

ANEXO X-2



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
COORDINACIÓN DE PASANTÍA Y TRABAJO DE GRADO

ACTA DE APROBACIÓN

INFORME FINAL DE PASANTÍA

TRABAJO DE GRADO

El jurado designado por la Facultad de Ciencias Sociales para la evaluación del Informe

Final de Pasantía o Trabajo de Grado titulado:
Estrategias Comerciales para la exportación de Flores cortadas de la Colonia Touar a Miami a través del Marketing Mix.

Realizado por el (la) Br. Luis Vasquez.

C.I. N° 26.570.004. cursante de la carrera de Mercadeo.

hace constar después de analizar su contenido y oída la exposición oral, considera que el Informe Final o Trabajo de Grado ha obtenido la calificación de:

APROBADO

NO APROBADO

El Jurado

Tutor Académico (Coordinador)
Nombre: BLANCA VIELMA
C.I.: 5465042

Jurado
Nombre: MAROJA MOLINA
C.I.: 10610324



Jurado
Nombre: ANALIZ LOPEZ
C.I.:

Fecha: 24, 05, 2022



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE MERCADEO

ESTRATEGIAS COMERCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DE FLORES CORTADAS
DE LA COLONIA TOVAR A MIAMI A TRAVÉS DEL MARKETING MIX

Autor: Luis José Vásquez Perera

CI: 26.570.004

Tutor: Econ. Blanca Vielma

San Diego, Mayo del 2022



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE MERCADEO

**ESTRATEGIAS COMERCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DE FLORES CORTADAS
DE LA COLONIA TOVAR A MIAMI A TRAVÉS DEL MARKETING MIX**

Proyecto de Trabajo de Grado para optar por el título de Licenciado en Mercadeo

Autor: Luis José Vásquez Perera

CI: 26.570.004

Tutor: Econ. Blanca Vielma

San Diego, Mayo del 2022



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE MERCADEO

CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Mediante la presente hago constar que he leído el Proyecto de Trabajo de Grado, elaborado por el ciudadano Vásquez Luis, titular de la cédula de identidad N° 26.570.004, para optar al grado académico de Licenciado en Mercadeo, cuyo título es **“ESTRATEGIAS COMERCIALES PARA LA EXPORTACIÓN DE FLORES CORTADAS DE LA COLONIA TOVAR A MIAMI A TRAVÉS DEL MARKETING MIX”**, adscrito a la línea de investigación: Mercado Internacional, y declaro que acepto la tutoría del mencionado Proyecto de Trabajo de Grado durante su etapa de desarrollo hasta su presentación y evaluación por el jurado evaluador que se designe; según las condiciones del Reglamento de Estudios de la Universidad José Antonio Páez.

En San Diego, a los dos días del mes de Mayo del año 2022

Tutora Académico
Econ. Blanca Vielma

ÍNDICE GENERAL

	pp.
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	vii
AGRADECIMIENTO	viii
DEDICATORIA	ix
RESUMEN INFORMATIVO	x
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO

I EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema.....	3
1.1.1. Formulación del Problema.....	5
1.2. Objetivo de la Investigación.....	5
1.2.1. Objetivo General.....	5
1.2.2. Objetivos Específicos.....	5
1.3. Justificación de la Investigación.....	5
1.4. Alcance y Limitaciones.....	6

II MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación.....	7
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	7
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	8
2.1.3. Antecedentes Locales.....	9
2.2. Bases Teóricas.....	10
2.3. Bases Legales.....	13
2.3. Definición de Términos Básicos.....	16
2.4. Cuadro Técnico Metodológico.....	18

III	MARCO METODOLÓGICO	
	3.1. Tipo y Diseño de la Investigación	19
	3.2. Fases Metodológicas.....	20
IV	RESULTADOS	
	4.1. Análisis e Interpretación de Resultados.....	23
	4.1.1 Fase I: Diagnostico de la Situación de la Producción del Mercado Floricultor de La Colonia Tovar	24
	4.1.2. Fase II: Identificación de las oportunidades y amenazas del mercado floricultor de La Colonia Tovar para la exportación de flores cortadas al mercado de Miami en Estados Unidos	35
	4.1.3. Fase III: Diseño de estrategias comerciales por medio del Marketing Mix que faciliten la exportación de flores cortadas de La Colonia Tovar al mercado de Miami...	40
V	PROPUESTA	
	5.1. Presentación de la Propuesta.....	44
	5.2. Beneficios de la Propuesta.....	45
	5.3. Objetivos de la Propuesta.....	45
	5.4. Desarrollo de la Propuesta.....	46
	CONCLUSIONES	51
	ANEXOS	52
	REFERENCIAS	54

ÍNDICE DE TABLAS

Nº	Tablas	pp.
1	Experiencia en la floricultura	24
2	Experiencia de trabajadores en la floricultura	25
3	Estado de la tierra de La Colonia Tovar	26
4	Clima en La Colonia Tovar	27
5	Producción de Flores	28
6	Establecimiento Comercial en el Mercado Internacional de Flores Cortadas	29
7	Interés de Exportar Flores Cortadas a Estados Unidos	30
8	Competitividad de Las Flores de La Colonia Tovar	31
9	Necesidad de Estrategias Comerciales	32
10	Calidad de las Flores Cortadas de La Colonia Tovar	33
11	Análisis PCI	35
12	Análisis POAM	36
13	Matriz FODA	37
14	Estrategias Comerciales	38
15	Comparación de precios de las rosas entre Colombia, Ecuador y Venezuela	41

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº	Gráficos	pp.
1	Experiencia en la floricultura	24
2	Experiencia de trabajadores en la floricultura	25
3	Estado de la tierra de La Colonia Tovar	26
4	Clima en La Colonia Tovar	27
5	Producción de Flores	28
6	Establecimiento Comercial en el Mercado Internacional de Flores Cortadas	29
7	Interés de Exportar Flores Cortadas a Estados Unidos	30
8	Competitividad de Las Flores de La Colonia Tovar	31
9	Necesidad de Estrategias Comerciales	32
10	Calidad de las Flores Cortadas de La Colonia Tovar	33

AGRADECIMIENTOS

Primeramente le doy gracias a Dios, por darme la oportunidad de estudiar una carrera universitaria y que a pesar de los obstáculos siempre existió esa ayuda que me hizo continuar. A mis familiares, principalmente a mis padres **José Vásquez** y **Yamisleth Perera**, por todo el amor, apoyo brindado y darme las fuerzas para seguir adelante. A mis hermanas **Natasha Vásquez** y **Gabriela Vásquez** quienes me apoyaron en este recorrido.

A mi tía **Soledad Vásquez**, quien se tomó el tiempo de ayudarme y aclararme algunas dudas con mucho amor. Hago extensivo mi agradecimiento a mis tías **Yairubis Perera**, **Jennifer Perera**, y mi prima **Oriana Ysso**, por brindarme su apoyo y compañía en el viaje a La Colonia Tovar para la recolección de datos para el estudio, que a pesar de las dificultades se logró el objetivo del viaje con mucha alegría.

A mi tutora, **Blanca Vielma** por acompañarme, ayudarme y aconsejarme en este recorrido.

Por ultimo, agradecer a la **Universidad José Antonio Páez**, por abrir sus puertas para permitirme crecer profesionalmente.

DEDICATORIA

Este trabajo principalmente va dedicado a mi abuela **Bismary Rojas**, quien para mí fue como mi segunda madre y siempre quiso verme en mi acto de graduación, pero que por cuestiones de la vida se encuentra actualmente en el cielo.

A mis padres **José Vásquez** y **Yamisleth Perera** por su apoyo y siempre estar presentes cuando más lo necesite.



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE MERCADEO

Autor: Luis Vásquez

Tutora: Econ. Blanca Vielma

Fecha: San Diego, Mayo del 2022

RESUMEN INFORMATIVO

Las estrategias comerciales son las más indicadas en el sector floricultor, pues son las que permiten que las empresas puedan dar a conocer la variedad de flores que cultivan, realizando intercambios entre países o simplemente comercializándolas a través de la producción y planificación de estrategias tanto publicitarias como promocionales, acordes con la naturaleza del producto. Este proyecto de investigación tiene como finalidad demostrar que Venezuela pudiese incursionar en el mercado internacional de flores cortadas, con lazos comerciales con Estados Unidos, partiendo desde La Colonia Tovar hasta Miami, a través de las líneas de investigación que son mercado internacional y posicionamiento. En este proyecto se podrán apreciar estrategias comerciales que facilitarán el intercambio comercial entre ambos sectores. Una de las herramientas que se utilizará para esta investigación es el análisis FODA, que a través del Marketing Mix se hará una evaluación del mercado de flores cortadas en Miami con la finalidad de dar con el mercado meta. Uno de los puntos más importantes que se analizarán son la promoción y producto, puesto que las flores cortadas venezolanas serán un nuevo producto para la población de Miami y es importante analizarlo en comparación con la fuerte competencia igualmente importada, para saber, así como promocionarlo ante la población de Miami. De igual manera se analizarán puntos como la plaza y el precio, a través del target que se formará con toda la información que se desarrollará en el proyecto de investigación. Para ello se hará un análisis desde la producción hasta la exportación de flores cortadas de La Colonia Tovar para identificar las fortalezas y amenazas del mercado floricultor que pudiesen afectar al mercado en Miami. La metodología implementada será la técnica de proyecto factible, donde se obtendrán resultados a través de la instrumentación para así realizar una propuesta que facilite la exportación.

Descriptor: Floricultura, Marketing Mix, Análisis FODA, Mercado Meta.

Línea de Investigación: Comercio Internacional y Posicionamiento.

INTRODUCCIÓN

En el comercio internacional se desarrollan distintos tipos de intercambios comerciales entre países, englobando a cada mercado de manera independiente según los bienes que se establecen en los tratos comerciales. Algunos mercados poseen una mayor demanda o capitalización que otros, esto ocurre debido a distintos factores que se generan debido a la necesidad de los consumidores y la falta de producción de dicho bien en ese país, obligando a este a acudir a comprar en el exterior. Sin embargo existen mercados a nivel internacional que poseen gran demanda, gran capitalización y que pocos países pueden ofrecer debido a su dificultad de producción. Entre estos se encuentra el comercio internacional de flores cortadas, el cual es un mercado poco común pero de gran crecimiento a nivel global.

Para el 2016, según BBC News la industria floricultora tuvo un valor estimado a nivel global de más de \$100.000.000 y que para ese año la cifra ha aumentado su valor. Además en esta industria se establecen varios países latinoamericanos tanto desarrollados como en proceso de desarrollo, dando indicios de que Venezuela posiblemente pueda adentrar en este mercado. Durante esta investigación se estudia a través del marketing mix, las estrategias comerciales para la exportación de flores cortadas desde La Colonia Tovar, Venezuela hasta Miami, Estados Unidos. La cual está estructurada en los siguientes cinco capítulos:

El primer capítulo titulado El Problema, describe la situación del comercio internacional de flores y plantas. Además en el se encuentra los objetivos de la investigación, la justificación de la investigación y los alcances y limitaciones que el estudio posee. En el segundo capítulo titulado Marco Teórico, se encuentran los distintos estudios y teorías (internacionales y nacionales) que sustentan este estudio, además de los términos básicos que teóricamente fundamenta la investigación para su comprensión.

El tercero se titula Marco Metodológico, en el se establece el diseño investigativo que se utiliza, además del tipo de investigación requerido para el desarrollo de esta. En el cual se realiza la investigación tecnicista o proyectiva de los proyectos factibles con un diseño de investigación mixto donde se combinan la recolección de datos a través de una encuesta cerrada, y una revisión documental para la complementación de la investigación. Seguidamente el cuarto capítulo titulado Resultados, en el cual se presentan los resultados obtenidos de la recolección de datos con la aplicación de los instrumentos y técnicas establecidas en el capítulo tres, en el cual se

detallan los resultados a través de un análisis FODA para la implementación de estrategias comerciales que facilitan el comercio entre Venezuela y Estados Unidos.

En el quinto capítulo titulado Propuesta, se proponen soluciones a la problemática existente a través de las estrategias comerciales para el desarrollo comercial entre Venezuela y Estados Unidos, teniendo en cuenta los estudios realizados anteriormente. Finalmente, las conclusiones y recomendaciones a las cuales llegó el investigador. Así como referencias bibliográficas y electrónicas, las cuales fueron útiles para el desarrollo del presente estudio.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1.- Planteamiento del Problema

El comercio internacional de flores y plantas es un comercio de gran demanda y con una escasa oferta debido a los pocos países que cumplen con las características tropicales necesarias para la participación en este mercado. Alguno de los países favorecidos por estas características, se encuentran mayormente en el sur de América, haciendo posesión de diversas flores y plantas, pero no con la capacidad necesaria para abastecer dicha demanda. Por otro lado, dentro del comercio internacional de flores se distinguen dos grandes grupos de compradores: la Comunidad Económica Europea y los Estados Unidos de América, quienes han tenido que acudir a la importación de flores cortadas debido a sus climas que impiden la producción necesaria para abastecer esta demanda que para el 2007 según la HDT Asesorías Internacionales, el consumo de flores y plantas tuvo un estimado de 44.000 millones de dólares y que además continuó creciendo.

