



POSGRADOS

Maestría en
**COMERCIO EXTERIOR Y
GESTIÓN LOGÍSTICA**

RPC-SO-33-NO.762-2021

Opción de Titulación:

Proyecto de titulación con componentes de investigación aplicada y/o de desarrollo

Tema:

Marketing internacional para exportar y comercializar flores de la empresa SISA GREEN FLOWERS

Autor(Es)

Diana Maribel Alanuca Yanez

Director:

Raquel Jacqueline Chicaiza Villalba

QUITO – ECUADOR

2024



Autor(es):



Diana Maribel Alanuca Yanez
Ingeniera Comercial
Candidata a Magíster en Comercio Exterior y Gestión Logística por
la Universidad Politécnica Salesiana – Sede Quito.
alanucadiana@gmail.com

Dirigido por:



Raquel Jacqueline Chicaiza Villalba
Ingeniera Comercial , mención Marketing
Master in Business Administration
rchicaiza@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

2024 © Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO– ECUADOR – SUDAMÉRICA

DIANA MARIBEL ALANUCA YANEZ

**MARKETING INTERNACIONAL PARA EXPORTAR Y COMERCIALIZAR FLORES DE LA
EMPRESA SISA GREEN FLOWERS**

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios porque siempre ha estado conmigo guiándome en cada paso que doy.

A mis padres, quienes siempre velan por mí, siendo mi apoyo en cada momento que doy en la búsqueda de ser mejor persona y profesional.

A mi abuelita Dolores, que desde el cielo es esa luz que me guía en cada momento.

A mi hijo Dilan Josué, quien es la razón de mi existencia ,que el presente proyecto le sirva de ejemplo para que pueda cumplir sus metas, siempre teniendo en cuenta que el esfuerzo rinde frutos y todo es posible.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiar mi vida en cada momento, por darme salud, fortaleza y sabiduría para cumplir con un peldaño más de mis metas.

A mis padres Julia y Alfonso, por ser los mejores, por apoyarme y guiarme en cada momento de mi vida para ser una gran mujer y profesional.

A mi directora de proyecto quien con sus conocimientos y experiencia ha logrado en mí que culmine con éxito este trabajo.

A mi esposo, mis hermanos Cristian, Luz y Alison quienes han formado parte de mi vida profesional a las que me gustaría agradecerles por su apoyo incondicional en los momentos más difíciles de mi vida, les quiero dar las gracias infinitas por formar parte de mí y por todo lo que me han brindado.

Tabla de Contenido

Resumen.....	7
Abstract	9
1. Introducción	10
1.1. Situación problemática	10
2. Determinación del Problema	12
2.2. Justificación teórica.....	12
2.3. Justificación práctica.....	13
2.4. Objetivos	14
2.5. Principales resultados	14
3. Marco teórico referencial.....	16
3.1. Introducción al marketing internacional	16
3.2. Análisis de mercado internacional de flores	18
3.3. Características y requisitos de comercialización para flores de exportación	20
3.4. Desarrollo de la marca y posicionamiento en el mercado internacional .	23
3.5. Estrategias de precios y costos en el comercio internacional de flores....	25
4. Materiales y metodología.....	28
4.1. Descripción de la empresa.....	28
4.2. Enfoque, diseño y tipo de investigación	29
4.3. Población y muestra	31
4.4. Instrumento de recolección de datos	32
4.5. Procedimiento de recolección de datos	32
4.6. Análisis de la información.....	33
5. Resultados y discusión	35
5.1. Diagnóstico de la situación interna y externa de la empresa Sisa Green Flowers	35
5.2. Estudio de mercado internacional de la empresa Sisa Green Flowers	43
5.3. Análisis estratégico para la empresa Sisa Green Flowers	48
5.4. Modelo de comercialización de flores de exportación hacia el mercado internacional.....	52
6. Conclusiones.....	69
Referencias.....	74

Marketing internacional para exportar y comercializar flores de la empresa SISA GREEN FLOWERS

Autor(es):

Diana Maribel Alanuca Yáñez

Resumen

Sisa Green Flowers es una empresa dedicada a la comercialización de flores de exportación que busca expandir su presencia en el mercado internacional. Para lograr este objetivo, se llevó a cabo un estudio que abarcó análisis de clientes, investigación de mercado y evaluación de estrategias de comercialización. El principal objetivo fue diseñar un plan de marketing para la comercialización internacional directa de flores de exportación de la empresa Sisa Green Flowers, centrándose en el diagnóstico de la situación interna y externa, estudio de mercado, análisis estratégico y desarrollo del modelo de comercialización. La metodología incluyó entrevistas con clientes del mercado internacional, análisis de datos de exportación, revisión de comentarios y reseñas en línea, y evaluación de estrategias de marketing y posicionamiento de marca. Se recopilaron y analizaron datos cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión integral de las necesidades del mercado y las percepciones de los clientes. Los principales hallazgos indicaron una percepción general positiva hacia los productos y servicios de Sisa Green Flowers, con un énfasis en la calidad del producto, atención al cliente y reputación de la marca como factores clave para la satisfacción del cliente. Se identificaron áreas de mejora en la comunicación a largo plazo, adaptabilidad en un mercado dinámico y la diferenciación de productos para destacarse en la competencia. En conclusión, el estudio proporcionó una base sólida para el desarrollo de un modelo de comercialización de flores de exportación hacia el mercado internacional destacando la importancia de la investigación de mercado, desarrollo de productos de alta calidad, implementación de estrategias de marketing efectivas y atención al cliente para aumentar la presencia y la competitividad de Sisa Green Flowers en el mercado estadounidense. Estas conclusiones orientan futuras estrategias de la empresa para lograr sus objetivos de expansión y crecimiento en el mercado internacional de flores.

Palabras clave:

Exportación de flores, Comercialización internacional, Estrategias de marketing, Atención al cliente, Desarrollo de productos.

Abstract

Sisa Green Flowers is a company dedicated to the marketing of export flowers, seeks to expand its presence in the international market. To achieve this goal, a study was conducted that included customer analysis, market research, and evaluation of marketing strategies. The main objective was to design a marketing plan for the direct international marketing of Sisa Green Flowers' export flowers, focusing on internal and external situation diagnosis, market study, strategic analysis, and development of the marketing model. The methodology included interviews with customers from the US market, analysis of export data, review of online comments and reviews, and evaluation of marketing strategies and brand positioning. Qualitative and quantitative data were collected and analyzed to gain a comprehensive understanding of market needs and customer perceptions. The main findings indicated a generally positive perception of Sisa Green Flowers' products and services, with an emphasis on product quality, customer service, and brand reputation as key factors for customer satisfaction. Areas for improvement were identified in long-term communication, adaptability in a dynamic market, and product differentiation to stand out in the competition. In conclusion, the study provided a solid foundation for the development of an export flower marketing model to the international market, highlighting the importance of market research, development of high-quality products, implementation of effective marketing strategies, and customer service to increase the presence and competitiveness of Sisa Green Flowers in the US market. These conclusions guide future strategies of the company to achieve its expansion and growth goals in the international flower market.

Keywords:

Export of flowers, International marketing, Marketing strategies, Customer service, Product development, Product development.

1. Introducción

1.1. Situación problemática

El comercio exterior es esencial para las naciones, ya que sirve como un importante motor del desarrollo social y económico. La industria de las flores es sólida y está en crecimiento, y tanto los países desarrollados como los que están en desarrollo (como el caso de Ecuador) valoran su contribución a la generación de divisas (Villavicencio et al., 2021).

Debido al comercio exterior, donde la industria florícola es un pilar económico clave, el comercio ecuatoriano ha mejorado con el tiempo debido a que generan importantes ingresos a través de la exportación de esta actividad económica, la cual impulsa al Producto Interno Bruto (PIB) (Fárez, 2020). Un aumento en los saldos netos positivos de la balanza comercial agrícola puede resultar de la apertura comercial del Ecuador al resto del mundo. Hay que tener en cuenta el hecho de que las exportaciones están fuertemente concentradas en un pequeño número de productos agrícolas (Chichanda y Caicedo, 2021)

La empresa Sisa Green Flowers ubicada en la ciudad de Latacunga de la provincia de Cotopaxi, Ecuador, se dedica a la exportación de diversas variedades de flores y entre ellas los claveles. Éstos últimos son vendidos toda la producción a pequeños productores de la provincia de Cotopaxi, las mismas que son acopiadas y exportadas a diferentes países del mundo como Estados Unidos, Japón, Alemania, Chile, España, entre otros.

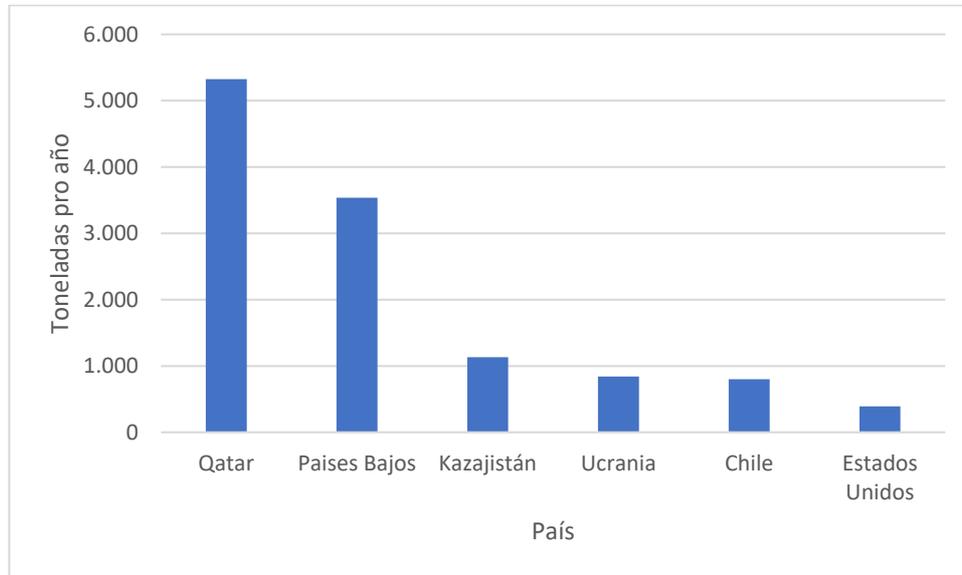
Los principales mercados de la empresa Sisa Green Flowers a los cuales exportan se encuentran Qatar, Países Bajos, Kazajistán, Ucrania, y Chile. A pesar de que Estados Unidos es uno principal destino de exportación en todo el sector florícola a nivel nacional (Tabla 1), el interés de Sisa Green Flowers es aumentar las exportaciones a este mercado dado que es inferior con respecto a sus mercados principales (Figura 1).

Tabla 1. Principales destinos de exportación del sector florícola

País	Valor FOB	Crecimiento valor	Toneladas	Crecimiento volumen	Participación en valor
EEUU	202	-14%	30.751	-13%	34%
Kazajistán	80	94%	16.142	81%	13%
Canadá	23	1%	3.763	9%	4%
Chile	11	14%	2.148	34%	2%

Fuente: Expoflores (2023)

Figura 1. Principales destinos de exportación de la empresa Sisa Green Flowers



Fuente: Sisa Green Flowers (2023)

2. Determinación del Problema

2.1. [Formulación del problema]

La problemática de la empresa Sisa Green Flowers se centra en que toda la producción se vende a intermediarios internacionales sin poder tener acceso a comercializar a clientes directos. Esto repercute en un menor control del producto por parte de la empresa, mayores tiempos de entrega hacia el consumidor final y aumento de costes generales. De igual manera, la cantidad de producto solicitada es impuesto por el minorista controlando las necesidades del cliente y finalmente los clientes directos perciben precios más altos debido a los márgenes que deben obtener cada uno de los intermediarios de la cadena (Sisa Green Flowers, 2023). Enfatiza en que los agricultores que destinen la producción para exportación directa deben tener previo conocimiento del proceso, reglamentos para evitar sanciones y multas y además tener un mejor control del producto con una optimización de tiempo de entrega y recursos (Zuñiga, 2020).

2.2. Justificación teórica

Investigaciones sobre planes de marketing internacional se han realizado en otros países latinoamericanos, sin embargo, en Ecuador, estos estudios son limitados, por ello, el presente trabajo resalta la importancia de realizar estudios de mercado a fin de comprender las verdaderas necesidades de los clientes y las estrategias para lograr un crecimiento continuo a nivel de empresa exportadoras. Además, identifica con certeza el segmento y el mercado objetivo, con los que, una vez finalizado el estudio de mercado, se puede interactuar. El presente trabajo contribuye al estado del arte en el campo del comercio exterior y gestión logística dado que a través del análisis estratégico de marketing busca crear todo tipo de tácticas que puedan utilizarse para minimizar las debilidades de la empresa, como así lo sustenta Hiriyappa (2019). Lo anterior contribuye a la empresa florícola Sisa Green Flowers a convertir las debilidades en fortalezas y oportunidades a fin de mejorar el posicionamiento, imagen, marca y distribución de los productos ofertados.

2.3. Justificación práctica

La industria de las flores de Ecuador ha producido durante mucho tiempo oportunidades de empleo y divisas (Carrión, 2018). Actualmente, las flores, especialmente los claveles tipo exportación son considerados como los mejores del mundo por su inigualable calidad y belleza; entre sus variedades están Norla Barlo, Charmeur, Dark Organe Telster y Dallas. El mercado internacional de los claveles es uno de los motores de comercio exterior del Ecuador (Villavicencio et al., 2021) y de sus provincias con mayor producción, especialmente Latacunga.

La producción de claveles en su mayoría estándar y miniatura llegan a grandes mercados internacionales como Estados Unidos, Japón, Alemania, Holanda. Estos dos tipos son las más importantes flores de corte en el comercio internacional (Salazar, 2020). Es por ello, que en el presente estudio se propone un plan de marketing internacional para la empresa Sisa Green Flowers para la comercialización directa de flores, en los diferentes países de exportación a fin de que el producto llegue directamente al consumidor evitando a los intermediarios.

La empresa Sisa Green Flowers vende toda su producción de clavel a intermediarios extranjeros, lo que le impide llegar a los clientes directos. Esto tiene como resultado plazos de entrega más largos al cliente final, menor control de la empresa sobre el producto y mayores costos generales. El minorista también controla la cantidad de producto que solicita al cliente y, finalmente, los clientes directos pagan precios más altos como resultado de los márgenes que cada eslabón de la cadena necesita obtener.

Por lo anterior, la finalidad del presente trabajo es diseñar un plan de marketing internacional que permita a la empresa Sisa Green Flowers. posicionar los productos en el mercado internacional para el cultivo y posterior desarrollo de claveles. Con ello, se puede identificar las oportunidades de mercado para los productos de la empresa analizando las circunstancias del mercado internacional en relación con el nivel de demanda del producto. De igual manera permite conocer las amenazas que puedan impedir la expansión de la empresa.

Finalmente, el diseño del plan de marketing hace referencia a las necesidades reales de la empresa (Ancín, 2022), así como a los procesos, tareas/actividades, procedimientos y planes de acción recomendados a seguir para reconocer los

esfuerzos de la empresa en materia de marketing. El principal beneficiario del presente estudio es la empresa Sisa Green Flowers y todo el personal que allí labora, para poder ganar mayor posicionamiento en el mercado y ser reconocida aún más en el mercado internacional.

2.4. Objetivos

2.4.1. Objetivo general

Diseñar un plan de marketing para la comercialización internacional directa de flores de exportación de la empresa Sisa Green Flowers

2.4.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación interna y externa actual de la empresa Sisa Green Flowers.
- Realizar el estudio de mercado internacional de la empresa Sisa Green Flowers
- Realizar el análisis estratégico para la empresa Sisa Green Flowers.
- Desarrollar el modelo de comercialización de flores de exportación hacia el mercado internacional.

2.5. Principales resultados

Análisis de ventas en el mercado estadounidense (Objetivo 1):

- Participación de mercado de la empresa en comparación con competidores.
- Identificación de tendencias y patrones de rendimiento en el mercado internacional.
- Ventas de tallos, cajas y en dólares durante el período 2023.

Análisis de comentarios y reseñas en redes sociales y en línea (Objetivo 2):

- Identificación de temas comunes en los comentarios y reseñas sobre los productos de la empresa.

- Percepciones y preferencias de los consumidores sobre los productos de la empresa.
- Análisis de la reputación de la marca en línea.

Análisis de documentos internos de la empresa (Objetivo 3):

- Identificación de tendencias y áreas de mejora en los esfuerzos de marketing internacional.
- Desafíos u oportunidades específicas para la empresa en el mercado de internacional.
- Evaluación de la efectividad de las estrategias de marketing actuales.

Entrevistas con clientes del mercado estadounidense (Objetivo 4):

- Percepción de la marca por parte de los clientes.
- Satisfacción del cliente con los productos y servicios ofrecidos.
- Influencia de la marca en las decisiones de compra de los clientes.
- Identificación de áreas de mejora según la retroalimentación de los clientes.

3. Marco teórico referencial

3.1. Introducción al marketing internacional

El marketing internacional es un campo estratégico que se ocupa de la expansión de las actividades comerciales de una empresa a nivel global. En un mundo cada vez más interconectado, las organizaciones buscan oportunidades para crecer más allá de sus fronteras nacionales, y el marketing internacional se convierte en la herramienta clave para alcanzar este objetivo (Matoma et al., 2022).

