

Estudio Transversal

Sector Flores en USA

Miami 2025

ProChile - Todos los derechos reservados.
Junio, 2025



HACIENDO
NEGOCIOS
CON EL MUNDO



1. Resumen Ejecutivo

La industria de las flores en **Estados Unidos** representa uno de los mercados más **desarrollados y diversificados a nivel global**. Con un valor estimado superior a los **16 mil millones de dólares anuales**, este sector combina **producción nacional e importaciones**, siendo estas últimas el **principal componente del abastecimiento**.

Más del **80% de las flores frescas** cortadas que se consumen en el país **son importadas**, principalmente desde Colombia (58%) y Ecuador (25%), **consolidando a EE.UU. como el mayor importador mundial de flores**.

El consumo floral está **altamente concentrado en fechas estacionales clave** como el Día de San Valentín, el Día de la Madre, Navidad y Acción de Gracias. Sin embargo, se ha observado una **expansión del consumo** durante todo el año, gracias al crecimiento de nuevas plataformas de **e-commerce**, tales como, 1-800-Flowers, The Bouqs, Amazon, UrbanStems, etc.

Miami se posiciona como el principal **puerto de ingreso** de flores al país, concentrando cerca del **90% del volumen de importaciones**, dada su cercanía con

América Latina y su **infraestructura logística especializada**.

Las tendencias actuales del mercado están marcadas por una **mayor conciencia ambiental** por parte del consumidor, quien demanda **prácticas de cultivo sostenibles, empaques ecológicos y trazabilidad** en el origen de los productos.

Esto ha generado **nuevas oportunidades** para proveedores con **certificaciones verdes o prácticas responsables**.

Si bien **Chile (0,5%)** no figura actualmente entre los principales actores del mercado estadounidense de flores, **su mayor oportunidad competitiva radica en la contra estación**, que le permite abastecer al mercado norteamericano durante los meses de menor oferta local, especialmente entre **noviembre y marzo**.

Además, **existen oportunidades de inserción por la contra estación en nichos específicos como las flores nativas, preservadas, silvestres o con diseños exclusivos**, especialmente si se asocian con propuestas de valor diferenciadas y sostenibles.

2. Contexto del mercado

Se trata de un sector robusto que abastece tanto a consumidores finales como a empresas del rubro de eventos, hospitalidad y decoración.

Uno de los rasgos más destacados del mercado estadounidense es su alta dependencia de las importaciones: **más del 80 % de las flores frescas cortadas** que se comercializan en el país provienen del extranjero, principalmente desde Colombia y Ecuador.

Esta situación se explica por factores como los **bajos costos de producción en origen**, condiciones climáticas favorables en América Latina y una infraestructura logística eficiente, destacando el **Aeropuerto Internacional de Miami** como la principal puerta de entrada para el volumen floral importado.

A nivel doméstico, la producción de flores en Estados Unidos está liderada por **Florida**, que en 2024 concentró aproximadamente el **24 % de las ventas nacionales**, con

ingresos cercanos a los **USD 1.208 millones**.

Le sigue **California**, con una participación del **21 %** y ventas por **USD 983 millones** en el mismo período. Otros estados como **Michigan, Nueva Jersey, Ohio, Texas, Carolina del Norte, Pensilvania, Nueva York y Connecticut** aportan en conjunto cerca del 55 % restante de la producción nacional,

No obstante, el sector enfrenta desafíos importantes, entre ellos la **fuerte competencia de las importaciones**, que dominan la oferta, y la **estacionalidad de la demanda**, que genera fluctuaciones en los niveles de producción y en los precios.

Para mantener su competitividad, la industria debe seguir apostando por la **innovación tecnológica en producción agrícola**, estrategias de comercialización adaptadas al consumidor moderno, y prácticas orientadas a la **sostenibilidad ambiental y social**.

3. Tendencias del sector

La industria floral estadounidense se encuentra en un proceso de transformación, influenciada por cambios culturales, avances tecnológicos, nuevos hábitos de consumo y una creciente conciencia ambiental. A continuación, se describen las principales tendencias que están definiendo la evolución del mercado:

1. Auge del comercio electrónico y la digitalización

El e-commerce ha revolucionado la forma en que los consumidores compran flores. Plataformas especializadas, aplicaciones móviles y servicios de suscripción han ganado terreno frente a los canales tradicionales.