Países como México y Ecuador mantienen relaciones comerciales con países europeos en las importaciones de flores, sostenidas a través de convenios, entrando en una competencia de oferta competitiva, en un mercado donde todas las empresas vendan el mismo producto, siempre será el elegido por el consumidor final, aquel a quien observe un precio justo a buena calidad o respecto de la competencia. El mercado de flores cortadas de los Estados Unidos es muy extenso, en el cual llegan flores importadas desde el sur de América, Europa y Asia, donde solo el 91% de las flores importadas a los Estados Unidos llegan por El Aeropuerto Internacional de Miami con una valoración anual de 1.200 millones de dólares, según Cibercuba (2022). En el 2012 se crea una empresa Mixta Orquídea S.A con capital venezolano-ruso, la cual empezó exportando 52 tipos de flores exóticas a Rusia, como Aves del Paraíso, Bastones del Emperador, Heliconias y AVECILLAS. Esta empresa mixta fue creada con la finalidad de fortalecer la producción tanto nacional como internacional, comercialización, distribución, importación y exportación de flores.

La empresa Mixta Orquídea S.A logró hacer sólo dos viajes. A finales de 2018 fue la última vez que Venezuela pudo exportar flores, y después de allí el gobierno actual de Nicolás Maduro no lo fortaleció. Sin embargo, en Enero del 2022 se publicó una noticia de Venezolana de Televisión, donde afirma que el gobernador del estado Miranda desea retomar la exportación de flores. En la actualidad se desconoce el éxito del plan dirigido por el gobernador de Miranda, puesto que no hay registros que lo confirmen.

Por otro lado, existen empresas privadas que exportan flores alrededor del mundo, entre ellas se encuentran Comercializadora Floral C, A, mejor conocida como Karizmi, ubicado en la urbanización Agua Blanca, Valencia, estado Carabobo.

Sin embargo, las relaciones económicas y políticas entre Venezuela y Estados Unidos se encuentran actualmente fracturadas, principalmente por las restricciones y el bloqueo económico que impuso el mandato del expresidente de los Estados Unidos, Donald Trump sobre Venezuela. A pesar de que existen empresas privadas que exportan productos desde ambos países. El objeto principal de esta investigación es tratar de romper esa barrera entre ambos países, y que sería de manera exitosa estableciendo un vínculo económico con respecto a la venta de flores cortadas desde La Colonia Tovar hasta la ciudad de Miami quien es el principal comprador en Estados Unidos. Esta ciudad de Venezuela cuenta con una productividad variada de flores, en las cuales podemos encontrar rosas, la cual es la favorita en el mercado de Miami.

A Venezuela se le ha hecho difícil incursionar en el mercado estadounidense en el ámbito de la floricultura, ya que países como Colombia y Ecuador son los principales países latinos a quienes Estados Unidos les compra flores, es decir a nivel competitivo estos países llevan la delantera cuando a comercio internacional de flores cortadas se refiere. Sin embargo, se le hace mucho más fácil a Venezuela comercializar por la cercanía que tiene con respecto a otros países, y verse como ventaja competitiva por encima de la competencia, ya que, a pesar de los cambios climáticos el país no se ha visto afectado. Se debe tomar en cuenta que, ese mercado al que se busca conquistar no conoce las flores que siembra Venezuela, así que la primera barrera que puede existir es el desconocimiento, la segunda puede que sea la situación política, sin embargo, la Colonia Tovar cuenta con una de las producciones más hermosas de todo el país.

Además, según las observaciones realizadas por el investigador, los precios actuales en el mercado internacional de flores cortadas superan muy por encima a los establecidos en Venezuela, creando así otra ventaja comercial.

1.1.1.- Formulación del Problema

- ¿Cómo diseñar estrategias comerciales para exportar flores cortadas desde La Colonia Tovar a Miami?
- ¿De qué manera el Marketing Mix puede influenciar en el mercado floricultor de Miami?

1.2.- Objetivos de la Investigación

1.2.1.- Objetivo General

Proponer estrategias comerciales para la exportación de flores cortadas de La Colonia Tovar a Miami a través del Marketing Mix.

1.2.2.- Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación de la producción del mercado floricultor de La Colonia Tovar.
- Identificar las oportunidades y amenazas del mercado floricultor de La Colonia Tovar para la exportación de flores cortadas al mercado de Miami en Estados Unidos.
- Diseñar estrategias comerciales por medio del Marketing Mix que faciliten la exportación de flores cortadas de La Colonia Tovar al mercado de Miami.

1.3.- Justificación de la Investigación

La Colonia Tovar es una ciudad del estado Aragua, también conocida como La Alemania del Caribe o El Pueblo Alemán de Venezuela, ya que fue fundada por un grupo de inmigrantes alemanes, el cual generó una cálida cultura alemana ligada a la venezolana. En esta ciudad se encuentra una diversidad de fauna, flora, aves, suelo, entre otros. Especialmente con una rica flora, reconocida por su variedad de colores y calidad, excelente para ser explotada y ser conocida por la ciudad de Miami. Durante años, en Venezuela el principal producto de exportación ha sido el petróleo, un recurso no renovable, el cual cada día se agota y su precio en el mercado ha variado reiteradas veces. Por ende, es de suma importancia la explotación de otros recursos para el crecimiento económico del país, como serían los recursos naturales, los cuales son renovables y de alta demanda en el mercado internacional como las flores y plantas.

Según un reportaje del Alba Ciudad 96.3FM en el 2018, Venezuela recibió un premio de la flor de mayor calidad en Feria de Moscú, colocando al país en la elite mundial en la producción de flores. En este concurso conocido como Flowers Expo 2018 celebrado en Moscú-Rusia, participaron 174 empresas invitadas de las cuales solo 24 fueron premiadas con la flor de mayor calidad o de mejor producción. Estos acontecimientos hacen referencia a que Venezuela puede ser un exportador importante de flores cortadas para Estados Unidos, ya que este país es conocido por llevar un consumismo excesivo y de gran interés en las adquisiciones de bienes exclusivos y limitados, como puede ser la flor más hermosa del mundo o de mayor calidad.

El Marketing Mix representa gran valor, puesto que son estrategias comerciales para hacerle frente a la competencia y analizar los aspectos necesarios para la incursión en un nuevo mercado, además aporta un gran enriquecimiento intelectual y monetario al país. Esta investigación beneficia a los floricultores venezolanos, en el cual tendrán trabajo para generar ganancias al país por las exportaciones, además que se conozca el mercado estadounidense y de que manera se puede incursionar en él. Esta investigación también quedará como antecedente para otras investigaciones posteriores.

1.4.- Alcances y Limitaciones

Para las limitaciones se pudo observar, la problemática de los tratos comerciales entre Venezuela y Estados Unidos como las sanciones y bloqueos impuestos por el país norteamericano, afectando el libre flujo de comercio entre ambos países. Sin embargo estas sanciones comenzaron a flexibilizarse desde el año 2021 en el mandato del presidente de los Estados Unidos, Joe Biden.

En esta investigación se logra alcanzar un análisis positivo que contribuya a futuros proyectos para la incorporación de las flores cortadas de La Colonia Tovar al mercado de Miami, a través de estrategias comerciales, para así lograr establecer una fuente de ingreso adicional a Venezuela y generación de nuevos empleos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Aquí se muestran los elementos utilizados para el desarrollo apropiado de la investigación, en situación, Méndez (1998: 65) afirma que “el marco teórico es una descripción de cada uno de los elementos de la teoría que serán directamente utilizados en el desarrollo de la investigación”. Adicionalmente se puede agregar los antecedentes relevantes para la investigación, las bases teóricas y el cuadro de operación de las variables.

2.1.- Antecedentes de la Investigación

Los estudios previos al desarrollo de la investigación se realizan sobre el tema en cuestión, por eso Arias (2012) afirma que “Los antecedentes reflejan los avances y el estado actual del conocimiento en un área determinada y sirven de modelo o ejemplo para futuras investigaciones”. Son de gran importancia porque permite darle al lector la certeza que existen trabajos previos a la investigación que los autores desarrollarán. (p.108)

2.1.1.- Antecedentes Internacionales

Salau (2018), presentó un estudio en la Universidad de Especialidades Espíritu Santo de Ecuador, para optar al título de Ingeniero en Ciencias Empresariales, que tituló “**La evolución de las exportaciones de flores ecuatorianas con destino a Rusia durante el período 2012-2017**”, tiene como objetivo principal es impulsar las exportaciones de flores ecuatorianas al mercado ruso, sin embargo, por tener poca inversión por parte del gobierno de Ecuador, las rosas tienden a ser caras en comparación con países como Colombia que tienen un costo de producción muy por debajo de la competencia. La balanza comercial de Ecuador entre ambos países sigue siendo muy positiva, elevando el consumo de flores y de ventas dentro de los canales de distribución.

En Europa, se estudiaron variabilidad de aspectos como lo son los precios a nivel internacional, la ventaja competitiva, oferta y demanda. Las exportaciones traen ingresos adicionales de divisas al Ecuador, por lo que se ha visto que son de suma importancia. Se

concluye que, los resultados demuestran que las barreras arancelarias no son tan importantes, al momento de medir el impacto de las flores exportadas, se plantearon tres modelos econométricos, los cuales arrojaron resultados significativos, elaborándose propuestas para mejorar el sector exportador de flores.

El acuerdo que firmó Ecuador con la Unión Europea favorece enormemente al país, abriéndoles el abanico de posibilidades de ventas de flores, el cual a nivel de economía le deja una ventaja comparativa (especializándose en ese sector, donde los demás no lo tienen tan desarrollado, y muchos no lo toman tan en cuenta ni para ser un elemento principal de exportación).

2.1.2.- Antecedentes Nacionales

Reyes, (2020) quien presentó un estudio en la Universidad Tecnológica del Centro para optar al título de Técnico Superior Universitario en Ciencias Gerenciales Mención Mercadeo “**Diseño de estrategias de mercadotecnia para la Comercializadora Floral, C.A**”. La comercializadora presta sus servicios de manera local y a nivel internacional a más de 154 países, además ofrece diseños de arreglos florales con flores cultivadas en Colombia, Ecuador y Venezuela. Su mercado potencial es aquel comprendido entre los 18 años y los 70 años interesados en obsequiar detalles para cualquier ocasión. Las estrategias se centraron en como la comercializadora innova para el público juvenil se encuentre interesado en regalar flores para enamorar.

Giménez y Pereira (2016-2017) quienes presentaron un estudio en la Universidad Alejandro de Humboldt, titulado “**Propuesta de Exportación de Flores Tropicales (Exóticas) Yaracuy-Venezuela**” La floricultura se dan en 145 países, ocupando aproximadamente un área de 190.000 hectáreas, en los cuales se encuentran Holanda, Alemania, Francia, España, Colombia, Ecuador, Japón y Estados Unidos, siendo Colombia y Ecuador los principales países sudamericanos en exportar flores. Venezuela a pesar de no poseer estadísticas actualizadas y confiables, la producción de flores ha adquirido cierta importancia. Esta producción se considera principalmente para un mercado doméstico, a pesar que existe un gran potencial para los mercados internacionales.

2.1.3.- Antecedentes Locales

Campuzano (2018) quien presentó una investigación a la Universidad de Carabobo, titulado **Estrategias de Mercadeo en Las Oficinas Regionales para El Posicionamiento de La Marca KPMG en Venezuela Caso Estudio: Oficina Región Centro.**

Con esta investigación se pretende dar un aporte para que KPMG en Venezuela, sea reconocida en todo el País, a través de estrategias de posicionamiento en las regiones, desarrollando campañas promocionales en medios de comunicación así como también utilizando herramientas tecnológicas vanguardistas, demostrando las bondades que posee la firma, y las actividades que ha realizado en más de 50 años de operaciones en Venezuela. El presente estudio servirá como base para futuros trabajos acerca de las estrategias de mercadeo para el posicionamiento de marcas. (p. 21).

