



**UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO**

“ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE”



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

División Académica de Ciencias Económico-Administrativas

Integrantes:

Itzel Esmeralda Carrera Díaz

Bianca Vianney Luna Soberano

Diana Laura López DeLa Cruz

Oscar Mauricio Ochoa Cobos

Diana Gabriela Ocaña Gómez

Licenciatura:

Mercadotecnia

Asignatura:

Proyecto de Investigación de Mercados

Docente:

Minerva Camacho Javier

Tabla de contenido

Análisis del Macroambiente	3
<i>Entorno Económico.....</i>	<i>3</i>
<i>Entorno Social.....</i>	<i>3</i>
<i>Entorno político</i>	<i>3</i>
<i>Entorno cultural.....</i>	<i>4</i>
<i>Entorno legal</i>	<i>5</i>
<i>Entorno Ambiental:</i>	<i>6</i>
<i>Entorno Tecnológico:.....</i>	<i>8</i>
Análisis del Microambiente	9
<i>Consumidores:.....</i>	<i>9</i>
<i>Competidores:</i>	<i>11</i>
<i>Proveedores:.....</i>	<i>12</i>
<i>Intermediarios</i>	<i>12</i>
Bibliografía	14

Análisis del Macroambiente

Entorno Económico

- **Competencia:** Las florerías se enfrentan a la competencia de productos plásticos y otras variedades de flores.
- **Ventas por temporadas:** Las graduaciones escolares han tenido un impacto positivo en las ventas de las florerías en Villahermosa. Los festejos a la Virgen de Guadalupe también generan una alta demanda de arreglos florales.
- **Economía Local:** Los cambios en la economía pueden afectar la compra de flores y artículos de decoración en las florerías.
- **Costos y Proveedores:** Los costos de operación, incluidos los alquileres y los suministros, pueden variar. Las florerías dependen de proveedores locales y nacionales para obtener flores frescas, lo que puede afectar los precios y la disponibilidad según la temporada.

Entorno Social

- **Sentimientos y Afecto:** Las florerías locales ayudan a los clientes a expresar sentimientos de afecto y amor a través de arreglos florales.
- **Celebraciones y Festividades:** Las ventas de las florerías se ven impulsadas significativamente por eventos especiales como graduaciones y festividades religiosas.
- **Influencia cultural y tendencias:** Las preferencias y tendencias culturales también pueden influir en la compra de flores.

Entorno político

Regulaciones laborales y fiscales: Los cambios en las leyes laborales o fiscales pueden tener impacto en el costo de operación en la florería es por eso que las obligaciones fiscales de una Pyme o una empresa son:

- Estar inscritas en el Registro Federal de Contribuyentes.

- Llevar su propia contabilidad.
- Expedir facturas electrónicas.
- Mantener actualizada su información ante el RFC.

Políticas comerciales: Las políticas comerciales de una empresa son las normas que establecen cómo se comercializarán los productos y servicios de la organización. Estas políticas son fundamentales para el funcionamiento de la empresa.

Incentivos o ayudas gubernamentales: El gobierno de México ofrece diversos apoyos a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), entre ellos programas de financiamiento, capacitación y apoyo a la internacionalización.

Políticas ambientales: La política ambiental sirve como un instrumento de ordenamiento y manejo gubernamental por el cual se permiten, se prohíben, se incentivan y/o sancionan ciertas acciones y prácticas que impactan en el medio ambiente.

Entorno cultural

La cultura empresarial se refiere a los valores, creencias y comportamientos compartidos dentro de una organización. Su impacto en el entorno laboral es considerable, ya que puede influir en la productividad, la satisfacción laboral y, en última instancia, en el rendimiento general de la empresa. Algunas de las fechas de celebración culturales donde es frecuente la compra y venta de flores son:

- 14 de febrero (San Valentín día del amor y la amistad)
- 10 de mayo (día de la madre)
- 2 de noviembre (día de muertos)
- En ocasiones especiales cómo:
- Cumpleaños
- Aniversarios
- Fallecimientos

Entorno legal

Factores que afectan:

- Regulación ambiental:
- La Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente regula el uso de recursos naturales y puede implicar restricciones en el cultivo de flores.
- Normas sobre el uso de agroquímicos para evitar contaminación del suelo y agua.
- Regulaciones sobre el manejo de residuos orgánicos e inorgánicos.