3.1.1. Definición de Marketing Internacional

El marketing internacional es una disciplina especializada que se ocupa de la planificación, ejecución y gestión de actividades de marketing en contextos globales (Águeda et al., 2022). En esencia, se trata de la aplicación de principios y estrategias de marketing a escala internacional, considerando las particularidades de los mercados extranjeros y adaptándose a las diferencias culturales, legales y económicas que caracterizan a cada país (Laza, 2019).

3.1.2. Importancia y beneficios para empresas exportadora de flores

La importancia y beneficios se enmarca en la expansión de mercados en donde el marketing internacional permite a las empresas exportadoras de flores llegar a nuevos clientes y mercados que pueden tener una demanda específica por productos florales. Según de Roest et al. (2018), al diversificar su presencia geográfica, las empresas pueden mitigar riesgos asociados con eventos económicos o climáticos que afecten a un mercado en particular. Es así que la venta de flores en diferentes regiones puede equilibrar los impactos negativos en un área específica.

Por otro lado, el marketing internacional permite a las empresas aprovechar las estaciones y eventos en diferentes partes del mundo. Por ejemplo, el Día de San Valentín o el Día de la Madre pueden ser celebrados en diferentes fechas, lo que permite a la empresa adaptarse a la demanda estacional. A través del marketing internacional, las empresas pueden destacar las características únicas de sus

flores, como variedades exclusivas, calidad superior o prácticas sostenibles (Gabellini & Scaramuzzi, 2022). Esto contribuye a la diferenciación y a la construcción de una ventaja competitiva a nivel global.

Es por ello, que el marketing internacional ofrece a las empresas exportadoras de flores una variedad de beneficios que van más allá de la simple expansión geográfica. Desde la diversificación de ingresos hasta la mejora de la competitividad y la imagen de marca, la internacionalización puede ser un componente clave para el éxito sostenible en la industria de flores de exportación.

3.1.3. Desafíos específicos en la comercialización internacional de flores

Dentro de los desafíos específicos están las Regulaciones Aduaneras y Fitosanitarias. Cada país tiene sus propias regulaciones en cuanto a la importación de productos agrícolas, incluyendo flores (Fernandes et al., 2020). Cumplir con diferentes normativas fitosanitarias y aduaneras puede ser un desafío logístico y económico para las empresas exportadoras. Otro desafío es la Logística y Cadena de Frío ya que las flores son productos perecederos y su calidad se ve afectada por el tiempo de transporte (Lin et al., 2018). Por ello, garantizar una cadena de frío eficiente y un transporte rápido es crucial, pero puede ser costoso y complicado en el ámbito internacional.

Por otro lado, las fluctuaciones en la Demanda Estacional, es otro de los desafíos dado que la demanda de flores a menudo está vinculada a eventos estacionales y festividades específicas en diferentes países (Pröbstl-Haider et al., 2021). Prever y gestionar las fluctuaciones en la demanda relacionadas con eventos puede ser un desafío para las estrategias de comercialización. En un mercado internacional, la competencia puede ser intensa. Es decir, diferenciarse de otros proveedores de flores, ya sea por variedades únicas, sostenibilidad o calidad, es esencial, pero puede ser un desafío en un mercado globalizado.

En definitiva, la comercialización internacional de flores implica superar estos desafíos específicos para aprovechar las oportunidades globales. La comprensión

y anticipación de estos obstáculos son fundamentales para diseñar estrategias de marketing efectivas y sostenibles en este sector.

3.2. Análisis de mercado internacional de flores

El análisis del mercado internacional de flores es un componente crucial para el éxito de las empresas exportadoras en esta industria. Implica la evaluación de diversos factores que pueden afectar la comercialización y la venta de flores a nivel global.

3.2.1. Tendencias globales en la demanda de flores

Existe una creciente demanda de flores producidas de manera sostenible y respetuosa con el medio ambiente. Los consumidores buscan opciones que minimicen el impacto ambiental, incluyendo prácticas de cultivo responsables y métodos de transporte eco-amigables (Nguyen et al., 2020). Los consumidores buscan variedades de flores únicas y exóticas que no sean comunes en sus regiones. Por ello, la búsqueda de experiencias florales distintivas impulsa la demanda de especies y colores no tradicionales.

La tendencia hacia la comodidad ha llevado a un aumento en las compras de flores en línea, con servicios de entrega a domicilio. Alhaimer (2022), asegura que la facilidad de ordenar flores a través de plataformas digitales ha transformado el comportamiento de compra de los consumidores. La demanda de flores preservadas ha aumentado, ya que ofrecen una opción duradera en comparación con las flores frescas (Kumar et al., 2021). Este enfoque responde a la búsqueda de regalos florales que puedan ser apreciados durante un período más prolongado.

Estar al tanto de estas tendencias globales en la demanda de flores permite a las empresas adaptar sus estrategias de marketing y productos para satisfacer las expectativas cambiantes de los consumidores a nivel mundial. La innovación y la flexibilidad son clave para aprovechar estas tendencias en evolución.

3.2.2. Identificación de mercados objetivos y oportunidades de crecimiento

Comprender la demografía de una región específica es esencial para identificar mercados objetivos. Factores como la edad, el género, la densidad de la población y la estructura familiar pueden influir en las preferencias de compra de flores (Nazemi Rafi et al., 2020). Analizar los comportamientos de compra y las tendencias del consumidor en diferentes regiones permite identificar patrones que indican la demanda y las preferencias de flores en mercados específicos.

Las preferencias florales están intrínsecamente ligadas a factores culturales (Rombach et al., 2018). Comprender las tradiciones, simbolismos y prácticas asociadas con las flores en un mercado objetivo es fundamental para adaptar las estrategias de comercialización. Además, evaluar la presencia y las estrategias de la competencia local en los mercados objetivo ayuda a identificar oportunidades de diferenciación y áreas donde se puede destacar en términos de calidad, precio o servicio.

Al realizar una evaluación exhaustiva de estos aspectos, las empresas pueden identificar mercados objetivos y oportunidades de crecimiento estratégicas, lo que facilita la elaboración de planes de marketing más efectivos y adaptados a las condiciones específicas de cada región.

3.2.3. Análisis de la competencia en el mercado internacional de flores

El análisis de la competencia en el mercado internacional de flores es crucial para que las empresas comprendan su posición relativa, identifiquen oportunidades de diferenciación y diseñen estrategias efectivas. Identificar tanto a los competidores locales en los mercados objetivo como a los competidores internacionales es esencial para identificar una presencia significativa. Además, comprender cómo operan y qué ofrecen en términos de variedad, calidad y precios, es importante para determinar la competencia potencial.

Qiu et al. (2020), sugiere que es necesario analizar las fortalezas y debilidades de los competidores en términos de recursos, capacidad de producción, red de distribución, y calidad de productos. Esto proporciona *insights* sobre áreas donde se puede competir de manera efectiva. Evaluar las estrategias de precios de la competencia, incluyendo descuentos, ofertas y políticas de fijación de precios. Determinar cómo se posicionan en términos de valor percibido por el cliente.

Además, analizar las estrategias de marketing empleadas por los competidores, incluyendo campañas publicitarias, presencia en redes sociales, participación en eventos y colaboraciones, ayuda a identificar áreas de oportunidad y desafío. Goodman (2019), recalca que investigar la experiencia del cliente a través de comentarios, reseñas y testimonios, permite comprender lo que los clientes valoran y qué áreas necesitan mejora puede guiar las estrategias de marketing.

El análisis de la competencia en el mercado internacional de flores no solo ayuda a comprender el entorno competitivo, sino que también proporciona ideas valiosas para el desarrollo de estrategias de marketing y la diferenciación efectiva en un mercado globalizado.

3.3. Características y requisitos de comercialización para flores de exportación

Cumplir con las regulaciones fitosanitarias y aduaneras es crucial para evitar problemas legales que podrían surgir durante la importación. El no cumplimiento puede resultar en retrasos, costos adicionales y la pérdida de clientes. La calidad de las flores es esencial para la comercialización internacional. Las flores deben cumplir con estándares elevados en términos de frescura, durabilidad, y presentación. Un control de calidad riguroso es necesario para asegurar que los productos cumplan con las expectativas del mercado.

3.3.1. Normativas fitosanitarias y aduaneras

Las normativas fitosanitarias y aduaneras son requisitos esenciales para la exportación de flores y otros productos agrícolas. Estas regulaciones están diseñadas para prevenir la introducción y propagación de plagas y enfermedades, así como para garantizar un comercio internacional seguro.

Antes de exportar flores, los productores deben someter sus productos a inspecciones fitosanitarias. La certificación fitosanitaria confirma que las flores cumplen con los estándares establecidos y están libres de plagas y enfermedades (Fulano et al., 2021). Las regulaciones fitosanitarias a menudo incluyen requisitos específicos para el envase y embalaje de flores. Esto puede abordar cuestiones como la ventilación adecuada, la prevención de contaminación y el uso de materiales seguros.

Algunos países pueden requerir tratamientos fitosanitarios específicos antes de la exportación. Esto puede incluir desinfección de suelos, tratamiento térmico o fumigación para eliminar plagas potenciales (Kumar et al., 2021). Las regulaciones fitosanitarias a menudo exigen un etiquetado claro y documentación detallada sobre el origen, tipo y cantidad de flores exportadas. Esta información facilita la identificación y verificación en los puntos de entrada.

El cumplimiento con estas normativas fitosanitarias y aduaneras es fundamental para garantizar que las flores sean aceptadas en el mercado de destino y para prevenir problemas legales y comerciales. Los productores y exportadores deben trabajar en estrecha colaboración con las autoridades competentes y mantenerse actualizados sobre las regulaciones específicas de cada país al que exportan.

3.3.2. Empaquetado y transporte de flores perecederas

El empaquetado y transporte de flores perecederas requiere cuidado y precisión para garantizar que lleguen a su destino en condiciones óptimas. Dado que las flores son productos altamente sensibles, el proceso debe minimizar el estrés y mantener su frescura durante todo el viaje. Ahiduzzaman (2022), sugiere utilizar materiales de embalaje adecuados es crucial, prefiriendo cajas de cartón resistente y liviano que permitan la circulación de aire para evitar la acumulación de humedad. Singh (2018), recalca que incorporar estructuras internas, como divisiones o mallas, es importante para sostener las flores y evitar que se aplasten o rocen entre sí durante el transporte. Esto es especialmente importante para las flores delicadas.

Por otro lado, mantener condiciones de temperatura controladas es esencial. Muchas flores tienen requisitos específicos de temperatura para preservar su frescura. Por ello el transporte refrigerado es común para este propósito. Para flores altamente perecederas, como algunas variedades de rosas o lirios, es esencial mantener la cadena de frío desde el origen hasta el destino (Anacleto & Santos, 2021). Interrupciones en la cadena de frío pueden afectar significativamente la calidad del producto.

El éxito en el empaquetado y transporte de flores perecederas depende de la atención a cada detalle, desde el empaque inicial hasta la llegada al destino. La colaboración estrecha con proveedores de logística especializados y la adopción de tecnologías modernas son prácticas recomendadas para garantizar la frescura y calidad de las flores exportadas.

3.3.3. Estrategias de almacenamiento y distribución eficientes

La eficiencia en el almacenamiento y distribución es esencial para preservar la frescura y calidad de las flores perecederas durante todo el proceso logístico. Utilizar instalaciones de almacenamiento con control preciso de temperatura, humedad y condiciones de luz, es esencial para este propósito. Esto es especialmente importante para flores sensibles a factores ambientales. Ramdasi & Shinde (2021), sugieren que implementar un sistema de gestión de inventario que siga el principio de "primero en entrar, primero en salir" (FIFO) es importante para asegurar una rotación constante de las existencias y evitar la obsolescencia.

Si es necesario almacenar las flores por un período prolongado, Siddiqui et al. (2018), recomiendan emplear empaques especiales que conserven la hidratación y minimicen el daño mecánico. Además, implementar sistemas de almacenamiento eficientes, como estantes ajustables y racks, para maximizar el uso del espacio y facilitar la identificación y acceso a productos específicos.

Planificar rutas de distribución eficientes que minimicen el tiempo de tránsito y reduzcan la exposición de las flores a condiciones adversas es importante tomarlo en cuenta. Complementariamente, implementar un sistema de gestión de pedidos que agilice el proceso de recepción y preparación de pedidos, es esencial

a fin de minimizar los tiempos de espera. Por ello, la implementación exitosa de estas estrategias garantiza que las flores perecederas lleguen a sus destinos finales en condiciones óptimas, maximizando la satisfacción del cliente y manteniendo la competitividad en el mercado.

3.4. Desarrollo de la marca y posicionamiento en el mercado internacional

3.4.1. Estrategias de branding para productos florales

El branding efectivo para productos florales es esencial para destacar en un mercado competitivo y conectar con los consumidores (Nadanyiova et al., 2018). Seleccionar un nombre de marca que sea atractivo, memorable y refleje la esencia de los productos florales que se ofrece es importante para este propósito, además de diseñar un logo distintivo que capture la esencia de la marca y sea fácilmente reconocible.

Según Kim & Sullivan (2019), es importante desarrollar una historia de marca inspiradora que conecte emocionalmente con los consumidores. Puede ser la historia detrás del cultivo, la pasión por las flores, o la dedicación a la calidad. Hay que destacar variedades exclusivas de flores que no se encuentren fácilmente en otros lugares. Ofrecer algo único y especial puede diferenciar la marca.

Hibrand Saint-Oyant et al. (2018), enfatizan por sobre todo la calidad superior de los productos florales. Esto puede incluir prácticas de cultivo sostenibles, procesos de selección cuidadosos y durabilidad de las flores. Señala que crear arreglos florales distintivos y estilos de presentación únicos es importante en conjunto con el diseño que puede convertirse en una firma visual de la marca.

Por ello, la implementación de estas estrategias de branding puede contribuir significativamente a la construcción de una marca fuerte y exitosa en la industria de productos florales, estableciendo una conexión emocional con los consumidores y diferenciándose en el mercado.

3.4.2. Creación de identidad de una marca atractiva

La identidad de marca es el conjunto de elementos que definen y distinguen a una marca en la mente de los consumidores. Para Iglesias et al. (2019), una identidad de marca atractiva es esencial para destacar en un mercado competitivo y construir conexiones emocionales con los clientes. Agrega que es importante definir la misión y los valores fundamentales de la marca. Es decir, ¿Qué representa la marca? ¿Cuáles son sus principios fundamentales? Esto proporciona la base para la construcción de la identidad.

Además, como lo señala Blakeman (2023), desarrollar una declaración de posicionamiento clara es esencial para comunicar lo que hace única a la marca y cómo se diferencia de la competencia. Agrega que las historias pueden ayudar a humanizar la marca y generar conexión emocional.

Por lo tanto, crear una identidad de marca atractiva es un proceso estratégico que implica la comprensión profunda de la marca y su audiencia. La consistencia y autenticidad son clave para construir y mantener una conexión duradera con los consumidores.

3.4.3. Posicionamiento en línea con valores y estándares internacionales

El posicionamiento en línea con valores y estándares internacionales es crucial para construir una reputación sólida y atraer a una audiencia global. Dinnie (2022), señala que la consistencia en la comunicación y la adhesión a principios éticos y sociales son fundamentales para establecer una presencia en línea que resuene a nivel internacional.

Es importante definir claramente los valores fundamentales de la marca. Para Miller (2008), estos valores deben guiar todas las acciones y comunicaciones en línea. La transparencia es esencia. También es esencial asegurarse de cumplir con las normativas y estándares internacionales relevantes en la industria. Esto puede incluir códigos éticos, estándares de calidad y regulaciones específicas. Por ello, integrar prácticas de responsabilidad social corporativa y sostenibilidad en las

operaciones, así como comunicar estas iniciativas en línea son importantes para demostrar el compromiso con la sociedad y el medio ambiente.

Posicionarse en línea con valores y estándares internacionales no solo construye una reputación sólida, sino que también contribuye a la conexión emocional con audiencias diversificadas. La autenticidad y el compromiso constante con estos principios son clave para el éxito en un entorno empresarial globalizado.

3.5. Estrategias de precios y costos en el comercio internacional de flores

3.5.1. Determinación de precios competitivos

La fijación de precios es un aspecto crucial del marketing y la estrategia empresarial. Para establecer precios competitivos, es necesario considerar diversos factores, tanto internos como externos. Comprender los precios de la competencia es esencial y también analizar cómo los precios se comparan con los de otros actores del mercado y qué valor añadido se está ofreciendo.

Para Thabit & Raewf (2018), es importante calcular todos los costos asociados con la producción, distribución y comercialización del producto o servicio. Adicionalmente, asegurarse de que los precios cubran estos costos y proporcionen un margen de ganancia adecuado.

Considerar el valor percibido por el cliente, es decir si el producto o servicio ofrece características únicas o beneficios adicionales, se podría justificar precios más altos. También si el producto o servicio se diferencia claramente de la competencia, se podría adoptar una estrategia de precios premium. Si se busca captar un mercado más amplio, una estrategia de precios bajos puede ser apropiada.

Por lo tanto, la determinación de precios competitivos implica un equilibrio entre la rentabilidad, el valor percibido por el cliente y la posición en el mercado. Es un proceso estratégico que debe ser revisado y ajustado en función de cambios en el entorno empresarial y las dinámicas del mercado.

3.5.2. Consideración de costos logísticos y de distribución

La gestión de costos logísticos y de distribución es fundamental para garantizar la eficiencia y rentabilidad de la cadena de suministro. Para Rushton et al. (2022) es importante realizar un análisis exhaustivo de todos los costos asociados con la logística y la distribución. Esto incluye costos de transporte, almacenamiento, manipulación de inventario, embalaje y cualquier tarifa asociada. Recalca que es esencial planificar rutas de distribución eficientes para minimizar los costos de transporte y utilizar software de gestión de rutas y considera factores como la distancia, el tiempo y las restricciones de tráfico.

