

# **Cúpula como propuesta de estrategia para la Comercialización y preservación de flora de clima frío en Cúcuta Norte de Santander, Colombia**

**Karen Juliana Marín Arias**  
Código estudiantil: 202012619911

**Hada Naidú Vega Martínez**  
Código estudiantil: 202012619544

Trabajo de Investigación del programa: **Comercio y Negocios Internacionales**

Tutores:  
**Luis Eduardo Rodríguez Arenas**  
**Yorley Adriana Mora Urbina**

## **RESUMEN**

El propósito del presente proyecto es proponer una estrategia para la preservación y comercialización de flora de clima frío en Cúcuta, Norte de Santander, debido a la idea surgida sobre la necesidad de la comercialización de diversa flora alrededor del territorio nacional y regional y no únicamente en territorios con clima frío. La región de Cúcuta, con su particular clima y biodiversidad, ofrece un potencial significativo para el desarrollo de un mercado de flores que no solo satisfaga la demanda local, sino que también pueda extenderse a otros mercados dentro y fuera del país. Sin embargo, la industria se enfrenta a diversas circunstancias adversas, como el calentamiento global, que afecta la disponibilidad y calidad de las especies de flora, así como el desconocimiento generalizado en cuanto a la manipulación adecuada de las flores, lo que puede llevar a pérdidas económicas y a la insatisfacción del cliente. Por consiguiente, se realizó un análisis

del sector, recopilando información existente acerca de los principales comerciantes de flores, así como de sus negocios, comúnmente conocidos como florerías y floristerías, que se encuentran en la Avenida 0 del centro de la ciudad de Cúcuta, Colombia, así como en los sectores que hacen parte de los cementerios "La Esperanza" y "Jardines de San José".

Este análisis no solo se centró en la identificación de los actores clave en el mercado, sino también en la evaluación de sus prácticas comerciales, la calidad de los productos ofrecidos y la satisfacción del cliente. A través de encuestas y entrevistas, se logró obtener una visión clara sobre las preferencias de los consumidores, así como sobre los desafíos que enfrentan los comerciantes en su día a día. La información recopilada permitirá identificar oportunidades de mejora en la cadena de suministro y en las estrategias de comercialización, lo que es fundamental para el desarrollo de un plan que no solo busque la preservación de la flora de clima frío, sino que también promueva su comercialización efectiva. Además, se considerará la implementación de prácticas sostenibles que ayuden a mitigar el impacto del calentamiento global en la producción de flores, garantizando así que las futuras generaciones también puedan disfrutar de esta riqueza natural. La propuesta de estrategia incluirá la capacitación de los comerciantes en técnicas de manejo y conservación de las flores, así como en marketing digital y ventas, para que puedan alcanzar un público más amplio y diversificado. También se explorará la posibilidad de crear alianzas con instituciones educativas y organizaciones ambientales que puedan apoyar en la investigación y desarrollo de nuevas técnicas de cultivo y conservación. De esta manera, se busca no solo mejorar la eficiencia y

rentabilidad de las florerías locales, sino también contribuir al empoderamiento de los comerciantes y a la creación de un mercado más robusto y sostenible. En conclusión, el proyecto tiene como objetivo no solo la preservación de la flora de clima frío en Cúcuta, sino también la creación de un modelo de negocio que sea rentable y sostenible, beneficiando a la comunidad local y promoviendo la biodiversidad en la región. La implementación de esta estrategia podría posicionar a Cúcuta como un referente en la comercialización de flores en Colombia, aprovechando su riqueza natural y su potencial de mercado.

**Palabras clave:** comercialización, innovación, flora, ventaja competitiva, estrategias

### ABSTRACT

The purpose of this project is to propose a strategy for the preservation and commercialization of cold-climate flora in Cúcuta, Norte de Santander, due to the idea that has arisen about the need to commercialize diverse flora throughout the national and regional territory and not only in territories with cold climates. The Cúcuta region, with its particular climate and biodiversity, offers significant potential for the development of a flower market that not only meets local demand but can also extend to other markets within and outside the country. However, the industry faces various adverse circumstances, such as global warming, which affects the availability and quality of flora species, as well as widespread lack of knowledge regarding the proper handling of flowers, which can lead to economic losses and customer dissatisfaction. Therefore, an analysis of the sector was carried out, gathering existing information about the main flower traders, as well as their

businesses, commonly known as florists and flower shops, located on Avenida 0 in the center of the city of Cúcuta, Colombia, as well as in the sectors that are part of the "La Esperanza" and "Jardines de San José" cemeteries.