Ferrer, Cabrales y Hernández (2017), quienes presentaron una investigación a la Universidad de Simón Rodríguez, titulado **Fraccionamiento Físico de La Materia del Suelo Bajo Diferentes Usos en La Colonia Tovar, Venezuela.**

La materia orgánica del suelo (MOS) es un indicador clave de la calidad del mismo, tanto en sus funciones agrícolas de producción, otorgándole un valor económico, como en sus funciones ambientales, en las que destacan la captura de carbono, la remediación y calidad del aire, cumpliendo un servicio ecológico. La MOS tiene una composición muy compleja y heterogénea, con diferentes tasas de retorno y está por lo general mezclada o íntimamente asociada con los constituyentes minerales del suelo... Gran parte de la MOS es reciclada en los ciclos biogeoquímicos, por lo cual se convierte en fuentes y sumidero de nutrientes, teniendo una función muy dinámica en la disponibilidad de elementos esenciales a las plantas como el nitrógeno, el fósforo y el azufre. (p.10).

Concluyendo que en esta investigación se realizaron experimentos en el suelo de La Colonia Tovar para demostrar la calidad del suelo para la producción tanto de en el área de la fruticultura como en la floricultura.

2.2.- Bases Teóricas

El análisis sistemático sobre las principales teorías que explican la importación y exportación de flores son la estructura en la que se basa la investigación a realizar, teniendo como propósito ampliar dicha investigación, Tamayo y Tamayo (2006), expresa que las bases teóricas “constituyen la definición de conceptos en el proyecto de investigación, se presenta ordenando los términos empleados con su debido detalle. Por consiguiente, su propósito es sustentar desde una perspectiva teórica el problema a investigar”. (p. 29). Estas son definiciones que se encuentran inmersos en la investigación. A continuación, se presentan el desarrollo teórico de las variables objeto de estudio:

2.2.1.- Mercadeo Internacional

Se entiende por mercadeo internacional al intercambio comercial de un país con otro, es decir la elaboración de estrategias comerciales de una empresa en un entorno diferente al propio, eliminando fronteras nacionales. En esta práctica influyen ciertos factores importantes como la cultura y costumbres, competencia local, leyes y regulaciones, entre otros. Para que una empresa tome la decisión de internacionalizarse es necesaria la implementación de estrategias comerciales, a través del marketing mix para la elección más favorable de mercados objetivos. Para Artal (2009), el marketing internacional es la realización de los procesos de intercambio de bienes, servicios e ideas en el ámbito internacional, es decir entre clientes situados en distintos países soberanos. (p. 232).

Dentro del mercadeo internacional es importante considerar 4 factores claves para la internacionalización de una empresa, estas son:

- Adaptación del público al nuevo producto

Realizar investigaciones que permita a la empresa la toma de decisiones basadas en datos e información necesaria donde la empresa desea actuar.

- Barreras culturales

En cada país la cultura es diferente, por lo que es necesario realizar investigaciones previas para la expansión de la empresa en el mercado nacional externo.

- Consumo de información por los clientes potenciales

La recolección de información constante de los clientes potenciales para el entendimiento del comportamiento del consumidor.

- Reevaluar la estrategia

El mercadeo es una acción que está siempre en constante desarrollo, evaluando los mercados cambiantes entre nuevas tecnologías y comportamientos del consumidor, creando variaciones frecuentes en las opciones de consumo en el mercado internacional. Por eso, es necesaria la constante mejora de las estrategias de mercadeo para la satisfacción de los clientes.

2.2.2.- Marketing Mix

Es necesario que las cuatro variables del marketing mix se combinen con total coherencia y trabajen conjuntamente para lograr complementarse entre sí, siendo uno los elementos clásicos del marketing, término creado por Mc Carthy en 1960, el cual se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación, conocidas como las 4Ps (el marketing mix de la empresa) por su acepción anglosajona (*product, price, place y promotion*) y puede considerar los aspectos esenciales por los cuales una empresa consigue objetivos comerciales.

- Producto

Esta es una variable, por medio del cual pueden englobarse bienes y servicios, comercializados por la empresa, quienes satisfacen necesidades del consumidor final, centrado en resolver y no en sus características. Uno de los aspectos más importantes en el producto está la imagen, la marca, el *packaging* o los servicios posventa.

- Precio

Por medio de él entran los ingresos de una empresa. Previo estudio del consumidor se puede detectar el mercado, los costos, competencia, entre otros, El consumidor final es quien comparará el dinero desembolsado de él versus el precio de venta, quien ayudará a posicionar el producto en el mercado.

- Distribución

La distribución es fundamental en la gestión comercial de cualquier empresa, por ello es necesario trabajarla continuamente para así poder lograr colocar el producto en manos del consumidor en el tiempo y lugar adecuado. No hay una única forma de distribuir los productos,

sino que dependerá de las características del mercado, del mismo producto, de los consumidores, y de los recursos disponibles. Dentro del marketing mix, la estrategia de distribución trabaja aspectos como el almacenamiento, gestión de inventarios, transporte, localización de puntos de venta, procesos de pedidos, entre otros.

- Comunicación

Es referida para dar a conocer como sus productos, pueden ser a través de lanzamientos, campañas, entre otros, pudiendo satisfacer las necesidades de su público objetivo. Las principales herramientas de comunicación son: venta personal, promoción de ventas, publicidad, marketing directo y las relaciones públicas. La forma en que se combinen estas herramientas dependerá del producto, mercado, público objetivo, competencia y la estrategia definida.

2.2.3.- Estrategia Comercial

A veces es necesario reevaluar la manera en las que son llevadas las estrategias dentro de una campaña de marketing, ya sea porque no se están obteniendo los resultados esperados o la empresa tiene miras de pasar a otro nivel, empleándose estrategias comerciales que ayuden a alcanzar esos objetivos de manera estructuradas y completamente planeadas. Por su parte, Quiroa (2020: p.1) define la estrategia comercial como “el conjunto de acciones que pone en práctica una empresa para dar a conocer un nuevo producto, para aumentar su cuota de venta o para aumentar su cuota de participación de mercado”. Las acciones se llevan de manera sistemática, comprobando sí ellas están satisfaciendo las necesidades situacionales del momento, y si en caso contrario no se están logrando cambiarlas.

La combinación de las ideas viene sostenida a través de la técnica de la observación, para luego mediante análisis darle sentido. Para De Haro (2018) “tanto los productores como para los ingenieros agrónomos y veterinarios es un desafío, por no ser una ciencia exacta, no es medible, entrando en juego cuestiones psicológicas, de comunicación, percepciones, gustos, cuestiones culturales que no están acostumbrados a manejar”. (p 11)

Cuando se adopta una cultura “estratégica” en comercialización significa analizar los negocios desde el nivel económico-financiero hasta lo simbólico y competitivo. La comercialización sí o sí es estratégica, porque el productor debe enfrentar competidores sin saber muchas veces si sus objetivos y planes, pueden operar en un mercado que no conoce, y tratar de entender lo qué quieren los clientes hoy y lo que querrán en el futuro.

2.2.4.- Análisis FODA

El análisis FODA, también conocido como análisis DOFA, es una herramienta que ayuda a conocer la situación de una empresa, organización, proyecto o persona desde una vista interna (Fortalezas y Debilidades) y externa (Amenazas y Oportunidades) a través de una matriz. El objetivo principal de este análisis es evaluar las ventajas competitivas para (como sus siglas lo indican) visualizar las oportunidades y las amenazas que se presentan en el entorno de la empresa, y evaluar sus características propias para diseñar la estrategia más favorable para ella.

Para Riquelme (2016) el análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa. Desde este punto de vista la palabra FODA es una sigla creada a partir de cada letra inicial de los términos mencionados anteriormente.

2.3.- Bases Legales

La exportación está definida como el régimen aduanero que permite la salida legal de las mercancías del territorio aduanero para su uso o consumo en el mercado exterior. Es así que la exportación impone nuevos desafíos que deben ser superados de la mejor forma posible para lograr el éxito en los mercados internacionales.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999)

El modelo económico que apunta el constitucionalista en la Carta Magna del año 1999 propugna un sistema de economía social de mercado, en la que el Estado garantiza la fuerza de mercado basado en los principios de libertad económica y de la iniciativa privada, gracias a lo que Velázquez Restrepo citado por Morles (2000) refiere como “constitucionalización del derecho privado” (p. 176). En este sentido, el artículo 112 de la Carta Magna vigente expresa, de manera implícita, la constitucionalización del derecho privado al consagrar el régimen de libertad económica y la iniciativa privada, cuando dispone:

Artículo 112

Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa

distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país.

Asimismo, las bases legales de las Aduanas se encuentran sustentada en la Carta Magna de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, conforme a lo establecido en los artículos 133, 156, 316, el cual es del tenor siguiente: “La obligatoriedad de los ciudadanos de coadyuvar a los gastos públicos mediante el pago de impuestos, tasas y contribuciones que establezca la Ley” Asimismo el Artículo 156 numeral 15 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, establece como competencia del Poder Público Nacional “el régimen del comercio exterior, la organización y régimen de las aduanas”. A tenor de 63 esto, la República dispone de una Ley Orgánica de Aduanas, sin embargo los derechos y obligaciones de carácter aduanero y sus relaciones jurídicas derivadas, además de regirse por las disposiciones de la Ley de Aduanas y su Reglamento y por normas de naturaleza aduanera contenidas en tratados internacionales, también se rigen por otros instrumentos jurídicos vigentes relacionados con la materia, tales como Resoluciones Ministeriales, Decretos y otras disposiciones legales que por su carácter o finalidad afecten la entrada, permanencia y salida del territorio nacional, de mercancía objeto de tráfico internacional.

Artículo 316

El sistema tributario procurará la justa distribución de las cargas públicas, según la capacidad económica del o la contribuyente, atendiendo al principio de la justa distribución de progresividad, así como la protección de la economía nacional y la elevación de la calidad de vida de la población y se sustentará para ello en un sistema eficiente para la recaudación de tributos.

En aplicación de estas disposiciones constitucionales, el sistema tributario establecerá la obligación de contribuir en atención a la capacidad Económica del sujeto pasivo por lo que los tributos no pueden ser calculados sobre una base proporcional si no atendiendo al principio de la progresividad, mecanismo que debe respetarse para que el Estado pueda cumplir con la obligación de proteger la economía nacional y lograr un adecuado nivel de vida para el pueblo.

La Carta Magna establece en el Título VI, Capítulo I, artículos 299 al 310 (ambos inclusive), lo concerniente al sistema socioeconómico venezolano

En este orden de ideas, el artículo 299 ejusdem expresa que: “la justicia social, democracia, eficiencia, libre competencia, protección del medio ambiente y solidaridad”, son los principios que fundamentan el sistema socioeconómico venezolano. Además señala el redactor de la norma en comento, el papel que asume el Estado como promotor y regulador, que junto con la iniciativa privada, deben promover al fortalecimiento y desarrollo armónico de la economía nacional, y, para ello desarrollan a lo largo del contenido de los once artículos siguientes, las condiciones básicas para lograr dicho cometido.

La intervención del Estado como ente promotor de la iniciativa privada en la economía venezolana y según lo preceptuado en la Constitución de la República, viene dada por (a) actuaciones de administración tales como, creación de entidades funcionalmente descentralizadas para la realización de actividades empresariales o sociales (artículo 300); (b) protección a la industria nacional (artículo 301); (c) manejo de la industria petrolera (artículo 302); (d) promoción de determinados sectores verbi gratia agricultura (artículo 305), desarrollo rural integrado (artículo 306), el turismo (artículo 310) , artesanía e industrias populares típicas (artículo 309) y la protección especial a la pequeña y mediana industria (artículo 308).

Ley Orgánica de Aduanas (1999)

En su Artículo. 4 Ordinal 22. Señala que, “Participar en el tratamiento y determinación de las políticas relativas al comercio exterior, en cuanto afecten directamente la actividad aduanera, sin menoscabo, de las facultades que en este mismo sentido, correspondan al Jefe de la Administración Aduanera”

El Código Orgánico Tributario (2014)

En su artículo 73 señala que la exención, “es la dispensa total o parcial de pago de la obligación tributaria, otorgada por la ley”. (p. 18) Asimismo, expresa que la exoneración “es la dispensa total o parcial de pago de la obligación tributaria, concedida por el Poder Ejecutivo, en los casos autorizados por la ley”. (p. 18).

2.4.- Definición de Términos Básicos

Biogeoquímico: Es el estudio que se realiza para entender los de compuestos bioquímicos y los organismos vivos como las reacciones biológicas, químicas, físicas y geológicas para comprender la composición del medio natural.

Ciente: Es una persona natural o jurídica que compra con regularidad un bien o servicio ofertado en el mercado. Este se diferencia del consumidor ya que una persona es considerada cliente porque ha comprado en varias ocasiones.