Chen et al. (2021), agregan que tener un inventario equilibrado ayuda a reducir costos de almacenamiento y minimiza los riesgos de obsolescencia o pérdida por caducidad. Adicionalmente, es esencial buscar acuerdos beneficiosos con proveedores de servicios logísticos. La negociación de tarifas y condiciones puede contribuir significativamente a la reducción de costos.

Gestionar eficientemente los costos logísticos y de distribución requiere una atención detallada a cada componente de la cadena de suministro. La optimización constante y la adopción de prácticas innovadoras pueden marcar la diferencia en la competitividad y rentabilidad de una empresa.

3.5.3. Estrategias de fijación de precios para diferentes mercados

La fijación de precios puede variar según los mercados, por ello, es esencial adaptar las estrategias a las condiciones específicas de cada uno. Para kalkuhl & Wenz, (2020), es importante ajustar los precios según las características geográficas y económicas de cada región. Además, se puede considerar factores como la demanda local, costos de transporte y niveles de competencia. Para Saharan et al. (2020), también es esencial utilizar la fijación de precios dinámica para ajustar los precios en tiempo real según la oferta y la demanda, condiciones del mercado o variables externas como eventos especiales.

Introducir un producto o servicio en el mercado con precios más bajos puede ser una estrategia útil para capturar rápidamente cuota de mercado. Se puede ajustar los precios a medida que se gana presencia en el mercado. Ajustar los precios en

función del valor percibido por el cliente también hay que tomar en cuenta. Si el producto o servicio ofrece características únicas o beneficios excepcionales se puede establecer precios más altos.

En definitiva, la elección de la estrategia de fijación de precios dependerá de factores como el tipo de producto, el mercado objetivo, la competencia y los objetivos de la empresa. Es común combinar varias estrategias o ajustarlas según las condiciones cambiantes del mercado. La flexibilidad y la adaptabilidad son clave para el éxito en la fijación de precios en diferentes contextos.

4. Materiales y metodología

4.1. Descripción de la empresa

El 13 de julio de 2020, nació SISA Green, fundada por Diana Alanuca. Gracias a la vasta experiencia profesional y trayectoria de Diana, SISA se ha consolidado como líder en la producción y comercialización de los mejores claveles de exportación en Ecuador. Como empresa familiar comprometida, SISA contribuye al desarrollo económico de la comunidad de Patután, en la provincia del Cotopaxi, generando plazas de trabajo locales. En la actualidad, SISA exporta 50 variedades de claveles y mini claveles a 37 países de todo el mundo, incluidos destinos exigentes en términos de calidad y requisitos fitosanitarios como Chile y Japón (<https://sisagreenflowers.com>).

El nombre "Sisa Green" surge de una fusión única entre dos nacionalidades y dos idiomas. Por un lado, "Sisa", que en quechua significa "flor eterna" o "flor de campo", evocando la belleza y la durabilidad de la naturaleza. Por otro lado, "Green", del inglés que significa "verde", simboliza la vitalidad y la frescura. Esta fusión representa la unión armónica entre el ámbito internacional y el nacional, reflejando la pasión y el compromiso de Sisa Green con la calidad y el respeto por la naturaleza (<https://sisagreenflowers.com>).

La empresa exporta a 37 países, entre ellos Japón, Chile, Rusia y diversos países europeos como, por ejemplo, Bielorrusia, Bulgaria, España y Francia, así como a América, incluyendo Canadá, Estados Unidos y México, y mucho otros países alrededor del Mundo. Con más de 50 variedades de claveles y mini claveles disponibles en una amplia gama de colores y diferentes puntos de corte, la empresa se esfuerza por satisfacer las necesidades específicas de cada país y cliente (<https://sisagreenflowers.com>).

El valor agregado como finca se refleja en la dedicación a la calidad que no se limita simplemente a exportar colores vibrantes, tallos gruesos y tamaños de botón grandes; también se presta una atención especial a la salud de cada flor. Se

realizan rigurosas revisiones para detectar y prevenir la presencia de plagas como ácaros o trips, así como enfermedades como la botrytis. Este compromiso con la excelencia garantiza que las flores lleguen a los clientes en óptimas condiciones, listas para embellecer cualquier ocasión.

Los trabajadores reciben formación y capacitación continua en calidad y salud de las plantas, lo que les permite aplicar estos conocimientos en los cultivos. Además, se lleva a cabo controles periódicos de plagas para prevenir la presencia de ácaros y trips. Esta combinación de capacitación y medidas preventivas garantiza que las flores se cultiven en un ambiente saludable y se mantengan libres de plagas, cumpliendo con los más altos estándares de calidad.

Cada caja contiene bunches que son cuidadosamente empacados con capuchones plásticos individuales y papel envolvente para protegerlos de la humedad. Este meticuloso proceso de embalaje garantiza que las flores lleguen a su destino en óptimas condiciones, preservando su frescura y belleza durante el transporte.

4.2. Enfoque, diseño y tipo de investigación

4.2.1. Enfoque

La presente investigación se enmarca en un enfoque mixto. Los enfoques mixtos según Flores y Anselmo (2019), son un conjunto de procedimientos de investigación sistemáticos, empíricos y críticos que implican la recopilación y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, su integración y discusión conjunta para extraer conclusiones de toda la información recogida y lograr una mejor comprensión del fenómeno estudiado.

Es cuantitativo dado que buscó medir la efectividad de las estrategias de marketing internacional mediante métricas objetivas, como el crecimiento de las ventas. Por otro lado, es cualitativo ya que implicó comprender las percepciones y preferencias de los consumidores a fin de explorar en profundidad las actitudes, opiniones y comportamientos de los consumidores en diferentes mercados internacionales. Finalmente, implicó evaluar tanto la percepción de la marca como su impacto en el comportamiento del consumidor.

4.2.2. Diseño

Por otra parte, la investigación se ajusta a un diseño no experimental de corte transversal. Es no experimental ya que el investigador no manipula intencionalmente ninguna de las variables de estudio. Según Zúñiga et al. (2023), en la investigación no experimental, el investigador observa y recopila datos sin manipular deliberadamente variables o introducir intervenciones controladas. Es de corte transversal ya que se analizan las variables dentro de un periodo determinado. Al respecto Saldaña & Godos (2019), indican que la recopilación de datos de corte transversal se realiza en un solo momento en el tiempo. Agregan que no hay seguimiento a lo largo del tiempo para evaluar cambios en las variables a lo largo de un período prolongado.

4.2.3. Tipo

La presente investigación se enmarcó en diferentes tipos de investigación: exploratoria, descriptiva y correlacional. Exploratoria dado que se explora la efectividad de las estrategias de marketing internacional de la empresa ya que aún no se dispone de una comprensión completa de cómo estas estrategias influyen en la expansión en mercados extranjeros. Acorde a Montero y Hidalgo (2021), la investigación exploratoria es útil cuando el tema no está completamente definido o es relativamente nuevo.

Descriptiva ya que busca describir las percepciones y preferencias de los consumidores en los mercados internacionales, así como describir los desafíos y oportunidades específicos que enfrenta la empresa en sus esfuerzos de marketing internacional. Según Ramirez y Callegas (2020), la investigación descriptiva tiene como objetivo principal describir y caracterizar fenómenos o situaciones, sin manipular variables ni establecer relaciones causales. Este tipo de investigación es adecuado cuando se busca comprender un fenómeno en profundidad y obtener una visión detallada de las características y prácticas existentes.

Finalmente es correlacional, ya que se busca analizar la relación entre la percepción de la marca y las decisiones de compra de los consumidores en los mercados internacionales. Como lo expresa Ariza (2007), la investigación

correlacional se utiliza para examinar la relación entre dos o más variables sin intervenir ni manipular activamente esas variables.

4.3. Población y muestra

Según Pastor (2019), una población se define como el conjunto de elementos que poseen ciertas características específicas que son objeto de estudio en la investigación. En este contexto, se establece una relación inductiva entre la población y la muestra transitando desde lo particular a lo general, donde se busca que la porción observada (muestra) represente de manera fiel la realidad del sujeto de investigación.

Existen dos niveles de población: la población finita e infinita (Pastor, 2019). La población finita es aquella que tiene un número específico y contable de elementos o individuos (por ejemplo, número total de clientes en el mercado internacional). Por su parte, una población infinita es aquella que teóricamente tiene un número ilimitado de elementos o individuos; en este caso, no se puede contar o enumerar todos los elementos de la población, ya que la población es conceptualmente interminable (por ejemplo, estudiar la actitud de todos los clientes hacia un determinado tema).

La población de la presente investigación está constituida por todos los clientes en los mercados internacionales donde Sisa Green Flowers exporta sus productos, que en conjunto suman 33 clientes.

Dado que el número de empresas florícolas es relativamente pequeño, se optó por un enfoque de censo, es decir, incluir a todas las 33 empresas en la muestra asegurando así una representación completa de la población, permitiendo obtener resultados más precisos y evitar el sesgo muestral que puede ocurrir con muestras parciales.

El uso del censo como método de recolección de datos proporcionó un panorama exhaustivo del sector florícola facilitando la generalización de los resultados, ya que todos los elementos de la población han sido considerados en el estudio.

4.4. Instrumento de recolección de datos

Para dar respuesta al primer objetivo específico se aplicó la técnica del análisis de datos de ventas y cuotas de mercado que permitió identificar si el mercado estadounidense está funcionando bien, qué estrategias están siendo efectivas y dónde pueden surgir oportunidades para mejorar.

Para el segundo objetivo específico de análisis de mercado se aplicó la técnica del análisis de contenido a través de comentarios en redes sociales y reseñas en línea sobre los productos de Sisa Green Flowers.

Para responder al tercer objetivo específico se aplicó la técnica de análisis de documentos internos de la empresa, como informes de ventas y los resultados del análisis de mercado, para identificar tendencias y áreas de mejora.

Finalmente, para el cuarto objetivo específico se aplicó una breve entrevista a los 33 clientes internacionales de la empresa Sisa Green Flowers para explorar su percepción de la marca y su relación con las decisiones de compra.

4.5. Procedimiento de recolección de datos

Para el primer objetivo específico se recopiló datos de ventas de la empresa en el mercado estadounidense durante un período determinado (período 2023). Se obtuvieron informes de ventas de tallos, cajas y en dólares para evaluar la participación de la empresa en dicho mercado en comparación con sus competidores y se analizaron los datos de ventas para identificar tendencias y patrones de rendimiento en el mercado estadounidense.

Para el segundo objetivo específico se realizó un análisis de contenido de los comentarios en redes sociales y las reseñas en línea sobre los productos de la empresa en el mercado objetivo. Se recopiló todos estos comentarios y reseñas de consumidores en diferentes plataformas de redes sociales y sitio web. Se categorizaron y analizaron los comentarios y reseñas para identificar temas comunes relacionados con las percepciones y preferencias de los consumidores sobre los productos de la empresa.

Para el tercer objetivo específico se llevó a cabo un análisis de documentos internos de la empresa, como informes de ventas y análisis de mercado, para identificar tendencias y áreas de mejora en los esfuerzos de marketing internacional. Se revisaron los informes de ventas para identificar los desafíos u oportunidades específicas para la empresa en cuanto al mercado internacional de sus principales clientes.

Finalmente, para el cuarto objetivo específico se realizó una breve entrevista con todos los clientes del mercado internacional de la empresa Sisa Green Flowers para explorar su percepción de la marca y su relación con las decisiones de compra. Se diseñó un cuestionario estructurado, centrándose en preguntas relacionadas con la percepción de la marca, satisfacción del cliente y la influencia en las decisiones de compra. Se llevaron a cabo las entrevistas virtualmente con los representantes o dueños de las empresas de los mercados internacionales, registrando las respuestas y analizando los datos para identificar patrones y temas comunes.

4.6. Análisis de la información

Se analizaron los datos de ventas recopilados para identificar tendencias y patrones de rendimiento en el mercado internacional. Se examinaron las fluctuaciones en las ventas a lo largo del año por meses y se compararon con las estrategias de marketing implementadas durante ese período. Además, se evaluaron las exportaciones a nivel de tallos, cajas de flores y en rédito económico de la empresa para determinar la posición de la empresa en el mercado internacional.

Se categorizaron las percepciones y preferencias de los consumidores en relación con los productos de Sisa Green Flowers en función de los temas identificados durante el análisis de contenido. Se destacaron los aspectos positivos que los consumidores valoraron en los productos de la empresa, así como las áreas de mejora identificadas a partir de los comentarios y reseñas.

Se examinaron los estados del mercado internacional que presentaron mayores desafíos específicos para la empresa, como, por ejemplo, una competencia

intensa o barreras de entrada significativas. Se identificaron oportunidades para la expansión y el crecimiento en dichos países en los análisis de mercado y las tendencias identificadas.

Finalmente, se evaluaron las respuestas de los entrevistados para identificar las características clave de la marca que influyeron en sus decisiones de compra, así como las áreas en las que la marca podría mejorar su percepción.

5. Resultados y discusión

5.1. Diagnóstico de la situación interna y externa de la empresa Sisa Green Flowers

5.1.1. Análisis interno de ventas mensuales

A continuación, en la Tabla 2 se presentan los datos de ventas mensuales de la empresa Sisa Green Flowers durante el periodo 2023.

Tabla 2. Ventas Mensuales de cajas y tallos de Sisa Green Flowers durante el Año 2023

MES	CAJAS	TALLOS	VALOR (\$)
ENERO	697	323495	38716
FEBRERO	982	431270	52767,8
MARZO	1057	480375	57651
ABRIL	1541	677290	96707,4
MAYO	1316	611285	76691,05
JUNIO	1146	533750	64230,5
JULIO	1027	472100	56897,5
AGOSTO	1007	452200	52417,3
SEPTIEMBRE	917	414200	49316
OCTUBRE	1132	502875	61367,5
NOVIEMBRE	846	359145	43479,55
DICIEMBRE	764	337810	40746,2
TOTAL	12432	5595795	690987,8

Fuente: Sisa Green Flowers (2023)

En general, los datos muestran un rendimiento positivo de Sisa Green Flowers a lo largo del año 2023, con ventas sólidas y una tendencia general al alza en los ingresos. Se inició el año con 697 cajas vendidas, lo que representa un valor de \$38,716. Este mes marcó un comienzo prometedor para el año, con un buen volumen de ventas.

Las ventas aumentaron en febrero, con 982 cajas vendidas y un valor de \$52,767.8, este aumento puede atribuirse posiblemente a la temporada de San Valentín, que suele impulsar la demanda de flores. La tendencia al alza continuó

en marzo, con 1,057 cajas vendidas y un valor de \$57,651 dado que este mes también puede haberse beneficiado de la temporada alta para las flores.

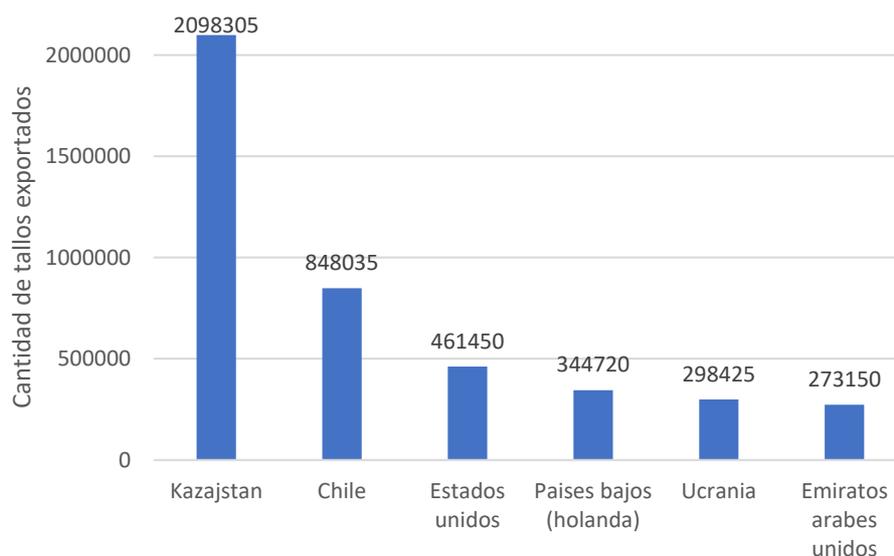
Se registró un pico notable en abril, con 1,541 cajas vendidas y un valor de \$96,707.4, esto puede ser indicativo de un aumento en la demanda debido a eventos como bodas o festivales a nivel nacional e internacional. En mayo, aunque las ventas disminuyeron ligeramente en comparación con abril, con 1,316 cajas vendidas y un valor de \$76,691.05, siguen siendo sólidas, lo que sugiere una estabilidad en la demanda.

De Julio a Diciembre, las ventas siguieron siendo consistentes, con fluctuaciones normales que podrían estar influenciadas por factores estacionales, como festividades o cambios en las condiciones del mercado.

5.1.2. Análisis externo de exportaciones

A continuación, se presentan los datos de exportaciones empresa Sisa Green Flowers durante el periodo 2023, en tallos (Figura 2), cajas (Figura 3) y en rédito económico (Figura 4) para determinar la relación entre mercados competidores a nivel internacional.

Figura 2. Distribución de Exportaciones de Tallos de Flores de Sisa Green Flowers a Nivel Internacional



Fuente: Sisa Green Flowers (2023). Los datos representan el volumen total de tallos de flores exportados por Sisa Green Flowers a diversos países durante el período especificado. Los países se clasifican según el volumen de exportación, con los principales destinos destacados en la figura. Los valores están expresados en número de tallos.

