en la ciudad de Toluca, Estado de México una vez por año. En esta feria se dan cita todas las actrices y actores de la cadena florícola nacional; sin embargo, una de las desventajas es que el costo de los espacios es elevado debido su gran demanda; otra desventaja es que los floricultores y sus organizaciones ocupan muy pocos espacios, pues la mayor parte de los locales los contratan empresas que venden bienes o servicios para la floricultura como bulbos, esquejes, plántulas, sistemas de riego, agroquímicos, sustratos, contenedores,

invernaderos, sistemas de riego, sistemas de calefacción, paisajismo, jardinería y hasta revistas relacionadas a la producción floral.

Respecto al CMF, es un ente de representación que tiene como objetivos representar, promover y fomentar la floricultura. Su objetivo principal es promover el desarrollo del sector ornamental en México, aunque también es miembro activo del Consejo Nacional Agropecuario y delegado del Comité Sistema Producto Ornamentales ante SAGARPA; además representa y gestiona los intereses del sector ante los tres órdenes de gobierno.

El CMF es un organismo integrado por asociaciones, empresas y uniones regionales de productores de ornamentales (flores y follajes, de corte y maceta), actualmente es presidido por el Ing. Marco Antonio Beltrán un importante y poderoso floricultor de Villa Guerrero, Estado de México. Su empresa "Coxflor" es una de las más tecnificadas del país y de las que más contribuye a la exportación de rosas en febrero de cada año.

El sistema producto ornamentales fue creado por el Gobierno Federal en correspondencia a la Ley de Desarrollo Rural Sustentable que en su título primero fracción XXXI define al sistema-producto como: "el conjunto de elementos y agentes concurrentes de los procesos productivos de productos agropecuarios, incluidos el abastecimiento de equipo técnico, insumos productivos, recursos financieros, la producción primaria, acopio, transformación, distribución y comercialización". Sus objetivos son: promover el consumo de flores mediante eventos de difusión en el que interactúen floricultores, consumidores y prestadores de bienes y servicios.

Respecto al tema de los eventos de difusión de la floricultura, las productoras y productores estudiados no participan en feria alguna, pese a que en octubre-noviembre 2008 se llevó a cabo la primera Feria Regional de la Flor, evento que fue coordinado por el Consejo Regional de la Flor del Oriente del Estado de México y el

gobierno local; sin embargo, los productores de Tequexquahuac no participaron debido a que los organizadores de la feria les invitaron un día antes del evento, por lo que muchas personas ya habían vendido o comprometido su producción.

La feria presentó varios problemas, entre ellos la falta de difusión del evento tanto entre consumidoras/es como entre los y las mismas productoras/es. Durante el primer año la feria sólo contó con la presencia de tres locales instalados por la misma cantidad de productores provenientes de San Miguel Tlaixpan y San Diego; en esa ocasión se pusieron a la venta conservas de frutas de la región y flores de temporada como mano de león y cempasúchil tanto en flor cortada como en maceta. Así como algunos adornos navideños. A decir del dueño del terreno en que se colocó la feria, los asistentes salieron muy contentos pues afirmaron que tuvieron ventas superiores a los años en que han vendido en los mercados de Texcoco.

Para 2009 la feria se llevó a cabo en un parque recreativo de reciente construcción propiedad de un productor de la comunidad de Xocotlán y dirigente del CMFOEM. En esa ocasión, el problema no fue la falta de difusión del evento pues con dos semanas de antelación se colocaron mantas en el periférico Texcoco y en los mercados locales de flores; así como publicidad en volantes y carteles (hojas bond) en teléfonos y espacios públicos de Texcoco y comunidades circunvecinas. Probablemente, la principal desventaja fue la falta de participación de los y las floricultoras, pues sólo se instalaron tres espacios de productores de flores con especies como cempasúchil y eleonoras; realmente la producción no era de la mejor calidad y la feria de la flor contó nuevamente con la venta de productos variados de la región que iban desde manualidades en pintura textil hasta frijol y conejo industrializado.

Probablemente, la principal desventaja que enfrentan tanto el consejo regional de la flor como el comité municipal para el desarrollo rural es que sus representantes son juez y parte del proceso, lo que probablemente les ha llevado a

beneficiarse individualmente y descuidar a los agremiados/as de sus organizaciones; pues no funcionan como una entidad neutral favorecedora que permita construir o mejorar las capacidades locales para el desarrollo como sugieren Lundy *et al.* (2004).

Otro mecanismo de apoyo a la cadena florícola de la comunidad de estudio es la participación de instituciones de investigación o servicio que pueden y deben apoyar a la floricultura: la Universidad Autónoma Chapingo y el Colegio de Posgraduados. Aunque el INIFAP debería colaborar, las personas encuestadas afirmaron que la participación del INIFAP no ha sucedido hasta la fecha.

Respecto a los apoyos a la floricultura, no se encontró a productoras o productores que hubieren recibido alguno por parte de ningún nivel de gobierno, excepto lo mencionado anteriormente con socios de la organización Xochitlali. De hecho, en los talleres realizados tanto con productoras como con productores, se manifestó que uno de sus principales conflictos es la falta de apoyo del gobierno, tanto a nivel municipal, como estatal y nacional. El testimonio de una productora lo ilustra:

“creo que el principal problema que enfrentamos los productores de Tequex es que los del consejo no abogan por nosotros, si consiguen algo es para los representantes y realmente nunca se han preocupado por su gente. Los representantes de Villa Guerrero van a las oficinas a pelearse con los funcionarios y a exigirles apoyos (plásticos, fertilizantes) para todos. Aquí ni siquiera saben cuántos somos, mucho menos nuestras necesidades” (Ana).

Quizá lo más grave de esta situación es que cuando llegan a obtenerse apoyos para la floricultura, éstos son canalizados vía organizaciones de productores, y muchas veces no se comparten entre todos los socios.

Respecto a la importancia de los servicios en el desarrollo de las cadenas florícolas, se puede citar a Jansen y Torero (2006) quienes documentan que en El Salvador, el Proyecto Nacional de Clusters del Programa Nacional de Competitividad del Ministerio de Economía incluyó un estudio sobre el sector de plantas

ornamentales y flores, ejecutado por Monitor Company. En el estudio destaca que este sector producía un amplio rango de plantas ornamentales, y que la producción y empleo habían crecido en forma importante en los años anteriores a 1998, con un aumento notable en las exportaciones. Sin embargo, el estudio identificó varios cuellos de botella a diferentes niveles, entre los que destacan los servicios, ya que a nivel nacional faltaba un sistema de bodegas privadas, lo que crea problemas de control de calidad en el aeropuerto y reduce la rentabilidad; además de la necesidad de mejorar la publicidad sobre nuevas variedades existentes, e invertir en el conocimiento técnico y del mercado. El hecho muestra la importancia de los actores secundarios para el desarrollo de la floricultura.

Los mismos autores también documentan el caso de la floricultura guatemalteca, y mencionan entre los principales problemas que limitan su desarrollo se encuentran los relacionados con los servicios (financiamiento, difusión de tecnologías mejoradas, alto costo de los insumos).

Otro caso documentado, en el que se muestra la importancia de los servicios para el desarrollo es el realizado por Galaz (2008), quien afirma que en la región de Atlixco la existencia de pequeños floricultores ha permitido el crecimiento de actores secundarios como: proveedores de semillas, abonos, fertilizantes y aditivos; renta de equipo (tractores, aspersores, sistemas de riego, entre otros); empresas de embalaje (plástico, cartón, PVC, madera, entre otros); de comunicación (transportistas aéreos y terrestres) y centros académicos de formación como Universidades e institutos de capacitación e investigación (UPAEP, BUAP, COLPOS, FIRA, UNAM).

Mientras en el caso de los pequeños productores de San Felipe y Buena Vista en el Estado de México un estudio realizado por Orozco *et al.*, (2009), se reporta que 33.3% no cuenta con transporte propio, lo que los lleva a interactuar directamente con intermediarios de la comercialización y no con transportistas. Esta importante diferencia puede deberse al tipo de producción y perecibilidad de la misma, ya que en

la región de Atlixco se producen flores de corte, follajes y plantas en maceta; y en la región de Villa Guerrero la principal producción son rosas de corte.

La evidencia encontrada en campo y los registros bibliográficos muestran que la provisión de insumos y servicios puede ser un detonador del desarrollo local de Tequexquahuac, por lo que es importante que éstos sean proporcionados por actores locales; es decir, pequeñas empresas no transnacionales, para que haya derrama económica y se evite la extracción de riqueza mediante agentes externos y no caer en el esquema documentado por Breilh *et al.*, (2005), donde las empresas exportadoras ecuatorianas, basan su capacidad instalada de producción de flores en muchos grupos empresariales (desde industrias familiares, hasta holdings internacionales, sucursales de empresas multinacionales), que tienden a una integración vertical, pero retribuyen mucho menos riqueza de la que extraen.

Los mismos autores mencionan que la integración vertical de las exportadoras ecuatorianas implica que los insumos y servicios conexos (como empaques, embalajes, protección industrial, ropa, calzado, gráficos, papelería, servicios alimenticios, informática, construcción y reparación de invernaderos y maquinaria diversa) sean provistos por empresas filiales, lo que limita la derrama económica a las localidades donde se realiza la producción. Por tanto, en la búsqueda de incrementar la derrama económica es necesario que los pequeños floricultores de Tequexquahuac establezcan convenios con actores locales y regionales que proporcionen los insumos y servicios a bajo precio por la aplicación de economías de escala, sin descuidar la calidad y teniendo como base fundamental la honestidad en la relación.

El esquema propuesto puede mitigar en cierta forma algunos de los efectos nocivos o daños colaterales que se han documentado en diversos estudios como por ejemplo: Orozco *et al.*, (2009:10) quienes afirman que hay "carencias sociales y económicas significativas, que corroboran que la actividad florícola no está

beneficiando al conjunto de la población local"; o el reporte de salud y derechos humanos de Ecuador realizado por Tillería (2009), en el que se afirma que el trabajo en las empresas florícolas es intensivo, rutinario, de ritmo alto, con poco tiempo de descanso y con gran exposición a agroquímicos, lo que afecta fuertemente la salud de las personas.

Respecto a la acción de actores secundarios como agentes del desarrollo rural, Pezo (2007) afirma que los principales son externos y provienen de entornos urbanos, por lo que realmente han contribuido a reproducir la asimetría rural-urbano, cuyas brechas sociales se han mantenido o ampliado en los países latinoamericanos.

VII. CONCLUSIONES

Las cadenas florícolas de crisantemo y eleonora en Tequexquinahuac Estado de México son de tipo productivo y no de valor, comercializan productos mínimamente procesados (sólo manejados). Estas cadenas se integran por actores primarios y secundarios. En los primarios se ubican a los grupos domésticos floricultores, los acopiadores o intermediarios y los detallistas o floristas. Los actores secundarios encontrados fueron: proveedores de: esquejes, agroquímicos, servicios técnicos, agua y luz.

Entre las principales características de los grupos domésticos floricultores de la comunidad de estudio se encontró que esta actividad económica:

- se realiza en grupos domésticos pluriactivos que cuentan al menos con dos fuentes de ingreso, combinando la floricultura con otra actividad primaria (por ejemplo: ganadería o cultivos de traspatio, ya sea para autoconsumo o para venta) o del sector terciario (transporte público o empleos federales).

- las flores se cultivan en pequeños invernaderos (43 % produce en superficies menores a 600m²) de una o dos naves (27% y 20% respectivamente); predominando la tecnología básica (27% sólo posee mochila aspersora y 67% mochila aspersora y monocultor) y el monocultivo (57%) de crisantemo o eleonora.

- Se encontró que 50% de los GD encuestados son poseedores de los invernaderos en que cultivan flores, aunque también hay arrendamiento o préstamo de éste bien (40% y 10% respectivamente). Predomina la pequeña propiedad (87%), aunque también hay floricultura en tierras ejidales (10%) y comunales.