Normas fitosanitarias:

- El Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA) impone normas estrictas para evitar plagas y enfermedades en cultivos florales.
- Regulaciones sobre la importación y exportación de flores, controlando su calidad y sanidad.

Obligaciones fiscales y laborales:

- Ley del Impuesto sobre la Renta (ISR) y IVA aplicable a la venta de flores.
- Registro ante el SAT para facturación electrónica.
- Cumplimiento de la Ley Federal del Trabajo, pago de salarios, seguridad social e IMSS para empleados.

Normas de etiquetado y comercialización:

- Cumplimiento de la Norma Oficial Mexicana (NOM) sobre etiquetado de productos si se venden arreglos con información adicional.
- Regulaciones sobre publicidad y protección al consumidor bajo la PROFECO

Factores que favorecen:

Incentivos fiscales y apoyos gubernamentales: Existen programas de apoyo a micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) que pueden incluir financiamiento y capacitación.

- Posibles subsidios para proyectos sustentables y ecológicos en el sector agrícola.
- Normas que promueven la formalidad:
- Facilidades para inscribirse en el ****Régimen Simplificado de Confianza (RESICO)****, lo que puede reducir la carga fiscal para pequeños emprendedores.

Tratados de comercio internacional:

- Gracias al T-MEC, las exportaciones de flores a EE.UU. y Canadá tienen acceso a condiciones favorables.
- Otros acuerdos comerciales con países europeos y asiáticos pueden ampliar el mercado.
- Leyes de protección a la competencia:
- La Ley Federal de Competencia Económica evita monopolios, permitiendo que pequeñas florerías puedan competir en el mercado.

Entorno Ambiental:

INEGI (2021) informa que el estado de Tabasco tiene un clima cálido húmedo en el 95.61% de su territorio compuesto por 75.97% donde se presentan lluvias abundantes durante el verano y 19.64 % durante todo el año; el 4.39 % restante es un clima subhúmedo cálido.

Tabasco es una llanura costera con una altitud promedio de 13 metros sobre el nivel del mar según datos del INEGI (2021), por lo cual es particularmente vulnerable a las inundaciones. Este riesgo se magnifica por las frecuentes lluvias, CONAGUA (2024) ha reportado en los resúmenes mensuales de lluvia que Tabasco ha alcanzado una precipitación

anual promedio de 1760.4 mm, Además, el estado cuenta con 43 cuerpos de agua, entre ríos y lagunas, reporta INEGI (2021), lo que contribuye aún más a su la posibilidad de inundaciones.

El sistema de monitoreo de la calidad del aire de Tabasco en su boletín informativos del 2024 reporta niveles de Ozono (O₃) y Dióxido de azufre (SO₂) normales lo que representa una calidad de aire buena y en el monitoreo de la calidad del agua en lagunas urbanas del municipio de centro en su último boletín publicado en el mes de agosto la demanda bioquímica de oxígeno es de 7.6 mg/L y la demanda química de oxígeno es de 30.4 mg/L los cuales se encuentra en niveles aceptables pero en el criterio de coliformes fecales se registró 24000 NPM/100 mL excediendo los índice aceptables que se encuentran entre 200 a 100 NPM es decir el agua se encuentra contaminada

La floricultura en México es un sector con una amplia diversidad de especies, produciendo una gran variedad de flores y plantas ornamentales entre las flores más representativas se encuentran el crisantemo, la rosa, el geranio, la gerbera, el liliium, la dalia, la margarita, el anturio, entre muchas otras. De acuerdo con el Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (2024) México produjo 9,950,948 de rosas, siendo febrero el mes mayor demanda representando un 23.6% de la producción nacional. Las garberas son muy demanda en el territorio con una producción de 1,374,594 en el 2024.

En cuanto al entorno ambiental, la empresa de arreglos florales debe tener en cuenta diversas normativas y sistemas que rigen la gestión ambiental en el Estado de Tabasco. De acuerdo con la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Tabasco, la Secretaría de Bienestar, Sustentabilidad y Cambio Climático.