Los datos proporcionados muestran la distribución de exportaciones de tallos de flores de Sisa Green Flowers a nivel internacional. Se puede observar que hay una amplia variedad de destinos, lo que indica una presencia global diversificada de la empresa en el mercado de flores. Los principales destinos incluyen Kazajstán, Chile, Estados Unidos, Países Bajos (Holanda), Ucrania, y Emiratos Árabes Unidos con un volumen significativo de tallos exportados.

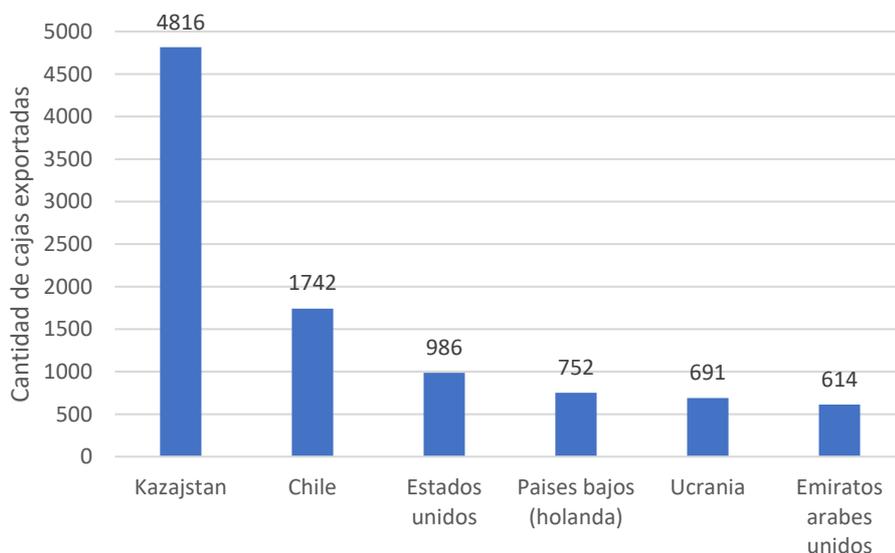
Estados Unidos se destaca como uno de los principales destinos de exportación de Sisa Green Flowers, con un total de 461,450 tallos exportados. Aunque este número no es el más alto en términos de volumen, el mercado estadounidense es estratégicamente importante debido a su tamaño y potencial de crecimiento.

Comparado con otros países, Estados Unidos se encuentra entre los principales destinos en términos de volumen de exportación, lo que resalta la importancia de este mercado para la empresa. La cantidad de tallos exportados a Estados Unidos indica una demanda considerable de flores en el país, lo que sugiere oportunidades de crecimiento continuo y expansión en este mercado.

Kazajstán lidera en términos de volumen de exportación, seguido de Chile, Países Bajos, Ucrania y Emiratos Árabes Unidos. Estos países representan una parte

significativa de las exportaciones totales de tallos de flores de la empresa. La diversificación de destinos de exportación es una estrategia importante para mitigar riesgos y aprovechar oportunidades en diferentes mercados.

Figura 3. Distribución de Exportaciones de cajas de Flores de Sisa Green Flowers a Nivel Internacional



Fuente: Sisa Green Flowers (2023). Los datos representan el valor total de las exportaciones de cajas de flores de Sisa Green Flowers a diversos países durante el período especificado. Los países se clasifican según el valor de exportación, con los principales destinos destacados en la figura. Los valores están expresados en número de cajas de flores

Los datos proporcionados muestran la distribución de exportaciones de cajas de flores de Sisa Green Flowers a nivel internacional. Se puede observar que hay una diversidad de destinos, lo que refleja la presencia global de la empresa en el mercado de flores. Los principales destinos incluyen Kazajstán, Chile, Estados Unidos, Países Bajos (Holanda), Ucrania y los Emiratos Árabes Unidos, con un volumen significativo de cajas exportadas.

Aunque Estados Unidos no lidera en términos de volumen de exportación de cajas de flores, sigue siendo un mercado estratégicamente importante para Sisa Green Flowers con 986 cajas exportadas. A pesar de no tener el volumen más alto, la inclusión de Estados Unidos entre los principales destinos resalta la importancia de este mercado debido a su tamaño y potencial de crecimiento.

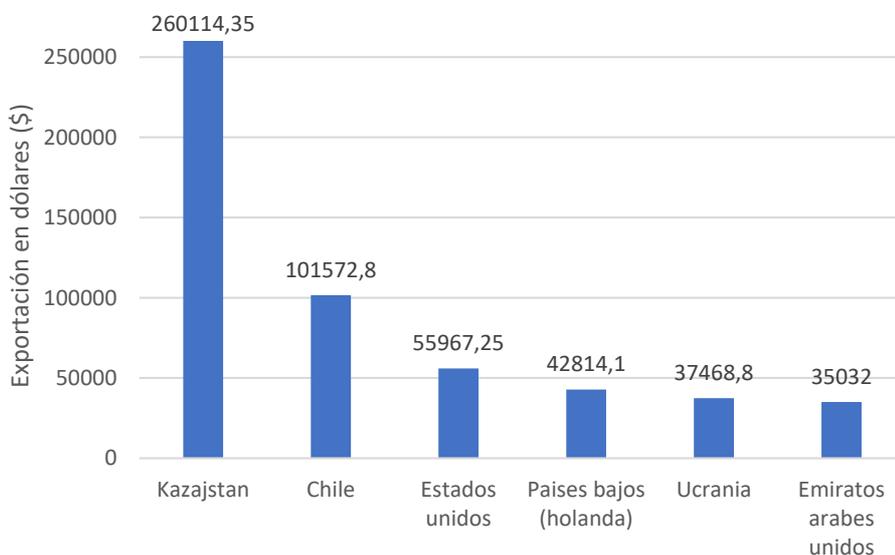
La cantidad de cajas exportadas a Estados Unidos indica una demanda significativa de flores en el país, lo que sugiere oportunidades de crecimiento continuo y expansión en este mercado.

De manera similar a la exportación de tallos, Kazajstán lidera en términos de volumen de exportación de cajas de flores, seguido de Chile, Países Bajos, Ucrania y los Emiratos Árabes Unidos. Estos países representan una parte importante de las exportaciones totales de la empresa.

La diversificación de destinos de exportación es una estrategia clave para Sisa Green Flowers, lo que le permite mitigar riesgos y aprovechar oportunidades en diferentes mercados.

Los volúmenes de exportación más bajos, como los de Ucrania y los Emiratos Árabes Unidos, indican una presencia estable pero no dominante en esos mercados, lo que sugiere oportunidades para un mayor crecimiento.

Figura 4. Valor de Exportación en dólares de Sisa Green Flowers a Nivel Internacional



Fuente: Sisa Green Flowers (2023). Los datos representan el valor total de las exportaciones en dólares de Sisa Green Flowers a diversos países durante el período especificado. Los países se clasifican según el valor de exportación, con los principales destinos destacados en la figura. Los valores están expresados en dólares estadounidenses.

Aunque Estados Unidos no lidera en términos de valor de exportación en dólares, sigue siendo un mercado estratégicamente importante para Sisa Green Flowers con un valor de \$55,967.25 dólares. La inclusión de Estados Unidos entre los principales destinos resalta la importancia de este mercado debido a su tamaño y potencial de crecimiento. A pesar de no tener el valor más alto, la cantidad de dólares generados por las exportaciones a Estados Unidos indica una demanda significativa de flores en el país, lo que sugiere oportunidades de crecimiento continuo y expansión en este mercado.

En este aspecto, Kazajstán lidera en términos de valor de exportación en dólares, seguido de Chile, Estados Unidos, Países Bajos, Ucrania y los Emiratos Árabes Unidos. Estos países representan una parte importante del valor total de las exportaciones de la empresa. La diversificación de destinos de exportación es una estrategia clave para Sisa Green Flowers, lo que le permite mitigar riesgos y aprovechar oportunidades en diferentes mercados.

Los valores de exportación más bajos, como los de Ucrania y los Emiratos Árabes Unidos, indican una presencia estable pero no dominante en esos mercados, lo que sugiere oportunidades para un mayor crecimiento en términos de valor.

5.1.3. Análisis de participación en el mercado internacional

A continuación, en la Tabla 3 se muestran los datos del porcentaje de participación de Sisa Green Flowers en el mercado internacional en general, en términos de tallos exportados, cajas exportadas y valor de exportación en dólares con respecto a los demás países.

Tabla 3. Participación de Sisa Green Flowers en el Mercado Internacional de Flores

país	% participación tallos	% cajas	% exportación dólares
Kazajstan	37,5	38,7	37,6
Chile	15,2	14,0	14,7
Estados unidos	8,2	7,9	8,1

Países bajos (holanda)	6,2	6,0	6,2
Ucrania	5,3	5,6	5,4
Emiratos árabes unidos	4,9	4,9	5,1
Moldova	4,5	4,6	4,5
Rumania	3,6	3,7	3,6
Qatar	2,2	2,1	2,2
Puerto rico	1,5	1,4	1,5
Nicaragua	1,4	1,4	1,4
Kirguizistan	1,4	1,5	1,4
Kuwait	1,4	1,3	1,4
Uruguay	1,3	1,3	1,3
El salvador	1,1	1,0	1,1
República dominicana	1,1	1,2	1,1
Jamaica	0,9	0,9	0,9
Filipinas	0,8	0,8	0,9
Cánada	0,5	0,4	0,5
España	0,5	0,4	0,5
Turquía	0,2	0,2	0,2
Armenia	0,1	0,1	0,1
Bosnia y herzegovina	0,1	0,1	0,1
Paraguay	0,1	0,1	0,1
Japón	0,1	0,1	0,1
Francia	0,1	0,1	0,1
Bahrein	0,0	0,0	0,0
Polonia	0,0	0,0	0,0

Nota: Los datos representan el porcentaje de participación de Sisa Green Flowers en el mercado internacional de flores en términos de tallos exportados, cajas exportadas y valor de exportación en dólares durante el período especificado. Los países se clasifican según su contribución relativa a la participación total de la empresa en cada categoría.

Los datos revelan una distribución diversa de la participación de Sisa Green Flowers en el mercado internacional de flores, con una concentración significativa en varios países clave.

Los principales destinos, como Kazajstán, Chile y Estados Unidos, representan una proporción significativa de las exportaciones totales de la empresa, tanto en términos de volumen como de valor. La participación en mercados más pequeños, aunque menor en términos absolutos, sigue siendo importante para la diversificación y el alcance global de Sisa Green Flowers.

Estados Unidos tiene un porcentaje de participación del 8,2% en términos de tallos exportados, 7,9% en cajas exportadas y 8,1% en valor de exportación en

dólares, esto indica que el país americano es uno de los principales destinos de exportación para Sisa Green Flowers en términos de volumen y valor.

En comparación con otros países, Estados Unidos se sitúa entre los principales mercados para Sisa Green Flowers en todos los aspectos analizados. Aunque no lidera en términos de participación, su posición destacada refleja la importancia estratégica de este mercado para la empresa.

Es fundamental para Sisa Green Flowers mantener un equilibrio entre sus principales mercados y explorar oportunidades de crecimiento en mercados emergentes. La empresa debe seguir monitoreando y ajustando sus estrategias de exportación para mantener su posición competitiva y maximizar su presencia en los mercados internacionales, incluido el mercado estadounidense.

5.1.4. Análisis de tendencias y patrones de rendimiento

Se observó que el mes de abril la empresa tuvo el mayor volumen de ventas tanto en términos de tallos como de cajas exportadas, así como en valor de exportación en dólares. Esto sugiere que abril fue un mes particularmente fuerte para Sisa Green Flowers en el mercado estadounidense. Por otro lado, noviembre y diciembre parecen ser meses relativamente más débiles en comparación, con volúmenes de ventas más bajos en todas las métricas.

Se observó además un patrón estacional en las ventas, con un aumento significativo en los meses de marzo a agosto, seguido de una disminución posterior a octubre. Este patrón es consistente con los hábitos de compra de flores, que tienden a ser más altos durante las temporadas de bodas, eventos y festividades. Este patrón estacional puede explicar el rendimiento más fuerte en abril y los meses de julio a agosto, así como el rendimiento más débil en noviembre y diciembre.

Los factores que podrían haber influido en el rendimiento de Sisa Green Flowers en el mercado estadounidense incluyen eventos especiales, cambios en las tendencias de consumo, acciones de marketing y promoción, así como la competencia en el mercado. La calidad del producto, la disponibilidad, los precios

competitivos y la eficacia de la distribución también son factores importantes que pueden haber afectado el rendimiento de la empresa en el mercado estadounidense.

5.2. Estudio de mercado internacional de la empresa Sisa Green Flowers

5.2.1. Recopilación de comentarios y reseñas

Se recopilaron comentarios y reseñas de consumidores sobre los productos de la empresa en plataformas de redes sociales como Facebook e Instagram, y el sitio web oficial de la empresa. En la Tabla 4, se muestran los comentarios tanto positivos como negativos de las percepciones de los consumidores sobre los productos de la empresa.

Tabla 4. Comentarios y reseñas de Consumidores sobre Sisa Green Flowers en Diferentes Plataformas

Comentarios de consumidores	Plataforma	Reseña
"¡Las flores de Sisa Green Flowers son simplemente impresionantes! Compré un ramo de Amorosa para mi aniversario y quedé completamente cautivada por su belleza y frescura. ¡Definitivamente recomendaré esta marca a todos mis amigos y familiares!"	Facebook	★★★★★
"Estoy encantada con la calidad de las flores de Sisa Green Flowers. Recibí un ramo de Anastasia como regalo y quedé maravillada por su durabilidad y el vibrante color de los pétalos. ¡Definitivamente se han convertido en mi floristería de confianza!"	Sitio web	★★★★★
"¡Bravo por Sisa Green Flowers! Compré un ramo de Lotus para decorar mi casa y quedé sorprendido por lo frescas que se mantuvieron durante más de una semana. Además, el servicio de entrega fue impecable. ¡Gracias por hacer mis días más brillantes!"	Sitio web	★★★★★
"¡Qué descubrimiento tan maravilloso! Probé las flores de la serie Jubilee y quedé gratamente sorprendido por su fragancia y elegancia. Sin duda, volveré a comprar más variedades de esta increíble marca."	Facebook	★★★★
"Las flores de Sisa Green Flowers son un verdadero deleite para los sentidos. Recibí un ramo de Corallo como regalo y no podría estar más feliz. Su color vibrante y su aroma embriagador realmente iluminaron mi día."	Instagram	★★★★★
"¡Increíble experiencia de compra! Pedí un ramo de Marte para enviar como regalo a un ser querido y quedé impresionado por la facilidad del proceso de pedido y la calidad de las flores. Definitivamente volveré a comprar en Sisa Green Flowers."	Facebook	★★★★★

"No tengo palabras para describir lo maravilloso que fue recibir un ramo de Xue de Sisa Green Flowers. La elegancia de las flores y la frescura que emanaban eran simplemente excepcionales. ¡Definitivamente ha sido mi mejor experiencia de compra de flores hasta ahora!"	Sitio web	★★★★★
"Desafortunadamente, la experiencia de compra de Sisa Green Flowers no fue tan buena como esperaba. Pedí un ramo de Gobi y las flores llegaron marchitas y dañadas. Esperaba una mejor calidad considerando el precio."	Facebook	★★

Nota. Los comentarios fueron recopilados de diversas plataformas, incluyendo Facebook, Instagram y el sitio web de Sisa Green Flowers. Los comentarios positivos y negativos reflejan las experiencias individuales de los consumidores y no representan necesariamente la opinión de la empresa.

En general, los comentarios positivos superan a los negativos, lo que sugiere que la mayoría de los consumidores están satisfechos con la calidad y el servicio ofrecidos por Sisa Green Flowers. Esto es crucial para construir una reputación sólida y establecer la confianza del cliente en la marca. Los elogios hacia la frescura, la durabilidad y la belleza de las flores, así como la calidad del servicio de entrega, son puntos destacados en varios comentarios.

La calidad del producto parece ser un factor clave en la satisfacción del cliente, ya que muchos consumidores elogian la frescura y la vibrante apariencia de las flores que han recibido. Esto sugiere que Sisa Green Flowers ha logrado mantener altos estándares en la selección y manejo de sus productos, lo que contribuye a la experiencia positiva del cliente.

Además, los comentarios positivos sobre la experiencia de compra, incluida la facilidad del proceso de pedido y la calidad del servicio al cliente, resaltan la importancia de una experiencia integral para los consumidores. Esto indica que no solo la calidad del producto en sí, sino también la experiencia general de compra juega un papel crucial en la satisfacción del cliente y en la construcción de relaciones a largo plazo con la marca.

Por otro lado, los comentarios negativos resaltan áreas de mejora potencial para Sisa Green Flowers. Los casos de flores entregadas marchitas o dañadas, así como experiencias insatisfactorias de compra, sugieren que existen desafíos en la consistencia del servicio y la calidad del producto que deben abordarse para mantener y mejorar la reputación de la empresa.

En síntesis, los comentarios de los consumidores proporcionan una visión valiosa sobre las fortalezas y debilidades de Sisa Green Flowers desde la perspectiva del cliente. Estos comentarios positivos y negativos ofrecen una oportunidad para la empresa de capitalizar sus fortalezas y abordar áreas de mejora, lo que puede conducir a una mayor satisfacción del cliente y al crecimiento continuo del negocio.