Los intermediarios o mayoristas son personas que viven en Tequexquihuac o en comunidades texcocanas circunvecinas (San Pablo Ixayoc y Santa María Nativitas), quienes comercializan de 100 a 200 manojos de flores de crisantemo y eleonora en la central de abasto de Iztapalapa principalmente en temporadas (14 de febrero, 10 de mayo, 1-2 de noviembre y 12 de diciembre), sus funciones en la cadena son: concentrar la producción de diferentes comunidades (Tequexquihuac, Nativitas, San Diego, San Dieguito y San Pablo Ixayoc), transportar y comercializar la producción a la central de abasto de Iztapalapa. O bien vender a mayoristas de otros estados (Puebla o Morelos), por lo que la producción es transportada más de una vez, encareciendo el producto y afectando su calidad.

Los intermediarios, además de la comercialización de flores, complementan su economía con otras actividades productivas como emplearse en una empresa productora de esquejes, comercio de abarrotes y otro tipo de producción agropecuaria (engorda de borregos).

Los intermediarios o acopiadores sólo se dedican a la compra venta de crisantemo, eleonora, margarita y pompón. Los productores que cultivan otras especies como lilis o follajes venden directamente en Texcoco o las comercializan directamente en la central de abasto.

En picos de producción, tanto los acopiadores como los productores que comercializan directamente en la central de abasto y mercadean entre 1,200 y 1,500 manojos por día en este lugar, donde acuden tres veces por semana, y en fechas importantes de demanda hasta una semana consecutiva.

Sus estrategias: mantener bajos inventarios, evitar comprar flores en meses de baja demanda o no sembrar cultivares sensibles al frío de octubre a enero, porque como se mencionó anteriormente, los intermediarios entrevistados son también productores.

Entre sus principales problemas se tienen: los espacios de venta en la central de abasto, pues hay más ofertantes que espacios; los pagos excesivos a los administradores del lugar (cuota mensual, pago de piso y servicio de limpieza del área); y los referentes a la calidad de la flor, (daños fitosanitarios); competencia con mayoristas de diferentes partes del país (Villa Guerrero, Puebla y Morelos) que ofrecen flor de menor costo, producida a cielo abierto.

Las principales funciones de los detallistas o floristas son la generación de valor agregado por la confección de arreglos florales y su comercialización. Se entrevistó a cinco personas que tienen locales comerciales en la ciudad de Texcoco o Tultitlan, Estado de México (en el Mercado de las Vías, en Texcoco y en la Calle Silverio Pérez de la misma ciudad). Para abastecerse de flores compran a los floricultores (as) que llevan los manojos (5 hasta 120 manojos por semana) hasta sus locales. No se establecen contratos de cantidad de manojos a comercializar ni la frecuencia. No se emplean soluciones preservativas ni refrigeración.

Entre las estrategias empleadas por los floristas se encuentran: comprar la menor cantidad posible de flores (porque crisantemo y eleonora "han pasado de moda") y sólo 20% de los encuestados establece convenios verbales con productores

de Tequexquahuac para asegurar cantidad y calidad de materia prima. Consumen con más frecuencia otro tipo de flores de la región (alstroemerias, lilis o alcatraz).

Entre los problemas que enfrentan los floristas se mencionaron: la variabilidad de los precios de las flores a lo largo del año y la estacionalidad del consumo, la renta de los locales y la envidia de los dueños de dichos espacios cuando ven que el negocio prospera.

La producción de flores se comercializa local y regionalmente, tanto en el domicilio del grupo doméstico, como en florerías, mercados (de Texcoco: las vías, San Antonio y San Felipe) y centrales de abasto (Iztapalapa y Tultitlán). Los grupos domésticos entrevistados tienden al trabajo en familia (extensa o nuclear), tanto en la producción como en la comercialización, 70% comercializa individualmente (aun cuando 67% de los grupos domésticos encuestados cuentan por lo menos con una persona asociada a alguna organización local de floricultores). Sólo 10% de los productores tienen convenios con intermediarios (7%) o floristas (3%) para la comercialización, por lo que 90% carece de ellos.

Las flores se venden comúnmente en la central de abasto (67%) o directamente a intermediarios que acuden al invernadero (23%), hecho que generalmente ocurre cuando se carece de vehículo o de tiempo para vender; aunque también se encontró que 7% vende directamente a floristas y sólo 3% vende toda su producción al consumidor final.

La situación económica y de género al interior del grupo doméstico muestra que no todas las personas que colaboran en la floricultura reciben un pago. Además de que las mujeres tienen acceso pero no control ni posesión de los bienes necesarios para la producción (invernaderos y vehículos); y su principal aporte está en la economía del cuidado y del trabajo reproductivo. Otro aspecto muy importante,

es que sólo 20% de los grupos domésticos encuestados vive de la floricultura, por lo que puede afirmarse que la gran mayoría de los GD encuestados son grupos pluriactivos, para los cuales la floricultura se realiza como una alternativa más de ingresos y optimización de los recursos existentes (invernaderos y mano de obra).

Tomando en cuenta que las cadenas productivas con equidad consideran que cada actriz o actor debe tener la posibilidad de optar por la alternativa de articulación que satisfaga mejor sus intereses (respetando los compromisos comerciales previamente establecidos), puede decirse que en las cadenas estudiadas no se encontró equidad ya que aunque no se limite, restrinja o condicione la participación de las productoras y productores, la inserción en una u otra cadena se da por razones diversas que obedecen a la lógica propia de cada grupo doméstico, entre las que destacan:

1. El conjunto de actividades socioeconómicas que realizan (producción agropecuaria, empleos federales, comercio o servicio de transporte público y floricultura) o las fuentes proveedoras de ingresos al grupo doméstico (pensiones y programas de apoyo).
2. Amplia experiencia cultivando *Chrysanthemum* (83% tienen de cinco a treinta años), lo que permite seguridad y conocimientos para sortear las limitaciones técnicas y económicas.
3. Los crisantemos y eleonoras son flores baratas, demandadas principalmente como flores secundarias, pero con larga vida poscosecha debido a su resistencia al estrés hídrico, lo que permite mínimo manejo poscosecha y comercialización hasta una semana después de la cosecha sin mermas.

Los actores secundarios identificados fueron proveedores de esquejes, agroquímicos, agua, asesoría técnica y capacitación –pública y privada-. Su principal

aporte es el suministro de bienes o servicios en relaciones comerciales. Otro aspecto muy importante es que 17% dijo tener acceso a apoyo (equipo, asesoría técnica o capacitación por parte de SEDAGRO), ya que para recibirlo se debe formar parte de algún grupo de productores(as).

Ninguno de los grupos domésticos encuestados contrata asesoría técnica privada, y sólo accede a ella por medio de asesorías de mostrador cuando compra algún agroquímico. En cuanto al financiamiento, éste se hace sólo con recursos propios.

Existe poca o nula coordinación entre actores y por tanto hay desarticulación de las cadenas, lo que les da pocas posibilidades de competir tanto en el contexto nacional como internacional. Las unidades de producción encuestadas realizan un procesamiento mínimo de las flores (acondicionamiento o manejo) y cuentan con muy poca tecnología de producción, por lo que se basan en ventajas comparativas proporcionadas por el clima y la disponibilidad de mano de obra principalmente familiar.

BIBLIOGRAFÍA

- Abdel, Musik, Guillermo y David Romo Murillo. Sobre el Concepto de Competitividad. Documentos de Trabajo en Estudios de Competitividad, Workingpapers in competitiveness studies. México: Instituto Tecnológico Autónomo de México. 2004.
- Agarwal, Bina. "Bargaining" and gender relations: within and beyond the household. En: *Feminist Economics*. Vol. 3. Núm. 1. 1997. Pp. 1-51.
- Agarwal, Bina. Negación y relaciones de género: dentro y fuera de la unidad doméstica. *Historia Agraria*. Núm. 17. 1999. pp. 13-58.
- Aparicio Martínez, Violeta. Comercialización de crisantemo estándar en San Pablo Ixayoc. Tesis de licenciatura. Universidad Autónoma Chapingo. México. 1999.
- ASERCA. Apoyos y Servicios para la comercialización Agropecuaria. La floricultura mexicana, el gigante que está despertando. En: *Revista Claridades Agropecuarias*. Vol. 6. 2006. pp. 3-38.
- Arriagada, Irma. Las familias y su vinculación con los mercados. En: Judith Astelarra (Coordinadora). *Género y cohesión social*. Documento de trabajo número 16. Madrid, España: Fundación Carolina Ce ALCI, 2007.
- Arizpe, Lourdes. La mujer en el desarrollo de México y América Latina. México: CRIM/UNAM. 1989.
- Benería, Lourdes. *Gender and Development and Globalization. Economics as if all people mattered*. London, Routledge, 2003.
- Benería, Lourdes. Globalización, Gender and the Davos Man. En: *Feminist Economics*. Vol. 5. Núm. 3. 1999, pp. 61-83.
- Breilh, Jaime. Nuevo modelo de acumulación y agroindustria: las implicaciones ecológicas y epidemiológicas de la floricultura en Ecuador. Resultados de la primera fase de un estudio del Programa EcoSalud del CEAS realizado con auspicio del CIID del Canadá. Artículo basado en el Informe Final de la primera etapa del programa y en el capítulo 7º del "Informe Alternativo sobre la Salud en América Latina" (2005), Quito: Observatorio Mundial de la Salud (Global HealthWatch), julio. 1. Ecuador: Centro de Estudios y Asesoría en Salud. Asturias N2402 y G. de Vera (La Floresta). 2005.
- Breilh, Jaime. Nuevo modelo de acumulación y agroindustria: las implicaciones ecológicas y epidemiológicas de la floricultura en Ecuador. Ecuador: Artigos. 2006, pp. 92-104.
- Breilh, Jaime; Arturo Campaña, Francisco Hidalgo, Doris Sánchez, Ma. Lourdes Larrea, Orlando Felicita, Edith Valle, Juliette Mac Aleese, JansiLopez, Alexis Handal, Alex Zapata, Paola Maldonado, Jorgelina Ferrero, Stella Morel. La floricultura y el dilema de la salud. Por una flor justa y ecológica. En "Informe alternativo sobre la salud en América Latina. Observatorio Latino Americano de Salud. Ecuador: Centro de Estudios y Asesoría en Salud (CEAS). 2005.