Este panorama muestra la relevancia de la floricultura en la economía mexicana y la capacidad de producción constante gracias a prácticas como la agricultura protegida. Sin embargo, también presenta desafíos ambientales, ya que la producción de flores, especialmente bajo invernaderos, implica una alta demanda de recursos naturales como agua y energía, y requiere una adecuada gestión de residuos y la preservación de los ecosistemas.

Entorno Tecnológico:

- **Digitalización y Comercio Electrónico:** La tecnología ha impulsado la digitalización de los negocios, permitiendo que las florerías expandan su mercado a través de plataformas en línea. La creación de una tienda virtual ya sea en una página web propia o sitios como Amazon o Mercado Libre, facilita la compra de arreglos florales sin necesidad de visitar la tienda física. Además, las redes sociales como Instagram y Facebook han cobrado gran relevancia como escaparates digitales, donde las florerías pueden exhibir sus productos, recibir pedidos y comunicarse con los clientes de manera directa y permitiendo vender 24/7 sin depender solo de un local físico.
- **Aplicaciones y Tecnologías Móviles:** El uso de aplicaciones móviles ha cambiado la manera en que los clientes compran. Aplicaciones de mensajería como WhatsApp Business permiten gestionar pedidos y brindar atención al cliente de forma rápida y personalizada. Por otro lado, las apps de delivery como Rappi y Uber Eats han facilitado la distribución de los productos como son las flores, asegurando entregas más eficientes y rápidas. Sin embargo, si la florería no se adapta, pierde competitividad frente a negocios digitales por lo que se necesita capacitación para el manejo de estas nuevas tecnologías.
- **Big Data e Inteligencia Artificial (IA):** El análisis de datos juega un papel clave en la toma de decisiones. Mediante el uso de Big Data, las florerías pueden identificar tendencias de compra, preferencias de los clientes y temporadas de alta demanda para ajustar su producción y stock. Además, la inteligencia artificial permite automatizar la atención al cliente a través de chatbots, recomendando productos según el historial de compra del usuario. Esta personalización mejora la experiencia del cliente y aumenta la probabilidad de ventas recurrentes.

- **Métodos de Pago Digitales y Seguridad Cibernética:** La evolución de los métodos de pago ha facilitado la compra de flores en línea y en tiendas físicas. Hoy en día, los clientes prefieren opciones como pagos con tarjeta, billeteras digitales (Google Pay, Apple Pay), MercadoPago y pagos mediante transferencias. Sin embargo, esta digitalización también conlleva riesgos de ciberseguridad, por lo que es fundamental que las florerías implementen sistemas de protección de datos para evitar fraudes y hackeos.
- **Logística y Automatización:** La optimización de la logística es crucial para una florería, ya que las flores son productos perecederos. La implementación de software de gestión de inventarios ayuda a evitar pérdidas por productos caducados o falta de stock. Asimismo, las rutas de entrega pueden optimizarse con GPS y herramientas de logística inteligente, asegurando que los arreglos lleguen a tiempo y en buenas condiciones. Pero del cual se necesitaría de una actualización constante de herramientas digitales y puede tener altos costos iniciales para poder implementar esta tecnología.

Análisis del Microambiente

Consumidores:

Se puede definir que el consumidor es una persona u organización que adquiere bienes o servicios de los productores para satisfacer sus necesidades. (Galán, 2024), sin embargo, un consumidor es una persona que compra o paga productos o servicios, ya sea para su propio uso o el de otros. Por lo tanto, la palabra “consumidor” debe usarse con respecto a las compras ocasionales. (Douglas da Silva, 2022)