Ciente Potencial: Es el tipo de cliente que a través de las investigaciones de mercadeo, se demuestra que puede presentar posibilidades de convertirse en un comprador de la marca o el producto.

Exportación: Las exportaciones son el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización. Junto con las importaciones, son una herramienta imprescindible de comercio nacional.

Floricultura: Es la disciplina de la horticultura orientada al cultivo de flores y plantas ornamentales en forma industrializada para uso decorativo. Los productores llamados floricultores, producen plantas para jardín, para su uso por jardineros, paisajistas, decoradores de interiores, venta de flores cortadas en florerías, para su uso final en floreros o para arreglos de diseño floral.

EXW: *ExWork*, también conocido como "en fábrica". Es un término de comercio internacional, que establece que el vendedor realiza la entrega de la mercancía empacada y embalada en la fábrica para la exportación, para luego de la entrega dejar la responsabilidad de la mercancía al comprador.

Fruticultura: Es la disciplina que se estudia para el cultivo de árboles y arbustos que producen frutas, basándose en principios biológicos y fisiológicos.

Importación: Es la acción de compra de bienes y servicios que se realiza a un país o empresa extranjera para satisfacer la demanda local que este no puede abastecer mediante su propia producción.

Marketing Directo: Consiste en tener una comunicación directa con el cliente potencial, para ponerlo en el centro de la estrategia y obtener toda su atención.

Mercado: Es el medio o lugar en el cual se genera un intercambio comercial, es decir una compra o venta de bienes o servicios a través de un demandante y un ofertante, los cuales establecen precios y condiciones.

Mercado Meta: Es el grupo de personas o clientes ideales que la empresa desea llegar. Este grupo de personas se obtiene con un previo estudio de mercado, tomando en cuenta las necesidades, deseos y e intereses que este grupo de personas posee.

Packaging: Es una palabra inglesa que se traduce al español como empaque, embalaje o presentación. El concepto o significado de *packaging* se utiliza en el ámbito del marketing o la publicidad y se refiere a lo que envuelve al producto, desde la etiqueta hasta los datos.

Target: Es una palabra en ingles que en español significa objetivo. Este término se refiere al mercado objetivo, que consiste en un grupo de consumidores que involucran características similares entre si como intereses, deseos, localidad, entre otras características.

Telemarketing: Es un tipo de Marketing Directo, en el cual el ofertante utiliza como medio de comunicación el teléfono para dirigirse a los clientes potenciales.

2.4.- Cuadro Técnico Metodológico

Objetivos	VARIABLES	Definición de la Variable	Dimensión	Indicador	Instrumento	Ítems
Diagnosticar la situación de la producción del mercado floricultor de La Colonia Tovar.	Mercado floricultor de La Colonia Tovar.	Es el medio en el cual se realiza la producción de flores de La Colonia Tovar para su intercambio comercial.	Producción	Capacidad de producción. Experiencia laboral. Estándares de calidad.	Cuestionario de tipo dicotómico. Revisión documental.	1,2,3,4
Identificar las oportunidades y amenazas del mercado floricultor de La Colonia Tovar para la exportación de flores cortadas al mercado de Miami en Estados Unidos.	Oportunidades y amenazas del mercado floricultor de La Colonia Tovar	Son las ventajas y desventajas que tiene el mercado floricultor de La Colonia Tovar en el mercado de Miami.	Matriz FODA	Mercado Internacional Competencia Entorno externo del mercado Estrategias de marketing a través de una matriz FODA	Cuestionario de tipo dicotómico	5,6,8
Diseñar estrategias comerciales por medio del Marketing Mix que faciliten la exportación de flores cortadas de La Colonia Tovar al mercado de Miami.	Estrategias comerciales por medio del Marketing Mix	Es la elaboración de estrategias de marketing a través del producto, precio, promoción y punto de venta.	Marketing Mix	Estrategias de marketing Posicionamiento en el mercado Mercado internacional Mezcla promocional	Cuestionario de tipo dicotómico	9

Fuente: Vásquez (2022)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico es el conjunto de acciones destinadas a describir y analizar el fondo del problema planteado, a través de procedimientos específicos que incluye las técnicas de observación y recolección de datos, determinando el “cómo” se realizó el estudio, esta tarea consiste en hacer operativa los conceptos y elementos del problema que se estudiaron, al respecto, Carlos Sabino explica que “En cuanto a los elementos que es necesario realizar y pueden dividirse en dos grandes campos que requieren un tratamiento diferenciado por su propia naturaleza: el universo y las variables”. (p. 118).

3.1.- Tipo y Diseño de la Investigación

De acuerdo con los objetivos definidos en el problema la presente investigación se encuentra enmarcada dentro de los denominados proyectos factibles, ya que, según lo planteado por el Manual de Trabajo de Grado de Especialización, Maestría y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador, UPEL,(2010): Los proyectos factibles consisten en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta y modelo operativo viable para soluciones, problemas, requerimientos y necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. (p. 6).

Se enmarca dentro de esta modalidad debido a que se desarrolló una propuesta viable para la solución del problema de comercialización de las flores de La Colonia Tovar con el mercado de Miami. Este tipo de investigación de campo se apoyó en la revisión bibliográfica según la definición descrita por Palella y Martins (2006):

Se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda de material documental de cualquier clase. Se procura el análisis de los fenómenos o el establecimiento de la relación entre dos o más variables. Cuando opta por este tipo de estudio, el investigador utiliza documentos; los recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes. (p. 96).

3.2.- Fases Metodológicas

Se describen a continuación las fases mediante las cuales se desarrolló la investigación, de acuerdo a los objetivos específicos previamente definidos, en el cual se detallan los instrumentos a utilizar, la población que participó y la técnica de recolección y análisis de los resultados.

3.2.1.- Fase I: Diagnóstico de la situación de la producción del mercado floricultor de La Colonia Tovar.

En esta fase se realizó un diagnóstico para medir la situación actual de la producción del mercado floricultor de la Colonia Tovar permitiendo así, un punto de partida para su desarrollo a futuro, con la finalidad de conocer su capacidad de producción, calidad y determinar las mejoras necesarias para incursionar en el mercado de Miami.

Para ello, es necesario establecer la población y muestra a través de la recolección de datos para el suministro de la información requerida. La población es definida por Arias (2006), como "un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio". (p. 4). De allí se definió la población de La Colonia Tovar para validar la calidad del mercado floricultor, con la finalidad de obtener datos que contribuyeron al cumplimiento del objetivo.

Por su parte, Arias (2006) define muestra como "un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible". (p. 5). Debido a que esta población está conformada por un número finito de cuatro (4) floristerías de La Colonia Tovar, la técnica de recolección de datos que se utilizó en esta fase fue la encuesta, a través de un cuestionario de preguntas simples y cerradas de respuestas de si y no, conformado por diez (10) ítems relacionados con el objetivo del estudio que pudieran ayudar a suministrar la información necesaria de la situación actual de la producción del mercado floricultor de La Colonia Tovar. Esta encuesta fue aplicada a los dueños de las floristerías que representan al mercado floricultor de La Colonia Tovar como garantía de la productividad y calidad de las flores cortadas cultivadas en este sector. De esta manera se obtuvo un conocimiento del mercado floricultor de La Colonia Tovar, a través de la encuesta.

La encuesta siendo la técnica a utilizar, Arias (2006), define encuesta como "una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de si

mismo, o en relación con un tema particular”. (p. 72). Una vez obtenidas las respuestas, se procedió a transcribir los resultados en una tabla de distribución de frecuencia para luego ser graficados y analizados en una matriz FODA para mostrar las fortalezas y debilidades de la producción del mercado floricultor de La Colonia Tovar, descritas con más detalles en la segunda fase.

Esta información igualmente fue apoyada por una revisión documental, con afinación tanto en el clima como en el estado de la tierra que dará validez a los resultados obtenidos en la encuesta. Para Hurtado (2000) la revisión documental “es una técnica en la cual se recurre a información escrita; ya sea bajo la forma de datos que pueden haber sido productos de mediciones hechas por otros; o como textos que en si mismos constituyen los eventos de estudios”. (p. 425).

3.2.2.- Fase II: Identificación de las oportunidades y amenazas del mercado floricultor de La Colonia Tovar para la exportación de flores cortadas al mercado de Miami en Estados Unidos.

En esta fase se identificaron las oportunidades y amenazas del mercado floricultor de La Colonia Tovar que afectan al mercado de Miami en Estados Unidos, que mediante los resultados que se obtuvieron de la fase de diagnóstico, se pudo realizar el desarrollo de la propuesta, ya que con estos resultados se podrá atacar las amenazas para identificar y fortalecer las oportunidades que se desarrollan en el mercado floricultor de La Colonia Tovar para exportar flores cortadas a Miami. Para ello se utilizó una herramienta de análisis, conocida como matriz FODA, en la cual se suministraron los resultados obtenidos para realizar el análisis de los factores internos (debilidades y fortalezas) y externos (oportunidades y amenazas), que influyen en el comercio de flores cortadas entre Venezuela y Estados Unidos. A través de esta matriz, el mercado floricultor de La Colonia Tovar fue sometido a una revisión interna y externa, con la finalidad de evaluar los distintos factores influyentes en su producción para la exportación de flores cortadas al mercado de Miami

Para David (2007), una matriz FODA es “una herramienta de comparación que se fundamenta en información de entradas provenientes de las matrices de evaluación del factor interno, externo y en la de perfil competitivo”. (p: 192).

Sin embargo, para realizar una matriz FODA primeramente es necesario realizar un análisis POAM y PCI para evaluar las capacidades internas y externas del mercado de flores de La Colonia Tovar, para así poder realizar el análisis FODA. Para Quiroa (s.f.), "la matriz POAM se puede definir por sus siglas como el perfil de oportunidades y amenazas de una empresa". Para Gómez (s.f) "el perfil de capacidad interna, es un medio para evaluar las fortalezas y debilidades de la compañía. Es una manera de hacer el diagnostico estratégico de una empresa involucrando en el todos los factores que afectan su operación corporativa".

3.2.3.- Fase III: Diseño de estrategias comerciales por medio del Marketing Mix que faciliten la exportación de flores cortadas de La Colonia Tovar al mercado de Miami.

Luego de obtener los resultados por la recolección de datos en la primera fase y la identificación de las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades en la segunda fase de la investigación, se procedió a diseñar estrategias comerciales por medio del marketing mix para facilitar el comercio de flores cortadas entre Venezuela y Estados Unidos, que ayudará a la captación de clientes de manera más efectiva con la ayuda de las 4Ps del marketing (producto, precio, promoción y plaza).

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis e Interpretación de Resultados

En este capítulo se presentan los resultados del análisis obtenido por la recolección de datos con la aplicación de los instrumentos y de la técnica correspondiente. Estos resultados se presentan mediante la ilustración de cuadros y gráficos que permiten con más facilidad la visión precisa de los resultados. De esta forma, la metodología seleccionada y aplicada por el autor de esta investigación permite obtener resultados específicos para ser analizados e interpretados con el fin de llevar a cabo las conclusiones y recomendaciones posteriores.

Para la obtención de estos resultados se aplica el instrumento de recolección de datos según la metodología de la investigación, la cual es el cuestionario. En el instrumento es tomado en cuenta los aspectos más importantes con relación a los objetivos específicos. Seguidamente se procede a realizar una revisión documental para corroborar los datos obtenidos en la encuesta, para así dar validez a los resultados.

La recolección de datos se obtuvo mediante un instrumento de forma dicotómica, es decir, con dos opciones de respuesta (Si y No), compuesto por diez (10) ítems, las cuales se aplicó a cuatro (4) encuestados, los cuales fueron cuatro floristerías de La Colonia Tovar con experiencia en el mercado de las flores cortadas. Estas floristerías son:

- Floristería Tovar.
- Kokket Detalles.
- Floristería La Carretera Venezuela.
- Floristería Angie.

Los resultados fueron analizados de forma cuantitativa y cualitativa, los cuales se presentan mediante la elaboración de tablas y gráficos que facilitan el análisis de la información real con respecto a la situación actual del comercio de flores cortadas de la Colonia Tovar para la exportación a Miami.

A continuación se podrán observar los resultados del análisis aplicado con el instrumento de recolección de datos diseñado por el investigador.

4.1.1 Fase I: Diagnóstico de la situación de la producción del mercado floricultor de La Colonia Tovar.

Ítem 1: ¿Posee experiencia en la floricultura?

Tabla 1.- Experiencia en el área.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

Fuente: Vásquez (2022)

Grafico 1.