- Briones, Guillermo. Epistemología de las ciencias sociales. Colombia: Programa de especialización en Teoría, Métodos y técnicas de la investigación social. 2002a.
- Briones, Guillermo. Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales. Colombia: Programa de especialización en Teoría, Métodos y técnicas de la investigación social. 2002b.
- Briones, Guillermo. Metodología de la investigación cualitativa en las ciencias sociales. Colombia: Programa de especialización en Teoría, Métodos y técnicas de la investigación social. 2002c.
- Camacho, Ramírez J. Francisco, Benedicto Cortés Díaz, Gilberto García Hernández, Mario López Vázquez, J. Manuel Plata Colín. Situación actual y perspectiva de la floricultura en el Estado de México. Tesis de licenciatura en Sociología Rural. Universidad Autónoma Chapingo. México, 1989.
- Chiappe, Hernández Marta B., Emma Zapata Martelo. Expresiones locales en contextos globales. Una mirada a tres comunidades de Tlaxcala. México: Colegio de postgraduados, Universidad de la República y Plaza y Valdés, S. A. de C. V. México, D. F. 2009.
- Corral Paredes, Carolina. Para las mujeres las flores. Género y trabajo en una empresa floricultora en Morelos. Tesis Licenciatura en Antropología Social. Universidad Autónoma de Morelos. México, 2008.
- Díaz P. Rafael A. y Frank Hartwich. "Cadenas de valor: un paso innovador para la agricultura Centroamericana". Alternativas para el desarrollo. FUNDE, El Salvador. Núm. 96. 2005.
- Domingo Pérez, Concha. Trabajo femenino en una antigua industria rural: El Turrón. En: el nuevo papel de las mujeres en el desarrollo rural. España: Villasar de Mar. Oikos Tau. 2000.
- Flores, Selmira y Patricia Lindo. Pautas conceptuales y metodológicas. Análisis de género en cadenas de valor. Nicaragua: UNIFEM/PNUD. 2005.
- Flores Sánchez, Diego. Biodiversidad, gestión de sistemas de cultivo de maíz y patrimonio: estudio de caso cuenca del río Texcoco. Tesis de maestría (Instituto de Recursos Naturales, Especialidad en Agroecosistemas). Colegio de Postgraduados, Campus Montecillo. México, 2000.
- Flores Verduzco, Juan José, Manuel Ángel Gómez Cruz, Víctor Sánchez Peña, Manrubbio Muñoz Rodríguez, Emilio López Gómez, Salvador Díaz Cárdenas, Ramón Jiménez Lara y Jesús Moret Sánchez. Agroindustria: conceptualización y niveles de estudio. En: la agroindustria en México. México: Universidad Autónoma Chapingo, Programa de Integración Agricultura-Industria. 1987. pp. 2-12.
- Galaz Vega, Roque. Generación de un Agrupamiento Competitivo de Ornamentales en la Región de Atlixco, Puebla. México: Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. 2008.
- García, Guillermo Augusto. Canales de comercialización de flores en México. Tesis de licenciatura en Fitotecnia. México: Universidad Autónoma Chapingo. 1988.

- Galindo Aguilar, Rosa. Las remesas en el grupo familiar. Un análisis desde el enfoque de Género. Tesis de maestría (Instituto de Estudios Sociales, Económicos e Informática). México: Colegio de Postgraduados, Campus Montecillo. 2003.
- Gereffi, Gary. Las cadenas productivas como marco para la globalización. Problemas del desarrollo. Vol. 32. Núm. 125. Abril-junio. México: IIEc-UNAM. 2001.
- Gereffi, Gary. The Organization of Buyer –Driven Global Commodity Chains: How U.S. Retailers Shape Overseas Production Networks. En: G. Gereffi y M. Korzeniewicz (Compiladores). Commodity Chains and Global Capitalism, Praeger, Westport. E. U. A. 1994.
- González, Humberto. Estado, desarrollo y organizaciones de productores locales en México. En: Josefa Barbosa Cavalcanti y Guillermo Neiman, compiladores. Acerca de la globalización de la agricultura. Argentina: CICCUS. 2005. pp. 241-295.
- González, Martha. Estudio de factibilidad para el cultivo de crisantemo (*Crysanthemummorfolium*) en Tequexquahuac. Tesis de Licenciatura. México: Universidad Autónoma Chapingo. 1994.
- Grammont, Hubert C. La nueva estructura ocupacional de los hogares rurales mexicanos. En: Grammont, Hubert C. y Luciano Martínez Valle (compiladores). La pluriactividad en el campo latinoamericano. FLACSO. Quito, Ecuador. 2009.
- Herrera, Daniel. Competitividad con equidad en cadenas agrícolas. Costa Rica: Instituto Interamericano de cooperación para la Agricultura (IICA). 2000.
- Hartmann, Heidi. I. La familia como lugar de lucha política, de género y de clase: el ejemplo del trabajo doméstico. En: Marysa Navarro y Catharine R. Stimpson (compiladoras). Cambios sociales, económicos y culturales. Argentina: Fondo de Cultura Económica. 2000.
- Hernández Neri, Miriam, Emma Zapata Martelo, Pilar Alberti Manzanares y Verónica Vázquez García. Microempresas de plantas en Tenango de las flores, Puebla. Propuesta de análisis con perspectiva de género. Vol. 8. Núm. 1. México: Colegio de Posgraduados. Serie comunicaciones en Socioeconomía Estadística e Informática. 2004.
- Hopenhayn, Martín. Cohesión social: entre inclusión social y sentido de pertenencia. En: Judith Astelarra (Coordinadora). Género y cohesión social. Documento de trabajo número 16. España: Fundación Carolina Ce ALCI. 2007.
- Humphrey, John y Hubert Schmitz. Governance and Upgrading: Linking Industrial Cluster and Global Value Chain Research. IDS Working Paper No. 120, University of Sussex, 2000. http://biblioteca.fstandardbank.edu.ar/images/e/e6/Clusters_11.pdf
- Iglesias, Humberto Daniel. Cadenas de valor como estrategia: las cadenas de valor en el sector agroalimentario. Argentina: Estación experimental agropecuaria Anguil, Instituto Nacional De Tecnología Agropecuaria (INTA). 2002.
- INEGI. Estados Unidos Mexicanos. Censo Agropecuario 2007. VIII Censo Agrícola, Ganadero y Forestal. México. 2009.

- International Trade Commission. 2006. U.S.-Colombia Trade Promotion Agreement: Potential Economy-wide and Selected Sectoral Effects. Investigation No. TA-2104-23 USITC Publication 3896. 2006.
- INIFAP (Instituto Nacional de Investigaciones Forestales Agrícolas y Pecuarias). Folleto para productores No. 10. Floricultura una alternativa de producción para el sureste de Coahuila y centro de Nuevo León. México: Centro de investigación regional del Noroeste, Campo Experimental Saltillo. 2004.
- Jansen, Hans G. P. y Máximo Torero. Resumen de la literatura de cadenas de valor agropecuarias en cinco países centroamericanos. Costa Rica: IFPRI (Instituto Internacional para la Investigación de Políticas Alimentarias)-RUTA (Unidad Regional de Asistencia Técnica). 2006.
- Lara Flores, Sara María. La producción de flores de exportación en México: un espacio de empleo femenino. En: Ximena Valdés S., Ana María Arteaga C. y Catalina Arteaga A. (Editoras). Mujeres relaciones de género en la agricultura. Chile: Sociedad impresora la Unión Ltda. 1995a.
- Lara Flores, Sara María. La feminización del trabajo asalariado en los cultivos de exportación no tradicionales en América Latina: efectos de una flexibilización salvaje. En: Sara María Lara Flores. *Jornaleras, temporaleras y bóias-frias*. El rostro femenino del mercado de trabajo rural en América Latina. Venezuela: Instituto de Investigación de las Naciones Unidas para el Desarrollo Social (UNRISD), Nueva Sociedad. 1995b.
- Lara Flores, Sara María. Nuevas experiencias productivas y formas de organización flexible del trabajo en la agricultura mexicana. México: Procuraduría Agraria y Juan Pablos. 1998.
- Lastiarrá-Cornhiel, Susana. Las mujeres y el acceso a la tierra comunal en América Latina. En: Patricia Costas (coordinadora). *Tierra de mujeres*. Reflexiones sobre el acceso de las mujeres rurales a la tierra en América Latina. Fundación Tierra y Coalición internacional para el acceso a la tierra. La Paz, Bolivia. 2011.
- León T., Magdalena. Movimiento social de mujeres y paradojas de América Latina. En: Magdalena León. *Mujeres y participación política*. Avances y desafíos en América Latina. Colombia: Tercer Mundo. 1994.
- León T., Magdalena. Funcionalidad del trabajo de las mujeres en la producción de flores para exportación. En: Magdalena León T. (coordinadora). *Mujeres y trabajo: cambios impostergables*. Brasil: Veraz Comunicação. 2003.
- Ley de Desarrollo Rural Sustentable. México, D. F. 2007.
- López, Paz y Vania Salles. Observatorio de género y pobreza. En: López, Paz y Vania Salles. *Observatorio de Género y pobreza*. Siete estudios y una conversación. México: INDESOL, COLMEX, UNIFEM. 2004. Pp. 15-41.

- Lundy, Mark, María Verónica Gottret, William Cifuentes, Carlos Felipe Ostertang y Rupert Best. Diseño de estrategias para aumentar la competitividad de cadenas productivas con productores de pequeña escala. Manual de Campo. Proyecto de Desarrollo de Agroempresas Rurales. Colombia: Centro de Investigación de Agricultura Tropical (CIAT). 2004.
- Macías, María de la Luz. Demanda de la fuerza de trabajo femenina en cultivos de exportación seleccionados. En: Kirsten Appendini, Blanca Suárez y María de la Luz Macías. ¿Responsables o gobernables? Las trabajadoras de la agroindustria de exportación. México: Colegio de México. 1997.
- Marroni, María da Gloria. Pobreza rural, mujeres y migración masculina. En: María da Gloria Marroni de Velázquez y María Eugenia D'Aubeterre Buznego. Con voz propia. Mujeres rurales en los noventa. México: BUAP. 2002. Pp. 15-44.
- Martínez Corona, Beatriz, Silvia Martínez Sánchez, Socorro Barrientos Juárez y Alberto Paredes Sánchez. Mujeres Rurales y Género. Elementos para la transformación de su condición y posición. Manual 1. Colegio de Postgraduados-Campus Puebla y Secretaría de Desarrollo social (SEDESOL). 2002.
- Martínez, Luciano. El campesino andino y la globalización a fines de siglo (una mirada sobre el caso ecuatoriano). En: European Review of Latin American and Caribbean Studies: Núm. 77, Holanda. October 2004. Pp-25-40.
- Martínez, María Concepción. Las jornaleras agrícolas en México. Una visión de conjunto. En: María Luisa González Marín (coordinadora). Los mercados de trabajo femeninos. Tendencias recientes. México: Miguel Ángel Porrúa. 1998.
- Mendoza Rodríguez, Raquel y Veronika Sieglin. Desarrollo rural y culturas políticas campesinas: la construcción de liderazgo en una comunidad campesina del noreste mexicano. Un estudio de caso. En: Verónica Sieglin (Compiladora) Desarrollo Sustentable, cultura e identidad. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. 2001. Pp. 247-278.
- Millán, Oralia. Orígenes de la floricultura en Villa Guerrero, Estado de México. En: Hojas de Sal. Año 1. Núm. 0. México: Instituto Mexiquense de Cultura. 1991.
- Mosquera Aldana, Vlashskiv. Competitividad de la pequeña empresa del sector ornamental en Atlixco, México. En: Entramado. Vol. 6. Núm. 2, julio-diciembre. Colombia: Universidad Libre Cali. 2010. pp. 26-35.
- Orozco Hernández, María Estela, Eduardo Campos Medina y Adriana Guerrero Peñuelas. Hacia la gestión de un nuevo desarrollo rural: el caso de los pequeños floricultores de flor en Villa Guerrero. En: Quivera. México: Universidad Autónoma del Estado de México. Vol. 11. Núm. 1, enero-junio. 2009. pp. 91-102.