This analysis not only focused on identifying key market players but also on evaluating their business practices, the quality of the products offered, and customer satisfaction. Through surveys and interviews, a clear vision was obtained on consumer preferences and the challenges faced by traders in their daily lives. The collected information will help identify opportunities for improvement in the supply chain and marketing strategies, which is essential for developing a plan that not only seeks to preserve cold-climate flora but also promotes its effective commercialization. Additionally, the implementation of sustainable practices will be considered to help mitigate the impact of global warming on flower production, ensuring that future generations can also enjoy this natural wealth. The proposed strategy will include training traders in flower handling and conservation techniques, as well as in digital marketing and sales, so they can reach a wider and more diverse audience. The possibility of creating alliances with educational institutions and environmental organizations that can support research and development of new cultivation and conservation techniques will also be explored. In this way, the aim is not only to improve the efficiency and profitability of local flower shops but also to contribute to the empowerment of traders and the creation of a more robust and sustainable market. In conclusion, the project aims not only to preserve cold-climate flora in Cúcuta but also to create a profitable and sustainable business model, benefiting the local community and promoting biodiversity in the region. The

implementation of this strategy could position Cúcuta as a benchmark in flower commercialization in Colombia, taking advantage of its natural wealth and market potential.

**Key Words:** Commercialization, Innovation, Flora, Competitive advantage, Strategies

## REFERENCIAS

1. Andrade Espinoza, S. (2003). Diccionario de Economía y Finanzas. Aumentada y corregida. Editorial Andrade. Lima-Perú.
2. Babativa Novoa, CA (2017). Investigación cuantitativa. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/3544/Investigacion%20cuantitativa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
3. Cabana, S., Gálvez, P., & Muñoz, C. (2015). Variables críticas en las ventajas competitivas de restaurantes gourmet La Serena, Chile. *Colciencias*, 58-61. [http://tambara.org/wpcontent/uploads/2019/09/4.importa\\_ventaj\\_competit\\_organizac\\_FINAL.pdf](http://tambara.org/wpcontent/uploads/2019/09/4.importa_ventaj_competit_organizac_FINAL.pdf)
4. Cambio climático y falta de mano de obra afectan la productividad de floricultores colombianos (2017). Syngenta. Recuperado de <https://www.syngenta.com.co/news/noticias/cambio-climatico-y-falta-de-mano-de-obra-afectan-la-productividad-de-floricultores>
5. Cateora, P y Graham, J (2012). *Marketing Internacional*. Madrid. Mc Graw Hill Interamericana. 2006. XXXI Edición

6. Cohen, L. y Manion, L. (1990). Métodos de investigación educativa. Madrid: Editorial La Muralla.
7. ¿Cómo funciona el sector floricultor en Colombia? (2019). Procolombia. Recuperado de <https://www.colombiatrading.com.co/noticias/como-funciona-el-sector-floricultor-en-colombia>
8. Comercialización. (2020, 26 mayo). Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>
9. Cohen, R. y Swerdlik, M. (2020). Pruebas y evaluación psicológicas: introducción a las pruebas y a la medición (6.<sup>a</sup> ed.). México: Mc-Graw-Hill Interamericana.
10. Cuesta, M. (2009). Introducción al muestreo. Universidad de Ovideo. <https://www.gestiopolis.com/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-teoria/>.
11. Chandler, A. D. (2003). Strategy and Structure. Chapters in the history of the American Industrial Enterprise. New York: Beard Books
12. Czinkota, R. & Ronkainen, I (2011). Marketing International. México. Cengage Learning Editors. VIII Edición.
13. Dalle, L. (2006). Grow or go: A theory-building study regarding the survival and growth of micro-small enterprises. Southern Cross University, New South Wales, Australia. <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941231004.pdf>
14. Díaz, de Rada Vidal (2001): "Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial". Esic editorial. Pozuelo de Alarcón, España.