Empresas como The Bouqs, UrbanStems y 1-800-Flowers han consolidado modelos de negocio centrados en la experiencia digital, el diseño contemporáneo y la entrega rápida.

Este canal ha mostrado un crecimiento acelerado, especialmente tras la pandemia, y representa una oportunidad concreta para nuevos proveedores.

2. Preferencia por sostenibilidad y trazabilidad

Cada vez más consumidores valoran que las flores provengan de cultivos sostenibles, con buenas prácticas laborales y certificaciones como Rainforest Alliance, Florverde Sustainable Flowers o Fair Trade. El origen ético, la huella de carbono del transporte y el tipo de empaque utilizado son factores que influyen en la decisión de compra, especialmente entre generaciones más jóvenes y consumidores urbanos.

3. Flores como expresión de bienestar

Las flores ya no solo se asocian con regalos o eventos, sino también con bienestar emocional, decoración personal y rutinas de autocuidado. Esta tendencia ha impulsado la compra de flores para el hogar de forma regular, como parte de la ambientación de espacios, especialmente en contextos de trabajo remoto y diseño de interiores.



4. Diseño floral contemporáneo y minimalista

Existe una creciente demanda por arreglos florales que se alejan del estilo clásico y adoptan una estética más moderna, asimétrica y creativa. Las flores silvestres, tropicales, preservadas y de colores poco convencionales están ganando protagonismo, así como el uso de follajes exóticos y elementos secos o teñidos. Este enfoque visual se alinea con tendencias en redes sociales y diseño boutique.

5. Suscripciones florales y compras recurrentes

Las suscripciones mensuales o semanales a servicios de entrega de flores están en auge. Permiten a los consumidores recibir ramos frescos de manera periódica, a menudo con propuestas temáticas y diseño exclusivo. Esta modalidad favorece la fidelización y permite a las empresas conocer mejor las preferencias de sus clientes.

6. Flores preservadas y de larga duración

Las flores secas y preservadas han dejado de ser un nicho para convertirse en una tendencia consolidada en decoración y regalos. Su durabilidad, bajo mantenimiento y estética moderna las hacen atractivas para consumidores jóvenes y espacios corporativos. También se están integrando en el diseño de bodas y eventos.

7. Influencia de redes sociales y cultura visual

Instagram, Pinterest y TikTok han convertido a las flores en contenido visual de alto impacto. Los consumidores buscan arreglos “instagrameables”, con combinaciones de color y diseño que puedan compartirse. Esto ha incrementado la demanda de ramos personalizados, temáticos o que transmitan emociones específicas.

4. Análisis de la demanda

La **demanda de flores en Estados Unidos** es **diversa, estacional y en constante evolución**. Si bien **fechas clave** como el **Día de San Valentín**, el **Día de la Madre** y **Navidad** concentran la mayor parte del consumo, ha emergido una **demanda creciente durante todo el año** impulsada por **nuevas plataformas de e-commerce** y cambios en el estilo de vida.

Las flores ya no son solo un **regalo ocasional**, sino también una forma de **expresión personal, decoración y bienestar emocional**. Esta transformación en los patrones de consumo ha generado **nuevas oportunidades comerciales**, que pueden analizarse a partir de distintos **factores que segmentan la demanda**:

1. Existen diferencias marcadas según **perfil demográfico**

- **Mujeres entre 30 y 55 años** son las principales compradoras de flores, tanto para regalo como para uso personal.
- **Millennials y Gen Z** están impulsando el consumo online y valoran más las propuestas sostenibles y de diseño.
- Los **consumidores de altos ingresos** tienden a comprar arreglos más sofisticados, flores exóticas o de autor.
- La demanda es más fuerte en zonas **urbanas densas**, donde las flores se integran a la vida de apartamento.