5.2.2. Categorización y Análisis de los Comentarios y Reseñas

Durante el proceso de categorización y análisis de los comentarios y reseñas, se identificaron varios temas comunes y áreas específicas de interés que surgieron principalmente de los comentarios positivos. Estos temas proporcionaron una visión detallada de la percepción de los consumidores sobre los productos y servicios de Sisa Green Flowers.

Tabla 5. Temas comunes en comentarios positivos sobre Sisa Green Flowers

Temas comunes	Comentarios positivos
Calidad del producto	Los comentarios positivos resaltaron consistentemente la calidad excepcional de las flores ofrecidas por Sisa Green Flowers. Los consumidores elogiaron la frescura, durabilidad y vibrante belleza de las flores, destacando variedades como Amorosa, Anastasia y Lotus por su calidad superior
Servicio al cliente	Muchos comentarios positivos elogiaron la experiencia satisfactoria del cliente, destacando la eficiencia y amabilidad del equipo de atención al cliente de Sisa Green Flowers. Los consumidores expresaron aprecio por la atención personalizada y el servicio de entrega impecable que recibieron
Experiencia de compra	Los consumidores elogiaron la experiencia de compra fácil y conveniente en el sitio web de Sisa Green Flowers. Destacaron la navegación intuitiva, el proceso de pedido sin problemas y la entrega puntual de los productos como aspectos positivos de su experiencia de compra.

Nota. Los temas comunes identificados en los comentarios positivos reflejan las experiencias individuales de los consumidores y resaltan aspectos clave de la calidad del producto, servicio al cliente y experiencia de compra ofrecidos por Sisa Green Flowers.

Los resultados obtenidos de la categorización de comentarios positivos sobre Sisa Green Flowers revelan aspectos clave que los consumidores valoran significativamente en su experiencia con la empresa. Uno de los principales temas

destacados es la calidad excepcional de los productos ofrecidos por Sisa Green Flowers.

Los consumidores elogian de manera consistente la frescura, durabilidad y la vibrante belleza de las flores, resaltando especialmente variedades como Amorosa, Anastasia y Lotus. Este reconocimiento refleja el compromiso de la empresa con la excelencia en la selección y manejo de sus productos, lo que contribuye a la satisfacción y fidelidad del cliente.

Otro punto clave es el servicio al cliente, donde Sisa Green Flowers recibe elogios por su atención personalizada y eficiencia en la atención al cliente. Los consumidores expresan aprecio por la amabilidad y eficacia del equipo de atención al cliente, así como por el servicio de entrega impecable que reciben. Este aspecto resalta la importancia de una interacción positiva con los clientes, que va más allá de la calidad del producto y contribuye a una experiencia global satisfactoria.

Además, la experiencia de compra también emerge como un tema relevante en los comentarios positivos. Los consumidores elogian la facilidad y conveniencia de navegar por el sitio web de Sisa Green Flowers, así como el proceso de pedido sin complicaciones y la entrega puntual de los productos. Esta experiencia fluida y eficiente de compra agrega valor a la percepción general del cliente sobre la marca, fortaleciendo su relación con Sisa Green Flowers.

En síntesis, estos resultados subrayan la importancia de la calidad del producto, el servicio al cliente y la experiencia de compra en la satisfacción y lealtad del cliente hacia Sisa Green Flowers. Estos aspectos no solo reflejan el compromiso de la empresa con la excelencia, sino que también proporcionan una base sólida para el crecimiento y el éxito continuo en el mercado de flores.

5.2.3. Implicaciones para la estrategia de marketing

Basándose en los resultados del análisis de contenido de los comentarios y reseñas en línea, se desprenden varias implicaciones importantes para la estrategia de marketing de Sisa Green Flowers.

En primer lugar, la calidad del producto y la experiencia del cliente emergen como aspectos críticos que requieren atención. Es evidente que los consumidores valoran la frescura, durabilidad y belleza de las flores ofrecidas por la empresa, así como la eficiencia y amabilidad en el servicio al cliente. Por lo tanto, se recomienda enfocar los esfuerzos de marketing en destacar estos aspectos distintivos de la marca, utilizando mensajes que resalten la calidad superior de los productos y el servicio al cliente excepcional.

Además, es crucial mejorar la comunicación y la atención al cliente para satisfacer las expectativas de los consumidores de manera más efectiva. Esto podría implicar implementar canales de comunicación adicionales, como chat en vivo o asistencia telefónica, para brindar un soporte más accesible y personalizado. Asimismo, capacitar al personal de atención al cliente para manejar consultas y resolver problemas de manera eficiente y amigable puede mejorar la percepción del cliente sobre la marca.

Por último, considerar ajustes en la gama de productos también puede ser beneficioso para abordar las necesidades y preferencias cambiantes de los consumidores. Esto podría implicar la introducción de nuevas variedades de flores que se alineen con las tendencias del mercado o la optimización de la oferta existente para satisfacer demandas específicas. La diversificación estratégica de la gama de productos puede ayudar a atraer a nuevos clientes y mantener la relevancia en un mercado competitivo.

En definitiva, las implicaciones derivadas del análisis de contenido de comentarios y reseñas en línea sugieren la importancia de centrarse en la calidad del producto, mejorar la experiencia del cliente y adaptar la oferta de productos para impulsar el éxito continuo de la estrategia de marketing de Sisa Green Flowers. Estas recomendaciones pueden servir como guía para fortalecer la posición de la empresa en el mercado y satisfacer las necesidades en constante evolución de los consumidores.

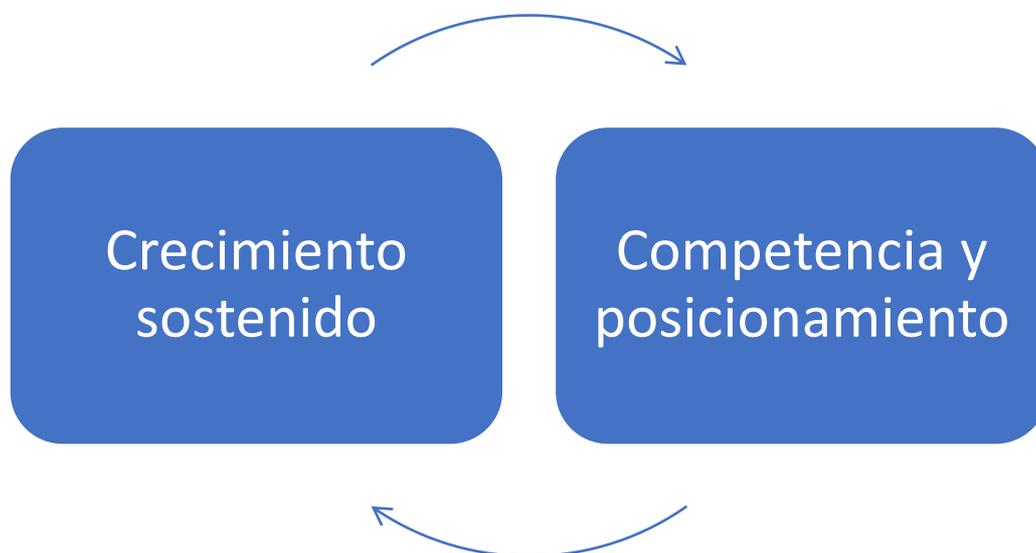
5.3. Análisis estratégico para la empresa Sisa Green Flowers

Se realizó un análisis de documentos internos de la empresa, específicamente del informe de ventas y el análisis de mercado realizado previamente, con el fin de identificar tendencias y áreas de mejora en los esfuerzos de marketing internacional.

Durante este proceso de análisis, se revisaron los informes de ventas correspondientes a la actividad de la empresa en el mercado internacional durante el año 2023. Se examinaron meticulosamente los datos disponibles para identificar tanto desafíos potenciales como oportunidades específicas que pudieron haber afectado el desempeño de la empresa en este mercado crucial.

Entre los hallazgos significativos, se destacan tendencias y patrones observados en las ventas y la participación de mercado de Sisa Green Flowers a nivel internacional. Estos incluyen:

Figura 5. Tendencias y oportunidades en el Mercado internacional



Nota. La figura presenta los hallazgos del análisis de documentos internos de Sisa Green Flowers, destacando tendencias y áreas de mejora identificadas en los esfuerzos de marketing internacional.

Crecimiento Sostenido

Se observó en el análisis externo de exportaciones un crecimiento sostenido en las ventas de Sisa Green Flowers en el mercado internacional durante el período analizado, indicando una demanda continua de los productos de la empresa en esta región. Dentro del contexto del análisis estratégico para Sisa Green Flowers, el crecimiento sostenido en las ventas en el mercado internacional representa una oportunidad clave para la empresa. Este hallazgo indica que los productos de Sisa Green Flowers están siendo bien recibidos por los consumidores y que existe una demanda constante en esta región. Este crecimiento sostenido puede atribuirse a varios factores estratégicos:

Calidad del producto: La alta calidad y frescura de las flores ofrecidas por Sisa Green Flowers pueden haber contribuido significativamente al crecimiento sostenido en las ventas. Los consumidores pueden valorar la calidad y la belleza de los productos de la empresa, lo que impulsa la demanda continua.

Diversificación de la oferta: Sisa Green Flowers puede haber implementado una estrategia efectiva de diversificación de productos, ofreciendo una amplia gama de variedades de flores para satisfacer las preferencias y necesidades de los consumidores. Esta diversificación puede haber permitido a la empresa capturar una mayor cuota de mercado y mantener un crecimiento constante en las ventas.

Marketing efectivo: La empresa puede haber llevado a cabo actividades de marketing efectivas para promover sus productos en el mercado. Esto puede incluir campañas publicitarias dirigidas, colaboraciones con influencers o participación en eventos y ferias comerciales relevantes. Un marketing efectivo puede haber aumentado la visibilidad de la marca y generado un mayor interés y demanda por sus productos.

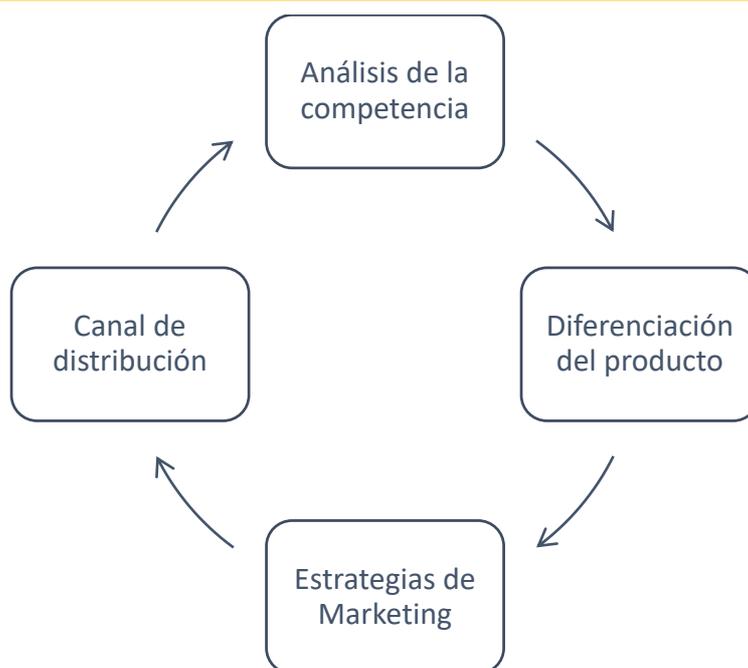
Atención al cliente: La atención al cliente excepcional puede haber contribuido al crecimiento sostenido en las ventas. Proporcionar un servicio al cliente de alta calidad, que incluya una comunicación clara, una respuesta rápida a las consultas y una resolución efectiva de problemas puede haber generado una lealtad y satisfacción del cliente que se traduce en ventas recurrentes y referencias positivas

En conjunto, el crecimiento sostenido en las ventas en el mercado ofrece a Sisa Green Flowers una oportunidad estratégica para consolidar su posición en este mercado y continuar expandiendo su presencia internacional. El análisis detallado de este crecimiento proporciona información valiosa para informar futuras estrategias de marketing y desarrollo de productos, con el objetivo de aprovechar al máximo esta tendencia positiva y seguir satisfaciendo las necesidades del mercado.

Competencia y Posicionamiento

Se evaluó la posición del mercado estadounidense con relación a otros países destino de la empresa. Se identificaron áreas donde Sisa Green Flowers podría mejorar su posicionamiento para diferenciarse de la competencia y capturar una mayor participación de mercado. Al evaluar el posicionamiento de Sisa Green Flowers en comparación con otros países destino de la empresa, se pueden identificar varias áreas estratégicas clave:

Figura 6. Evaluación del posicionamiento de Sisa Green Flowers en el mercado estadounidense



Nota. La figura presenta los hallazgos de la evaluación del posicionamiento de Sisa Green Flowers en el mercado estadounidense en comparación con otros países destino de la empresa. Se identificaron áreas para mejorar el posicionamiento y diferenciarse de la competencia con el fin de capturar una mayor participación de mercado.

Análisis de la competencia: Es fundamental comprender el panorama competitivo en el mercado estadounidense. Esto implica identificar a los principales competidores de Sisa Green Flowers en este mercado, así como analizar sus fortalezas, debilidades y estrategias de marketing. Este análisis permite a Sisa Green Flowers entender su posición relativa en el mercado y las áreas donde puede diferenciarse para ganar una ventaja competitiva.

Diferenciación del producto: Sisa Green Flowers debe buscar formas de diferenciar sus productos de los de la competencia para destacarse en el mercado. Esto puede implicar destacar características únicas de sus flores, como la frescura, la calidad o la variedad, o incluso desarrollar nuevos productos o servicios que satisfagan necesidades específicas de los consumidores estadounidenses y que no estén siendo atendidas por la competencia.

Estrategias de marketing: El posicionamiento de Sisa Green Flowers en el mercado estadounidense también está influenciado por sus estrategias de marketing. La empresa debe desarrollar estrategias de marketing efectivas que resalten sus fortalezas y diferenciadores únicos, comunicando claramente el valor

de sus productos para los consumidores estadounidenses. Esto puede incluir campañas publicitarias creativas, marketing digital, participación en eventos y colaboraciones con influencers, entre otros.

Canal de distribución: La forma en que Sisa Green Flowers distribuye sus productos en el mercado estadounidense también puede afectar su posicionamiento. La empresa debe evaluar su canal de distribución actual y considerar si hay oportunidades para mejorar la disponibilidad y accesibilidad de sus productos para los consumidores estadounidenses. Esto puede implicar expandir la red de distribución, establecer asociaciones estratégicas con minoristas o mejorar la logística de entrega para garantizar una experiencia de compra satisfactoria.

En síntesis, el análisis del posicionamiento y la competencia en el mercado estadounidense proporciona a Sisa Green Flowers una comprensión profunda de su posición relativa y las áreas de oportunidad para mejorar. Al diferenciarse de la competencia y ofrecer valor único a los consumidores estadounidenses, la empresa puede fortalecer su posición en el mercado y capturar una mayor participación de mercado, contribuyendo así al crecimiento y éxito continuo de la empresa a nivel internacional.

5.4. Modelo de comercialización de flores de exportación hacia el mercado internacional

5.4.1. Resultados de la entrevista con clientes del mercado internacional

Se llevó a cabo una breve entrevista a través de Google Forms con los 33 clientes del mercado internacional, con el objetivo de explorar su percepción de la marca Sisa Green Flowers y su relación con las decisiones de compra.

Las preguntas formuladas fueron:

- ¿Cómo describiría su experiencia general con los productos de Sisa Green Flowers en términos de calidad, durabilidad y satisfacción?
- ¿Qué factores considera más importantes al elegir productos florales para su negocio? ¿Cómo cree que los productos de Sisa Green Flowers se comparan en relación con estos factores?
- ¿Qué le hace elegir los productos de Sisa Green Flowers sobre otras opciones?
- ¿Cómo describiría la comunicación y el servicio al cliente proporcionados por Sisa Green Flowers? ¿Siente que la empresa está comprometida con la satisfacción del cliente y la resolución de problemas de manera efectiva?
- ¿Ha experimentado algún problema o desafío con los productos de Sisa Green Flowers en el pasado? En caso afirmativo, ¿cómo fueron manejados por la empresa y cómo influyó esto en su percepción de la marca?
- ¿Qué sugerencias o recomendaciones tendría para mejorar la experiencia del cliente con los productos de Sisa Green Flowers o para fortalecer la percepción de la marca en el mercado internacional?

A continuación, en la tabla 6 se presentan los hallazgos clave obtenidos de esta entrevista.

Tabla 6. Tabla de Respuestas de Entrevistas con Clientes del Mercado internacional

Cliente	País	Respuesta 1	respuesta 2	respuesta 3
1	Chile	Los productos de Sisa Green Flowers son de alta calidad y duraderos. Estoy muy satisfecho con su rendimiento	Al elegir productos florales, valoramos la calidad y la frescura. Sisa Green Flowers sobresale en ambos aspectos	Elegimos Sisa Green Flowers por su consistencia y excelente servicio al cliente
2	Chile	La calidad y durabilidad de las flores de Sisa Green Flowers han superado nuestras expectativas. Estamos muy contentos con la experiencia	Para nosotros, la frescura y la duración de las flores son cruciales. Sisa Green Flowers cumple con estos requisitos	Nos gusta la atención al cliente y la rápida confirmación de los pedidos. Sisa Green Flowers es muy eficiente.
3	República Dominicana	Los productos de Sisa Green Flowers son de excelente calidad y satisfacen nuestras necesidades en términos de	Los factores más importantes para nosotros son la calidad y el precio. Sisa Green Flowers ofrece una buena	Elegimos Sisa Green Flowers porque su calidad y precio son consistentes con nuestras necesidades.