15. Facultad de Economía UNAM (S.F). Principales teorías sobre el comercio internacional. <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/mcam/1.pdf>
16. Gisela Ch. Rodríguez E. (2016). Marketing internacional para la comercialización de productos agroindustriales en Colombia <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0102064/cap02.pdf>
17. Galán, J. S. (2021, 2 octubre). Presupuesto. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/presupuesto.html>
18. Gil, S. (2022, 1 marzo). Ingreso. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/ingreso.html>
19. González María. (2021, Abril 26). Presupuesto. Qué es, importancia, elementos, características, tipos, componentes. <https://www.gestiopolis.com/presupuesto-que-es-importancia-elementos-tipos/>
20. Gómez, Marcelo M. (2006): "Introducción a la Metodología de la Investigación Científica". Edit. Brujas. Córdoba, Argentina.
21. Grasso, Livio (2006): "Encuestas: elementos para su diseño y análisis". Encuentro Grupo Editor. Córdoba, Argentina.
22. Grinspun, M. P. S. (1974). Os novos paradigmas em educação: os caminhos viáveis para ua análise. Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos, 75, 211-242.
23. Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). México: McGrwall Hill Education.

24. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. México D.F.: McGraw-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
25. Hernández, O. (2012). Estadística Elemental para Ciencias Sociales. (Tercera Edición). San José, Costa Rica: Editorial Universidad de Costa Rica.
26. Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, T. C. P. (2018). Metodología de la investigación (6.a ed.). México D. F.: Mc-Graw-Hill Interamericana.
27. Infante, G. S., y Zárate de Lara, G. (2010). Métodos estadísticos: Un enfoque interdisciplinario. Trillas. Texcoco, Estado de México, México. 643 p
28. Johnston, R., & Bate, D. (2003). The power of strategy innovation. New York: American Management Association.  
<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941231004.pdf>.
29. Juste, I. (2021, 2 septiembre). Contaminación del suelo: causas, consecuencias y soluciones. [ecologiaverde.com](https://www.ecologiaverde.com).  
<https://www.ecologiaverde.com/contaminacion-del-suelo-causas-consecuencias-y-soluciones-285.html>
30. Kerlinger, F. y Lee, H. (2002). Investigación del comportamiento: Métodos de investigación en ciencias sociales. DF, México: McGraw Hill Interamericana.
31. Kotler, P (1971) Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición, Prentice Hall, Pág. 11
32. Kloter, P. (2012). MARKETING (14th Edición). Person HispanoAmerica Contenido. <https://bookshelf.vitalsource.com/books/9786073214209>

33. Kotler, P. García, A. (2012) Marketing. Editorial Pearson Educación México.  
[https://www.academia.edu/42228046/Kotler\\_P\\_and\\_Armstrong\\_G\\_2012\\_Marketing\\_14e\\_PEARSON\\_EDUCACION\\_MEXICO](https://www.academia.edu/42228046/Kotler_P_and_Armstrong_G_2012_Marketing_14e_PEARSON_EDUCACION_MEXICO)
34. La cadena de frío, un proceso fundamental en el transporte de las flores (2021). SRLogísticos.  
<https://srl.com.co/la-cadena-de-frio-un-proceso-fundamental-en-el-transporte-de-las-flores/>
35. Lee, P., Joo, S. H., and Lee, S. (2019). Examining stability of personality profile solutions between Likert-type and multidimensional forced choice measure. *Personality and Individual Differences*, 142, 13-20.
36. Mankiw, G (1997) Principios de Economía, Tercera Edición, Mc Graw Hill, Pág. 41.
37. Mata, L (2019). El enfoque de investigación: la naturaleza del estudio. Investigalia.  
<https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-de-investigacion-la-naturaleza-del-estudio/>.
38. Mata, L (2019). Diseños de investigaciones con enfoque cuantitativo de tipo no experimental. Investigalia.  
<https://investigaliacr.com/investigacion/disenos-de-investigaciones-con-enfoque-cuantitativo-de-tipo-no-experimental/>.
39. Marquiegui, A. (1997). Nuevos paradigmas en educación y el proyecto "Plantel". *Docencia, Investigación y Extensión* 1(1), 13-25.
40. Martínez, H. (2020). Flores deformes un problema ligado a la calidad de exportación. Metroflor.  
<https://www.metroflorcolombia.com/flores-deformes-un-problema-ligado-a-la-calidad-de-exportacion/>.

41. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (20 septiembre 2017). Resolución 1909 de 2017. "Por la cual se establece el Salvoconducto Único Nacional en Línea para la movilización de especímenes de la diversidad biológica". DO. 50362  
<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=71543>.
42. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (07 de mayo de 2008). Decreto 1498 de 2008. "Por el cual se reglamenta el parágrafo 3° del artículo 5° de la Ley 99 de 1993 y el artículo 2° de la Ley 139 de 1994. Plantaciones Forestales". DO. 46982.  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=30098>
43. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (07 de mayo de 2008). Decreto 1498 de 2008. Artículo 6. Movilización.  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=30098>
44. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (Mayo 26, 2015). Decreto 1076 de 2015. "Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible"  
<https://corponor.gov.co/ACTOSJURIDICOS/NORMATIVIDAD/decreto1076.pdf>
45. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2015). Decreto 1076 de 2015. Artículo 2.2.1.1.11.6. Obligación de exigencia de salvoconducto.  
<https://corponor.gov.co/ACTOSJURIDICOS/NORMATIVIDAD/decreto1076.pdf>

46. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2015). Decreto 1076 de 2015. Artículo 2.2.1.1.11.6. Función de control y vigilancia.  
<https://corponor.gov.co/ACTOSJURIDICOS/NORMATIVIDAD/decreto1076.pdf>
47. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2015). Decreto 1076 de 2015. Artículo 2.2.1.1.14.2. Deber de colaboración.  
<https://corponor.gov.co/ACTOSJURIDICOS/NORMATIVIDAD/decreto1076.pdf>
48. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2015). Decreto 1076 de 2015. Artículo 2.2.1.1.14.3. Control y seguimiento.  
<https://corponor.gov.co/ACTOSJURIDICOS/NORMATIVIDAD/decreto1076.pdf>
49. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2015). Decreto 1076 de 2015. Artículo 2.2.1.1.15.1. Régimen Sancionatorio.  
<https://corponor.gov.co/ACTOSJURIDICOS/NORMATIVIDAD/decreto1076.pdf>
50. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2015). Decreto 1076 de 2015. Artículo 2.2.1.1.13.4. Renovación del salvoconducto.  
<https://corponor.gov.co/ACTOSJURIDICOS/NORMATIVIDAD/decreto1076.pdf>
51. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2015). Decreto 1076 de 2015. Artículo 2.2.1.1.13.7. Obligaciones de transportadores.

[https://corponor.gov.co/ACTOSJURIDICOS/NORMATIVIDAD/decreto1076.](https://corponor.gov.co/ACTOSJURIDICOS/NORMATIVIDAD/decreto1076)

pdf

52. Montero, J (2016) Botánica III. Manual de laboratorio. (p. 8)

[http://bios.biologia.umich.mx/obligatorias/botanica/manu\\_botan\\_3\\_23agos2016.pdf](http://bios.biologia.umich.mx/obligatorias/botanica/manu_botan_3_23agos2016.pdf)

53. Morales Castro, A et al (2019). Economía internacional. Bogotá, Colombia:

Ediciones de la U Limitada (p.91)

[https://books.google.com.co/books/about/Econom%C3%ADa\\_internacional.html?id=7-AZEAAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.co/books/about/Econom%C3%ADa_internacional.html?id=7-AZEAAAQBAJ&redir_esc=y)

54. Muñoz L. (2009). Control presupuestario: Planificación, elaboración y

seguimiento del presupuesto. Sant Feliu de Llobregat, Barcelona: Bresca

Editorial, S, L (p. 41)

<https://books.google.com.co/books?id=nPGWEj5OfsC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

55. Panta, K (2017). ENFOQUES METODOLÓGICOS EN EL DISEÑO DE

TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN EN EL ÁMBITO EDUCATIVO. Universidad

Técnica de Machala.

[repositorio.utmachala.http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/11258/1/EUACCS%20DE00053.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/11258/1/EUACCS%20DE00053.pdf)

56. Perdomo, J. (2003). La arquitectura organizacional y las capacidades

estratégicas empresariales. Revista de ciencias administrativas y sociales.