2. Demanda por **categoría**

- **Flores cortadas** siguen dominando, especialmente en fechas clave.
- **Plantas en maceta** crecen por su valor decorativo y duración.
- **Flores preservadas y secas** captan un nuevo nicho por su estética y sostenibilidad.
- **Arreglos personalizados** están en alza, sobre todo en plataformas digitales

3. Demanda **institucional y corporative**

Hoteles, restaurantes, oficinas y eventos corporativos requieren arreglos florales frecuentes

Se buscan **proveedores confiables, con logística sólida** y opciones contractuales

Eventos como ferias, convenciones o lanzamientos de marca también generan pico



5. Análisis de la oferta

La **oferta de flores en Estados Unidos** se compone principalmente de **importaciones**, que representan **más del 80% del volumen** total, complementadas por una **producción nacional limitada y especializada**.

Colombia (58%) lidera ampliamente el suministro internacional de flores frescas destacando por su **capacidad de producción a gran escala y una logística aérea eficiente**. Sus principales productos exportados al mercado estadounidense incluyen rosas, claveles, crisantemos, alstroemerias y hortensias.

Ecuador (25%) ocupa el segundo lugar, sobresaliendo por sus **rosas de alta calidad** —de tallo largo y cabezas grandes— además de callas y gypsophila.

México se posiciona como proveedor de **follajes tropicales, orquídeas y flores de temporada**, mientras que **Canadá** abastece con **tulipanes y lirios** producidos en invernaderos, principalmente durante el invierno. **Holanda**, si bien con menor participación en volumen, continúa siendo un referente **en flores exóticas, bulbos y especies premium**.

En este contexto, la participación **de Chile (0,5%)** aún es marginal, pero presenta **ventajas competitivas** concretas en nichos como las **flores preservadas, silvestres y en especial las peonías**, cuya disponibilidad **contra estacional** (en los meses de noviembre y diciembre) coincide con la escasez en el hemisferio norte, lo que abre **oportunidades en segmentos de alto valor** como el diseño floral y los eventos de fin de año.

En cuanto a la **producción nacional**, esta se encuentra **concentrada geográficamente** en algunos **estados** con **condiciones agroclimáticas favorables**.

California lidera la producción doméstica, enfocándose en **lirios, tulipanes, gerberas, girasoles y follajes**, abasteciendo tanto al mercado regional como nacional.

Florida, además de su **rol logístico clave** a través del Aeropuerto Internacional de Miami, produce **flores tropicales y orquídeas**.

En el noroeste del país, los estados de **Washington y Oregon** destacan por su oferta de **tulipanes, narcisos y bulbos** de primavera. **Hawái** mantiene una producción diferenciada de flores tropicales como **anthuriums y heliconias**, mientras que **Alaska** ha ganado notoriedad por su producción estacional de **peonías durante el verano**, destinadas principalmente al segmento de bodas.

Estas **diferencias regionales en la oferta** permiten cierta **diversificación**, aunque **la presión de los costos y la competencia internacional** siguen limitando la expansión de la producción local.

6. Regulación y Políticas Gubernamentales

Estados Unidos cuenta con un sistema riguroso para regular la importación de flores, el cual está liderado por el Servicio de Inspección Sanitaria de Animales y Plantas (APHIS).

El ingreso y comercialización de flores en el mercado estadounidense está sujeto a estrictas normas fitosanitarias, aduaneras y comerciales, cuyo objetivo es proteger la biodiversidad local, asegurar la calidad del producto y prevenir la introducción de plagas.

Para los países exportadores —**incluido Chile**—, cumplir con estas regulaciones no solo es obligatorio, sino que representa un **requisito esencial para acceder y mantenerse en este mercado altamente competitivo**.

1. Autoridades competentes

- **USDA – APHIS (Animal and Plant Health Inspection Service):** Es la agencia principal encargada del control fitosanitario. Supervisa la entrada de productos vegetales, incluidas flores frescas, mediante inspecciones en puntos de entrada y requisitos previos al envío.
- **CBP (Customs and Border Protection):** Administra el proceso aduanero y colabora con APHIS en la fiscalización de cargas florales.

- **FDA:** Aunque tiene un rol menor en flores, participa en fiscalización de productos importados si hay envases con contacto indirecto con el consumidor (por ejemplo, kits DIY o con aromatizantes).

