

**COLOMBIA**   
**EL PAÍS DE LA BELLEZA**

# BOUQUETS EN ESTADOS UNIDOS

2024



Comercio,  
Industria y Turismo



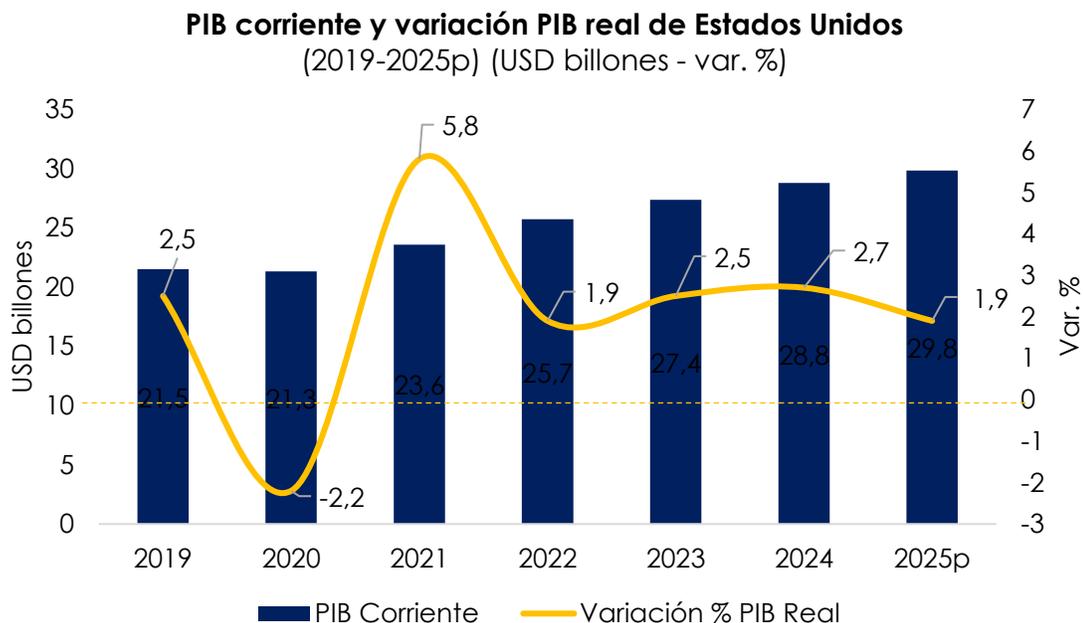
**PROCOLOMBIA**  
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

# TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN .....	2
2. COMERCIO EXTERIOR .....	3
3. TAMAÑO DEL MERCADO .....	9
4. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN .....	10
5. JUGADORES EN EL MERCADO .....	12
6. TENDENCIAS DEL MERCADO .....	14
7. REQUERIMIENTOS DEL COMPRADOR .....	15
8. FUENTES .....	17

## 1. INTRODUCCIÓN

Estados Unidos se posiciona como la principal economía en el mundo, con un PIB corriente<sup>1</sup> que se estima alcanzó los USD 28,8 billones en 2023. En 2020, el país tuvo una caída del 2,2% en su PIB real debido a la coyuntura del Covid-19. Sin embargo, en 2021 se evidenció un crecimiento del 5,1%, y desde entonces se ha venido recuperando, alcanzando en 2024 un crecimiento del 2,7%. Para 2025 se estima una desaceleración en el crecimiento, con una variación del 1,9%.



Cifras correspondientes a la última actualización del reporte World Economic Outlook a abril de 2024.

\*Proyección.

Fuente: Fondo Monetario Internacional

Siendo el primer importador en el mundo y segundo exportador, después de China, Estados Unidos cuenta con una balanza comercial deficitaria. En 2023, las importaciones totales alcanzaron los USD 2,0 billones, mientras que las exportaciones totales alcanzaron los USD 3,2 billones, lo que significó una balanza comercial de USD -1,1 billones.