Fuente: Vásquez (2022)

Análisis: En este primer gráfico se determina que la mayoría, es decir, el 75% de los encuestados poseen experiencia en la floricultura, mientras que el 25% no tiene experiencia, lo cual es un aspecto positivo ya que es de suma importancia para la investigación que las floristerías encuestadas tengan experiencia en el área, ya que contribuye a la fidelidad de la producción de flores.

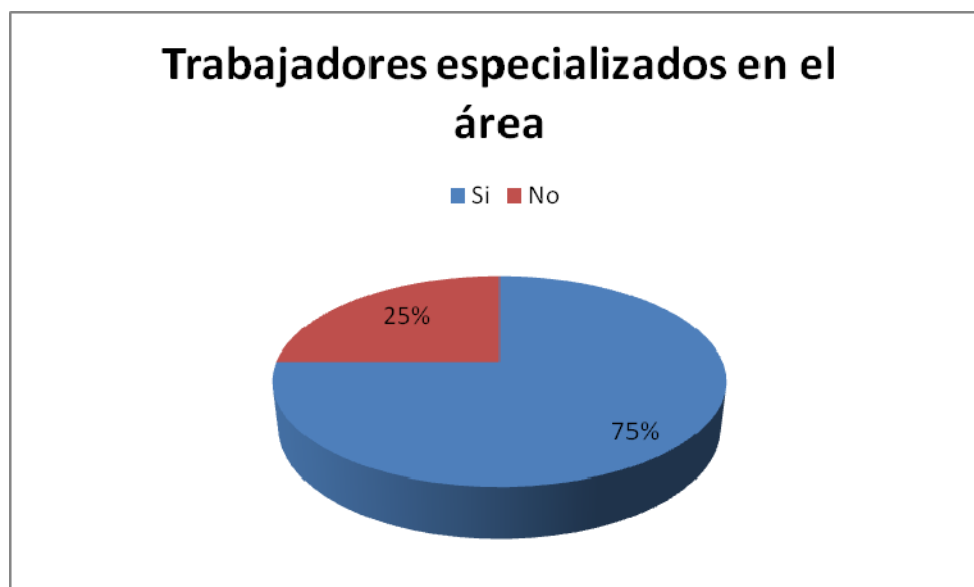
Ítem 2.- ¿Existen en la empresa trabajadores especializados en el cultivo de flores?

Tabla 2.- Trabajadores especializados en el área.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

Fuente: Vásquez (2022)

Gráfico 2.



Fuente: Vásquez (2022)

Análisis: De acuerdo al presente gráfico, se puede observar que la mayoría, es decir, el 75% de las floristerías poseen trabajadores especializados en el cultivo de flores y solo el 25% no posee trabajadores especializados en el cultivo de flores. Estos números son positivos ya que la mayoría de las floristerías manejan mano de obra calificada para el cultivo de estos productos.

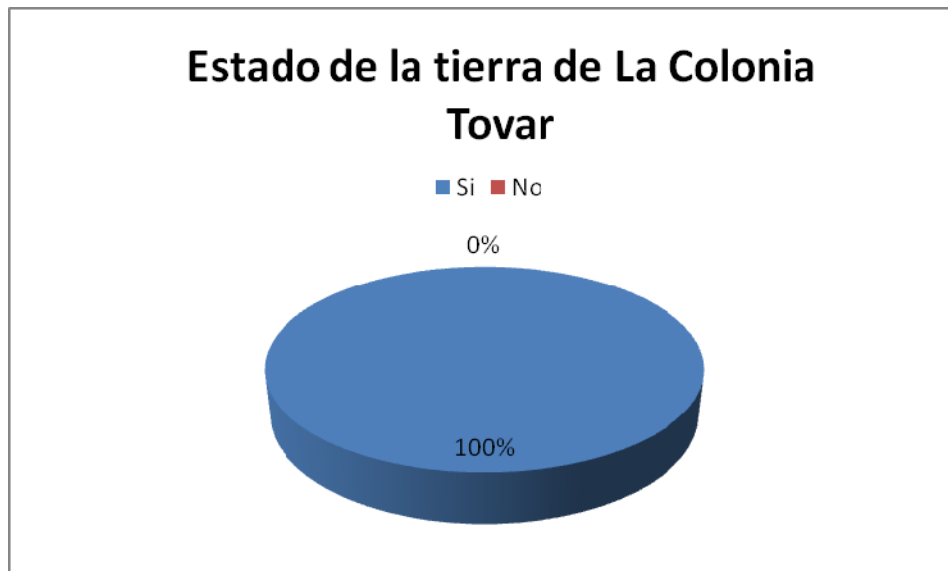
Ítem 3.- ¿Considera usted que el estado de la tierra es apropiada para cultivar flores en la Colonia Tovar?

Tabla 3.- Estado de la tierra de la Colonia Tovar.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Vásquez (2022)

Gráfico 3.



Fuente: Vásquez (2022)

Análisis: Para los resultados de la tabla representados en la gráfica, se logra observar la total garantía para el cultivo de flores en La Colonia Tovar debido a sus excelentes tierras para la producción de estas. Cuantitativamente se aprecia que el 100% de los encuestados están de acuerdo con la calidad de suelos para la floricultura.

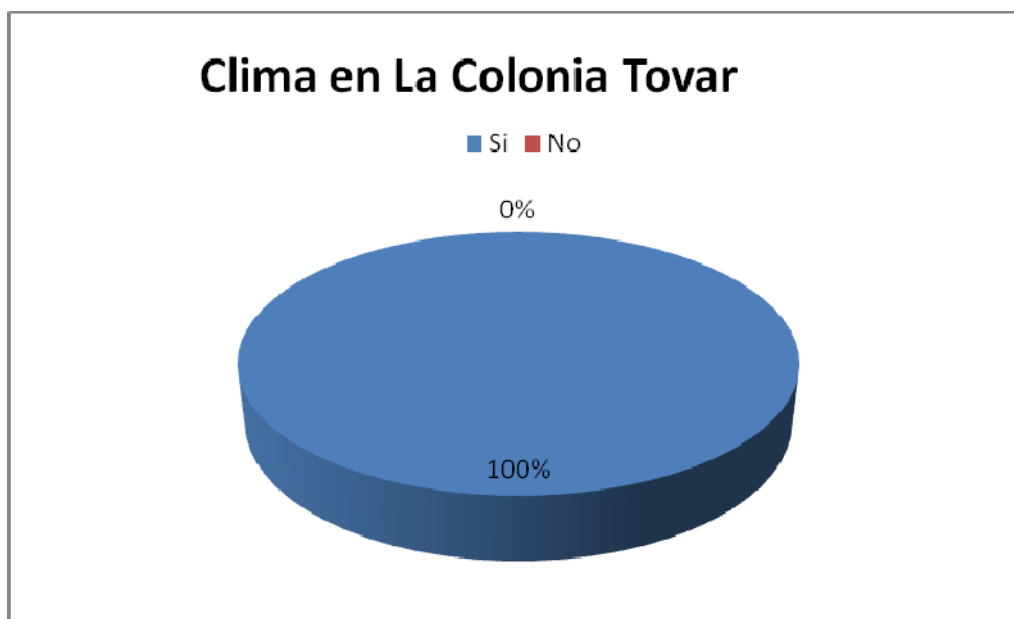
Ítem 4.- ¿Considera usted que el clima de La Colonia Tovar es apropiado para cultivar flores?

Tabla 4.- Clima en La Colonia Tovar.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Vásquez (2022)

Grafico 4.



Fuente: Vásquez (2022)

Análisis: Según la recolección de datos obtenidos por los encuestados, se presenta una totalidad del 100% de la aprobación adecuada del clima de La Colonia Tovar para la producción de flores. Esto indica que, en base a sus experiencias como dueños de floristerías, logran apreciar un clima ideal para el cultivo de flores.

Ítem 5.- ¿Cree usted que La Colonia Tovar tiene una alta producción de flores?

Tabla 5.- Producción de flores.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	50%
NO	2	50%
TOTAL	4	100%

Fuente: Vásquez (2022)

Grafico 5.



Fuente: Vásquez (2022)

Análisis: En este gráfico se observa un resultado equitativo obtenido por la información suministrada por los encuestados, ya que la mitad considera que la producción de flores en La Colonia Tovar puede ser de aproximadamente 12035 flores semanales, que representan 481 cajas de 25 paquetes de flores cada una. La otra mitad considera que la producción de flores no es masiva debido a que la demanda no es suficiente para una producción de esa magnitud. Por lo tanto se concluye que la capacidad de producción es limitada pero expandible, si la demanda fuese suficiente para dicha producción masiva.

Ítem 6.- ¿Cree usted que las flores de La Colonia Tovar puedan establecerse en el mercado internacional?

Tabla 6.- Establecimiento en el mercado internacional de flores.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Vásquez (2022)

Grafico 6.



Fuente: Vásquez (2022)

Análisis: En su mayoría total del 100% de la información obtenida muestra que los encuestados consideran que las flores cortadas de La Colonia Tovar pueden ser exportadas a otros países. Por lo tanto se entiende que existe un interés por parte de los dueños de las floristerías en ampliar su mercado internacionalmente.

Ítem 7.- ¿Le interesaría exportar flores cortadas a Estados Unidos?

Tabla 7: Interés de exportar flores cortadas a Estados Unidos.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Vásquez (2022)

Gráfico 7.



Fuente: Vásquez (2022)

Análisis: Este gráfico muestra que el 100% de las floristerías de La Colonia Tovar muestran interés en exportar flores a Estados Unidos, pero debido al desconocimiento del mercado de flores cortadas de Miami, Estados Unidos esto no ha sido posible.

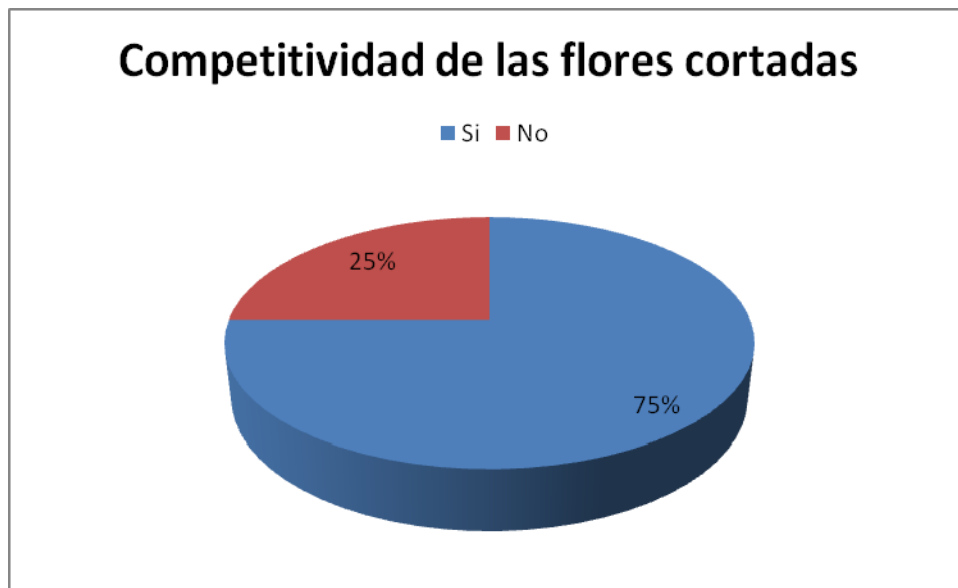
Ítem 8.- ¿Cree usted que las flores de La Colonia Tovar puedan competir en el mercado internacional de flores cortadas?

Tabla 8.- Competitividad de las flores cortadas.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

Fuente: Vásquez (2022)

Grafico 8.



Fuente: Vásquez (2022)

Análisis: En el gráfico 7 se refleja el 75% de la muestra que consideran que las flores cortadas de La Colonia Tovar pueden competir en el mercado internacional de flores. Esto es debido a que son conscientes de la buena producción que hay, mientras que el 25% de la muestra cree que no, el cual se puede discernir que esta parte de la muestra no posee información suficiente de la floricultura.