2. Requisitos fitosanitarios para flores frescas

- Las flores deben estar **libres de tierra, plagas, hongos o residuos vegetales** que puedan representar un riesgo fitosanitario.
- Cada envío debe ir acompañado de un **Certificado Fitosanitario** emitido por la autoridad del país de origen, en el caso de Chile, el SAG.
- Es común que el **100 % de los envíos de flores cortadas sean inspeccionados** al ingreso en aeropuertos como Miami o Los Ángeles.
- Las especies que albergan plagas cuarentenarias específicas pueden estar sujetas a **restricciones adicionales o prohibiciones temporales**.



6. Regulación y Políticas Gubernamentales

3. Permisos y registros

Los importadores deben contar con un permiso de importación vigente (PPQ 587) emitido por USDA/APHIS. Los exportadores chilenos que trabajen con intermediarios en EE.UU. deben asegurarse de que sus socios comerciales cuenten con todos los registros necesarios para recibir y distribuir productos vegetales.

4. Certificaciones voluntarias y requisitos comerciales

Si bien no son obligatorias, cada vez más canales de venta (supermercados, e-commerce premium) exigen certificaciones como Rainforest Alliance, Fair Trade o GlobalG.A.P. para acreditar sostenibilidad y buenas prácticas laborales.

Algunas cadenas también solicitan garantías de trazabilidad, empaques reciclables o etiquetas en inglés con instrucciones básicas de conservación.

5. Restricciones

APHIS mantiene una lista llamada NAPPRA (Not Authorized Pending Pest Risk Analysis), que identifica especies vegetales cuya entrada al país está restringida hasta que se evalúen y controlen los riesgos fitosanitarios asociados.

Algunas flores requieren condiciones especiales para su ingreso. Por ejemplo, los *Chrysanthemum* spp, (crisantemos) necesitan estar registrados como provenientes de sitios libres de roya blanca, contar con certificados fitosanitarios adicionales y obtener una autorización previa del APHIS.

Además, cualquier flor que se envíe con raíces o con tierra adherida está sujeta a permisos especiales, cuarentena, y puede ser fácilmente rechazada si representa riesgo fitosanitario.

7. Análisis competitivo

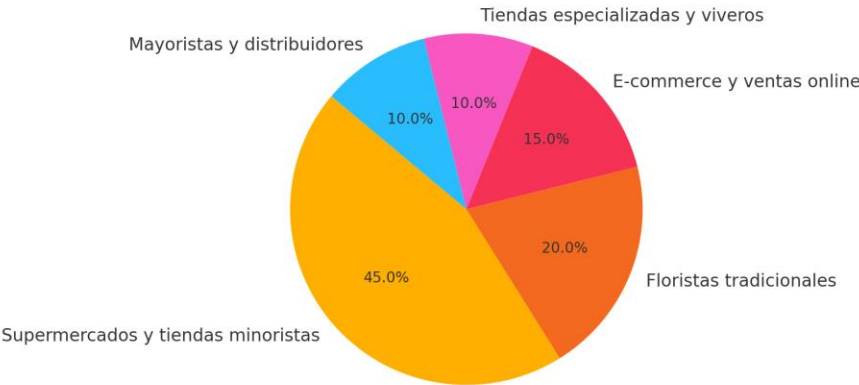
El mercado floral estadounidense se caracteriza por una **diversificación de canales de venta**, tanto físicos como digitales, que permiten llegar a una amplia variedad de consumidores.

Estos canales no solo difieren en su alcance y dinámica comercial, sino también en sus exigencias logísticas, de calidad y presentación del producto.

- **Supermercados y tiendas minoristas (45 %):** Este es el canal dominante, liderado por grandes cadenas como Kroger, Walmart, Whole Foods y Trader Joe's. Se caracteriza por ventas de flores de bajo costo, alto volumen y rotación rápida, especialmente en fechas clave.
- **Floristas tradicionales (20 %):** Aunque han perdido participación frente a canales más modernos, siguen siendo relevantes en nichos como arreglos personalizados, bodas y eventos. Su valor agregado está en el diseño y la atención personalizada.
- **E-commerce y ventas online (15 % y en crecimiento):** Plataformas como 1-800-Flowers, The Bouqs, UrbanStems y Amazon han acelerado el consumo durante todo el año. Este canal es clave para acceder a públicos jóvenes y zonas con baja densidad de floristerías.