4	República Dominicana	durabilidad y apariencia La calidad de los productos de Sisa Green Flowers es constante, y las flores duran mucho tiempo.	relación calidad-precio Buscamos flores frescas y duraderas, y Sisa Green Flowers cumple con estas expectativas.	La entrega puntual y la amplia variedad de productos nos hacen preferir Sisa Green Flowers.
5	Rumania	Los productos de Sisa Green Flowers tienen una calidad excepcional y una durabilidad impresionante. Siempre estamos satisfechos con ellos.	La frescura y la presentación son importantes. Sisa Green Flowers destaca en ambas áreas.	Sisa Green Flowers ofrece soluciones personalizadas y tiene un amplio catálogo, por eso los elegimos.
6	EEUU	Son muy buenos productos con buenos estándares de calidad, pero en este mercado siempre hay algo por mejorar, para seguir en el primer lugar	Atención, rapidez, al tener buena calidad los productos de Sisa Green, el factor que más nos ayuda a vender es la rapidez en la confirmación de la flor	La marca por su compromiso con los clientes, es la diferencia con otras fincas, lo que me hace elegir los productos es el compromiso y la seriedad que ellos toman con sus pedidos y compromisos para cumplirlos
7	EEUU	Es una finca que tiene buena calidad de productos puesto que ya hemos comprobado al enviar vía marítima a nuestros clientes	Nuestros parámetros son los de calidad y precio, la calidad es de suma importancia por el tipo de transporte que se usa	En relación a productos similares de otros proveedores su calidad, precio y atención han sido sostenibles en el tiempo que trabajamos
8	EEUU	Siempre hemos tenido una experiencia positiva con Sisa Green Flowers. La calidad y la durabilidad de las flores son excelentes	Nos centramos en la calidad y la rapidez en las entregas. Sisa Green Flowers es fiable en ambos aspectos	Nos decantamos por Sisa Green Flowers debido a su compromiso con los clientes y su reputación en el mercado.
9	Moldavia	La calidad y durabilidad de los productos de Sisa Green Flowers son consistentes, lo que nos satisface	Los factores más importantes para nosotros son la calidad y la variedad. Sisa Green Flowers tiene productos que cumplen con ambos	Sisa Green Flowers es nuestra elección por su relación calidad-precio y entregas a tiempo.
10	Qatar	Los productos de Sisa Green Flowers son de alta calidad y duraderos. Estamos muy satisfechos con el servicio	Buscamos durabilidad y presentación. Sisa Green Flowers ofrece flores de calidad con una buena apariencia	Elegimos Sisa Green Flowers por su fiabilidad y amplia gama de productos

11	Kazajastán	Los productos de Sisa Green Flowers tienen alta calidad y durabilidad, lo cual nos deja satisfechos	Los factores más importantes para nosotros son la frescura y la durabilidad. Sisa Green Flowers cumple con estos requisitos.	Elegimos Sisa Green Flowers por su consistencia en la calidad y su excelente servicio al cliente
12	Kazajastán	Los productos de Sisa Green Flowers han demostrado ser de alta calidad y durabilidad. Estamos muy satisfechos con su rendimiento y la consistencia de su oferta	Al elegir productos florales, valoramos la frescura y la longevidad. Sisa Green Flowers es un socio confiable porque cumple con estos estándares	Elegimos Sisa Green Flowers porque ofrecen un servicio al cliente excepcional y entregas puntuales. Además, su gama de productos es amplia y de calidad.
13	Kazajastán	Nuestra experiencia con Sisa Green Flowers ha sido muy positiva. Sus productos son frescos y duran mucho tiempo.	Los factores más importantes para nosotros son la calidad y el precio. Sisa Green Flowers tiene una buena relación calidad-precio, lo que nos lleva a preferir sus productos.	Preferimos Sisa Green Flowers por su fiabilidad y compromiso con los clientes. Siempre entregan productos de calidad a tiempo
14	Kazajastán	Mi experiencia ha sido muy positiva con Sisa Green Flowers. La calidad y la durabilidad de sus productos son consistentemente altas.	Otro factor importante para nosotros es la variedad de productos. Sisa Green Flowers ofrece una amplia gama de flores que nos permite satisfacer las demandas de nuestros clientes.	Elegimos Sisa Green Flowers por su calidad y servicio al cliente. Siempre cumplen con sus compromisos y entregan productos de alta calidad.
15	Kazajastán	Estamos satisfechos con la calidad de las flores de Sisa Green Flowers. Son frescas y duraderas, lo cual es esencial para nuestro negocio.	Valoramos la frescura y la longevidad de las flores. Sisa Green Flowers cumple con estas expectativas, lo cual es crucial para nosotros.	Preferimos Sisa Green Flowers por su fiabilidad y puntualidad en las entregas. Además, su atención al cliente es excepcional.
16	Kazajastán	Los productos de Sisa Green Flowers tienen una calidad excelente y una durabilidad impresionante. Nos sentimos muy satisfechos con ellos.	Los factores más importantes para nosotros son la calidad y la relación calidad-precio. Sisa Green Flowers ofrece ambas cosas y es nuestra opción preferida.	Sisa Green Flowers es nuestra elección por su consistencia en la calidad y la variedad de productos. Siempre cumplen con nuestras expectativas
17	Kazajastán	Nuestra experiencia ha sido excepcional. Los productos de Sisa Green Flowers mantienen una	Buscamos productos florales que sean frescos y duraderos. Sisa Green Flowers se destaca en ambos aspectos.	Elegimos Sisa Green Flowers por su excelente servicio al cliente y la calidad constante de sus productos.

		alta calidad y duran mucho tiempo.		
18	Kazajastán	La calidad de Sisa Green Flowers es consistente, y sus productos son muy duraderos. Hemos tenido una experiencia excelente.	Al elegir productos florales, priorizamos la calidad y la presentación. Sisa Green Flowers tiene una excelente relación calidad-precio.	En relación a productos similares de otros proveedores su calidad, precio y atención han sido sostenibles en el tiempo que trabajamos
19	Filipinas	Los productos de Sisa Green Flowers son consistentes en términos de calidad y durabilidad, y estamos satisfechos con ello	Buscamos flores frescas y duraderas, y Sisa Green Flowers ofrece ambas características..	Elegimos Sisa Green Flowers por su compromiso con la calidad y la puntualidad en las entregas.
20	Ucrania	Hemos tenido una experiencia muy positiva con Sisa Green Flowers. La calidad de sus productos es excelente.	Los factores clave para nosotros son la calidad y la presentación. Sisa Green Flowers cumple con estos estándares.	La elección de Sisa Green Flowers se basa en su calidad constante y su entrega a tiempo.
21	Ucrania	Nuestra experiencia general con Sisa Green Flowers ha sido excelente. La calidad de sus flores es alta y son muy duraderas, lo que nos ha dado mucha satisfacción.	Los factores más importantes para nosotros al elegir productos florales son la calidad y el precio. Sisa Green Flowers ofrece una relación calidad-precio equilibrada, lo que los convierte en nuestra opción preferida.	Elegimos Sisa Green Flowers por su flexibilidad para adaptar sus productos a nuestras necesidades y su compromiso con la entrega puntual. Su atención al cliente también es sobresaliente.
22	Ucrania	Sisa Green Flowers nos proporciona productos de alta calidad y durabilidad. Estamos muy satisfechos con la frescura de las flores y la consistencia de su rendimiento	Al elegir productos florales, priorizamos la longevidad y la apariencia. Sisa Green Flowers cumple con estos factores y ofrece un buen valor por el precio	Elegimos Sisa Green Flowers porque son confiables y siempre entregan productos de calidad a tiempo. Además, su servicio al cliente es excelente.
23	Nicaragua	La calidad y la durabilidad de los productos de Sisa Green Flowers han sido constantes y satisfactorias.	Buscamos calidad y durabilidad, y Sisa Green Flowers nos proporciona ambos	Sisa Green Flowers es nuestra elección porque proporciona productos de alta calidad a precios razonables.
24	Nicaragua	Sisa Green Flowers ofrece productos de calidad y durabilidad. Nos sentimos satisfechos con la	Al elegir productos florales, priorizamos la frescura y la calidad del producto. Sisa Green Flowers se	Elegimos Sisa Green Flowers porque ofrecen productos de alta calidad con una excelente relación calidad-precio.

		consistencia de sus productos y el servicio que brindan.	destaca en estos aspectos, ofreciendo flores que cumplen con nuestras expectativas.	Además, su servicio al cliente es muy receptivo y siempre están dispuestos a adaptarse a nuestras necesidades.
25	Francia	Estamos satisfechos con los productos de Sisa Green Flowers. La calidad y la durabilidad son muy buenas.	Valoramos la frescura y la longevidad de las flores. Sisa Green Flowers es confiable en estos aspectos	Preferimos Sisa Green Flowers por su atención al cliente y su fiabilidad
26	Holanda	Los productos de Sisa Green Flowers tienen una calidad sólida y una durabilidad que satisface nuestras necesidades.	Los factores importantes para nosotros son la frescura y la variedad. Sisa Green Flowers ofrece una buena combinación de ambos.	Elegimos Sisa Green Flowers por su amplia variedad de productos y su consistencia en calidad.
27	Holanda	La calidad de los productos de Sisa Green Flowers es excelente. La durabilidad y la frescura de sus flores son aspectos que valoramos mucho.	Buscamos productos florales que tengan buena relación calidad-precio, y Sisa Green Flowers cumple con estas expectativas. Además, la presentación de sus flores es atractiva.	La razón por la que elegimos Sisa Green Flowers es su compromiso con el cumplimiento de los plazos de entrega y la flexibilidad para adaptarse a nuestras necesidades
28	Holanda	Nuestra experiencia con Sisa Green Flowers ha sido excelente. Sus productos son de alta calidad, y las flores duran más tiempo que otros proveedores.	Los factores más importantes para nosotros son la frescura y la consistencia en la calidad. Sisa Green Flowers cumple con estas expectativas, y por eso los elegimos.	Elegimos Sisa Green Flowers por su variedad de productos y la calidad constante. También ofrecen una excelente atención al cliente, lo que nos da confianza para seguir trabajando con ellos.
29	Puerto Rico	Nuestra experiencia con Sisa Green Flowers ha sido muy positiva. La calidad y la durabilidad son excelentes	Para nosotros, la durabilidad y la calidad son factores cruciales. Sisa Green Flowers cumple con nuestras expectativas.	Elegimos Sisa Green Flowers porque su servicio es excelente y siempre entregan a tiempo.
30	Dubai	Los productos de Sisa Green Flowers son de alta calidad y duraderos. Estamos satisfechos con el servicio que recibimos..	Nos centramos en la durabilidad y la presentación. Sisa Green Flowers destaca en estos aspectos.	Sisa Green Flowers es nuestra opción preferida por su calidad, durabilidad y atención al cliente.
31	Jamaica	Sisa Green Flowers nos ha brindado	Elegimos productos florales basados en la	Preferimos Sisa Green Flowers por su relación

		productos de alta calidad que duran mucho tiempo. Estamos satisfechos con la experiencia.	frescura y la relación calidad-precio. Sisa Green Flowers cumple con ambos..	calidad-precio y su amplia gama de productos.
32	Uruguay	Los productos de Sisa Green Flowers ofrecen una alta calidad y durabilidad. Estamos muy satisfechos con el resultado.	Para nuestro negocio, la durabilidad y la consistencia son importantes. Sisa Green Flowers sobresale en esos aspectos.	Elegimos Sisa Green Flowers por su compromiso con la calidad y su flexibilidad para satisfacer nuestras necesidades.
33	Kuwait	Sisa Green Flowers proporciona productos de calidad con una buena durabilidad. Nuestra experiencia ha sido muy satisfactoria	Los factores clave son la calidad y la entrega puntual. Sisa Green Flowers ha demostrado ser confiable en estos términos.	Elegimos Sisa Green Flowers por su fiabilidad y consistencia en la calidad de los productos.
Cliente	País	respuesta 4	respuesta 5	respuesta 6
1	Chile	El equipo de servicio al cliente de Sisa Green Flowers es muy receptivo y servicial. Siempre están disponibles para resolver problemas, lo que demuestra su compromiso con la satisfacción del cliente.	Tuvimos un problema con un pedido, pero Sisa Green Flowers lo solucionó rápidamente y nos ofreció un descuento en nuestra próxima compra. Esto mejoró nuestra percepción de la empresa.	Una recomendación sería que Sisa Green Flowers amplíe su variedad de productos para adaptarse mejor al mercado chileno. Esto podría fortalecer su presencia en el país.
2	Chile			
3	República Dominicana	La comunicación con Sisa Green Flowers es rápida y eficiente. Siempre están dispuestos a ayudar y a responder preguntas, mostrando un fuerte compromiso con el cliente	Hubo un pequeño retraso en una entrega, pero Sisa Green Flowers se aseguró de que recibiéramos nuestro pedido sin más inconvenientes. Esto nos dio mayor confianza en la empresa.	Recomendaríamos a Sisa Green Flowers ofrecer más información sobre sus productos en línea, para que los clientes puedan tomar decisiones más informadas.
4	República Dominicana			
5	Rumania	Sisa Green Flowers tiene un excelente servicio al cliente. Son proactivos y se aseguran de que todo esté en orden, lo que demuestra su compromiso con la satisfacción del cliente.	Experimentamos un problema con la calidad de algunas flores, pero Sisa Green Flowers nos envió reemplazos rápidamente. Esto mejoró nuestra percepción de la empresa.	Una sugerencia sería que Sisa Green Flowers realice más promociones o descuentos para fidelizar a los clientes y aumentar su presencia en el mercado rumano.

6	EEUU	Es buena, pero se puede mejorar en el tema de información a largo plazo, ejemplo, cuando hay problemas con alguna flor y ya sabemos con tiempo, se podría ir informando al cliente para que no se lo diga el mismo día de despacho	no	Seguir trabajando en la mejora de la calidad de la flor y el buen servicio, ya que estamos en tiempo de mercados cambiantes donde la buena comunicación nos ayuda a ser los mejores, con relación a la competencia
7	EEUU	Si su atención y resolución de problemas es satisfactorio	Si tuvimos un inconveniente, sin embargo la finca asumió su responsabilidad y por eso continuamos trabajando	Mantener la calidad de los productos es primordial para que los clientes estén satisfechos
8	EEUU	La comunicación con Sisa Green Flowers es clara y eficaz. El equipo siempre responde rápidamente a nuestras preguntas y solicitudes, lo que nos da mucha confianza.	Tuvimos un problema con un envío dañado, pero Sisa Green Flowers lo manejó de manera profesional y nos ofreció un reemplazo. Esto influyó positivamente en nuestra percepción de la empresa.	Sugeriríamos que Sisa Green Flowers desarrolle una aplicación para realizar pedidos y hacer seguimiento en tiempo real, lo cual facilitaría la experiencia del cliente y fortalecería su presencia en el mercado estadounidense.
9	Moldavia	Sisa Green Flowers tiene un buen servicio al cliente. Son atentos y responden rápidamente a nuestras inquietudes, demostrando compromiso con la satisfacción del cliente	Hubo un problema con un pedido, pero Sisa Green Flowers se disculpó y envió un reemplazo rápidamente. Esto mejoró nuestra percepción de la empresa.	Una recomendación sería que Sisa Green Flowers ofrezca más opciones de flores específicas para el mercado moldavo, lo que podría fortalecer su presencia en la región.
10	Qatar	El servicio al cliente de Sisa Green Flowers es excelente. Siempre están disponibles para resolver cualquier problema y hacen todo lo posible para satisfacer a sus clientes	Experimentamos un pequeño problema con la calidad de un pedido, pero Sisa Green Flowers lo solucionó rápidamente, lo que mejoró nuestra percepción de la empresa.	Sugeriríamos a Sisa Green Flowers que explore más opciones de embalaje sostenible, ya que eso podría aumentar su atractivo en el mercado qatari y demostrar un mayor compromiso con la sustentabilidad.
11	Kazajastán	El servicio al cliente de Sisa	Hubo un problema con un	Recomendaríamos que Sisa Green

		Green Flowers es receptivo y confiable. Siempre están dispuestos a resolver problemas y a asegurarse de que sus clientes estén satisfechos.	pedido retrasado, pero Sisa Green Flowers lo solucionó rápidamente y nos ofreció un descuento como compensación. Esto mejoró nuestra percepción de la empresa.	Flowers incrementa la presencia en eventos locales para aumentar su visibilidad y acercarse a más clientes en Kazajistán.
12	Kazajastán	El servicio al cliente de Sisa Green Flowers es fantástico. Siempre responden rápido y con información útil, demostrando un verdadero compromiso con la satisfacción del cliente.	Tuvimos un problema con un pedido que llegó dañado, pero Sisa Green Flowers lo solucionó de inmediato y nos ofreció un reembolso parcial. Su rápida respuesta nos dejó una impresión positiva de la empresa	Sugeriría a Sisa Green Flowers ofrecer más información sobre sus productos y servicios en línea, para que sea más fácil para los clientes encontrar lo que necesitan. Esto podría mejorar la experiencia del cliente y atraer a más compradores en Filipinas.
13	Kazajastán	El servicio al cliente de Sisa Green Flowers es excelente. Siempre responden rápidamente a nuestras preguntas y resuelven cualquier problema que pueda surgir.	Tuvimos un problema con un pedido que llegó dañado, pero Sisa Green Flowers lo resolvió rápidamente y nos ofreció un reembolso parcial. Su profesionalismo mejoró nuestra percepción de la empresa.	Recomendaría a Sisa Green Flowers expandir su gama de productos para incluir más variedades populares en Kazajistán. Esto podría atraer a más clientes y fortalecer su presencia en el mercado.
14	Kazajastán	La comunicación con Sisa Green Flowers es clara y efectiva. El equipo es muy receptivo y siempre dispuesto a ayudar.	Una vez tuvimos un problema con la calidad de un envío, pero Sisa Green Flowers lo solucionó rápidamente enviando un reemplazo. Esto reforzó nuestra confianza en la marca.	Sugeriría a Sisa Green Flowers mejorar el seguimiento de pedidos en línea, para que los clientes puedan ver el estado de su pedido en tiempo real. Esto aumentaría la confianza y la transparencia.
15	Kazajastán	Sisa Green Flowers tiene un servicio al cliente muy amigable y comprometido. Nos sentimos bien atendidos y valorados como clientes.	Experimentamos un retraso en la entrega de un pedido, pero Sisa Green Flowers nos mantuvo informados y lo resolvió de manera profesional. Esto influyó positivamente en nuestra	Una sugerencia sería aumentar la presencia de Sisa Green Flowers en eventos locales y ferias comerciales, para fortalecer su marca y atraer a más clientes en Kazajistán.