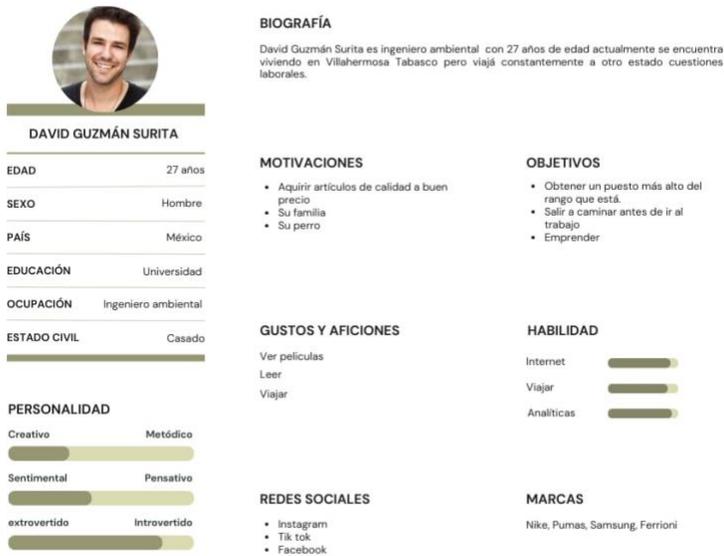
Se puede analizar que los consumidores que llegan a la florería Paulina se encuentran en un rango de edad entre 13 años a 60 años, con estudios desde nivel secundaria hasta universidad. Para evaluarlos se realizó un buyer persona de las siguientes personas:

Ilustración 1 *Buyer persona*



- Fuente: Elaboración propia

Ilustración 2 *Buyer persona*



- Fuente: Elaboración propia

Ilustración 3 Buyer persona



- Fuente: Elaboración propia

Competidores:

Según Porter (2008), los competidores son "empresas que operan en la misma industria y ofrecen productos o servicios similares, compitiendo por la misma base de clientes" (p. 3).

Florida Paulina está ubicada en Chapultepec 202 ,Jesús García 86040 Villahermosa, Tab, A lo largo de toda esa calle se encuentran sucursales que comercializan flores, así que al vender el mismo tipo de producto algunos competidores son:

- **Florama Graciela:** Mercado de Flores, Chapultepec 118, Jesús García, 86040 Villahermosa, Tab.
- **Maryta Flower:** Chapultepec 104, Jesús García, 86040 Villahermosa, Tab.
- **Boutique D'talle Floral:** Av. Paseo Tabasco 631, Jesús García, 86040 Villahermosa, Tab.

- **Florería Mayte:** Chapultepec 124, Jesús García, 86040 Villahermosa, Tab.
- **Florería Mendoza:** Chapultepec 130, Jesús García, 86040 Villahermosa, Tab.
- **Floresse:** Chapultepec, Gil y Sáenz, 86040 Villahermosa, Tab.
- **Florería Jardín del Edén:** Chapultepec 203, Jesús García, 86040 Villahermosa, Tab.
- **Florería Las Rosas:** 86040 Calle Chapultepec 130, 86040 Villahermosa, Tab.
- **Florería Ana:** Chapultepec 126, Jesús García, 86040 Villahermosa, Tab.

Proveedores:

Podemos definir a los proveedores como empresas o individuos que suministran bienes o servicios a otras organizaciones. Actúan como intermediarios entre los fabricantes y los consumidores finales, proporcionando los productos o servicios necesarios para la producción, el funcionamiento y el crecimiento de una empresa. (EGIXIA, 2024). *Por otro lado, un proveedor es quien logra abastecer a una empresa con insumos y servicios que se requiere para empezar labores productivas.* (Etece, 2023).

Después de lo definido, comprendemos mejor que en el caso específico de la Florería Paulina cuenta con un solo proveedor directo desde México para las diversas flores y artículos en la tienda. Sin embargo, para algunos artículos como peluches, canastas y papel, no se menciona que sean suministrados por este mismo proveedor directo. En su lugar, la florería podría estar adquiriendo estos productos de manera indirecta o recogiéndolos personalmente en México con el proveedor.

Intermediarios

Un intermediario es una persona física o jurídica que actúa de mediador entre dos o más partes, generalmente entre fabricante y consumidor. *Los intermediarios de marketing son muy importantes en la cadena de suministro, ya que conectan a los productores con los consumidores. Ayudan a las empresas a distribuir bienes y servicios de manera eficaz para*

que puedan llegar a los usuarios finales. Los intermediarios de marketing son personas u organizaciones que facilitan la promoción, venta y distribución de bienes desde los fabricantes hasta los consumidores. Aumentan el alcance de mercado de una empresa y mejoran la satisfacción del cliente. Dichos intermediarios incluyen mayoristas, minoristas, agentes y distribuidores que garantizan que los productos lleguen al mercado adecuado en el momento adecuado.