- **Tiendas especializadas y viveros (10 %):** Ofrecen flores frescas, plantas y arreglos en puntos físicos orientados a jardinería y decoración. Atraen a consumidores que buscan variedad, calidad y asesoría técnica.
- **Mayoristas y distribuidores (10 %):** Actúan como intermediarios entre importadores, floristas y grandes compradores (hoteles, eventos, funerarias, etc.). Operan desde hubs logísticos clave como Miami y Los Ángeles.

Distribución de Canales de Comercialización de Flores en EE.UU.



8. Oportunidades y desafíos



Aunque la participación de Chile en las exportaciones de flores hacia Estados Unidos aún es marginal —representando apenas el 0,5 % del total importado, el país cuenta con una serie de ventajas estructurales, geográficas y productivas que pueden permitirle posicionarse en segmentos específicos del mercado,

1. Producción Contra Estación

Uno de los principales atributos diferenciales de Chile es su **ventaja climática por ubicación en el hemisferio sur**, lo que le permite producir flores en períodos donde la oferta en el hemisferio norte es escasa o inexistente. Un ejemplo clave es la **peonía**, flor muy valorada en el mercado estadounidense, especialmente en el segmento de bodas, decoración premium y e-commerce floral boutique.

Mientras que la producción local en EE.UU. y otros países competidores ocurre entre mayo y julio, **Chile puede ofrecer peonías entre octubre y diciembre**, coincidiendo con el inicio de la temporada alta de ventas en Norteamérica (Acción de Gracias, Navidad y fin de año.

2. Oferta de especies diferenciadas y silvestres

Chile cuenta con una rica biodiversidad que permite el desarrollo de una oferta única en flores silvestres, nativas y de montaña, poco comunes en los canales tradicionales del mercado estadounidense. Estas especies pueden convertirse en **productos de autor** o de alto atractivo en nichos de diseño floral contemporáneo, decoración con identidad natural o arreglos personalizados.

3. Condiciones fitosanitarias y trazabilidad

Chile tiene una **reputación internacional como país libre de plagas cuarentenarias**, y su sistema de control fitosanitario es sólido, moderno y bien valorado por los servicios de inspección de destino, como el **USDA-APHIS**.

4. Infraestructura logística y cercanía relativa

Si bien la distancia de Chile a EE.UU. es mayor que la de Colombia o Ecuador, el país dispone de una infraestructura exportadora consolidada, con experiencia en envíos perecibles (frutas, vino, flores) y una red de transporte aéreo creciente. Las rutas hacia **Miami, Los Ángeles y Nueva York** permiten despachos en tiempos competitivos.



8. Oportunidades y desafíos



A pesar de contar con ventajas competitivas claras, Chile enfrenta una serie de desafíos estructurales, logísticos y comerciales que dificultan su posicionamiento en el mercado floral de Estados Unidos.

1. Baja escala de producción y concentración geográfica

A diferencia de Colombia o Ecuador, donde la floricultura es una industria masiva y consolidada, **la producción chilena de flores es de menor escala**, más fragmentada y concentrada en ciertos territorios del sur del país. Esto limita la capacidad de respuesta frente a grandes volúmenes y reduce la competitividad en precios frente a países que manejan economías de escala.



2. Falta de posicionamiento internacional

Chile no es reconocido aún como país exportador de flores en EE.UU., lo que implica **una baja visibilidad en ferias, plataformas de compra y entre importadores especializados**.

3. Competencia de países consolidados

El mercado estadounidense está dominado por proveedores altamente competitivos como **Colombia y Ecuador**, que no solo cuentan con experiencia, logística especializada y relaciones comerciales consolidadas, sino también con el respaldo de políticas públicas e instituciones que promueven activamente la industria floral.



4. Logística especializada y altos costos de transporte

La exportación de flores requiere **cadena de frío constante**, embalaje técnico, transporte rápido y coordinación aduanera ágil. En Chile, si bien existen capacidades logísticas para productos perecibles, la infraestructura específica para flores de corte aún está poco desarrollada. Además, los costos de transporte aéreo desde Chile hacia EE.UU. pueden ser más altos que desde países más cercanos, lo que reduce el margen de competitividad, especialmente para productos con bajo valor unitario.