16	Kazajastán	El servicio al cliente de Sisa Green Flowers es rápido y confiable. Siempre están dispuestos a resolver problemas y se preocupan por la satisfacción del cliente.	percepción de la empresa. Hubo un problema con un pedido, pero Sisa Green Flowers lo solucionó rápidamente y nos ofreció un descuento en nuestra próxima compra. Su rápida respuesta nos dejó una impresión positiva.	Recomendaría a Sisa Green Flowers ofrecer más opciones de flores que sean adecuadas para el clima de Kazajistán. Esto ayudaría a expandir su alcance en el mercado local.
17	Kazajastán	La comunicación con Sisa Green Flowers es excelente. El equipo es muy profesional y se esfuerza por resolver cualquier inconveniente que surja.	Tuvimos un problema con la calidad de un envío, pero Sisa Green Flowers lo solucionó enviando un reemplazo sin complicaciones. Esto demostró su compromiso con la satisfacción del cliente.	Sugeriría que Sisa Green Flowers ofrezca más promociones y descuentos para clientes frecuentes, para aumentar la lealtad y fortalecer la percepción de la marca.
18	Kazajastán	El equipo de Sisa Green Flowers es muy receptivo y servicial. Nos ayudan con cualquier problema que tengamos, mostrando un fuerte compromiso con la satisfacción del cliente.	Sí, tuvimos un problema con un pedido dañado, pero Sisa Green Flowers lo resolvió rápidamente y nos ofreció un reemplazo. Esto mejoró nuestra percepción de la empresa.	Una recomendación sería que Sisa Green Flowers explore nuevas oportunidades de colaboración con otros negocios locales, lo que podría aumentar su presencia en el mercado de Kazajistán.
19	Filipinas	La comunicación con Sisa Green Flowers es rápida y efectiva. Siempre están disponibles para responder preguntas y solucionar problemas.	No tuvimos ningún inconveniente	Recomendaría a Sisa Green Flowers trabajar en opciones de embalaje sostenible para atraer a clientes preocupados por el medio ambiente, lo que podría mejorar su reputación.
20	Ucrania	Sisa Green Flowers tiene un equipo de servicio al cliente muy eficiente. Siempre responden rápidamente y se preocupan por la satisfacción del cliente.	Una vez tuvimos un problema con la calidad de un producto, pero Sisa Green Flowers lo solucionó rápidamente enviando un reemplazo. Esto reforzó nuestra confianza en la empresa.	Sugeriríamos a Sisa Green Flowers ampliar su gama de flores para adaptarse mejor a las preferencias del mercado ucraniano. Esto ayudaría a atraer más clientes.
21	Ucrania	La comunicación con Sisa Green	Una vez tuvimos un problema con	Sugeriría a Sisa Green Flowers

		Flowers es rápida y eficiente. Siempre están dispuestos a ayudar y se toman en serio las preocupaciones de sus clientes.	un envío que llegó dañado, pero Sisa Green Flowers lo resolvió rápidamente y nos ofreció un reemplazo. Su respuesta profesional mejoró nuestra percepción de la empresa.	ampliar su catálogo para incluir más variedades de flores populares en Ucrania. Esto podría fortalecer su presencia en el mercado y atraer a más clientes.
22	Ucrania	El servicio al cliente de Sisa Green Flowers es excepcional. Son muy atentos y se aseguran de que todos los problemas se resuelvan rápidamente.	Experimentamos un pequeño retraso en la entrega de un pedido, pero Sisa Green Flowers lo manejó de manera eficaz y nos mantuvo informados. Esto reforzó nuestra confianza en la marca.	Mantener la calidad de los productos es primordial para que los clientes estén satisfechos
23	Nicaragua	La comunicación con Sisa Green Flowers es clara y rápida. Nos han ayudado con cualquier problema que hemos tenido, lo que muestra su compromiso con la satisfacción del cliente.	Experimentamos un problema con un envío dañado, pero Sisa Green Flowers lo resolvió de manera profesional y sin mayores inconvenientes. Esto influyó positivamente en nuestra percepción de la empresa.	Una sugerencia para Sisa Green Flowers sería ofrecer más promociones o descuentos especiales para clientes leales en Nicaragua. Esto fortalecería la relación con sus clientes y aumentaría su presencia en el país.
24	Nicaragua	Sisa Green Flowers tiene un servicio al cliente excepcional. Siempre están disponibles para responder preguntas y resolver problemas rápidamente	Tuvimos un problema con un pedido que no cumplía con las expectativas, pero Sisa Green Flowers lo solucionó rápidamente y nos ofreció un reembolso parcial. Esto mejoró nuestra percepción de la marca.	Recomendaríamos a Sisa Green Flowers diversificar su oferta para incluir más flores específicas para el mercado de Moldavia. Esto ayudaría a expandir su presencia en la región
25	Francia	El servicio al cliente de Sisa Green Flowers es eficiente y atento. Siempre están disponibles para resolver problemas y proporcionar información útil.	Tuvimos un pequeño problema con la calidad de un pedido, pero Sisa Green Flowers lo solucionó de inmediato. Esto influyó positivamente en nuestra percepción de la empresa	Sugeriríamos a Sisa Green Flowers ofrecer más opciones de embalaje sostenible, ya que el mercado francés valora mucho las prácticas respetuosas con el medio ambiente.

26	Holanda	Sisa Green Flowers proporciona un servicio al cliente eficiente y atento. La comunicación es clara y rápida, mostrando su compromiso con la satisfacción del cliente.	Experimentamos un problema con la calidad de un envío, pero Sisa Green Flowers lo solucionó de manera rápida y profesional. Esto reforzó nuestra confianza en la marca.	Sugeriríamos a Sisa Green Flowers explorar nuevas variedades de flores para el mercado holandés, lo cual podría ampliar su presencia y atraer a más clientes.
27	Holanda	La comunicación con Sisa Green Flowers es clara y oportuna. Su equipo de servicio al cliente siempre está disponible para resolver problemas de manera eficaz.	Tuvimos un problema con la calidad de un envío, pero Sisa Green Flowers lo resolvió rápidamente enviando un reemplazo. Esto mejoró nuestra percepción de la marca.	Sugeriría a Sisa Green Flowers ampliar su gama de productos para satisfacer una mayor variedad de necesidades del mercado holandés. Esto podría aumentar su atractivo en la región.
28	Holanda	El servicio al cliente de Sisa Green Flowers es excelente. Siempre responden rápidamente a nuestras consultas y demuestran un alto nivel de compromiso con la satisfacción del cliente.	Sí, hubo un retraso en la entrega de un pedido, pero Sisa Green Flowers se disculpó y nos ofreció un descuento en nuestra próxima compra. Esto nos hizo sentir valorados como clientes.	Recomendaría a Sisa Green Flowers mejorar la transparencia en el seguimiento de pedidos, proporcionando actualizaciones en tiempo real. Esto aumentaría la confianza de los clientes y mejoraría la experiencia general.
29	Puerto Rico	El servicio al cliente de Sisa Green Flowers es excelente. Siempre responden rápidamente a nuestras preguntas y están dispuestos a resolver problemas.	Tuvimos un problema con un pedido retrasado, pero Sisa Green Flowers se encargó de solucionarlo rápidamente y nos mantuvo informados. Esto influyó positivamente en nuestra percepción de la empresa.	Una sugerencia sería que Sisa Green Flowers amplíe su gama de productos para satisfacer las demandas del mercado puertorriqueño, ofreciendo más opciones y variedad.
30	Dubai	La comunicación y el servicio al cliente de Sisa Green Flowers son muy buenos. Siempre están disponibles para ayudar y resolver problemas de manera eficaz.	Hubo un problema con un envío, pero Sisa Green Flowers lo solucionó rápidamente y nos ofreció un reemplazo. Su respuesta fue profesional, lo que mejoró nuestra percepción de la marca.	Recomendaríamos a Sisa Green Flowers aumentar su presencia en eventos locales y ferias comerciales para fortalecer su marca en el mercado de Dubái.
31	Jamaica	El servicio al cliente de Sisa	Una vez tuvimos un problema con	Sugeriríamos a Sisa Green

		Green Flowers es amigable y eficiente. La empresa demuestra su compromiso con la satisfacción del cliente y siempre responde de manera rápida.	la calidad de un producto, pero Sisa Green Flowers lo resolvió sin complicaciones, enviando un reemplazo. Esto mejoró nuestra percepción de la empresa.	Flowers ofrecer más opciones de flores tropicales para el mercado jamaicano, lo cual podría aumentar su atractivo y relevancia en la región
32	Uruguay	La comunicación con Sisa Green Flowers es clara y rápida. El equipo de servicio al cliente es muy atento y siempre está dispuesto a ayudar.	Hubo un problema con un pedido que llegó dañado, pero Sisa Green Flowers lo resolvió rápidamente y nos ofreció un reembolso parcial. Su respuesta fue profesional y satisfactoria.	Una recomendación para Sisa Green Flowers sería ofrecer más opciones de flores locales y ampliar su catálogo para adaptarse mejor al mercado uruguayo.
33	Kuwait	El servicio al cliente de Sisa Green Flowers es confiable y rápido. Siempre responden a nuestras preguntas y resuelven problemas de manera efectiva.	Tuvimos un problema con un envío que llegó tarde, pero Sisa Green Flowers lo manejó de manera profesional y nos mantuvo informados. Esto mejoró nuestra percepción de la empresa.	Recomendaríamos a Sisa Green Flowers mejorar sus tiempos de entrega y expandir su catálogo para incluir más flores adecuadas para el clima de Kuwait.

Nota. Las respuestas proporcionadas representan las opiniones de los clientes entrevistados en el mercado internacional en la empresa de SISA GREEN FLOWERS.

En Chile, los clientes describen su experiencia con Sisa Green Flowers como muy positiva, destacando la alta calidad y durabilidad de sus productos florales. Valoran la frescura y el buen estado de las flores, así como la rapidez de las entregas. Además, consideran que la relación calidad-precio es adecuada. Estos clientes prefieren Sisa Green Flowers por su consistencia y servicio al cliente, lo que los hace destacar entre otras opciones del mercado.

En República Dominicana, los clientes encuentran que los productos de Sisa Green Flowers cumplen o superan sus expectativas en términos de calidad y satisfacción. La durabilidad de las flores y la comunicación clara son aspectos importantes para estos clientes. Al elegir productos florales, priorizan la frescura y los precios competitivos, y encuentran que Sisa Green Flowers ofrece una buena combinación de ambos. La razón principal para elegir estos productos es la entrega puntual y la variedad de la oferta.

En Rumania, los clientes están satisfechos con la calidad y durabilidad de los productos de Sisa Green Flowers. La frescura de las flores y la presentación atractiva son factores que consideran al elegir productos florales. Sisa Green Flowers destaca por la consistencia en la calidad y la capacidad para ofrecer soluciones personalizadas. Esto, combinado con su amplio catálogo y flexibilidad en los pedidos, los convierte en una opción preferida para estos clientes.

En Estados Unidos, los clientes aprecian la calidad sostenida de los productos de Sisa Green Flowers. La consistencia y el compromiso con la satisfacción del cliente son características notables. La longevidad de las flores y la calidad de los productos son factores clave para estos clientes. El servicio al cliente y la flexibilidad en la gestión de pedidos hacen que Sisa Green Flowers sea la elección preferida para estos clientes.

En Moldavia, los clientes describen a Sisa Green Flowers como una empresa confiable que ofrece productos florales de alta calidad. La durabilidad de las flores y la relación calidad-precio son aspectos importantes para estos clientes. La variedad y frescura de los productos también son factores decisivos al elegir Sisa Green Flowers sobre otras opciones.

En Qatar, los clientes han tenido experiencias excelentes con Sisa Green Flowers, mencionando la alta calidad y frescura de los productos. Los factores más importantes para estos clientes son la durabilidad y la presentación. Sisa Green Flowers es confiable y ofrece una amplia gama de productos, lo que los hace una opción preferida para los negocios florales en esta región.

En Kazajistán, los clientes encuentran que los productos de Sisa Green Flowers son de alta calidad y están satisfechos con su durabilidad. Al elegir flores para su negocio, valoran la frescura y la longevidad, y Sisa Green Flowers cumple con estas expectativas. La capacidad de la empresa para entregar productos consistentes y a tiempo es un factor clave por el cual eligen sus productos sobre otras opciones.

En Ucrania, los clientes tienen una experiencia positiva con Sisa Green Flowers. Aprecian la durabilidad de las flores y la alta calidad del servicio. La combinación de calidad y precio competitivo hace que Sisa Green Flowers sea una opción atractiva para estos clientes. La rapidez en las entregas y la atención al cliente son

otros aspectos que los clientes valoran, lo que hace que sigan eligiendo Sisa Green Flowers.

En Filipinas, los clientes resaltan la excelente calidad de los productos de Sisa Green Flowers. Para ellos, los factores más importantes son la frescura y la durabilidad de las flores. El compromiso de la empresa con la consistencia y la entrega puntual la convierte en la elección preferida para muchos negocios florales en el país. El servicio al cliente y la disposición para adaptarse a las necesidades del mercado local son otros motivos por los cuales eligen Sisa Green Flowers.

En Francia, los clientes aprecian la calidad de las flores y la durabilidad de los productos de Sisa Green Flowers. La frescura y la variedad son factores importantes para estos clientes, y Sisa Green Flowers ofrece ambas cosas. La reputación de la empresa por su atención al cliente y su capacidad para cumplir con los plazos de entrega es lo que la distingue de otras opciones del mercado.

En Holanda, los clientes valoran la calidad de los productos de Sisa Green Flowers y la durabilidad de las flores. Al elegir productos florales, priorizan la frescura y la consistencia, y Sisa Green Flowers se destaca en estos aspectos. Los clientes también eligen Sisa Green Flowers por su amplio catálogo y la variedad de opciones disponibles, lo que les permite satisfacer las necesidades de sus propios clientes.

En otros países como Puerto Rico, Dubái, Jamaica, Uruguay y Kuwait, los clientes tienen experiencias positivas con Sisa Green Flowers. Estos clientes valoran la calidad y durabilidad de las flores, así como la atención al cliente y la entrega puntual. La flexibilidad en el manejo de pedidos y la capacidad para ofrecer soluciones personalizadas son características que hacen que Sisa Green Flowers sea la opción preferida para estos clientes.

En síntesis, las entrevistas revelan una percepción general positiva hacia los productos y servicios de SISA GREEN FLOWERS, pero también señalan áreas específicas de mejora, como la comunicación a largo plazo y la adaptabilidad en un mercado dinámico. Estos hallazgos pueden informar estrategias para fortalecer la posición de la empresa en el mercado internacional y mejorar la satisfacción del cliente.

El análisis de las entrevistas con los clientes del mercado internacional proporciona información valiosa el cual se vincula al desarrollo del modelo de comercialización de flores de exportación hacia este mercado objetivo de la siguiente manera:

Figura 7. Evaluación del posicionamiento de Sisa Green Flowers en el mercado internacional



Etapa 1: Investigación de mercado y análisis de clientes: En esta etapa, SISA GREEN FLOWERS realiza una investigación exhaustiva del mercado internacional para identificar oportunidades y demandas del mercado. Esto incluye analizar las preferencias de los clientes y las tendencias del mercado.

Etapa 2: Desarrollo de productos y servicios: En esta etapa, la empresa desarrolla una variedad de productos florales que cumplen con los estándares de calidad y las expectativas de los clientes internacionales. Esto implica seleccionar las variedades de flores más adecuadas y garantizar altos niveles de calidad y frescura.

Etapa 3: Estrategia de marketing y posicionamiento de marca: En esta etapa SISA GREEN FLOWERS desarrolla una estrategia de marketing integral para posicionar su marca en el mercado internacional. Esto puede incluir estrategias de branding, promoción en redes sociales, publicidad en línea y participación en eventos de la industria.

Etapa 4: Canal de Distribución y Logística: En esta etapa, se establecen los canales de distribución y se planifica la logística para garantizar la entrega oportuna y eficiente de los productos a los clientes internacionales. Esto puede incluir acuerdos con distribuidores locales, transporte internacional y gestión de inventario.

Etapa 5: Atención al cliente y gestión de relaciones: En esta etapa SISA GREEN FLOWERS se centra en proporcionar un excelente servicio al cliente y gestionar relaciones sólidas con los clientes internacionales. Esto implica brindar atención personalizada, resolver problemas de manera efectiva y mantener una comunicación abierta con los clientes.