- Orozco Hernández, María Estela, Maritza Mendoza Martínez. Competitividad local de la agricultura ornamental en México. En: Ciencia Ergo Sum. Núm. 1. Vol. 10. México: Universidad Autónoma del Estado de México. 2003. Pp. 29-42.
- Orozco Hernández, María Estela. Entre la competitividad local y la competitividad global: floricultura comercial en el Estado de México. En: Convergencia. Vol. 14. Núm. 045. México: Universidad Autónoma del Estado de México. 2007. Pp. 111-160.
- Pepin-Lehalleur, Marielle y Teresa Rendón. Reflexiones a partir de una investigación sobre grupos domésticos campesinos y sus estrategias de reproducción. En: Orlandina Oliveria, Marielle Pepin-Lehalleur y VaniaSalles. Grupos domésticos y reproducción cotidiana. México: Flacso-Miguel Ángel Porrúa. 1989.
- Pezo O., Luis. Construcción del desarrollo rural en Chile: apuntes para abordar el tema desde una perspectiva de la sociedad civil. En: Revista Mad. Núm. 17. Chile: Departamento de Antropología, Universidad de Chile. 2007.
- Pietrobelli, Carlo, Roberta Rabelotti. Mejora de la competitividad en clusters y cadenas productivas en América Latina. El papel de las políticas. Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, D.C. Serie de buenas prácticas del Departamento de Desarrollo Sostenible. 2005.
- Rubio, Blanca. Explotados y excluidos: los campesinos latinoamericanos en la fase agroexportadora neoliberal. México: Universidad Autónoma Chapingo y Plaza y Valdés. 2003.
- SIAP-SAGARPA. www.siap.gob.mx/. Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera SAGARPA-Secretaría de Agricultura Ganadería Desarrollo Rural Pesca y Alimentación. México. 2009.
- SAGARPA. Boletín de prensa 06. 13 de febrero 2012.
- Salazar González, Madga y Demien van der Heyden. Metodología de análisis de cadenas productivas con equidad para la promoción del desarrollo local. Perú: SNV. 2004.
- Sandoval Casilimas, Carlos A. Investigación cualitativa. Colombia: Programa de especialización en Teoría, Métodos y técnicas de la investigación social. 2002.
- Soria Sánchez, Evelia y Luis Escobar Rebollar. Evaluación del cultivo de crisantemo (*Chrysanthemum morifolium*. Ramat) en la comunidad de Tequexquahuac, municipio de Texcoco, México. Tesis de licenciatura. Universidad Nacional Autónoma de México. Escuela Nacional de Estudios Superiores Aragón. 1995.
- Sojo, Ana. Cohesión social, género y regímenes de bienestar en América Latina y el Caribe: elementos para la discusión. En: Judith Astelarra (Coordinadora). Género y cohesión social. Documento de trabajo número 16. España: Fundación Carolina Ce ALCI. 2007.
- Suárez, Blanca. Flores, hortalizas y mujeres en Morelos; en ¿Responsables o gobernables? Las trabajadoras en la agroindustria de exportación. Kitsten Appendini, Blanca Suárez y María de la Luz Macías. Ed. Colegio de México. México, D.F. 1997.

- Suárez, Blanca. La jornada de trabajo de las mujeres campesinas e indígenas en los proyectos productivos. En: Emma Zapata Martelo y Josefina López Zavala (coordinadoras). La integración económica de las mujeres rurales: Un enfoque de género. México: Secretaría de la Reforma Agraria. 2005.
- Sunkel, Guillermo. El papel de la familia en la protección social en América Latina. En: Judith Astelarra (coordinadora). Género y cohesión social. Documento de trabajo número 16. España: Fundación Carolina Ce ALCI. 2007.
- Tarrío, María, Luciano Concheiro. El tratado de libre comercio de América del Norte y la agricultura mexicana, en la sociedad frente al mercado. La jornada y UAM-X. México, D.F. 1998.
- Tepichín Valle, Ana María. El género en la pobreza: hacia un balance del avance conceptual. En: Mercedes Prieto (Editora). Mujeres y escenarios ciudadanos. Ecuador: FLACSO-Ecuador, Ministerio de Cultura, Crearimagen. 2008.
- Tepichín Valle, Ana María. Autonomía para participar en decisiones: elemento central para el combate a la pobreza con equidad de género. En: Estudios sociológicos. Vol. XXVII, núm. 79, enero-abril. 2009. pp. 111-146.
- Torres, Clara Ximena. Biblioteca del campo. Manual Agropecuario. Técnicas orgánicas de la granja integral autosuficiente. Colombia. 2002.
- Vivar, Rufino Miranda. Perspectivas de la producción tradicional de crisantemo (*Chrysantemum ssp*) en el Oriente del Estado de México ante el Tratado De Libre Comercio. Tesis licenciatura. México: Universidad Autónoma Chapingo-Economía agrícola. 1993.
- Weber, Max. Economía y sociedad. México: Fondo de Cultura Económica, Tomo II. 1977.

Páginas web

- INEGI. (Instituto Nacional De Estadística, Geografía e Informática). Censo General de Población y Vivienda, México. Aguascalientes, México. www.inegi.gob.mx. 2010.
- INEGI. Cuadernos municipales. 2000. México. XII Censo General de Población y Vivienda, 2000. Tabulados Básicos.<http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/cem05/nacional/index.htm>
- INEGI. Anuario Estadístico. México. pp. 447. 1998. <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/regulares/enigh/enigh1998/default.aspx>
- El economista. <http://eleconomista.com.mx/estados/2012/04/12/estado-mexico-cosecha-negocio-floricultural>
- http://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=lang_es&id=BgnEHscgGOkC&oi=fnd&pg=PA3&dq=cadenas+productivas+agropecuarias&ots=a1iqUqANLC&sig=7kVQVSDtHvpIiQNvp8iEhkVU1Bg#PPA20,M1

<http://www.jornada.unam.mx/2009/01/19/index.php?section=politica&article=008n2pol>
<http://www.jornada.unam.mx/2008/08/18/index.php?section=politica&article=016n2pol>
<http://www.jornada.unam.mx/2006/07/13/index.php?section=capital&article=041n1cap>
<http://www.jornada.unam.mx/2007/05/29/index.php?section=sociedad&article=039n1soc>
<http://www.jornada.unam.mx/2008/07/02/index.php?section=opinion&article=032o1eco>
<http://www.jornada.unam.mx/2007/12/29/index.php?section=politica&article=003n1pol>
<http://www.jornada.unam.mx/2002/12/19/005n1pol.php?origen=politica.html>
<http://www.jornada.unam.mx/2008/01/04/index.php?section=estados&article=021n4est>
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/genero/rangel.rtf>
http://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=lang_es&id=BgnEHscgGOkC&oi=fnd&pg=PA3&dq=cadenas+productivas+agropecuarias&ots=a1iqUqANLC&sig=7kVQVSDtHvpIiQNvp8iEhkVU1Bg#PPA20,M1
<http://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=mfx7SwHpMUoC&oi=fnd&pg=PA7&dq=teor%C3%ADa+de+sistemas&ots=-K7XULt8Ey&sig=3q5KcLajl3-fGZaLeXKX2pH5sDI#v=onepage&q=&f=false>

ANEXOS

CUESTIONARIO PARA PRODUCTORAS/ES DE FLORES No ___ ID1

I. DATOS PERSONALES

NOMBRE: _____ ID

2

EDAD: _____ Y1 SEXO: F M ___ Y2

Comunidad _____ Y3

1. ¿Cuántos años lleva produciendo flores? _____ Y4

2. ¿Por qué produce flores (Motivación)? a) tradición b) necesidad de ingresos c) gusto d) otro ___ Y5

II. ACTIVIDADES: PRODUCCIÓN

1. UNIDAD DE PRODUCCIÓN. Superficie total: Y2

Superficie con ornamentales	Cultivos no ornamentales	Superficie a Cielo abierto	Superficie en Invernadero	No. de naves	Ciclos por año/sp	Cultivos no ornamentales
N1	Y2	Y3	N2	N3	N4	Y4

2. PRODUCCIÓN DE FLORES:

Especie	Volumen producción	Calidad (%)		Precio de venta		Pérdidas		
		1º	2º	1º	2º	Causa: C- calidad H- Hidratación F- fitosanitarios O-otro	Volumen	Valor
Crisantemo Y8	N5	N6	N7	N8	N9	Y5	N1	N11
Margarita Y14	N12	N13	N14	N15	N16	Y6	N17	N18
Eleonora Y21	N19	N20	N21	N22	N23	Y7	N24	N25
Otra								

¿Llevan registros? A) SI B) NO ___ Y8

¿Aplican tratamiento poscosecha? A) SI B) NO ___ Y9

¿Cual? A) AGUA B) AGUA+PRESERVANTE ___ Y10

3. PROCESO PRODUCTIVO

Actividad	Meses en que se realiza					Cantidad de jornales	¿Quién lo hace? Familiar/ Empleado Mujer/varón	Paga		Maquinaria o Equipo/ Manual
	0	1	2	3	4			SI	NO	
Aplicación de estiércol o composta						N		Y	Y	Y29
Preparación del terreno						N		Y	Y	Y33
Producción de esqueje						N		Y	Y	Y37
Siembra-trasplante						N		Y	Y	
Pinchado						N		Y	Y	Y41
Riego						N		Y	Y	Y45
Fertilización						N		Y	Y	Y49
Control de Luz						N		Y	Y	Y53
Ajuste de la malla						N		Y	Y	Y57
Control de plagas-enfermedades						N		Y	Y	Y61
Deshierbes						N		Y	Y	Y65
Corte						N		Y	Y	Y69
Empacado						N		Y	Y	Y73
Otra						N		Y	Y	Y77

4. MANO DE OBRA

Contrata: NO SI _____ Y80 ¿Cuánto paga? _____ pesos/jornal N6

¿Por cuánto tiempo? _____ jornales/ciclo N7

¿Tiene preferencia por contratar mujeres u hombres? SI NO Y80

¿Porqué? _____

_____ A1 _____

5. COSTOS DE PRODUCCIÓN

6. PROVEEDORES

Insumo	Costo	Cantidad/ Aplicación	¿Dónde lo adquiere? TEX/D.F./OTRO	¿Quién le provee este insumo?	¿Lo adquiere en el punto de venta? SI/NO
Esqueje, bulbo, semilla	N7	N7	Y82	Y83	Y83
Fungicidas	N9	N9	Y85	Y86	Y86
Insecticidas	N11	N11	Y88	Y89	Y89
Fertilizantes	N13	N13	Y91	Y92	Y92
Malla	N15	N15	Y94	Y95	Y95
Mano de obra	N	N	Y	Y	Y
otro	N	N	Y	Y	Y

6. RELACIÓN CON PROVEEDORES INSUMOS

6.2.10. ¿Cómo considera su relación con los vendedores de insumos? A) BUENA B) REGULAR C) MALA _____ Y

6.2.11.

¿Porqué? _____

A

6.3.3. ¿Quién toma la iniciativa en cuanto a la provisión de insumos? PRODUCTOR(A) _____ PROVEEDOR(A) _____ Y

6.3.4. ¿es oportuna la aplicación de agroquímicos que realiza? A) SI B) NO C) ALGUNAS VECES D) NUNCA _____ Y

7. COMERCIALIZACIÓN

7.1. ¿Comercializan en conjunto? SI NO Y102

7.2. ¿Cuentan con apoyos o subsidios para comercializar? SI NO Y103

7.3. ¿cómo fija los precios? A) Basándose en los costos de producción B) de acuerdo al comprador C) otro _____ Y104

7.4. ¿Existen precios de garantía? SI NO Y105

8. TRANSPORTE

8.1. ¿Cómo transporta su producción? A) Empacada en presentación final B) a granel C) otro _____ Y106

8.2. ¿transporta en seco? A) SI B) NO

8.3. ¿En que transporta?

A) Vehículo propio adaptado B) v. propio no adaptado C) v. rentado adaptado D) v. rentado no adaptado E)

Otro _____ Y107

8.4. ¿Cuanto le cuesta? _____ N 21 concepto: casetas _____ N22 combustible _____ N23 mantenimiento _____ N24

9. ASISTENCIA TÉCNICA

9.1. ¿Cuenta con asesoría técnica? A) SI _____ B) NO _____ pase a 10. Y108

9.2. ¿Quién la proporciona? A) PÚBLICA _____ B) PRIVADA _____ C) OTRA _____ Y109

9.3. ¿De qué tipo? A) Presencial b) telefónica c) medios electrónicos (Internet, etc) _____ Y110

9.4. ¿Durante cuanto tiempo? a) _____ horas b) _____ días c) _____ meses d) _____ años N25

9.5. ¿Tiene algún costo? A) NO B) SI _____ Y111 monto _____ pesos/visita _____ pesos/ciclo N26

9.6. ¿En qué fase del proceso le asesoran?