La Florería no tiene muchos intermediarios debido a que *compran directamente a productores* y venden a través de redes sociales y tienda física. Sin embargo, algunos de los intermediarios que maneja la Florería Paulina son los servicios de mensajería o repartidores que entregan los pedidos de los clientes que piden de otros lugares *y los que llevan mercancía al local*, y los proveedores que tienen de las flores.

Bibliografía

- CONAGUA. (2024). Precipitación (mm) por entidad federativa y nacional 2024. En CONAGUA. <https://smn.conagua.gob.mx/tools/DATA/Climatología/Pronóstico%20climático/Temperatura%20y%20Lluvia/PREC/2024.pdf>
- INEGI. (2021). Aspectos geográficos: Tabasco 2021. En INEGI. https://www.inegi.org.mx/contenidos/app/areasgeograficas/resumen/resumen_27.pdf
- Secretaría del bienestar, sustentabilidad y cambio climático. (2006). Boletines informativos 2024. Tabasco.gob.mx. <https://tabasco.gob.mx/seiacc-calidad-del-aire-2024>
- Secretaría del bienestar sustentabilidad y cambio climático. (2024). Programa de monitoreo de la calidad de agua: Boletín informativo. En Tabasco.gob.mx. <https://tabasco.gob.mx/sites/default/files/users/sbstabasco/REG%20LAGUNA%20ILUSIONES%203%20TRIMESTRE%202024.pdf>
- Servicio de información agroalimentaria y pesquera. (2025). Febrero uno de los meses con más alta demanda de flores. gov.mx. <https://www.gob.mx/siap/articulos/flores-para-el-14-de-febrero?idiom=es>
- Dwivedi, S. (2025, 8 febrero). *Marketing Intermediaries: Types, Functions, Advantages & more*. Plutus Blog. https://plutuseducation.com/blog/marketing-intermediaries/#Role_of_Marketing_Intermediaries
- MarketingDirecto. (2022, 13 septiembre). *Intermediario*. Marketing Directo. <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/intermediario>
- Big Data: ¿qué es y para qué sirve? [LOS 5 Vs QUE LO RIGEN]*. (2023, 6 octubre). Zendesk. <https://www.zendesk.com.mx/blog/big-data-que-es/>
- De Ceupe, B. (2019, 18 febrero). Ceupe. *Ceupe*. <https://www.ceupe.com/blog/el-analisis-del-macroentorno.html>

EGIXIA. (21 de Octubre de 2024). ¿Qué es un proveedor y para que funcionan?

Obtenido de EGIXIA: <https://egixia.com/proveedores/que-es-un-proveedor/>

Etece, E. (6 de febrero de 2023). Enciclopedia Concepto. Obtenido de Proveedor :
<https://concepto.de/proveedor/>

¿Cuál es el concepto de consumidor en mercadotecnia? (2022, 22 julio). Zendesk.

<https://www.zendesk.com.mx/blog/concepto-de-consumidor-en-mercadotecnia/>

Galán, J. S. (2024, 11 mayo). ¿Qué es el consumidor? Derechos, características y tipos. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/consumidor.html>

BBVA MEXICO & BBVA. (2023b, agosto 25). Obligaciones fiscales de una empresa en México. *BBVA México*. <https://www.bbva.mx/educacion-financiera/creditos/credito-pyme-obligaciones-fiscales-de-una-empresa.html>

Caurin, J., & Caurin, J. (2023, 8 agosto). *Política comercial*. *Emprendepyme*.
<https://emprendepyme.net/politica-comercial.html#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20pol%C3%ADtica%20comercial,venda%20no%20se%20conseguir%C3%ADan%20beneficios.>

Programas de Financiamiento Gubernamental para Pymes en México. (s. f.-a). Xepelin.
<https://xepelin.com/blog/pymes/programas-de-apoyo-a-pymes-en-mexico>

Verdes. (2022b, julio 8). *Política ambiental mexicana: mitos y realidades*. Las Empresas Verdes. <https://lasempresasverdes.com/politica-ambiental-mexicana-mitos-y-realidades/>

Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. .