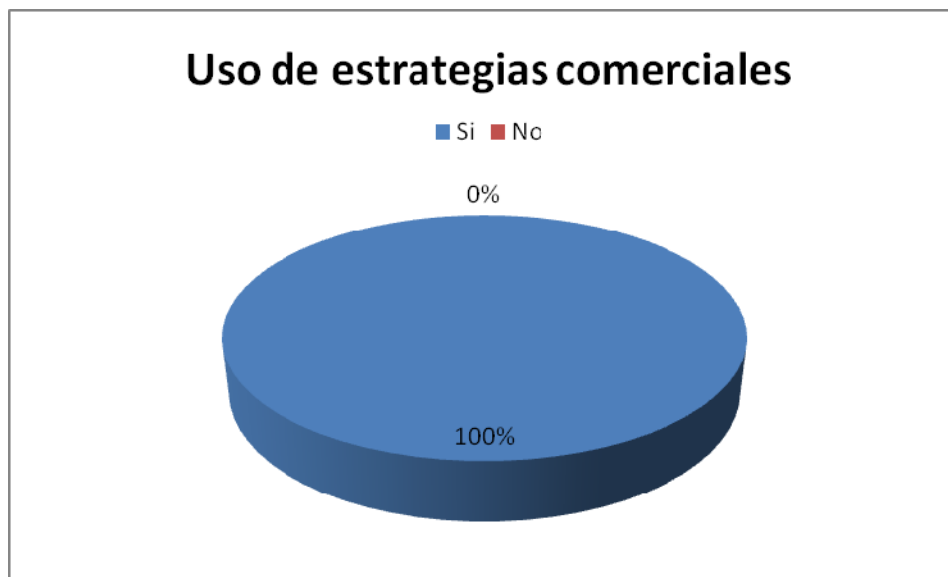
Ítem 9.- ¿Considera necesario el uso de estrategias comerciales para la exportación de flores cortadas a Estados Unidos?

Tabla 9.- Uso de estrategias comerciales.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Vásquez (2022)

Grafico 9.



Fuente: Vásquez (2022)

Análisis: Con un 100% de la aceptación por parte de la muestra consideran importante la implementación de estrategias comerciales para llevar a cabo el comercio entre ambos países. Según el gráfico número 9 se deduce que es necesario el uso de estrategias comerciales para la exportación de flores cortadas a Miami.

Ítem 10.- ¿Considera usted que las flores cortadas provenientes de La Colonia Tovar son de buena calidad?

Tabla 10.- Calidad de las flores cortadas.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Vásquez (2022)

Grafico 10.



Fuente: Vásquez (2022)

Análisis: En el gráfico número 10 refleja que la totalidad de la muestra considera que las flores cortadas de La Colonia Tovar son de buena calidad. Adicional se acotó que esto es debido a la durabilidad que estas poseen, la cual es de una (1) a cuatro (4) semanas dependiendo del tipo de flor.

Seguidamente se presenta la revisión documental obtenida de algunos análisis realizados por otros investigadores, con la finalidad de apoyar y respaldar la información adquirida en la recolección de datos de la muestra. Estos análisis se afinan en la investigación geográfica de La Colonia Tovar, como la materia orgánica del suelo y el clima que forman parte fundamental en la

producción de flores en esa ciudad. Esta revisión documental comprueba que los datos obtenidos en la encuesta son certeros, a través de investigaciones realizadas con pruebas de fraccionamientos físicos de la materia orgánica del suelo y parámetros climáticos promedios en La Colonia Tovar. A continuación se presentan los siguientes documentos obtenidos.

Para la investigación descrita en los antecedentes locales del capítulo II, Ferrer *et al* (2014) resaltan que la investigación realizada en La Colonia Tovar, para demostrar la calidad del suelo, fue aplicada de manera aleatoria en tres (3) suelos con una profundidad de 20 metros, en los cuales se aplicaron 3 tratamientos con cinco (5) repeticiones en cada aplicación, demostrando así que los suelos seleccionados obtuvieron resultados positivos para la producción de flores y frutas. Ferrer, *et al* (2017), explican que:

La materia orgánica del suelo (MOS) es un indicador clave de la calidad del mismo, tanto en sus funciones agrícolas de producción, otorgándole un valor económico, como en sus funciones ambientales, en las que destacan la captura de carbono, la remediación y calidad del aire, cumpliendo un servicio ecológico. La MOS tiene una composición muy compleja y heterogénea, con diferentes tasas de retorno y está por lo general mezclada o íntimamente asociada con los constituyentes minerales del suelo... Gran parte de la MOS es reciclada en los ciclos biogeoquímicos, por lo cual se convierte en fuentes y sumidero de nutrientes, teniendo una función muy dinámica en la disponibilidad de elementos esenciales a las plantas como el nitrógeno, el fósforo y el azufre. (p.10).

Esta información es importante resaltarla ya que se logra apreciar las características esenciales para que el suelo sea óptimo para la producción. La investigación dio como resultado que el suelo bajo vegetación natural presenta texturas medias, pH fuertemente ácidos y bajos valores de los atributos químicos.

Sin embargo, los niveles de nutrientes aumentan por la presencia de producción de fresa y durazno, principalmente abonos orgánicos en elevadas cantidades, que están presentes en los suelos de La Colonia Tovar. De esta manera se garantiza la alta calidad del suelo para la producción de flores en esta ciudad.

A continuación, se presenta la revisión documental que da validez a la información recolectada en la encuesta, con respecto al clima que se presenta en La Colonia Tovar para la producción de flores. Para ello se presenta un artículo de Marín (2019) titulado **Colonia Tovar** donde describe que "su clima es templado de montaña con amplitudes térmicas diarias de unos 10°C, con promedio de 16,8°C, y frecuentes nieblas, sobre todo al amanecer y en la tarde... El bosque nublado caracteriza la vegetación predominante, que cambia mientras baja los peldaños

del relieve como bosque de galería y termina con hierbajos de sabana hacia el sur y xerófila en el norte marino”.

Estas características climáticas hacen que se desarrolle una agricultura horto-fruticultura de alta productividad, tales como flores, fresas, duraznos, tomates, melocotones, entre otros. El clima en La Colonia Tovar se presenta debido a que la ciudad se encuentra en la parte más alta del estado Aragua a más de 1900 msnm (metros sobre el nivel del mar), lo que modifica el clima de manera significativa, creando un clima frío de montaña donde las temperaturas pueden llegar a los 19°C los días soleados y a los 17°C con nubosidad. Este clima es considerado apropiado por ejemplo para la producción de rosas, ya que según Agrinova Science en el artículo titulado **El Cultivo de Las Rosas para Corte**, “para la mayoría de los cultivares de rosa, las temperaturas óptimas de crecimiento son de 17°C a 25°C, con una mínima de 15°C durante la noche y una máxima de 28°C durante el día”.

4.1.2. Fase II: Identificación de las oportunidades y amenazas del mercado floricultor de La Colonia Tovar para la exportación de flores cortadas al mercado de Miami en Estados Unidos.

A continuación, se presentan los siguientes cuadros de la matriz POAM y la matriz PCI, que darán origen al análisis FODA.

Tabla 11.- Análisis PCI

Capacidad	Variable	Fortaleza		Debilidad	
		Alta	Baja	Alta	Baja
Capacidad Competitiva	Fuerza del producto, calidad y exclusividad	X			
	Lealtad y satisfacción del cliente			X	
	Participación del mercado			X	
	Bajos costos de distribución y ventas	X			
	Portafolio de productos		X		
	Uso del ciclo de vida del producto y reposición	X			
	Grandes barreras de entrada en el mercado			X	
Capacidad Financiera	Ventaja del potencial de crecimiento del mercado	X			
	Rentabilidad, retorno de la inversión		X		
	Estabilidad de costos				X
	Habilidad para competir con precios	X			

Capacidad Tecnológica	Habilidad técnica y de manufactura			X	
	Nivel de tecnología utilizada en productos			X	
	Efectividad de la producción y programas de entrega				X
	Intensidad de mano de obra			X	
	Nivel tecnológico			X	
Capacidad del Talento Humano	Experiencia	X			
	Motivación			X	
	Estabilidad				X
	Nivel de remuneración		X		

Fuente: Vásquez (2022)

Tabla 12.- Análisis POAM

Tipo de Factor	Variables	Oportunidad		Amenaza	
		Alta	Baja	Alta	Baja
Factor Económico	Acuerdos de libre comercio			X	
	Inflación			X	
	Salario mínimo			X	
	Inestabilidad del sector		X		
Factor Geográfico	Transporte aéreo y terrestre		X		
	Contaminación	X			
	Amenaza volcánica	X			
	Condiciones climáticas y ambientales	X			
	Condiciones de los suelos de cultivo	X			
Factor Social	Generación de empleo	X			
	Liderar proyectos innovadores con impacto social	X			
	Protección de patrimonio cultural	X			
Factor Tecnológico	Automatización de los procesos			X	
	Facilidad de acceso a la tecnología				X
	Velocidad en el desarrollo tecnológico			X	
Factor Competitivo	Nuevos competidores	X			
	Aumento de las bases de clientes potenciales	X			
	Tratos comerciales en el extranjero	X			

Fuente: Vásquez (2022)

En la fase anterior se obtuvieron los resultados que contribuyen a la presente fase para la identificación de los factores externos (oportunidades y amenazas) del mercado floricultor de La Colonia Tovar para la exportación de flores cortadas a Miami, a través de un análisis FODA.

Tabla 13.- Análisis FODA

Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none">1. El promedio de precios de las flores cortadas en Miami, son mayores a los de La Colonia Tovar, por ende es un punto a favor para el acceso al mercado.2. La cercanía de Venezuela con Estados Unidos es una ventaja competitiva con respecto a otros países, debido a que presenta tasas de exportación más económicas y de entregas más rápidas.3. En Miami existe una gran población venezolana que estaría dispuesta a comprar flores provenientes de su país, debido al sentimiento patriótico.	<ol style="list-style-type: none">1. El país vecino de Venezuela (Colombia) es el principal vendedor de flores cortadas en Estados Unidos. Por lo cual existe preferencia sobre este producto proveniente de Colombia.2. El desconocimiento de las flores cortadas venezolanas pueden crear desconfianza en las mismas por parte del mercado de Miami.3. Existe una alta competencia en el sur de América.4. La existencia de productos sustitutos como los son las flores artificiales.
Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none">1. Las flores cortadas de La Colonia Tovar presentan una alta calidad debido a su durabilidad de 1 a 4 semanas.2. La floricultura en La Colonia Tovar es realizada por agricultores con experiencia.3. El costo de producción de flores en La Colonia Tovar es mínima, por lo tanto se proyectan precios competitivos.4. Existe una variedad de flores que se producen en todo el año debido a las condiciones ambientales que se presentan en La Colonia Tovar.	<ol style="list-style-type: none">1. La producción de flores en La Colonia Tovar es limitada.2. Los agricultores están más interesados en la fruticultura como fresas y duraznos.3. Inexistencia de una planificación operativa y estratégica.4. Déficit de marketing.

Fuente: Vásquez (2022)

Análisis: En el perfil externo de Oportunidades y Amenazas, se determinó a través de este análisis puntos favorables y no tan favorables a tomar en cuenta para incorporar las flores

cortadas de La Colonia Tovar, al mercado de Miami. A su vez, se realizó un análisis de la situación actual del mercado floricultor de La Colonia Tovar, a través de la matriz planteada para definir las Fortalezas y Debilidades que este mercado presenta para la exportación de estos productos a Miami. Los análisis realizados tanto internos como externos, serán los tomados en cuenta para el diseño de estrategias comerciales para la exportación de flores cortadas de La Colonia Tovar a Miami, tomando en cuenta el marketing mix. Estas estrategias a utilizar son, la estrategia DO (la cual pretende maximizar desde un ámbito externo, las oportunidades y minimizar las debilidades desde un ámbito interno), la estrategia FO (basada en la utilización de las fortalezas para aprovechar las oportunidades presentadas), la estrategia DA (la cual trata de minimizar las debilidades para así evitar las amenazas) y la estrategia FA (la cual intenta aprovechar las fortalezas para afrontar las amenazas que se presentan).

Tabla 14.- Estrategias Comerciales.

Estrategia DO	Estrategia FA
D3O3: Dentro del mercado de Miami existe una población venezolana que puede ser el mercado meta inicial para la incorporación de las flores cortadas de La Colonia Tovar, a través de las planificaciones operativas y estratégicas necesarias para esta actividad.	F1F2A1A2: Con una excelente estrategia promocional, donde se garantice la calidad del producto se puede ir creando un posicionamiento en el mercado de Miami, gracias a la experiencia en la floricultura venezolana que pueda despertar el interés en la población de Miami.
D4O4: Con el reforzamiento del marketing basándose en la mezcla de mercadotecnia, estas oportunidades pueden ser aprovechadas.	F3A3: Desarrollo de una estrategia comercial con la gestión de precios para competir en el mercado internacional en relación a calidad-precios.
	F4A4: El desarrollo de estrategias comerciales guiadas por expertos tanto en marketing como en el área de la floricultura creará un buen manejo del producto para el transito constante en el mercado.