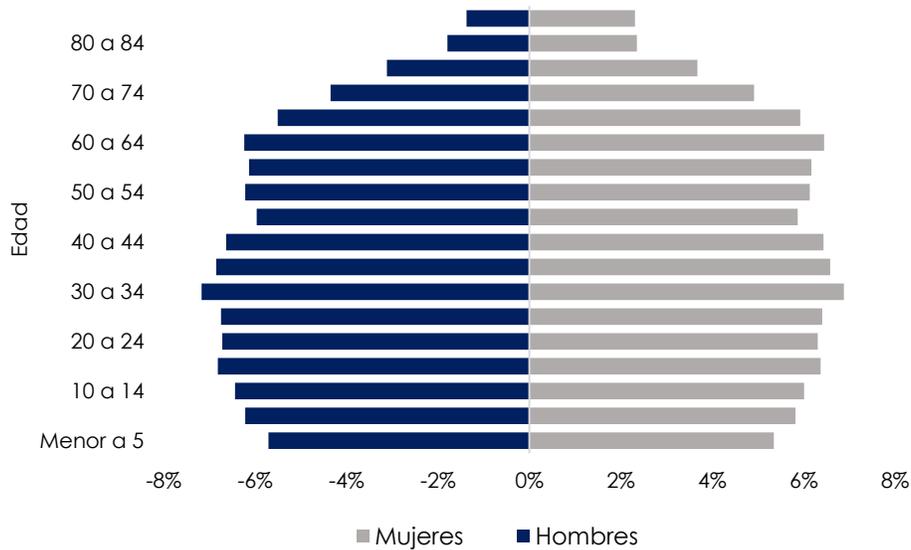
En términos demográficos, Estados Unidos se ubica en el top 3 de los países más poblados en el mundo, después de India y China. Para 2023, la población estadounidense alcanzaba los 334,9 millones de habitantes y cerca del 83,3% de la población es urbana, siendo California (12%), Texas (9%), Florida (7%) y Nueva York (6%) los estados que más concentran la población.

<sup>1</sup>**PIB Corriente:** Valor total de los bienes y servicios producidos en el país con precios actuales.

**PIB Real:** Valor ajustado eliminando la inflación, usando precios de un año base para reflejar el crecimiento económico real.

Para 2023, la población estadounidense contaba con mayor porcentaje de mujeres (51%) respecto a la participación de los hombres (49%). El 65% de la población se concentra entre los 30 y 54 años, con aproximadamente 108,4 millones de personas.

### Distribución de la población por edad y sexo en Estados Unidos (julio 2023)



Fuente: Statista, con datos de US Trade Census Bureau.

## 2. COMERCIO EXTERIOR

En esta sección se analizan las cifras de comercio exterior de la siguiente subpartida arancelaria:

Subpartida arancelaria	Descripción Subpartida
060319 <sup>2</sup>	Fresh Cut Flowers & Buds for Bouquets, nes

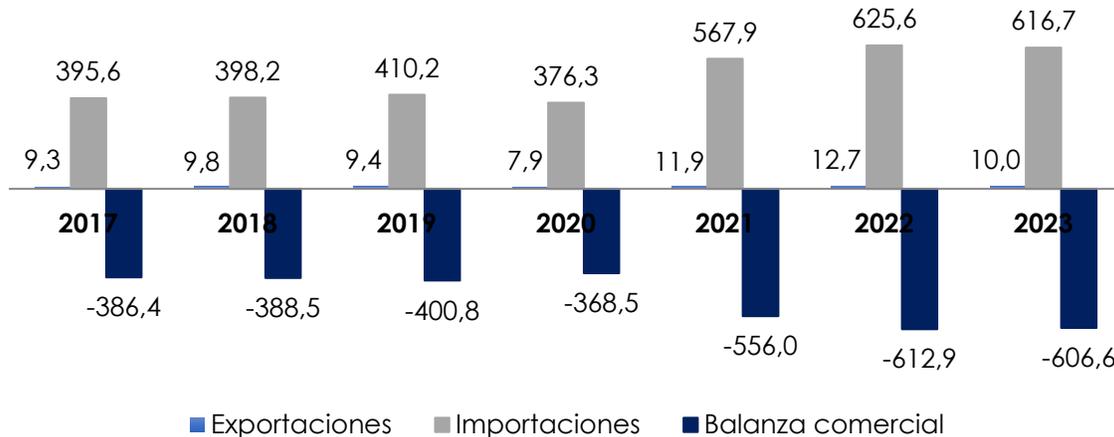
Fuente: United States Census Bureau.

**La balanza comercial de la subpartida arancelaria 060319 en Estados Unidos se ha caracterizado por ser deficitaria en los últimos 7 años en promedio en USD 474,2 millones,**

<sup>2</sup> Códigos arancelarios que deben ser usados a partir del 1 de julio de 2024: [Schedule B - Classification of Exports U.S. Census Bureau Chapter 6](#). Para la subpartida arancelaria de interés se identifica la posición arancelaria 0603.19.0100 - Cut flowers and flower buds of a kind suitable for bouquets or for ornamental purposes, fresh, dried, dyed, bleached, impregnated or otherwise prepared: - - Fresh: - - - Other.

de modo que el **mercado tiene una importante vocación importadora** en estos productos. No obstante, tanto el valor de las importaciones como de las exportaciones ha venido en aumento desde 2017, con tasas de crecimiento compuestas del 8% y 1%, respectivamente. Para 2023 las exportaciones decrecieron 21% respecto al año anterior y las importaciones decrecieron 1% frente a lo registrado en 2022.