A) Producción B) Cosecha C) Poscosecha D) Venta E) Mercado F) Otro _____ Y112

9.7. ¿quien fija los precios de la asesoría técnica? A) Productor/A B) Asesor/A C) Empresa O Institución _____ Y

9.8. ¿Está satisfecho con la asesoría técnica que recibe? A) SI B) NO _____ Y

9.9.

¿Porqué? _____

_____ A

9.10. ¿Cómo considera la calidad la asesoría técnica que recibe? A) BUENA B) REGULAR C) MALA _____ Y

9.11. ¿Es oportuna la asesoría técnica que recibe? A) SI B) NO C) ALGUNAS VECES D) NUNCA _____ Y

9.12. ¿Tiene confianza en sus asesores/as técnicos? A) SI, COMPLETAMENTE B) SI, CON RESERVAS C) NO _____ Y

9.13

¿Porqué? _____
____A

9.14 ¿Quién toma la iniciativa en cuanto a la asesoría técnica? A) PRODUCTOR(A) B) PROVEEDOR(A) _____ Y

10. RECURSOS CON QUE CUENTA

10.1. Tipo de propiedad: PEQ. PROPIEDAD _____ EJIDAL _____ COMUNAL _____ Y113

NOMBRE DEL PROPIETARIA/O _____ ID5

10.2. ¿cuenta con vehículo propio? NO pase a 11. SI Y113

10.3. ¿De qué tipo? A) coche b) camioneta c) tracto camión d) otro _____ Y114

11. FUENTES DE FINANCIAMIENTO: monto total _____ \$N26

A) privada _____ %N27: recursos propios _____ % N28 préstamos _____ % N29 ¿Quién le presta? _____ A30

B) pública _____ %N31: gobierno federal _____ %N32 gob. Estatal _____ %N33 gob.

Mipa.l. _____ %N34

11.1. ¿Ha obtenidocréditos para la producción de flores? A) SI B) NO

11.2. ¿Por

qué? _____

11.3. ¿el crédito solicitado llega en el momento que se requiere? A) SI B) NO C) ALGUNAS VECES D) NUNCA

____Y

11.4. ¿le han ofrecido créditos para la producción de flores? A) SI B) NO ____Y

11.5. ¿Quién le ha ofrecido crédito para la producción de flor?

A) PRODUCTOR(A)_____ B)PROVEEDOR(A)_____ C) LA ASOCIACIÓN_____ D)

OTRO_____Y

11.6. ¿es oportuno el financiamiento gubernamental? A) SI B) NO C) ALGUNAS VECES D) NUNCA Y

11.7. ¿Cómo considera su relación con los proveedores de recursos financieros? A) BUENA B) REGULAR C)

MALA_____Y

11.8.

¿Porqué?_____

-

12. ¿Qué tipo de INVERSIONES realiza por ciclo? _____Y

() Activos fijos: maquinaria, equipo

() Capacitación

() Consumibles: material vegetal, agroquímicos

() otro_____

13. INGRESOS

13.1. ¿realiza otras actividades socioeconómicas además de la producción de flores? A) NO pase a 13.2 B) SI

Actividades	¿Quién la realiza?	Ingreso semanal
Y117	N35	N36
Y119	N37	N38
Y121	N39	N40
Y123	N41	N42
Y125	N43	N44

13.2. ¿En qué gastan los ingresos familiares? (ordene)

Y128 () Alimentación Y132 () Otros (comunicaciones, servicios financieros, etc)

Y129 () Transporte Y133 () Artículos para el hogar (muebles, trastos, electrodomésticos, etc.)

Y130 () Salud Y134 () Vestido y calzado

Y131 () Educación Y135 () Esparcimiento

14. APOYOS

14.1. ¿Cuentan con apoyos o subsidios? NO _____pase a la 14.4 SI_____Y138

14.2. ¿De que tipo? Federal estatalmunicipalONGotro_____Y139

14.3. ¿En qué fase? Producción _____ transporte _____comercialización_____Y140

14.4. ¿Cuenta con servicio médico? IMSS ___ ISSSTE ___ SEGURO

POPULAR ___ PRIVADO ___ NINGUNO ___Y141

III. CAPACIDADES

3.1. ¿Cuáles son los aspectos más importantes para producir flores de calidad? (marque) Y142

a) calidad del esqueje

b) preparación del terreno

c) cantidad, calidad y oportunidad en la aplicación de agroquímicos

d) frecuencia y cantidad del riego

e) intensidad y tiempo de fotoperiodo

f) otro_____

3.2. ¿Cuáles son los aspectos más importantes para cuidar la calidad de la flor? (marque) Y142

a) momento de corte

b) hora del día

c) hidratación continua de la flor

d) temperatura y condiciones de almacenamiento

e) temperatura y condiciones de transporte

f) otro_____

3.3. Para vender a buen precio la flor, lo mejor es: (marque) Y144

a) cuidarse de la competencia, como: _____

b) Vender en los mejores lugares, cuales son? _____

c) vender en las mejores fechas, como: _____

d) vender flores diferentes, como: _____

e) calidad del producto: _____
f) otros, como: _____

- 3.4. ¿Conoce cuáles son las preferencias del comprador? SI _____ NO _____ Y145
3.5. ¿Considera que satisface las preferencias del comprador? SI _____ NO _____ Y146
3.6. ¿Conoce cuáles son las preferencias del consumidor? SI _____ NO _____ Y147
3.7. ¿Considera que satisface las preferencias del consumidor? SI _____ NO _____ Y148

IV. CAPACITACIÓN

4.1. ¿Cómo aprendió a producir flores? A) un familiar b) una institución pública c) una institución privada d) otra _____ Y149

4.2. Durante cuanto tiempo le enseñó: _____ meses N45

4.3. ¿Le cobró? SI _____ NO _____ Y150 ¿cuanto? _____ N46

4.4. ¿Ha recibido cursos de capacitación en la producción o manejo de flores? NO ____ pase a 4.7 SI _____ Y151

TEMAS: _____

A3

¿Quién se los impartió? A) un familiar b) una institución pública c) una institución privada _____ Y152

4.5. Durante cuanto tiempo le capacitó: a) _____ días b) _____ meses c) _____ años N47

4.6. ¿Le cobró? NO _____ SI _____ Y153 ¿cuanto? _____ N48

4.7. ¿Le gustaría recibir cursos de capacitación? SI _____ NO _____ Y154

4.8. ¿sobre que

temas? _____ A4

V. RELACIONES

5.2. PRODUCTORAS/ES COMPRADORES – complementario a taller diagrama flujo de relaciones-

5.2.1. ¿Quién toma las decisiones:

A) De producción (especies, volúmenes, época siembra): a) Productoras/Es b) Compradores c) otro _____ Y

B) respecto al momento de venta: a) Productoras/Es b) Compradores c) otro _____ Y

C) Fijación del precio de venta: a) Productoras/Es b) Compradores c) otro _____ Y

D) A quien vender: a) Productoras/Es b) Compradores c) otro _____ Y

E) ¿Quién elige a sus proveedores? a) Productoras/Es b) Compradores c) otro _____ Y

F) ¿Donde vender?: a) Productoras/Es b) Compradores c) otro _____ Y

G) destino de la producción (cantidad (%)-valor): a) Productoras/Es b) Compradores c) otro _____ Y

5.2.2. ¿Cómo considera su relación con las personas a quienes les vende flor? A) BUENA B) REGULAR C) MALA _____ Y

5.2.3.

¿Porqué? _____

5.2.4. ¿a cuantos compradores les vende su producción? _____ N

5.2.5. ¿establecen contrato de compra-venta? SI NO _____ Y

5.2.6. ¿Cuáles son los conflictos más frecuentes que enfrenta con sus compradores? _____

5.3. RELACIONES COLECTIVAS

5.3.1. ¿conoce organizaciones de productor@s de flores? A) SI B) NO

5.3.2. ¿Qué organizaciones de floricultor@s conoce? _____ A

5.3.3. ¿Es soci@ de alguna organización de productores? A) SI B) NO pase a sección VII

5.3.4. ¿Cómo es la relación entre soci@s? A) buenas _____ B) regulares _____ C) malas _____ Y

5.3.5.

¿porqué? _____

__A

5.3.6. Tipo de participación que tiene en ellas:

A) Activa (asiste reuniones, coopera, toma decisiones) _____ B) pasiva _____ Y

5.3.7. ¿Con qué frecuencia se reúnen en su asociación? A) SEMANAL B) MENSUAL C) SEMESTRAL D) ANUAL _____ Y

5.3.8. ¿Con qué frecuencia se reúnen con el consejo Regional? A) SEMANAL B) MENSUAL C) SEMESTRAL D) ANUAL _____ Y

5.3.9. Tipo de participación que tiene en el Consejo Regional de la Flor:

A) Activa (asiste reuniones, coopera, toma decisiones) _____ B) pasiva _____ Y

VI. DISTRIBUCIÓN BENEFICIOS

6.1. PRODUCTORAS/ES CON COMPRADORAS/ES

6.1.1. ¿Cuánto le cuesta producir un ciclo de flor? _____ \$ N

6.1.2. ¿cuál es el precio de venta de esa producción? Venta directa _____ \$ N venta a intermediario _____ \$N

6.1.3. ¿Quién absorbe las mermas? A) PRODUCTOR/A B) COMPRADOR/A C) OTRO _____ Y

6.1.4. ¿Quién fija los precios? A) PRODUCTOR/A B) COMPRADOR/A C) OTRO _____ Y

6.1.5. ¿Cuánto le cuesta acondicionar la producción para su venta? _____ \$ N

6.1.6. ¿Cuánto le cuesta transportar su producción hasta el lugar de venta? V. directa _____ \$ N B) v. intermediario _____ \$ N

VII. PROBLEMÁTICA

7.1. ¿Cuál considera que es su mayor problema como floricultor/a? _____ A

V. GRUPO DOMÉSTICO

5.1.1. ESTRUCTURA DEMOGRÁFICA DE LA FAMILIA (GRUPO DOMÉSTICO)

Nombre	Sexo F/M	Edad	Escolaridad	Parentesco con jefe@ familia	Estado civi SOLTERA/ CASADA	Trabaja en la floricultura SI/NO	En que lo gasta? Personales Ropa Zapatos Comida Hijos Vivienda	Trabajo doméstico SI/NO	Aporta (marque)					
									Materias primas	herramientas	Mano de obra	Dinero	Conocimientos técnicos	
N49	N50/N51	N	N	Y	Y	Y	Y	Y						

5.1.2. ¿Quién se encarga del cuidado de los infantes y las personas mayores? _____ A

5.1.3. ¿Quién vigila la educación-valores, escuela- de los infantes? _____ A

VII. FACTORES EXTERNOS: 7.1. Competencia

7.1.1. La COMPETENCIA regional es: A) importante _____ B) no importante _____ Y

7.1.2. ¿porqué? _____ A

7.1.3. La COMPETENCIA nacional es: A) importante _____ B) no importante _____ Y

7.1.4. ¿porqué? _____ A

7.2. MERCADO-OFFERTA-DEMANDA: ¿Cuál es el destino de su producción?

MERCADO	% producción	Especie	Volumen	Frecuencia (tallos/semana)	Presentación docenas, docenas , brazadas, manojos)	Precio de venta	Quien determina el precio	Condiciones de pago: Contado/ abonos/ consigna	¿porqué le vende a ese comprador/ o en esa plaza?
C. ABASTO ECATEPEC	N	A	N	N	Y	N		Y	
C. ABASTO D.F.	N		N	N		N			
MERCADO DE JAMAICA	N		N	N		N			
MERCADO DE LAS VIAS TEXCOCO	N		N	N		N			
MERCADO SANFELIPE	N		N	N		N			
MAYORISTA	N		N	N		N			
DETALLISTA	N		N	N		N			
OTRO	N		N	N		N			

7.2.2. ¿Cuáles son sus posibilidades de vender al consumidor final? _____ A

7.2.3. ¿Cuáles son las limitaciones que enfrenta para vender directamente? _____ A