5. Requisitos técnicos y regulatorios exigentes

El ingreso de flores a EE.UU. está regulado por el **USDA-APHIS**, que exige inspección fitosanitaria, documentación detallada y cumplimiento de protocolos de sanidad vegetal. Si bien Chile tiene una buena reputación sanitaria, muchos pequeños productores **no están familiarizados con los estándares de exportación florícola** y requieren apoyo técnico para cumplir con los requisitos de empaque, trazabilidad, manejo postcosecha y certificaciones voluntarias como comercio justo o sostenibilidad.

9. Casos de éxito

A diferencia de los grandes exportadores florales de Colombia o Ecuador, que han construido redes comerciales robustas en el mercado estadounidense, Chile ha tenido una participación más reducida y dispersa en este sector.

Sin embargo, existen casos destacados de empresas chilenas que han iniciado un proceso de internacionalización más estructurado, con presencia física y operativa en Estados Unidos.

Una de ellas, fue **constituida** formalmente en 2023, con sede en Miami, **Florida**. Esta filial representa un paso estratégico hacia la consolidación de una cadena de suministro directa al consumidor estadounidense, especialmente enfocada en la exportación de **peonías chilenas** durante la temporada de contra estación.

Desde esta plataforma, la empresa ha realizado envíos hacia Florida, posicionándose como uno de los pocos actores chilenos del rubro floral con base logística propia

en EE.UU.

La elección de **Miami** como punto de entrada no es casual: se trata del **principal hub** de importación de flores en Norteamérica, con infraestructura aduanera especializada y conectividad aérea para productos perecibles.

La experiencia de esta empresa **marca un precedente** importante y **demuestra** que existen oportunidades reales para empresas chilenas en el mercado floral estadounidense, siempre que cuenten con un enfoque estratégico, diferenciación de producto y capacidad operativa.

Este tipo de iniciativas permite acortar la cadena de valor, mejorar la trazabilidad, y generar relaciones comerciales más estables con distribuidores, floristas y plataformas digitales en EE.UU.



10. Recomendaciones estratégicas

En base al análisis detallado de la demanda, oferta, regulación y competencia, se proponen estrategias orientadas a facilitar el ingreso y consolidación de las flores chilenas en EE.UU.

1. Apostar por nichos diferenciados y de alto valor:

Dado que Chile tiene baja participación en volumen, pero ventajas estacionales, se recomienda enfocarse en **flores nativas, preservadas, silvestres y peonías contra estacionales**, con especial atención a los segmentos premium, bodas y diseño floral.

2. **Incorporar certificaciones y prácticas sostenibles:** La demanda estadounidense, especialmente de consumidores jóvenes, valora

cada vez más la trazabilidad, producción responsable y empaques ecológicos. Obtener sellos como Rainforest Alliance, Fair Trade o certificaciones fitosanitarias puede marcar la diferencia.

3. Desarrollar alianzas con importadores especializados:

Establecer relaciones sólidas con **distribuidores que trabajen con productos boutique o exóticos** permite entrar al mercado sin competir directamente en precio con gigantes como Colombia y Ecuador.

4. **Aprovechar canales digitales y plataformas de e-commerce:** Invertir en **presencia digital, redes sociales, catálogos visuales**

y **colaboraciones con marketplaces como The Bouqs o UrbanStems** puede permitir llegar directamente al consumidor final.

5. Preparar una estrategia logística eficiente:

Considerando que **el 90 % de las flores ingresan por Miami**, es clave trabajar con agentes aduanales experimentados y mantener la cadena de frío, minimizando tiempos de tránsito para conservar la calidad del producto.

11. Anexos

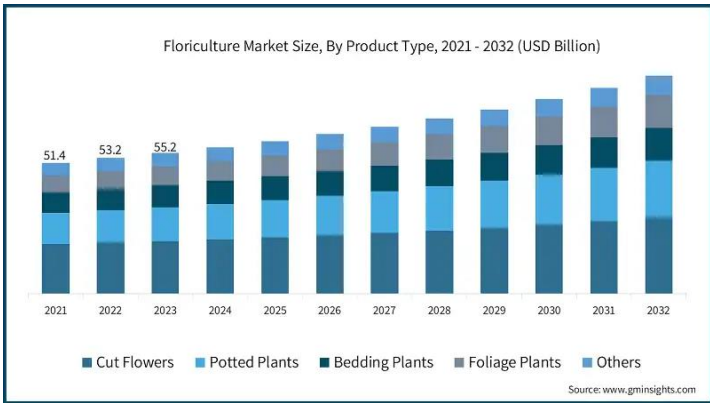
El gráfico evidencia un **crecimiento sostenido del mercado de floricultura** en Estados Unidos, pasando de **USD 51,4 mil millones en 2021 a más de USD 70 mil millones estimados para 2032**. Este crecimiento refleja una tendencia positiva tanto en valor como en diversificación del consumo.