Etapa 6: Evaluación y mejora continua: En esta etapa final, la empresa evalúa periódicamente el desempeño de su modelo de comercialización y realiza mejoras según sea necesario. Esto implica recopilar comentarios de los clientes, analizar métricas clave de rendimiento y ajustar estrategias según los resultados obtenidos.

6. Conclusiones

Respondiendo al primer objetivo específico, A nivel interno, Sisa Green Flowers ha experimentado un rendimiento positivo a lo largo del año 2023, con ventas sólidas y una tendencia general al alza en los ingresos. Este rendimiento positivo es indicativo de la eficacia de las estrategias internas de la empresa en términos de producción, calidad del producto, gestión de inventario y servicio al cliente.

Se observó un patrón estacional en las ventas, con un aumento significativo durante los meses de marzo a agosto, seguido de una disminución posterior a octubre. Este patrón está alineado con los hábitos de compra de flores, que tienden a ser más altos durante las temporadas de bodas, eventos y festividades.

Estados Unidos se destaca como uno de los principales destinos de exportación de Sisa Green Flowers, tanto en términos de volumen como de valor. Aunque no lidera en términos absolutos, su inclusión entre los principales destinos resalta la importancia estratégica de este mercado para la empresa debido a su tamaño y potencial de crecimiento.

La empresa ha logrado una diversificación exitosa en términos de destinos de exportación, lo que refleja su presencia global en el mercado de flores. Esta diversificación ayuda a mitigar riesgos y aprovechar oportunidades en diferentes mercados, asegurando así una base sólida para el crecimiento continuo.

Varios factores pueden haber influido en el rendimiento de Sisa Green Flowers en el mercado internacional, incluidos eventos especiales, cambios en las tendencias de consumo, acciones de marketing y promoción, así como la calidad del producto, disponibilidad y precios competitivos.

A pesar del rendimiento positivo, existen áreas de oportunidad identificadas tanto a nivel interno como externo. Por ejemplo, la empresa podría explorar formas de mejorar la comunicación con los clientes a largo plazo y optimizar sus estrategias de marketing y distribución para mantener su posición competitiva y maximizar su presencia en los mercados internacionales.

Respondiendo al segundo objetivo específico, se concluye que los comentarios positivos predominantes sugieren que la mayoría de los consumidores están satisfechos con la calidad del producto y el servicio ofrecido por Sisa Green Flowers. Esto es fundamental para construir una reputación sólida y establecer la confianza del cliente en la marca, lo que contribuye a su éxito a nivel internacional.

La calidad del producto, la experiencia del cliente y el servicio al cliente emergen como factores clave que influyen en la satisfacción del cliente. La frescura, durabilidad y belleza de las flores, junto con la eficiencia y amabilidad en el servicio al cliente, son puntos destacados en varios comentarios, lo que resalta la importancia de estos aspectos para la empresa.

Las implicaciones derivadas del análisis de contenido de comentarios sugieren la necesidad de enfocar los esfuerzos de marketing en resaltar la calidad del producto y mejorar la experiencia del cliente. Mejorar la comunicación y la atención al cliente, así como considerar ajustes en la gama de productos, son recomendaciones clave para abordar las necesidades y expectativas de los consumidores de manera más efectiva

La diversificación de la gama de productos y la adaptación estratégica para satisfacer las demandas específicas del mercado son aspectos importantes que considerar para mantener la relevancia y competitividad en un mercado global en constante evolución. La empresa puede aprovechar estas recomendaciones para atraer a nuevos clientes y mantener su posición en un mercado altamente competitivo.

Tributando al tercer objetivo específico y después de realizar un análisis estratégico para la empresa Sisa Green Flowers, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

El crecimiento constante en las ventas en el mercado representa una oportunidad estratégica clave para Sisa Green Flowers. Este crecimiento se atribuye a varios factores, incluida la alta calidad del producto, la diversificación de la oferta, el marketing efectivo y la atención al cliente excepcional. Estos elementos han

contribuido al éxito continuo de la empresa en este mercado y proporcionan una base sólida para su expansión y consolidación.

Para mantener y mejorar su posición en el mercado internacional, Sisa Green Flowers debe buscar oportunidades de diferenciación y posicionamiento efectivo. Esto implica comprender la competencia, diferenciar sus productos, desarrollar estrategias de marketing efectivas y optimizar su canal de distribución. Al destacar sus fortalezas y diferenciadores únicos, la empresa puede ganar una ventaja competitiva y capturar una mayor participación de mercado.

A pesar del crecimiento sostenido, Sisa Green Flowers enfrenta desafíos y áreas de mejora en el mercado estadounidense que incluyen la gestión de la calidad del producto de manera consistente, la optimización de la experiencia del cliente y la identificación de nuevas oportunidades de diferenciación frente a la competencia.

Basándose en los hallazgos del análisis estratégico, Sisa Green Flowers debe desarrollar e implementar estrategias futuras centradas en fortalecer su posición en el mercado estadounidense. Esto puede implicar la innovación continua en productos y servicios, la mejora de la experiencia del cliente, la expansión de su presencia en línea y fuera de línea, y la inversión en marketing y promoción. Al mantener un enfoque centrado en el cliente y la calidad, la empresa puede seguir creciendo y prosperando en el mercado internacional de flores.

Después de analizar las entrevistas con los clientes del mercado internacional y vincularlas al desarrollo del modelo de comercialización de flores de exportación hacia este mercado, se pueden extraer las siguientes conclusiones finales:

Las entrevistas resaltan la importancia de comprender las preferencias y necesidades específicas de los clientes internacionales, lo que subraya la necesidad de realizar una investigación exhaustiva del mercado y analizar a fondo el comportamiento del cliente para adaptar los productos y servicios de SISA GREEN FLOWERS al mercado objetivo.

Los clientes de diferentes países valoran la alta calidad y durabilidad de los productos de Sisa Green Flowers. Esta consistencia en la calidad es un factor decisivo para la satisfacción del cliente y contribuye a la lealtad de la marca. Sisa

Green Flowers recibe elogios por su excelente servicio al cliente y comunicación clara. La capacidad del equipo para responder rápidamente y resolver problemas de manera eficaz muestra un fuerte compromiso con la satisfacción del cliente.

Aunque algunos clientes han experimentado problemas o desafíos con los productos, Sisa Green Flowers ha demostrado ser proactiva y profesional en la resolución de estos inconvenientes. Esto ha influido positivamente en la percepción de la marca y ha fortalecido la confianza de los clientes.

Los clientes de diferentes países han ofrecido sugerencias constructivas para mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la percepción de la marca en el mercado internacional. Estas recomendaciones incluyen aumentar la variedad de productos, mejorar la transparencia en el seguimiento de pedidos, y ofrecer opciones de embalaje más sostenibles.

Por lo anterior, es crucial desarrollar productos florales que cumplan con los estándares de calidad y las expectativas de los clientes internacionales. Esto implica seleccionar cuidadosamente las variedades de flores más adecuadas y garantizar altos niveles de calidad y frescura para satisfacer las demandas del mercado.

Sisa Green Flowers debe desarrollar una estrategia de marketing integral que posicione su marca de manera efectiva en el mercado internacional. Esto incluye estrategias de branding, promoción en redes sociales, publicidad en línea y participación en eventos de la industria para aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la marca en el mercado objetivo.

Es fundamental establecer canales de distribución eficientes y planificar la logística adecuada para garantizar la entrega oportuna y eficiente de los productos a los clientes internacionales. Esto puede implicar acuerdos con distribuidores locales, transporte internacional y gestión de inventario para optimizar la cadena de suministro.

Sisa Green Flowers debe centrarse en proporcionar un excelente servicio al cliente y gestionar relaciones sólidas con los clientes internacionales. Esto implica brindar atención personalizada, resolver problemas de manera efectiva y

mantener una comunicación abierta con los clientes para construir confianza y lealtad a la marca.

Finalmente, es crucial evaluar periódicamente el desempeño del modelo de comercialización y realizar mejoras según sea necesario. Esto implica recopilar comentarios de los clientes, analizar métricas clave de rendimiento y ajustar estrategias según los resultados obtenidos para mantener la relevancia y competitividad en el mercado internacional de flores.

Referencias

- Águeda, E. T., Antonio, M. J., Juan, & otros. (2022). *Fundamentos de marketing*. ESIC.
- Ahiduzzaman, M. (2022). *Postharvest Technology: Recent Advances, New Perspectives and Applications*. BoD – Books on Demand.
- Alhaimer, R. (2022). Fluctuating Attitudes and Behaviors of Customers toward Online Shopping in Times of Emergency: The Case of Kuwait during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Internet Commerce*, 21(1), 26-50. <https://doi.org/10.1080/15332861.2021.1882758>
- Anacleto, A., & Santos, E. C. dos. (2021). Logistics management of small cut-flower businesses: A brief overview of retail trade on the coast of Paraná – Brazil. *Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento*, 10(1), Article 1. <https://doi.org/10.3895/rbpd.v10n1.10913>
- Ancín, J. M. S. de V. (2022). El plan de marketing en la práctica (24va Edición). ESIC Editorial.
- Blakeman, R. (2023). *Integrated Marketing Communication: Creative Strategy from Idea to Implementation*. Rowman & Littlefield.
- Carrión, M. M. (2018). Internationalization strategies in the Ecuadorian flower industry [Tesis de Maestría, HEC MONTRÉAL].
- Chen, K., Xiao, T., Wang, S., & Lei, D. (2021). Inventory strategies for perishable products with two-period shelf-life and lost sales. *International Journal of Production Research*, 59(17), 5301-5320. <https://doi.org/10.1080/00207543.2020.1777480>
- Chichanda, J. L., y Caicedo, T. A. (2021). Análisis de intercambio comercial de Ecuador—Canadá y su incidencia en el saldo de la Balanza Comercial de Ecuador durante el período 2010-2019 [Tesis de Grado, Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Guayaquil].
- de Roest, K., Ferrari, P., & Knickel, K. (2018). Specialisation and economies of scale or diversification and economies of scope? Assessing different agricultural development pathways. *Journal of Rural Studies*, 59, 222-231. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.04.013>
- Dinnie, K. (2022). *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. Routledge.

- Expoflores (2023). Información económica. Reportes estadísticos mensuales 2023. <https://expoflores.com/informacion-economica/>
- Fárez, J. V. (2020). Estudio de la evolución del comercio exterior del Ecuador en función del grado de apertura comercial en el periodo 2007–2017 [Tesis de Grado, Universidad Politécnica Salesiana].
- Fernandes, L., Casal, S., Pereira, J. A., Saraiva, J. A., & Ramalhosa, E. (2020). An Overview on the Market of Edible Flowers. *Food Reviews International*, 36(3), 258-275. <https://doi.org/10.1080/87559129.2019.1639727>
- Fulano, A. M., Lengai, G. M. W., & Muthomi, J. W. (2021). Phytosanitary and Technical Quality Challenges in Export Fresh Vegetables and Strategies to Compliance with Market Requirements: Case of Smallholder Snap Beans in Kenya. *Sustainability*, 13(3), Article 3. <https://doi.org/10.3390/su13031546>
- Gabellini, S., & Scaramuzzi, S. (2022). Evolving Consumption Trends, Marketing Strategies, and Governance Settings in Ornamental Horticulture: A Grey Literature Review. *Horticulturae*, 8(3), Article 3. <https://doi.org/10.3390/horticulturae8030234>
- Goodman, J. (2019). *Strategic Customer Service: Managing the Customer Experience to Increase Positive Word of Mouth, Build Loyalty, and Maximize Profits*. AMACOM
- Hibrand Saint-Oyant, L., Ruttink, T., Hamama, L., Kirov, I., Lakhwani, D., Zhou, N. N., Bourke, P. M., Daccord, N., Leus, L., Schulz, D., Van de Geest, H., Hesselink, T., Van Laere, K., Debray, K., Balzergue, S., Thouroude, T., Chastellier, A., Jeauffre, J., Voisine, L., ... Foucher, F. (2018). A high-quality genome sequence of *Rosa chinensis* to elucidate ornamental traits. *Nature Plants*, 4(7), Article 7. <https://doi.org/10.1038/s41477-018-0166-1>
- Hiriyappa .B. (2019). Análisis estratégico de negocios. Editorial Babelcube Inc.
- Iglesias, O., Markovic, S., Singh, J. J., & Sierra, V. (2019). Do Customer Perceptions of Corporate Services Brand Ethicality Improve Brand Equity? Considering the Roles of Brand Heritage, Brand Image, and Recognition Benefits. *Journal of Business Ethics*, 154(2), 441-459. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3455-0>

- Kalkuhl, M., & Wenz, L. (2020). The impact of climate conditions on economic production. Evidence from a global panel of regions. *Journal of Environmental Economics and Management*, 103, 102360. <https://doi.org/10.1016/j.jeem.2020.102360>
- Kim, Y.-K., & Sullivan, P. (2019). Emotional branding speaks to consumers' heart: The case of fashion brands. *Fashion and Textiles*, 6(1), 2. <https://doi.org/10.1186/s40691-018-0164-y>
- Kumar, P. L., Cuervo, M., Kreuze, J. F., Muller, G., Kulkarni, G., Kumari, S. G., Massart, S., Mezzalama, M., Alakonya, A., Muchugi, A., Graziosi, I., Ndjiondjop, M.-N., Sharma, R., & Negawo, A. T. (2021). Phytosanitary Interventions for Safe Global Germplasm Exchange and the Prevention of Transboundary Pest Spread: The Role of CGIAR Germplasm Health Units. *Plants*, 10(2), Article 2. <https://doi.org/10.3390/plants10020328>
- Kumar, S., Malik, A., & Hooda, V. (2021). Drying of flowers: A money-spinning aspect of floriculture industry. *Journal of Pharmacognosy and Phytochemistry*, 10(2S), 27-31.
- Laza, C. A. (2019). *Políticas de marketing internacional*. UF1782. Tutor Formación.
- Lin, X., Negenborn, R. R., Duinkerken, M. B., & Lodewijks, G. (2018). Reducing Unmet Demand and Spoilage in Cut Rose Logistics: Modeling and Control of Fast Moving Perishable Goods. *Transportation Research Record*, 2672(9), 130-140. <https://doi.org/10.1177/0361198118783901>
- Miller, C. T. A., Susan Fournier, Felicia. (2008). Brands and their Meaning Makers. En *Handbook of Consumer Psychology*. Routledge.
- Nadanyiova, M., Kliestikova, J., & Kolencik, J. (2018). Sensory Marketing from the Perspective of a Support Tool for Building Brand Value. *Economics and Culture*, 15(1), 96-104. <https://doi.org/10.2478/jec-2018-0011>
- Nazemi Rafi, Z., Kazemi, F., & Tehranifar, A. (2020). Public preferences toward water-wise landscape design in a summer season. *Urban Forestry & Urban Greening*, 48, 126563. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2019.126563>
- Nguyen, A. T., Parker, L., Brennan, L., & Lockrey, S. (2020). A consumer definition of eco-friendly packaging. *Journal of Cleaner Production*, 252, 119792. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119792>

- Pastor, B. F. R. (2019). Población y muestra. PUEBLO CONTINENTE, 30(1), 62-79. <http://journal.upao.edu.pe/PuebloContinente/article/view/1269>
- Pröbstl-Haider, U., Hödl, C., Ginner, K., & Borgwardt, F. (2021). Climate change: Impacts on outdoor activities in the summer and shoulder seasons. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 34, 100344. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2020.100344>
- Qiu, L., Jie, X., Wang, Y., & Zhao, M. (2020). Green product innovation, green dynamic capability, and competitive advantage: Evidence from Chinese manufacturing enterprises. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 146-165. <https://doi.org/10.1002/csr.1780>
- Ramdasi, S., & Shinde, D. (2021). Effect of FIFO Strategy Implementation on Warehouse Inventory Management in The Furniture Manufacturing Industry. *International Journal of Engineering and Technical Research*, 10, 179-183.
- Rombach, M., Widmar, N., Byrd, E., & Bitsch, V. (2018). Understanding preferences of German flower consumers: The desire for sustained beauty. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(6), 560-576. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-10-2017-0229>
- Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2022). *The Handbook of Logistics and Distribution Management: Understanding the Supply Chain*. Kogan Page Publishers.
- Saharan, S., Bawa, S., & Kumar, N. (2020). Dynamic pricing techniques for Intelligent Transportation System in smart cities: A systematic review. *Computer Communications*, 150, 603-625. <https://doi.org/10.1016/j.comcom.2019.12.003>
- Salazar, C. A. (2020). El impacto de las exportaciones de flores y sus efectos en el crecimiento económico en el Ecuador en el período 2004 -2017 [Tesis de Grado, Universidad Técnica de Ambato].
- Sisa Green Flowers (2023). Bienvenidos a Sisa Green. <https://sisagreenflowers.com/>
- Siddiqui, M. W., Rahman, M. S., & Wani, A. A. (2018). *Innovative Packaging of Fruits and Vegetables: Strategies for Safety and Quality Maintenance*. CRC Press.

- Singh, B., & Singh, S. (2018). *Advances in Postharvest Technologies of Vegetable Crops*. CRC Press.
- Thabit, T., & Raewf, M. (2018). *The Evaluation of Marketing Mix Elements: A Case Study* (SSRN Scholarly Paper 3173274). <https://papers.ssrn.com/abstract=3173274>
- Villavicencio, C. J. C., Carrión, C. M. G., Salcedo-Muñoz, V. E., y Sotomayor-Pereira, J. G. (2021). El sector florícola del Ecuador y su aporte a la balanza comercial agropecuaria: Periodo 2009 – 2020. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 8(1), 74-82. <https://doi.org/10.26423/rctu.v8i1.549>