CUESTIONARIO COMPRADORAS/ES DE FLORES No _____ ID1
 TIPO DE COMPRADORA/OR: MAYORISTA DETALLISTA ___YI

1. DATOS PERSONALES

- 1.1. Nombre: _____ ID2
- 1.2. Edad: _____ ID3 1.3. Sexo: F _____ M _____ ID4 1.4. Tiempo dedicado a la actividad _____ ID5
- 1.5. Lugar de residencia _____ ID6
- 1.6. ¿Por qué se dedica a la comercialización de flores (Motivación)?
 a) tradición b) rentabilidad c) necesidad d) gusto e) otro _____ Y2
- 1.7. De qué comunidades compra flores _____ Y3

2. ACTIVIDADES

- 2.1. ¿cómo transporta? A) PRESENTACIÓN FINAL B) A GRANEL
- 2.2. ¿En qué transporta? A) VEHÍCULO NORMAL ADAPTADO B) VEHÍCULO NORMAL SIN ADAPTAR C) VEHÍCULO ESPECIAL
- 2.3. ¿Mantiene hidratadas las flores constantemente? A) SI B) NO
 ¿porqué? _____
- 2.4. ¿Cómo mantiene frescas las flores? A) Las Protege Del Sol B) Las Protege De La Luz C) No Las Protege D) Otro _____
- 2.5. ¿cómo almacena? A) EN CUBETAS B) A GRANEL C) OTRA _____
- 2.6. En cuanto a los productos y puntos de venta:

MERCADO	Especie	%	Quien determina el precio	Condiciones de pago: Contado/ abonos/ consigna	A cuanto compra	Precio de venta
C. ABASTO ECATEPEC						
C. ABASTO D.F.						
MERCADO DE JAMAICA						
MERCADO DE LAS VIAS						
MERCADO SANFELIPE						
MAYORISTA						
DEALLISTA						
OTRO						

- 2.7. ¿Cuáles considera los mejores periodos de venta?
- 2.8. ¿Cuáles son las normas de calidad que le exige el comprador?
 A) FLOR _____ B) TALLO _____ C) FOLLAJE _____ D) ASPECTOS FITOSANITARIOS
- 2.9. ¿Cuál es el origen de sus mermas?
 A) FALTA CALIDAD B) POCA VARIEDAD DE ESPECIES C) MAL MANEJO POSCOSECHA D) OTRO _____
- 2.10. ¿Participa en la producción? NO _____ pase a la sección 3 SI _____
- 2.11. ¿cuál es su participación en la producción?
 A) FINANCIA INSUMOS B) DÁ CRÉDITOS O PRÉSTAMOS ECONÓMICOS O EN ESPECIE C) OTRO _____

3. RECURSOS CON QUE CUENTA

- 3.1. ¿Cuántas unidades de transporte tiene? _____
- 3.2. ¿es de su propiedad el vehículo en que transporta las flores? A) SI B) NO _____
- 3.3. ¿Dónde almacena la producción antes de la venta y lo que no vendió?
 A) EN CÁMARA FRÍA CON AGUA
 B) A) EN CÁMARA FRÍA SIN AGUA
 C) EN CUARTO FRÍO CON AGUA
 D) EN CUARTO FRÍO SIN AGUA
 E) EN SU CASA CON AGUA

- F) EN SU CASA SIN AGUA
 G) EL MISMO VEHÍCULO CON AGUA
 H) EN EL MISMO VEHÍCULO SIN AGUA
 I) OTRO _____

3.4. ¿Cuáles son sus fuentes de financiamiento? A) RECURSOS PROPIOS B) RECURSOS PÚBLICOS C) OTRO _____

4. CAPACIDADES

- 4.1. ¿Utiliza soluciones preservativas? A SI A) NO pase a 4.3.
 4.2. ¿Qué compuesto utiliza? _____ ¿a que concentración? _____
 4.3. ¿cuáles son las especies que tienen mejor demanda?
 A) LILIS B) CRISANTEMOS C) ROSAS D) TROPICALES E) OTRAS _____
 4.4. ¿Cuáles son las mejores fechas para vender flores?
 A) 14 FEBRERO B) 10 DE MAYO C) 1-2 NOVIEMBRE D) 12 DICIEMBRE E) OTRA _____

5. CAPACITACIÓN

TEMA	¿Quién LE ENSEÑÓ? A) Familiar B) Institución Pública C) Institución Privada D) Particular	CUANTO TIEMPO	COSTO
SELECCIÓN			
MANEJO POSCOSECHA			
COMERCIALIZACIÓN			
ALMACENAMIENTO			
OTRO			

6. INGRESOS

6.1. ¿realiza otras actividades socioeconómicas además de la comercialización de flores? A) NO pase a 6.2. B) SI

ACTIVIDADES	INGRESO SEMANAL	UTILIZA EL INGRESO PARA LA FLORICULTURA SI NO	COSTO

6.2. ¿cómo fija los precios de compra de flores? _____
 6.3. ¿cómo fija los precios de venta de las flores? _____

7. RELACIONES

- 7.1. ¿Quien toma las decisiones:
 A) Producción (especies, volúmenes): a) Productoras/Es b) Compradores c) otro
 B) Comercialización: a) Productoras/Es b) Compradores c) otro
 C) precio: a) Productoras/Es b) Compradores c) otro
 D) Proveedores: a) Productoras/Es b) Compradores c) otro
 E) ¿Donde vender?: a) Productoras/Es b) Compradores c) otro
 F) destino de la producción (cantidad (%)-valor): a) Productoras/Es b) Compradores c) otro

7.2. ¿tiene proveedores constantes? A) SI B) NO

7.3. ¿Frecuencia con que comercializa flores?

- A) diario
 b) cada semana
 c) cada mes
 d) sólo en fechas importantes
 e) irregular o discontinua

7.4. ¿Cómo les paga a sus proveedores? A) CONTADO B) CRÉDITO _____ DIAS C) CONSIGNA D) OTRO _____

7.5. ¿cómo considera su relación con los/as productores/as de flores? A) BUENA B) REGULAR C) MALA

7.6. ¿Porqué? _____

7.7. ¿cómo considera su relación con los/as compradores/as de flores? A) BUENA B) REGULAR C) MALA

7.8. ¿Porqué? _____

8. FACTORES EXTERNOS:

8.1. Competencia

8.1.1. La COMPETENCIA regional es: A) importante ____ B) no importante _____

8.1.2. ¿porqué? _____

8.1.3. La COMPETENCIA nacional es: A) importante ____ B) no importante _____

8.1.4. ¿porqué? _____

8.2. Oferta- demanda

8.2.1. ¿Cuáles son las presentaciones que mejor se venden?

ESPECIE	PRESENTACIÓN A) Docena B) Gruesa C) Manojos D) Otra	FECHAS A) 14 Febrero B) 10 De Mayo C) 1-2 Noviembre D) 12 Diciembre E) Otra

8.2.2. ¿Cómo prefiere comprar?

A) EN INVERNADERO

B) CORTADO

C) CORTADO Y SELECCIONADO

D) CORTADO, SELECCIONADO Y EMPACADO

E) OTRO _____

8.3. Compra a: A) productoras/es individuales B) grupos de productoras/es

9. FACTORES INTERNOS: PRODUCTO

Especie	Volumen	Frecuencia (tallos/semana)	Presentación manojos	Calidad	Causas de pérdidas

9.2. cada plaza exige sus propias normas de calidad?

10. DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS:

10.1. ¿Quién absorbe mermas? A) PRODUCTOR/A B) COMERCIALIZADOR C) COMPRADOR D)

OTRO _____

10.2. ¿Cuánto le cuesta cortar? _____ \$

10.3. ¿Cuánto le cuesta seleccionar? _____ \$

10.4. ¿Cuánto le cuesta empacar? _____ \$

10.5. ¿Cuánto le cuesta transportar? _____ \$

11. PROBLEMÁTICA

11.1. ¿Cuál considera que es su mayor problema como comprador /a de flores?

CUESTIONARIO A PROVEEDORAS/ES DE INSUMOS No_____ID1

1. DATOS PERSONALES

1.1.

Nombre: _____

_____ID2

1.2. Edad: _____ ID3 1.3. Sexo: F _____ M _____ ID4 1.4. Tiempo dedicado a la actividad _____ N1

1.5. Lugar de residencia _____ ID5

1.6. ¿Por qué provee de insumos a las/os floricultoras/es (Motivación)?

_____Y1

a) tradición b) rentabilidad c) necesidad d) gusto e) otro _____

A1

2. ACTIVIDADES: PROVEEDORAS/ES DE INSUMOS

2.1. frecuencia: A) semanal B) mensual C) bimestral D) semestral E) por ciclo de producción _____Y2

2.2. Lleva registro de sus clientes SI NO _____Y3

2.3. Lleva el historial de sus clientes SI NO _____Y4

2.4. ¿Quién toma la iniciativa en la necesidad del servicio? A) productor/a B) proveedor/a _____Y5

2.5. la provisión de insumos ¿se realiza con oportunidad? SI NO _____Y6
porqué? _____A2

2.6. ¿Cuánto cuesta la accesoria técnica? _____\$/consulta

2.7. ¿cómo entrega el bien o servicio al productor? A) Personalmente B) telefónicamente C) medios electrónicos

2.8. ¿cuáles son las fuentes de financiamiento de su actividad?

A) Recursos propios B) instituciones públicas C) proyectos federales D) proyectos estatales
E) proyectos municipales

3. CAPACIDADES: PROVEEDORAS/ES DE INSUMOS

3.1. ¿cuál es la cantidad de unidades de producción de flores que atiende? _____invernaderosaprox
_____m²

3.2. de acuerdo a la superficie de producción, como tipificaría a los/as productores/as de flores texcocanas?

A) productor/as pequeños/as hasta _____m²

B) productoras/es medianos/as hasta _____m²

C) productoras/es grandes hasta _____m²

3.3. ¿cuál son las condiciones de las unidades de producción? A) buenas B) regulares c) malas

3.4. ¿cuál es el tipo de insumos y volumen más demandados para la floricultura:

A) _____

B) _____

C) _____

D) _____

E) _____

3.5. ¿conoce las condiciones de transporte de la producción? A) NO pase a 3.6. B) SI

3.6. ¿Cómo considera las condiciones de transporte de flores texcocanas? A) buenas B) regulares c) malas

3.7. ¿Conoce la capacidad financiera de los productores? A) NO pase a 3.9. B) SI

3.8. ¿Cómo considera la capacidad financiera de los productores de flores texcocanas? A) solvente
B) insolvente

3.9. ¿Cómo considera la capacidad de endeudamiento de los productores de flores texcocanas?

- A) productor/as pequeños/as solvente hasta _____\$
- B) productoras/es medianos/as solventes hasta _____\$
- C) productoras/es grandes solventes hasta _____\$

3.10. ¿conoce las demandas de calidad del mercado de flores? A) NO pase a 3.12. B) SI

3.11. ¿Cuáles son las demandas de calidad del mercado de flores?

- A) flor
- B) Tallo
- C) follaje
- D) fitosanitarios

4. CAPACITACIÓN: PROVEEDORAS/ES DE INSUMOS

4.1. ha recibido capacitación en la producción y manejo de flores de corte? A) NO pase a sección 4.11

4.2. ¿Quién le enseñó a producir flores? A) un familiar b) una institución pública c) una institución privada d) otra_____

4.3. Durante cuánto tiempo le enseñó: _____ meses

4.4. ¿Le cobró? SI _____ ¿cuánto? _____ NO _____

4.5. ¿Quién le enseñó sobre control fitosanitario de las flores?

A) un familiar b) una institución pública c) una institución privada d) otra_____

4.6. Durante cuánto tiempo le enseñó: _____ meses

4.7. ¿Le cobró? SI _____ ¿cuánto? _____ NO _____

4.8.¿Quién le enseñó manejo poscosecha de flores?