Las flores cortadas (Cut Flowers) se mantienen como el segmento más grande a lo largo del período, aunque su participación relativa crece de forma moderada. Esto confirma su papel dominante en eventos clave y consumo.

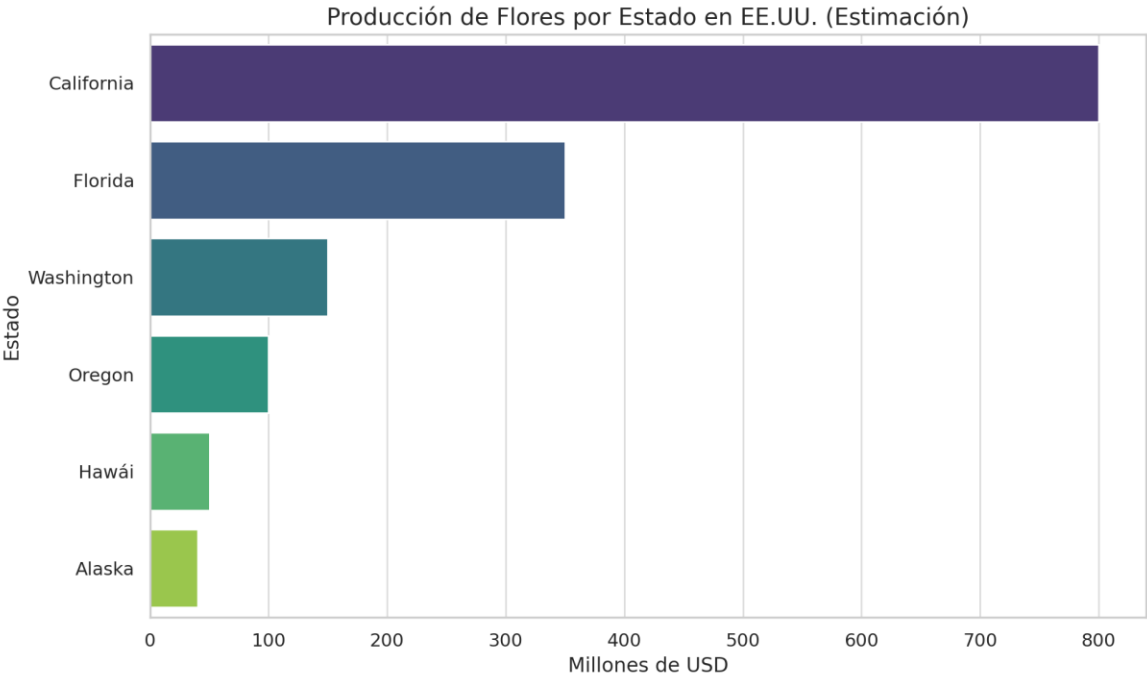
Las plantas en maceta (Potted Plants) muestran un **crecimiento constante y más marcado** que otros segmentos. Esta tendencia está impulsada por el auge de la jardinería urbana, el bienestar emocional y la decoración de interiores.

Las plantas de cama (Bedding Plants) y **las plantas de follaje (Foliage Plants)** también crecen, aunque a un ritmo más lento. Estas categorías suelen estar vinculadas al paisajismo doméstico y a temporadas de plantación.

El segmento **“Otros”** (que puede incluir plantas ornamentales exóticas, preservadas o productos florales no tradicionales) presenta también un crecimiento leve pero sostenido, lo que indica una mayor diversificación de la oferta y la demanda.



11. Anexos





Estudio transversal Sector de Flores en USA *Miami 2025*

Oficina Comercial de ProChile en Miami, Estados Unidos
ProChile - Todos los derechos reservados.
Junio, 2025



WWW.PROCHILE.GOB.CL