Estrategia DA	Estrategia FO
<p>D1: Se realiza un plan de inversión para la expansión de la producción de flores de La Colonia Tovar para que de esta manera, la producción vaya aumentando a medida que crezca la demanda estadounidense. Es decir, se priorizara la expansión de la producción de flores en La Colonia Tovar a medida que se vaya incluyendo en el mercado de Miami.</p> <p>D2: Incentivar a los productores de flores. A través de la demostración del potencial que refleja el mercado de flores para así generar interés a los productores.</p>	<p>F1F3O1: La relación calidad y precio de las flores cortadas de La Colonia Tovar presentan algunas ventajas en el mercado, por eso es necesaria utilizar estas características como puntos estratégicos para la incorporación de estos productos al mercado de Miami.</p>

Fuente: Vásquez (2022)

Análisis: En la presente tabla se establecieron los diferentes tipos de estrategias comerciales en base a la matriz FODA para atacar los ámbitos externos e internos presentados en la tabla número 11. En ella se implementan estrategias a través de la combinación de ambos ámbitos para la formación de soluciones ante amenazas presentes en el mercado, que fueron atacadas desde las fortalezas de la floricultura venezolana, y las debilidades presentes en la misma, igualmente atacadas desde un ámbito externo con las oportunidades que en el mercado de Miami se presentan.

Se concluye que las flores cortadas venezolanas pueden presentar un impacto positivo en el mercado de Miami debido a los aspectos que la conforman como precio, calidad (debido a su producción) y abundancia en variedad gracias a la presentación geográfica en La Colonia Tovar. Pero que este intercambio comercial solo será posible, con estrategias comerciales basándose en el marketing mix estudiando el posible mercado meta que se presentan en la ciudad de Miami.

4.1.3.- Fase III: Diseño de estrategias comerciales por medio del Marketing Mix que faciliten la exportación de flores cortadas de La Colonia Tovar al mercado de Miami.

Los resultados obtenidos en la Fase I a través de los instrumentos anteriormente mencionados, fueron favorables para la evaluación del mercado en la matriz FODA y la recomendación de estrategias comerciales para facilitar la exportación de flores cortadas de La Colonia Tovar a Miami. Para ello, también es importante evaluar el mercado receptor (Miami) a través del marketing mix para garantizar la aplicación correcta de estas estrategias DO, FO, FA y FO. Para el diseño de estrategias comerciales por medio del marketing mix, se puede observar las 4ps de marketing para establecer estrategias en base a estos componentes:

- Producto:

Las características principales que poseen las flores cortadas de La Colonia Tovar son, la calidad del producto por su durabilidad de 1 a 4 semanas (dependiendo del tipo de flor), debido a su producción en suelos de buena calidad y climas templados de montaña y los precios competitivos que estos poseen, son aspectos positivos que vuelven a los productos floriculturales atractivos. Estos atributos están respaldados por premios y reconocimientos que las flores venezolanas han recibido en exposiciones internacionales como la Expo-flores 2018 que se llevó a cabo en Rusia. La Visión Agropecuaria en el 2022 afirmó que "Venezuela obtuvo una medalla de oro por la mejor calidad de flor, en la feria... Representantes de la producción y exportación de flores venezolanas indicaron que el país logró este reconocimiento por la delicadeza y calidad de la flor Cala". Para el 2019 se presentó El Festival Internacional de Damasco, donde se le otorgó a Venezuela un reconocimiento especial, por la demostración del potencial y calidad de las flores.

Estas características a su vez fueron confirmadas por los dueños de las floristerías quienes participan en la producción de flores en La Colonia Tovar y afirman que las flores son de alta calidad. Sin embargo, es necesaria la mejora de las identidades corporativas que se presentan en las floristerías para una representación internacional más formal que refuercen todos los atributos que poseen las flores de La Colonia Tovar como es el romanticismo que transmite la colonia y el glamur que representan las prestigiosas flores provenientes de esta ciudad venezolana. Por otro lado es importante considerar que las flores más vendidas en el mercado de Miami son las rosas, con una participación del 68%, según datos de la Expoflores (2020). Con la presente información, la producción se puede bazar principalmente en este tipo de flor, además de las otras especies.

- Precio:

Los precios de las flores cortadas de La Colonia Tovar son muy atractivos debido a los bajos costos de producción que estos poseen en comparación con otros países. Los precios establecidos por las floristerías de La Colonia Tovar presentan una gran ventaja competitiva ya que dentro del mercado de flores cortadas se destacan dos factores importante que son el precio y la calidad, los cuales se cumplen en las flores venezolanas.

A continuación se presenta una tabla comparativa de los precios promediados entre Venezuela y los dos grandes exportadores de flores cortadas, Colombia y Ecuador. Estas referencias fueron estudiadas y promediadas por el investigador según los precios publicados por distintas floristerías ubicadas en los países mencionados. Los precios presentados en la siguiente tabla se mantienen en términos de EXW. El tipo de flor analizada fue la rosa, la cual es la más vendida en el mercado de Miami.

Tabla 15.- Comparación de precios de las rosas entre Colombia, Ecuador y Venezuela.

Cantidad de Rosas	Precio Promedio por País			Diferencia	
	Colombia	Ecuador	Venezuela	Col - Vzla	Ecu - Vzla
12	12 \$	9 \$	5 \$	7 \$	4 \$
100	110 \$	66 \$	40 \$	70 \$	26 \$

Fuente: Vásquez (2022)

Análisis: En la tabla número 15 se pueden observar los precios de las rosas con respecto a cada país, los cuales varían dependiendo de cada floristería. Pero, se resalta que los precios promediados por el investigador no son los más bajos, los cuales son 8 \$ en Colombia y Ecuador y 4 \$ en Venezuela. Se puede observar que para Colombia el precio por docena de rosas es de 12\$ y para Ecuador 8\$. Notablemente, el precio más competitivo en el mercado para la exportación de rosas a Estados Unidos, lo tiene La Colonia Tovar, Venezuela, con unos 44% más económicas que las ecuatorianas.

Los montos analizados en la tabla número 15, corresponden a los precios en cada país, es decir sin los costos de exportación a Miami, los cuales para Colombia y Venezuela deberían ser similares, por su cercanía al país destino. Mientras que en el caso de Ecuador, se estima que maneja un mayor costo de exportación por estar ubicado más lejos.

Por otro lado, los precios en las floristerías de Miami rodean los 310\$, es decir una diferencia de 270\$ con respecto al precio establecido en La Colonia Tovar, para repartirlos en gastos de exportación y ganancia. La diferencia de precios, tanto de los competidores como el precio del mercado receptor, muestra ser llamativo debido a su alta competitividad que las flores cortadas de La Colonia Tovar poseen.

- Promoción:

La comunicación forma un rol importante en la etapa del posicionamiento de productos, ya que en un mercado donde se comercializa un mismo producto por diferentes ofertantes, la mezcla promocional hace diferencia entre estos productos como lo son las flores cortadas, ya que a través de ellas se hace llegar el producto al consumidor. Sin embargo, este mercado tiene un tiempo operando, en el cual ya existen ofertantes posicionados en el y comunicar las flores cortadas de La Colonia Tovar podría significar un reto. Sin embargo, el respaldo que poseen las flores provenientes de esta ciudad, pueden lograr despertar un interés en los consumidores de Miami.

A través del Marketing Directo o Marketing Personal, comunicar las características principales de las flores cortadas de La Colonia Tovar, para así persuadir a las empresas de Miami a probar estos productos, con el fin de ir creando fidelidad en las empresas y se conviertan en clientes. Para esto es importante evaluar el contorno del mercado de Miami en base a preferencias y necesidades de los consumidores.

El investigador, quien tuvo la oportunidad de visitar y conocer el mercado de flores cortadas en la ciudad de Miami en el 2018, logró observar que los consumidores de Miami se apoyan más en la adquisición de flores según la moda que se establece en las diferentes estaciones del año y la ocasión. Tales como días especiales, como por ejemplo San Valentín y Día de Las Madres, fechas en las que aumentan la cantidad de importaciones de flores cortadas en Estados Unidos. Por ende la mezcla promocional que se lleve a cabo sería en base a estos criterios con la combinación de colores y mensajes que se presenten en esa época del año, sin dejar de acentuar el glamur y romanticismo que da origen a las flores de La Colonia Tovar, para persuadir a las empresas de ventas mayoristas en Miami, quienes serían los clientes potenciales en este estudio.

- Plaza:

La distribución de las flores cortadas de La Colonia Tovar, se dirige a las empresas mayoristas que se encuentran principalmente en el Doral, zona reconocida por tener una gran población venezolana. Generando así tránsito en las tiendas de ventas al detalle por parte de los

venezolanos. En este sector se encuentran las principales distribuidoras de flores cortadas de Miami, las cuales manejan una serie de clientes potenciales, los cuales se expanden a lo largo de los Estados Unidos. Según el informe anual de exportaciones a Estados Unidos publicado por Expoflores (2019):

El 81.8 % de las flores frescas importadas por Estados Unidos ingresan por Miami, Florida, donde se encuentra la mayor parte de *wholesalers* (mayoristas) y distribuidores de este mercado, los cuales también se encargan del proceso de distribución interna. Además, Florida concentra la mayor parte de las importaciones de flores debido a su proximidad con los productores de América del Sur. (p. 15).

Otro puerto de ingreso de flores en Estados Unidos es por la ciudad de Nueva York, pero debido a su lejanía con Venezuela, las tasas de exportación serían más elevadas que ingresando por Miami. Por esta razón, la ciudad florideña es ideal para importar flores cortadas desde La Colonia Tovar.

En conclusión, los componentes básicos que conforman las 4ps de marketing, facilitaran el uso de las estrategias comerciales para la exportación de flores cortadas de La Colonia Tovar a Miami, ya que estos componentes se enfocan en cada una de las variables que permiten conocer los aspectos a considerar para la incorporación de un nuevo producto al mercado. Seguidamente se presenta el siguiente capítulo titulado La Propuesta donde se pueden apreciar las sugerencias indicadas por el investigador para la operatividad de las estrategias comerciales para la exportación de flores cortadas de La Colonia Tovar a Miami.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1.- Presentación de la Propuesta

La floricultura venezolana ha sido regularmente conocida solo en el interior del país, en una cultura poco interesada en el comercio de flores, donde mayormente suelen verse en eventos como funerales y con poca regularidad en días especiales como San Valentín ya que los venezolanos prefieren dar obsequios como chocolates, peluches, ropa, entre otras cosas. Sin embargo, en otros países como Estados Unidos donde las culturas son diferentes, se acostumbra a adquirir más frecuentemente flores cortadas, tanto para obsequios mayormente en días especiales como San Valentín y Día de las Madres, como también para adornos en los hogares, tiendas, eventos especiales, entre otros. Por ende, al ver el potencial que presentan las flores venezolanas y la alta demanda que se posee el mercado internacional de flores, el investigador observó una oportunidad de negocio ya que Venezuela siendo un país con producción de flores como en La Colonia Tovar, existe la posibilidad de exportar flores cortadas a Estados Unidos, principalmente en Miami.

Para ello, es necesario implementar estrategias comerciales que faciliten la exportación de flores cortadas de La Colonia Tovar a Miami. De esta forma se expone en este último capítulo la propuesta que según el investigador dará como resultado para esta actividad comercial, teniendo en cuenta los estudios realizados en los anteriores capítulos.

En la base de los resultados obtenidos se observó, que es necesaria la presencia de un experto en marketing con la finalidad de llevar los estudios necesarios para la exportación de flores cortadas, ya que este sería el que implemente la mercadotecnia para la constante exportación de flores cortadas a Miami, manteniendo fuertes lasos comerciales entre ambos países. Esta presencia, además es necesaria ya que los agricultores han perdido el interés en la floricultura debido a la escasa demanda situada en el país y la inexistente participación en el mercado internacional. Debido a esto los productores prefieren centrarse en el cultivo de frutas como fresas y durazno ya que poseen una mayor demanda en el mercado local. Sin embargo, estas acciones una vez implementadas, despertará el interés en la floricultura, ya que a través de

las estrategias comerciales propuestas en el estudio, se crearan beneficios adicionales que favorecerán a los agricultores de La Colonia Tovar.

También es necesario incentivar a los productores para la producción de flores en el sector de La Colonia Tovar, ya que genera un área laboral más armónica con resultados más óptimos. Este incentivo se puede aplicar por parte del experto en marketing, con la demostración a los agricultores, de los nuevos planes de mercado y las oportunidades que se presentan en el mercado internacional. Además, el plan de inversión para la expansión de la producción de flores, con más hectáreas de suelos y tecnología, es necesario para la optimización de la producción de flores en este sector, aumentando así las ventas mayoristas que se puedan presentar en el mercado de Miami.