A) un familiar b) una institución pública c) una institución privada d) otra_____

4.9. Durante cuánto tiempo le enseñó: _____ meses

4.10. ¿Le cobró? SI _____ ¿cuánto? _____ NO _____

4.11. en materia ornamental cuáles son sus necesidades _____

4.12. ¿Cuáles son los temas en los que le gustaría capacitarse? _____

5. RELACIONES

5.1. ¿Quien toma las decisiones sobre los insumos a aplicar? A) PRODUCTOR/A B) TÉCNICO C) OTRO _____

5.2. ¿tiene clientes (productores) constantes? A) SI B) NO

5.3. ¿Frecuencia con que les provee insumos?

- A) diario
- b) cada semana
- c) cada mes
- d) sólo en fechas importantes
- e) irregular o discontinua

5.4. ¿Cómo les paga a sus proveedores/as? A) CONTADO B) CRÉDITO _____ DIAS C) CONSIGNA D) OTRO _____

5.5. ¿Cómo le pagan los productores/as? A) CONTADO B) CRÉDITO _____ DIAS C) CONSIGNA D) OTRO _____

5.6. ¿cómo considera su relación con los/as productores/as de flores? A) BUENA B) REGULAR C) MALA

5.7. ¿cómo considera su relación con las/os compradoras/es? A) BUENA B) REGULAR C) MALA

5.8.

¿Porqué? _____

5.9. ¿Cómo fija los precios de sus insumos? _____

5.10. ¿Quién toma la iniciativa en el suministro de insumos? A) PRODUCTOR/A B) PROVEEDORA/OR

6. FACTORES EXTERNOS:

6.1. Competencia

6.1.1. La COMPETENCIA regional es: A) importante____ B) no importante_____

6.1.2. ¿porqué?_____

6.1.3. La COMPETENCIA nacional es: A) importante____ B) no importante_____

6.1.4. ¿porqué?_____

6.1.5. En relación a la competencia, los costos de sus insumos son: A) IGUALES B) MENORES C) MAYORES D) NO SABE

6.1.6. En relación a la competencia, calidad de sus insumos es: A) IGUALES B) MENORES C) MAYORES D) NO SABE

6.1.7. Con qué frecuencia provee de insumos a los productores de Tequexquihuac?

6.1.8. ¿Compran insumos en conjunto? A) NO B) SI, TODOS LOS INSUMOS C) SI, ALGUNOS INSUMOS D) NO SABE

6.1.9. ¿Cómo es la forma de pago? A) CONTADO B) CRÉDITO C)OTRA_____

6.2. Oferta- demanda

6.2.1. Considera que la producción de flores de Tequexquihuac es de calidad: A) EXCELENTE B) BUENA C) REGUAR D) MALA

6.2.2. ¿Por qué?_____

6.2.3. Considera que es más recomendable la comercialización: A) INDIVIDUAL B) CONJUNTO

6.2.4. ¿Por

qué?_____

6.2.5. la diversificación de especies ornamentales en Tequexquihuac es: A) IMPORTANTE B) INDISPENSABLE C) NO HACE FALTA

7. FACTORES INTERNOS: PRODUCTO

7.1. Considera que la producción de flores de Tequexquihuac es de calidad: A) EXCELENTE B) BUENA C) REGUAR D) MALA

7.2. ¿Por

qué?_____

7.3. Considera que es más recomendable la comercialización: A) INDIVIDUAL B) CONJUNTO

7.4. ¿Por qué?_____

7.5. la diversificación de especies ornamentales en Tequexquihuac es:

A) IMPORTANTE B) INDISPENSABLE C) NO HACE FALTA

8. PROBLEMÁTICA

8.1. ¿Cuál considera que es su mayor problema como proveedor de insumos a floricultoras/es?

CUESTIONARIO A PROVEEDORAS/ES DE SERVICIOS FINANCIEROS

1. DATOS PERSONALES

- 1.1. Nombre: _____ ID2
1.2. Edad: _____ D3 1.3. Sexo: F _____ M _____ ID4 1.4. Tiempo dedicado a la actividad _____ N1
1.5. Lugar de residencia _____ ID5
1.6. ¿Por qué provee de insumos a las/os floricultoras/es (Motivación)? _____ Y1
a) tradición b) rentabilidad c) necesidad d) gusto e) otro _____

2. ACTIVIDADES

- 2.1. frecuencia: A) semanal B) mensual C) bimestral D) semestral E) por ciclo de producción
2.2. Lleva registro de sus clientes SI NO
2.3. Lleva el historial de sus clientes SI NO
2.4. ¿Quién toma la iniciativa en la necesidad del servicio? A) productor/a B) proveedor/a
2.5. la provisión de insumos ¿se realiza con oportunidad? SI NO porqué? _____
2.6. ¿Cuánto cuestan los créditos a los productores? _____ % anual
2.7. ¿cómo entrega el bien o servicio al productor?
A) Personalmente B) telefónicamente C) medios electrónicos D) asociación
2.8. ¿cuáles son las fuentes de financiamiento de su actividad?
A) Recursos propios B) instituciones públicas C) proyectos federales D) proyectos estatales
E) proyectos municipales
2.9. Desde cuando existe financiamiento floricultura: _____
2.10. ¿Cuáles son los montos y conceptos susceptibles de financiamiento a floricultoras/es?

3, CAPACIDADES

- 3.1. Conoce la cantidad productoras/es de flores en zona oriente del estado de México?
A) SI _____ PROD. B) NO
3.2. Conoce la capacidad de endeudamiento de los productores/as de Tequexquahuac?
A) SI _____ \$ B) NO
3.3. Conoce las necesidades de los productores/as de Tequexquahuac? A) SI _____ \$ B) NO
3.4. Conoce las demandas de los productores/as de Tequexquahuac? A) SI _____ \$ B) NO
3.5. Conoce la capacidad financiera de los productores/as de Tequexquahuac? A) SI _____ \$ B) NO
3.6. Conoce las demandas de calidad del mercado de flores? A) SI _____ \$ B) NO
3.7. ¿Cuáles son sus conocimientos técnicos en la producción y manejo de flores de corte? _____

4. CAPACITACIÓN

- 4.1. ¿Quién le enseñó a producir flores? A) un familiar b) una institución pública c) una institución privada d) otra _____
4.2. Durante cuánto tiempo le enseñó: _____ meses
4.3. ¿Le cobró? SI _____ ¿cuánto? _____ NO _____
4.4. ¿Quién le enseñó sobre control fitosanitario de las flores?
A) un familiar b) una institución pública c) una institución privada d) otra _____
4.5. Durante cuanto tiempo le enseñó: _____ meses
4.6. ¿Le cobró? SI _____ ¿cuánto? _____ NO _____
4.7. ¿Quién le enseñó manejo poscosecha de flores?
A) un familiar b) una institución pública c) una institución privada d) otra _____
4.8. Durante cuanto tiempo le enseñó: _____ meses
4.9. ¿Le cobró? SI _____ ¿cuánto? _____ NO _____
4. 10. en materia ornamental cuáles son sus necesidades _____

4.11. ¿Cuáles son los temas en los que le gustaría capacitarse?

5. FACTORES EXTERNOS:

5.1. Competencia

5.1.1. La COMPETENCIA regional es: A) importante ____ B) no importante _____

5.1.2.

¿porqué? _____

5.1.3. La COMPETENCIA nacional es: A) importante ____ B) no importante _____

5.1.4. ¿porqué? _____

5.1.5. En relación a la competencia, los costos de sus servicios son: A) IGUALES B) MENORES
C) MAYORES D) NO SABE

5.1.6. En relación a la competencia, calidad de sus servicios es: A) IGUALES B) MENORES C)
MAYORES D) NO SABE

5.2. Oferta- demanda

5.2.1. Con qué frecuencia da crédito a las/os productoras/es de Tequexquahuac?
____VECES POR CICLO

5.2.2. ¿Contratan crédito en conjunto?

A) NO B) SI, TODOS LOS PRODUCTORES/AS C) SI, ALGUNOS PRODUCTORAS/ES

5.2.3. ¿Cómo es la forma de pago?

A) CONTADO B) CRÉDITO _____DÍAS__TASA INTERÉS C) OTRA _____

6. FACTORES INTERNOS: PRODUCTO

6.1. Considera que la producción de flores de Tequexquahuac es de calidad: A) EXCELENTE B)
BUENA C) REGUAR D) MALA

6.2. ¿Por qué? _____

6.3. Considera que es más recomendable la comercialización: A) INDIVIDUAL B) CONJUNTO

6.4. ¿Por qué? _____

6.5. la diversificación de especies ornamentales en Tequexquahuac es: A) IMPORTANTE B)
INDISPENSABLE C) NO HACE FALTA

7. DISTRIBUCIÓN BENEFICIOS

7.1. ¿Cuál es la tasa de interés que cobran a los/as productores/as de flores? _____

7.2. ¿Quién fija las tasas de interés? _____

7.3. ¿Quién fija los montos y conceptos a
financiar? _____

7.4. ¿es necesario tener prendas para ser sujeto de crédito? A) SI B) NO

7.5. ¿Cuál es la participación de los gobiernos locales, estatales y federales en el crédito otorgado?
a) productor/a ____% B) gobierno local ____% C) gobierno estatal ____% D) gobierno
federal ____%

7.6. Recomienda el endeudamiento a través del crédito a productoras/es de flores de
Tequexquahuac? A) SI B) NO

7.8. Bajo que condiciones _____

8. PROBLEMÁTICA

8.1. ¿Cuál considera que es su mayor problema como proveedor/a de servicios financieros a
floricultoras/es?

CUESTIONARIO A PROVEEDORAS/ES DE ASESORIA

1. DATOS PERSONALES

- 1.1. Nombre: _____ ID2
1.2. Edad: _____ ID3 1.3. Sexo: F _____ M _____ ID4
1.4. Tiempo dedicado a la actividad _____ N1
1.5. Lugar de residencia _____ ID5
1.6. ¿Por qué provee de insumos a las/os floricultoras/es (Motivación)?
Y1
a) tradición b) rentabilidad c) necesidad d) gusto e)
otro _____ A1

2. ACTIVIDADES: ASESORÍA TÉCNICA

- 2.1. frecuencia: A) semanal B) mensual C) bimestral D) semestral E) por ciclo de producción _____ Y2
2.2. Lleva registro de sus clientes: SI NO _____ Y3
2.3. Lleva el historial de sus clientes SI NO _____ Y4
2.4. ¿Quién toma la iniciativa en la necesidad del servicio? A) productor/a B) Asesor/a _____ Y5
2.5. la aplicación de agroquímicos ¿se realiza con oportunidad? SI NO _____ Y6
porqué? _____ A2
2.6. ¿Cuánto cuestan la asesoría a los/as productores/as? _____ \$/asesoría N1
2.7. ¿cómo entrega el bien o servicio al productor?
A) Personalmente B) telefónicamente C) medios electrónicos D) otro _____ Y7
2.8. ¿cuáles son las fuentes de financiamiento de su actividad? _____ Y8
A) Recursos propios B) instituciones públicas C) proyectos federales D) proyectos estatales E)
proyectos municipales
2.9. Desde cuando da asesoría a floricultoras/es: _____ años N2

3. CAPACIDADES:

- 3.1. ¿cuál es la cantidad de unidades de producción de flores que atiende? _____ N3 invernaderos aprox _____ m²
N4
3.2. de acuerdo a la superficie de producción, como tipificaría a los/as productores/as de flores texcocanas?
A) productor/as pequeños/as hasta _____ m² N5
B) productoras/es medianos/as hasta _____ m² N6
C) productoras/es grandes hasta _____ m² N7
3.3. ¿cuál son las condiciones de las unidades de producción? A) buenas B) regulares c) malas _____ Y9
3.4. ¿cuál es el tipo de insumos y volumen más demandados para la floricultura:
A) _____ A3
B) _____ A4
C) _____ A5
D) _____ A6
E) _____ A7
3.5. ¿conoce las condiciones de transporte de la producción? A) NO pase a 3.6. B) SI _____ Y10
3.6. ¿Cómo considera las condiciones de transporte de flores texcocanas? A) buenas B) regulares c)
malas _____ Y11
3.7. ¿Conoce la capacidad financiera de los productores? A) NO pase a 3.9. B) SI _____ Y12
3.8. ¿Cómo considera la capacidad financiera de los productores de flores texcocanas?
A) solvente B) insolvente _____ Y13
3.9. ¿Cómo considera la capacidad de endeudamiento de los productores de flores texcocanas?
A) productor/as pequeños/as solvente hasta _____ \$ N8
B) productoras/es medianos/as solventes hasta _____ \$ N9
C) productoras/es grandes solventes hasta _____ \$ N10
3.10. ¿conoce las demandas de calidad del mercado de flores? A) NO pase a 3.12. B) SI _____ Y14
3.11. ¿Cuáles son las demandas de calidad del mercado de flores?
A) flor _____ A8
B) Tallo: _____ A9
C) follaje: _____ A10
D) fitosanitarios: _____ A11

4. CAPACITACIÓN

4.1. ¿Quién le enseñó a producir flores?