### Comercio exterior de la subpartida arancelaria 060319 en Estados Unidos (2017-2023) (USD millones)



Fuente: United States Census Bureau.

Entre 2017 y 2021, Estados Unidos importó en total cerca de USD 2.148 millones de productos de la subpartida arancelaria 060319, **principalmente aquellos no clasificados o especificados en otra parte (posición 0603190160)**, con una **participación del 78,3%**, seguido por las **Alstroemerias** con **14,1%** de participación, las **Gypsophila** con **5,4%**, la **Boca de dragón** con **2,1%** y los **Anturios** con una participación mínima del **0,01%**.

Para 2022, el desglose de la subpartida arancelaria en Estados Unidos permitió evidenciar de forma discriminada las importaciones de otros productos como **Hortensias, Alcatraces, Aster, Tulipanes y Delfinios** que **en conjunto representaron 3,3% del total de USD 625,6 millones** que se registraron como importaciones de la categoría.

Para este año, las importaciones de los productos **no clasificados o especificados en otra parte (ahora desglosados en las posiciones 0603190160 y 0603190190)** continuaron liderando las importaciones de la categoría con una participación de 76,6%. A ellos le siguieron las **Alstroemerias** con **12,4%** de participación, las **Gypsophila** con **5,2%** y la **Boca de dragón** con **2,4%**. Los **Anturios** siguieron teniendo una **representación mínima** en las importaciones de **0,04%**.

Finalmente, **en 2023 Estados Unidos importó USD 616,7 millones** de productos de la subpartida arancelaria 060319. Con la continuación del desglose de la subpartida en el país se identifican **15 nuevas posiciones arancelarias a 10 dígitos para 2023**. Los productos **no clasificados o especificados en otra parte (ahora desglosados en las posiciones 0603190160, 0603190190 y 0603190195)** continuaron liderando las

importaciones de la categoría con una participación del **52%**, seguido por las **Alstroemerias** con **12% (posiciones 0603190110 y 0603190107)**, los **Tulipanes** con **8%**, las **Gypsophila** con **6%** y las **Hortensias** con **5%**.

**12 de las 15 nuevas posiciones arancelarias representaron 9% de las importaciones** de la categoría en 2023. Aquí se encuentran tipos de flores como: **Girasoles, Gerberas, Lisianthus, Ranúnculo, Stock, Hipérico, Peonía, Statice, Fresa, Gladiolo, Ave del paraíso y Campanas de Irlanda.**

Otros tipos de flores como la **Boca de Dragón, Alcatraces, Delfinios y Anturios** representaron **4,9%** del total importado por Estados Unidos en 2023, mientras que el **Aster**, clasificado en las posiciones 0603190109 y 0603190112, representó el **2%**.

**Importaciones de la subpartida arancelaria 060319 en Estados Unidos, por posición arancelaria**  
(2017-2023) (USD)

Cifras organizadas de mayor a menor por registros de 2021

Posición arancelaria	Descripción posición arancelaria (en inglés)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
0603190160	Cut Flowers and Flower Buds, Fresh, Nesoi (no)	300.751.775	308.588.834	324.811.576	291.072.306	457.439.806	306.603.480	-
0603190110	Alstroemeria, Fresh (no)	61.670.572	58.261.832	55.599.330	57.727.676	69.326.522	77.815.995	43.050.054
0603190120	Gypsophila, Fresh (no)	26.249.485	23.042.881	20.818.815	18.965.399	27.866.223	32.811.544	40.008.102
0603190140	Snapdragons, Fresh (no)	6.942.615	8.329.782	8.860.450	8.502.627	13.166.362	14.928.860	15.224.093
0603190105	Anthuriums, Fresh (no)	33.599	17.240	75.920	56.000	127.856	222.024	241.151
0603190190	Cut Flowers and Flower Buds, Fresh, Nesoi (no)	-	-	-	-	-	172.646.862	239.645.257
0603190125	(...) Hydrangea (no)	-	-	-	-	-	10.281.414	32.939.358
0603190114	(...) Calla Lillies (no)	-	-	-	-	-	3.645.250	9.672.476
0603190112	(...) Aster (no)	-	-	-	-	-	2.658.076	5.075.352
0603190145	(...) Tulips (no)	-	-	-	-	-	2.030.908	50.095.996
0603190116	(...), Delphinium (no)	-	-	-	-	-	1.957.053	4.962.595
0603190195	Cut Flowers and Flower Buds, Fresh, Nesoi (no)	-	-	-	-	-	-	82.143.692