Es importante establecer las estrategias comerciales fundamentándose en el marketing mix como fueron explicados en la última fase del anterior capítulo, ya que a través de estas variables se obtuvo un estudio más preciso para comercializar las flores cortadas de La Colonia Tovar en Miami.

5.2.- Beneficios de la Propuesta

- Permite la incorporación de las flores cortadas venezolanas al mercado internacional.
- Genera nuevos ingresos y empleos a Venezuela.
- Contribuye a la mejora económica de Venezuela.
- Permite la comercialización internacional de nuevos productos renovables de Venezuela.
- Incentiva la producción de flores venezolanas.

5.3.- Objetivos de la Propuesta

5.3.1.- Objetivo General

Comercializar las flores cortadas de La Colonia Tovar en el mercado de Miami.

5.3.2.- Objetivos Específicos

- Proponer estrategias de marketing según la calidad de las flores de La Colonia Tovar.

- Proponer estrategia promocional para el ingreso de flores cortadas de La Colonia Tovar a Miami.
- Proponer estrategias de distribución para la exportación de flores cortadas de La Colonia Tovar a Miami.

5.4.- Desarrollo de la Propuesta

Con la búsqueda de incorporar las flores venezolanas en el mercado internacional, es necesario el diseño de estrategias comerciales para lograr este objetivo. Estas estrategias son basadas en la mezcla promocional orientadas en el mercado de flores cortadas en Miami, con el fin de generar una aceptación de estos productos por parte de los consumidores. El Marketing Mix representa un papel importante en el estudio, ya que a través de él se estudió el comportamiento del consumidor para incorporar las flores cortadas de La Colonia Tovar.

Los objetivos de la propuesta describen las estrategias comerciales necesarias para el inicio de las relaciones comerciales entre La Colonia Tovar y Miami.

5.4.1.- Estrategias según la Calidad de las Flores de La Colonia Tovar.

Según se ha observado a lo largo de este estudio, las flores de La Colonia Tovar presentan una alta calidad ya que después de ser extraídas de la tierra, permanecen frescas hasta más de 4 semanas. Por esta razón las flores de La Colonia Tovar pueden escalar una alta posición en el mercado internacional. Pero siendo estas flores desconocidas por el mercado de Miami, su valor en el mercado es dudoso ya que sería un producto nuevo en el mercado. Sin embargo, existe un factor fundamental que respalda las prestigiosas flores venezolanas y que además genera interés en este tipo de mercado mayorista, el cual es el factor precio. Según los precios establecidos por las floristerías de La Colonia Tovar visitadas por el investigador, estas presentan una importante diferencia de precios con respecto a otros países.

Para el diseño de estrategias comerciales según la calidad de las flores cortadas de La Colonia Tovar, se propone a los productores y dueños de floristerías seleccionar una serie de flores que puedan competir en el mercado de Miami. Esta estrategia se basa en la calidad según la larga durabilidad que tienen las flores seleccionadas luego de ser cortadas. Las flores seleccionadas fueron recomendadas por los floricultores de La Colonia Tovar, ya que estas presentan un periodo más largo de descomposición luego de cortadas, además según los estudios

mencionados anteriormente, demuestran que algunas de estas flores son las más comercializadas en Estados Unidos. Estas flores deberán estar caracterizadas por su larga durabilidad después de cortadas, y precios lo suficientemente competitivos para ingresar al mercado, ya que dentro de él se genera una serie de ofertas que compiten bajo estas características. Sin embargo, la durabilidad de las flores también dependerá del resguardo y tratado de las flores, lo cual se mencionó en la tercera propuesta de estrategias. Estas flores pueden ser:

- Rosas. Es el tipo de flor con mayor demanda en el mercado de Miami. Esta flor puede durar de 3 a 4 semanas después de cortada, según los productores de La Colonia Tovar.



Rosas. Imagen captada en la Floristería Tovar por Vásquez (2022)

- Cala (Anthurium). Flor ganadora de la medalla de oro por haber sido la flor de mayor calidad en la Expoflores 2018. Esta especie puede durar hasta 4 semanas luego de cortada según los productores de La Colonia Tovar.



Cala (Anthurium)

- Orquídea. Esta flor es representativa, ya que es uno de los símbolos patrios venezolanos, lo cual para la población venezolana radicada en Miami, tiene un valor sentimental. Además, tiene una durabilidad de 4 o más semanas después de cortada, según los productores de La Colonia Tovar.



Orquídea

- Clavel. Es una de las flores con mayor demanda en el mercado de Miami, según la Expoflores (2019). Esta flor tiene una durabilidad de 3 semanas después de cortada, según los productores de La Colonia Tovar.



Claveles

La selección de flores cortadas para la exportación a Miami, se diseñó en base a las investigaciones anteriores que se realizaron según los deseos del mercado de Miami y las características representativas de cada una, logrando así mayores probabilidades de compra por parte del mercado de Miami. Además, debido a las limitaciones que posee la producción de flores en La Colonia Tovar es importante centrar la producción primeramente en una cantidad mínima de flores y añadir cada vez más, conforme la demanda de flores cortadas venezolanas crezca. Sin embargo, esta selección no cierra las posibilidades al cliente de comprar otros tipos de flores.

Por otro lado, es importante que los dueños de las floristerías en La Colonia Tovar, presenten un descuento por el primer lote de flores cortadas exportadas a Miami, para así generar un interés mayor al consumidor. Esta estrategia tiene como finalidad generar la primera compra de flores para que el consumidor tenga la oportunidad de conocer la calidad de las flores de La Colonia Tovar.

5.4.2.- Estrategias Promocionales para el Ingreso de las Flores Cortadas de La Colonia Tovar a Miami.

Citando las palabras de Ray Kroc quien una vez dijo que "hacer negocios sin *marketing* es como guiñarle el ojo a una chica en la oscuridad. Tus sabes lo que estas haciendo pero nadie más lo sabe". Esto quiere decir que sin una estrategia de mercado para comunicar al cliente la marca, producto o servicio, este no tendrá un reconocimiento en el mercado. Es decir, las flores cortadas de La Colonia Tovar, no tendrían un lugar en el mercado de Miami si estas no son promocionadas, ya que no se tendría un conocimiento de las mismas.

El tipo de comunicación establecida es el Marketing Personal, a través del Telemarketing ya que de esta manera el dialogo con los posibles clientes potenciales es más efectiva porque se tiene una disposición completa de su tiempo y atención. Dentro del Marketing Personal se resaltarán las características principales de las flores cortadas de La Colonia Tovar, las cuales son la calidad y precio. La presentación de las flores ofertadas, se realizará a través de un catálogo digital enviado vía e-mail, donde se podrán observar las distintas flores, precios y características de las mismas, para que los consumidores interesados en comprar, puedan seleccionar las flores que desean.

Además, es importante comunicar el prestigio que algunas flores venezolanas poseen debido a su participación en eventos internacionales, como la Cala (Anthurium) quien ganó una

medalla de oro en la Expoflores celebrada en Rusia en el 2019, garantizando así la calidad de la misma. Una forma de comunicar estos acontecimientos es destacar la flor ganadora en el catalogo, y describir los reconocimientos otorgados, además de adjuntar un enlace de la noticia para respaldar la información descrita en el catálogo.

5.4.3.- Estrategias de Distribución para la Exportación de Flores Cortadas de La Colonia Tovar a Miami.

El objetivo principal de las floristerías de La Colonia Tovar es ingresar sus productos en el mercado de Miami, con un valor diferencial de precio y calidad con respecto a la competencia, pero para que este valor se cumpla es necesaria la venta al por mayor de las flores cortadas, ya que de esta forma los costos, tanto de las flores como de la exportación se reducirán notoriamente, es por eso que La Colonia Tovar va dirigida a empresas mayoristas.

Por otra parte, el investigador realizó un viaje hacia la ciudad de Miami en el año 2018, en el cual tuvo la oportunidad de conocer el mercado de flores, su logística y distribución. De esta manera consideró que, algunas de las empresas mayoristas están más interesadas en adquirir flores cortadas con un bajo precio y excelente calidad, para así poder lograr ventas mayoristas. Las empresas mayoristas a las cuales se desea llegar, se encuentran ubicadas en la zona del Doral. En esta zona se destacan, tanto empresas mayoristas de flores como también floristerías que manejan ventas al detalle. Además, existe una amplia población venezolana residenciada en esta zona, que estaría dispuesta en adquirir flores exportadas desde su país nativo, debido al valor sentimental que los venezolanos le darían. Esta población incrementaría las ventas de las empresas mayoristas situadas en la zona del Doral.

Para el diseño de estrategias de distribución para la exportación de flores cortadas a Miami, es indispensable la alianza entre varios dueños de floristerías de La Colonia Tovar para la exportación de cargas consolidadas, es decir compartir un espacio en el medio de transporte para la reducción de costos de exportación. Siendo estas muy costosas debido a que la exportación se realizaría vía aérea con refrigeración entre 2°C a 5°C para el mantenimiento de las flores, ya que someterlas a estas temperaturas la descomposición es más lenta. Implementando estas estrategias, los costos de exportación se reducirían notoriamente, permitiendo así ofrecer precios competitivos a las empresas mayoristas de Miami.

CONCLUSIONES

Una vez conocido el mercado internacional de flores cortadas, sus ofertantes y el mayor importador en el mundo, Estados Unidos. Se pudo diagnosticar a través de los instrumentos de la recolección de datos, que las flores de La Colonia Tovar presentan un alto potencial para competir en el mercado de Miami, en base a sus precios competitivos y la calidad de las flores. Pero este mercado floricultor venezolano, presentan ciertas desventajas en cuanto a capacidad y desconocimiento para incursionar en su totalidad en el mercado de Miami.

Sin embargo, se demostró que a través de las estrategias comerciales, basándose en el Marketing Mix, estas desventajas pueden ser fortalecidas para que en un futuro próximo las relaciones comerciales entre La Colonia Tovar, Venezuela y Miami, Estados Unidos, se fortalezcan. Estas desventajas fueron atacadas a través de una matriz FODA para luego diseñar estrategias comerciales que servirán para exportar flores fuera del país, generando así beneficios como, nuevos empleos y ayuda al mejoramiento económico en Venezuela, a través del comercio de estos productos renovables diferentes al petróleo.

Finalmente se puede concluir que las flores cortadas venezolanas representan un alto potencial de ingreso económico al país, ya que estas pueden abarcar un espacio en el mercado de Miami, a través de estrategias comerciales.

ANEXOS

Aplicación de los instrumentos para la recolección de datos en La Colonia Tovar, realizados por el investigador.

Visita a la Floristería Tovar para entrevista con floricultores. (Letrero en parte superior de la fotografía).



Fuente: Vásquez (2022)

Reunión con uno de los floricultores y principal mayorista en la venta de flores de La Colonia Tovar.



Fuente: Vásquez (2022)

Crisantemo producido en
La Colonia Tovar.
Foto tomada el mismo día
de la visita.



Fuente: Vásquez (2022)

Gerberas y otras de flores
producidas en La Colonia
Tovar.
Foto tomada el mismo día
de la visita.



Fuente: Vásquez (2022)

REFERENCIAS

HDT Asesorías Internacionales (2007). Demanda de Flores en el Comercio Internacional.

Disponible en: <https://es.slideshare.net/alfredorodolfo/flores-y-comercio-internacional>

De Haro, A. Dumrauf, S. Ganduglia, F. Castro, G y De Lillo, E. (2018). Estrategias de Comercialización.

Disponible en: http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/estrategias-de-crecimiento_1563923633.pdf

Espinosa, R. (2017). Marketing Mix: Las 4P. Disponible en:

<https://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>

Ministerio del Poder Popular para La Comunicación e Información (2012). Disponible en:

<http://www.minci.gob.ve/venezuela-cuenta-con-seis-estados-productores-de-flores/>

Creative Commons (2021). La Colonia Tovar. Disponible en:

https://es.wikipedia.org/wiki/Colonia_Tovar#Hidrograf%C3%ADa,_flora_y_fauna

Alba Ciudad 96.3FM (2018). Flowers Expo. Disponible en:

<https://albaciudad.org/2018/09/venezuela-recibio-premio-de-la-flor-de-mejor-calidad-en-feria-de-moscu/>

Morejón, G. y Oleas, C. (2019). Análisis de los Factores del Comercio Internacional y su Incidencia en las Exportaciones de Flores, Provincia Pichincha, del Cantón Pedro Moncayo. Disponible en:

<http://201.159.223.180/bitstream/3317/12873/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-270.pdf>