A) un familiar b) una institución pública c) una institución privada d) otra ___ Y15

4.2. Durante cuánto tiempo le enseñó: _____ meses N11

4.3. ¿Le cobró? NO _____ SI _____ Y16 ¿cuánto? _____ \$ N12

4.4. ¿Quién le enseñó sobre control fitosanitario de las flores?

A) un familiar b) una institución pública c) una institución privada d) otra ___ Y16

4.5. Durante cuánto tiempo le enseñó: _____ meses _____ N13

4.6. ¿Le cobró? NO _____ SI _____ Y17 ¿cuánto? _____ N14

4.7. ¿Quién le enseñó manejo poscosecha de flores?

A) un familiar b) una institución pública c) una institución privada d)

otra _____ Y18

4.8. Durante cuánto tiempo le enseñó: _____ meses N15

4.9. ¿Le cobró? NO _____ SI _____ Y19 ¿cuánto? _____ N15

4. 10. en materia ornamental cuáles son sus necesidades _____ A12

4.11. ¿Cuáles son los temas en los que le gustaría capacitarse? _____ A13

5. FACTORES EXTERNOS:

5.1. Competencia (regional/nacional)

5.1. Competencia

5.1.1. La COMPETENCIA regional es: A) importante ___ B) no importante _____ Y20

5.1.2. ¿porqué? _____ A14

5.1.3. La COMPETENCIA nacional es: A) importante ___ B) no importante _____ Y21

5.1.4. ¿porqué? _____ A15

5.1.5. En relación a la competencia, los costos de sus servicios son:

A) Iguales B) Menores C) Mayores D) No Sabe ___ Y22

5.1.6. En relación a la competencia, calidad de sus servicios es:

A) Iguales B) Menores C) Mayores D) No Sabe ___ Y23

5.2. Oferta- demanda

5.2.1. Con qué frecuencia asesora a los productores de Tequexquihuac? _____ VECES POR CICLO _____ N16

5.2.2. ¿Contratan asesoría en conjunto?

A) No B) Si, Todos Los Productores/As C) Si, Algunos Productoras/es ___ Y24

5.2.3. ¿Cómo es la forma de pago? A) CONTADO B) CRÉDITO C) OTRA _____ Y25

6. FACTORES INTERNOS: PRODUCTO

6.1. Considera que la producción de flores de Tequexquihuac es de calidad:

A) EXCELENTE B) BUENA C) REGUAR D) MALA ___ Y26

6.2. ¿Por qué? _____ A15

6.3. Considera que es más recomendable la comercialización: A) INDIVIDUAL B) CONJUNTO _____ Y27

6.4. ¿Por qué? _____ A16

6.5. la diversificación de especies ornamentales en Tequexquihuac es:

A) Importante B) Indispensable C) No Hace Falta ___ Y28

7. PROBLEMÁTICA

7.1. ¿Cuál considera que es su mayor problema como asesor de floricultoras/es? _____ A17

ENTREVISTA PRODUCTORAS/ES DE FLORES POR SEPARADO No_____ ID1

Nombre del jefe de familia: _____ ID2
Nombre de la pareja: _____ ID3
Domicilio: _____ ID4

Tomando como referencia el año 2009:

I. PRODUCCIÓN.

Desde hace cuánto tiempo se dedica a la floricultura?

¿Cómo, por qué y con quien empezó a cultivar flores?

¿Quién decidió producir flores?

¿Por qué producen flores?

¿A quien pertenece el negocio de las flores?

Si existen desacuerdos en cuanto a la producción de flores ¿qué hacen?

¿Qué personas de la familia consideran que aportan más y en que aspecto?

- mercado: ¿Dónde prefieren vender?, ¿por qué?

- eventos (económicos, políticos, sociales, culturales, ambientales, productivos) que han promovido la floricultura de la región?

- cambios locales (económicos, políticos, sociales, culturales, ambientales, productivos) que han influido positiva o negativamente a la floricultura?

II. RELACIÓN ENTRE ACTORES

¿Quién toma las decisiones de:

A) producción (especies, volúmenes)

B) comercialización

C) precio

D) proveedores

E) ¿donde vender?

III. BENEFICIOS ENTRE ACTORES

- conocer como se distribuye el ingreso familiar

- conocer como se distribuye el ingreso personal

¿Qué hacen cuando alguien de la familia no quiere trabajar en la producción?

Cuando reciben capacitación, ¿Quién decide a la persona que la recibirá? Si surgen desacuerdos, ¿cómo los resuelven?

¿Reciben salario por trabajar en la producción de flores? NO _____ pase a 6.1.6. SI _____

¿Cuánto reciben por salario? _____\$/jornal _____\$/ciclo _____\$/año

¿Reciben pago en dinero o en especie? _____

¿el pago es inmediato? SI _____ NO _____

¿lo pueden gastar en forma independiente? SI _____ NO _____

¿Contribuyen a la sobrevivencia del grupo? SI _____ ¿Con cuánto contribuyen? _____ NO _____

¿qué hacen cuando alguien no colabora en la familia?

¿Cómo se distribuyen los ingresos?

IV. CUALES SON LAS LIMITACIONES Y POSIBILIDADES QUE ENFRENTA PARA ACCEDER A ESLABONES DE MAYOR PAGO

TALLER CON MUJERES Y HOMBRES POR SEPARADO
 DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS ENTRE ACTORES DE LA CADENA
 CONFLICTOS ENTRE ACTORES (FAMILIA-CADENA)

HERRAMIENTA	ACTIVIDAD	OBJETIVO	DURACIÓN	MATERIAL
MAPA	Elaborar mapa de actores y relaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer actoras/es - Conocer relaciones 		<ul style="list-style-type: none"> - cartulina - tarjetas de papel bond - marcadores
LLUVIA DE IDEAS	Identificar problemas y satisfacciones de la floricultura	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar aspectos positivos y negativos de la producción de flores 		<ul style="list-style-type: none"> - tarjetas de papel - marcadores
MATRIZ	Análisis de conflictos	- conocer el tipo de conflictos a los que se enfrentan dentro y fuera del grupo doméstico		<ul style="list-style-type: none"> - cartulina - Tarjetas de Papel bond - marcadores
MATRIZ	Análisis de distribución de beneficios	- conocer la distribución de beneficios entre actores de la cadena		<ul style="list-style-type: none"> - cartulina - Tarjetas de Papel bond - marcadores

I. ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA A PRODUCTOR@S DE FLORES

Nombre del jefe@ de familia:

Nombre de la pareja:

Domicilio:

Objetivo:

¿Desde hace cuánto tiempo se dedica a la floricultura?

¿Cómo, porqué y con quien empezó a cultivar flores?

¿Cuánto y en que gastan al mes para producir flores?

¿Llevan registros?

¿Cuánto ganan al mes de la venta de flores?

¿En que lugar venden la producción?

IV. ENTREVISTA A PROFUNDIDAD A PRODUCTOR@S DE FLORES

Nombre del jefe@ de familia:

Nombre de la pareja:

Domicilio:

Objetivo: conocer las motivaciones para la producción, si existe pluriactividad, las relaciones de poder, condiciones de equidad, cargas de trabajo.

1. ¿Quién decidió producir flores?
2. ¿Quién decide sobre las especies a producir, los precios de venta, los volúmenes de producción? Si existen desacuerdos, ¿qué hacen?
3. ¿Por qué producen flores?
4. ¿A quién pertenece el negocio de las flores?
5. ¿Qué otras actividades se realizan en el grupo?
6. ¿Quién realiza el trabajo doméstico?
7. ¿Quién se encarga del cuidado de los pequeños y las personas mayores?
8. ¿Quién vigila la educación-valores, escuela- de los infantes?
9. ¿Qué hacen con el dinero que ganan en las diferentes actividades que realizan?
10. ¿Quién decide el trabajo a realizar y designa a la persona que lo realizará?
11. ¿Qué hacen cuando alguien de la familia no quiere trabajar en la producción?
12. ¿Quién decide la compra de insumos, tipos, volúmenes?, ¿Cuándo surgen desacuerdos al respecto como los resuelven?
13. ¿Quién decide sobre la contratación, sueldo y actividades de la mano de obra asalariada?
14. Cuando reciben capacitación, ¿Quién decide a la persona que la recibirá? Si surgen desacuerdos, ¿cómo los resuelven?
15. ¿Qué personas de la familia consideran que aportan más y en qué aspecto?
16. ¿cómo es su relación con los mayoristas, transportistas, bancos, técnicos? Le gustaría cambiar de proveedor? Por qué?

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA A INFORMANTES CLAVE SOBRE LA HISTORIA DE LA FLORICULTURA.

Nombre del jefe@ de familia:

Nombre de la pareja:

Domicilio

Objetivo:

- conocer los eventos que más han afectado a la cadena (positivos y negativos)
- cambios locales: económicos, políticos, sociales, culturales, ambientales, productivos.

1. ¿cuáles son los eventos que más han afectado la producción de flores en la comunidad (positivos y negativos)?

2. cuáles son los cambios locales:

- económicos,
- políticos,
- sociales,
- culturales,
- ambientales,
- productivos

IV. ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA A ACTORES PRIMARIOS (compradores-mayoristas, detallistas, floristas)

Nombre:

Nombre de la empresa:

Domicilio empresa:

OBJETIVOS:

- Conocer a los actores principales de la cadena productiva, el tipo de relación que establecen, la equidad, capacidad de negociación, márgenes de utilidad:

- ubicación
- clientes
- requisitos
- capacidad de atención
- calidad del servicio
- riesgos

1. Tipo de actor
2. Frecuencia de la relación
3. Quien determina el precio de compra y condiciones de pago?
4. Requisitos de calidad de la flor
5. Inversiones que implica la actividad
6. Riesgos inherentes a la actividad
7. Costo del servicio
8. Quien determina el precio de venta y condiciones de pago?

V. ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA A ACTORES SECUNDARIOS (técnicos, banca, esquejes) SOBRE LOS SERVICIOS QUE PROPORCIONAN A L@S FLORICULTOR@S

Nombre del proveedor/a:

Nombre de la empresa:

Domicilio:

OBJETIVOS:

- Conocer el tipo de servicios que se ofrece a quienes producen, ubicación, clientes, requisitos, capacidad de atención, calidad y oportunidad del servicio, riesgos

1. Tipo de actor
2. En qué zona interviene
3. requisitos para proveer el servicio
4. Temporalidad de la oferta de servicios
5. Descripción del principal servicio brindado
6. Descripción de otros servicios ofrecidos
7. Tecnología usada
8. Inversiones que implica la actividad
9. Riesgos inherentes a la actividad
10. Calidad del servicio
11. Costo del servicio