[http://tambara.org/wp-](http://tambara.org/wp-content/uploads/2019/09/4.importa_ventaj_competit_organizac_FINAL.pdf)

[content/uploads/2019/09/4.importa\\_ventaj\\_competit\\_organizac\\_FINAL.pdf.](http://tambara.org/wp-content/uploads/2019/09/4.importa_ventaj_competit_organizac_FINAL.pdf)

57. Pérez, A., Valle, R., & Wiklund, J. (2007). La innovación y la imitación como fuentes de ventaja competitiva sostenible. *Gestión de la investigación*, 78. [http://tambara.org/wp-content/uploads/2019/09/4.importa\\_ventaj\\_competit\\_organizac\\_FINAL.pdf](http://tambara.org/wp-content/uploads/2019/09/4.importa_ventaj_competit_organizac_FINAL.pdf).
58. Porter, M. (1990) *La ventaja competitiva de las naciones*. Editorial Plaza y Janés. Javier Vergara Editor SA, Bs.As., 1991.
59. Plagas de los cultivos: clasificación, descripción y daños. | micex.es. (2019, 2 mayo). micex.es Formación y Prevención. <https://www.micex.es/learn/leccion/1-plagas-de-los-cultivos/>
60. Plazas (2017). Cambio climático y falta de mano de obra afectan la productividad de floricultores colombianos. Syngenta Colombia. <https://www.syngenta.com.co/news/noticias/cambio-climatico-y-falta-de-mano-de-obra-afectan-la-productividad-de-floricultores>.
61. Procolombia. (S.F). En floricultura, la respuesta es Colombia. Recuperado de <https://www.colombia.co/pais-colombia/hechos/en-floricultura-la-respuesta-es-colombia-2/>
62. Procolombia (2019), ¿Cómo funciona el sector floricultor en Colombia?. Tomado de <https://www.colombiatrader.com.co/noticias/como-funciona-el-sector-floricultor-en-colombia>.
63. ¿Qué es la cadena de frío? (2019, 7 febrero). Jose Bernad. <https://www.josebernad.com/la-cadena-de-frio/>
64. Ramírez J, Díaz C, Redondo M, (2019). Cap. 5. Teoría monetaria. Economía internacional. Ediciones de la U (p. 91).

65. Rivera, J., & Ruiz, D. (2011). Análisis del desempeño financiero de empresas innovadoras del Sector Alimentos y Bebidas en Colombia. *Pensamiento & Gestión*, (31), 109-136.  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-62762011000200007](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762011000200007)
66. Ricoy, C. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. *Revista do Centro de Educação*, 31 (1), 11-22.
67. Romero, R. (1997) *Marketing*, Editora Palmir E.I.R.L., Pág. 55.
68. Rodríguez Peñuelas (2008): "Material de Seminario de Tesis". (Guía Para Diseñar Proyectos de Investigación de Tesis del Doctorado en Estudios Fiscales de la FCA de la UAS).
69. Rojas, Soriano Raúl (1996): "Guía para realizar investigaciones sociales". Edición 18 pág 197. Plaza y Valdés Editores. España
70. Roldán, P. (2018). *Economipedia Haciendo Fácil la Economía*. Recuperado el 15 de mayo de 2019, de *Competitividad*:  
<https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>.
71. Ruiz, L (2019). ¿Qué es el diseño de investigación y cómo se realiza? *psicologiyamente*.  
<https://psicologiyamente.com/miscelanea/disenio-de-investigacion>.
72. Sánchez, J. (2022, 28 enero). Partes de la flor y sus funciones. *ecologiaverde.com*.  
<https://www.ecologiaverde.com/partes-de-la-flor-y-sus-funciones-1969.html>

73. Suárez-Montes, N. D., Sáenz-Gavilanes, J. V., & Mero-Vélez, J. M. (2016). Elementos esenciales del diseño de la investigación. Sus características. *Dominio de las Ciencias*, 2(3 Especial), 72-85. <https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/294/349>
74. Sheldon (1985). *The Philosophy of Management*. Edition published in the Taylor & Francis e-Library. Editorial matter and selection Kenneth Thompson
75. Tabuenca, E. (2013, enero 8). Cuáles son las propiedades de la glicerina vegetal. [Www.mundodeportivo.com/uncomo](http://Www.mundodeportivo.com/uncomo). <https://www.mundodeportivo.com/uncomo/salud/articulo/cuales-son-las-propiedades-de-la-glicerina-vegetal-16878.html>.
76. Terry, G. R. (1973). *Principios de administración*. Editorial CECSA.
77. Tamayo y Tamayo, Mario. *El Proceso de la Investigación Científica*. Editorial Limusa S.A. México. 1997.
78. United Nations. (S. F.). ¿Qué es el cambio climático? Naciones Unidas. <https://www.un.org/es/climatechange/what-is-climate-change>
79. Zaltman, G., Duncan, R., & Holbeck, J. (1973). *Innovations and Organizations*. New York: John Wiley & Sons. <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941231004.pdf>.