Posición arancelaria	Descripción posición arancelaria (en inglés)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
0603190107	(...) Astroemeria (no)	-	-	-	-	-	-	31.051.704
0603190143	(...) Sunflowers (no)	-	-	-	-	-	-	16.875.128
0603190118	(...) Gerbera (no)	-	-	-	-	-	-	16.137.635
0603190109	(...) Aster (no)	-	-	-	-	-	-	6.256.449
0603190129	(...) Lisianthus (no)	-	-	-	-	-	-	5.832.813
0603190135	(...) Ranunculus (no)	-	-	-	-	-	-	5.233.362
0603190142	(...) Stock (no)	-	-	-	-	-	-	4.057.245
0603190127	(...) Hypericum (no)	-	-	-	-	-	-	3.416.020
0603190131	(...) Peony (no)	-	-	-	-	-	-	2.627.181
0603190141	(...) Statice (no)	-	-	-	-	-	-	1.570.530
0603190117	(...) Freesia (no)	-	-	-	-	-	-	280.132
0603190119	(...) Gladiolus (no)	-	-	-	-	-	-	256.609
0603190113	(...) bird Of Paradise (no)	-	-	-	-	-	-	20.404
0603190111	(...) bells Of Ireland (no)	-	-	-	-	-	-	2.424
<b>Total</b>		<b>395.648.046</b>	<b>398.240.569</b>	<b>410.166.091</b>	<b>376.324.008</b>	<b>567.926.769</b>	<b>625.601.466</b>	<b>616.675.762</b>

Fuente: United States Census Bureau.

**Del total de productos de la subpartida arancelaria 060319 importados por Estados Unidos en los últimos 7 años, el 98,5% ha tenido como destino 7 Estados que se han mantenido liderando año tras año. El mayor importador es Florida con una participación de mercado del 65,1% en este periodo, seguido por Nueva York con 16,4%, California con 8,8%, Michigan con 3,8%, Texas con 1,7%, Washington con 1,5% e Illinois con 1%.**

**En Florida, aunque se han realizado algunas importaciones por Tampa en 2018, 2019 y 2021, el grueso de lo importado por el país, y en sí por el Estado, es a través de Miami con cerca de USD 2.208 millones importados entre 2017 y 2023. Específicamente en 2023, Miami importó USD 403 millones, lo que representó un decrecimiento de 1,7% frente a lo registrado en 2022, año en que se registró el mayor valor importado por Miami en este periodo.**

En Nueva York, el **55,4%** de lo importado por el Estado entre 2017 y 2023 (**USD 557 millones**) corresponde a **Buffalo**, seguido por la Ciudad de Nueva York con 44,6% y Ogdensburg con 0,1%. Para 2023, Buffalo importó USD 60,9 millones, creciendo 12% respecto a los USD 54,2 millones importados en 2022.

En California, **Los Ángeles importó 49,9% del total** registrado en los últimos 7 años (**USD 298,3 millones**), seguido por **San Diego con 49,8%** y **San Francisco con 0,3%**. Las importaciones de Los Ángeles pasaron de USD 28,9 millones en 2022 a USD 27,1 millones en 2023, decreciendo 6%.

Finalmente, **en Texas se importó un total de USD 58,5 millones entre 2017 y 2023**, siendo **Laredo** el principal importador dentro del Estado con una participación de mercado del **64,3%**, seguido por **Dallas-Fort Worth con 35,1%**, **Houston-Galveston con 0,5%** y **El paso con 0,05%**. En 2023, Laredo importó USD 6,7 millones, decreciendo 16,8% frente a 2022, mientras que Dallas-Fort Worth con USD 4,5 millones importados en 2023, registró un crecimiento del 55,9% respecto al año anterior.

### Importaciones de la subpartida arancelaria 060319 en Estados Unidos, por Estado y Distrito (2017-2023) (USD)

Cifras organizadas de mayor a menor por el total registrado entre 2017 y 2023

Estado	Distrito	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Florida	Miami	253.205.962	248.992.033	255.032.928	260.946.011	377.096.187	410.007.941	403.049.999
	Tampa	-	10.425	84.396	-	12.957	-	-
Nueva York	Buffalo	32.254.568	37.720.271	39.622.715	34.157.157	49.650.531	54.203.172	60.910.918
	New York City	37.155.452	38.863.378	40.667.652	22.072.577	35.763.763	40.019.031	33.846.935
	Ogdensburg	131.088	73.800	59.550	61.143	4.500	-	-
California	Los Angeles	14.757.924	17.366.549	19.773.144	14.297.145	26.685.239	28.948.046	27.087.374
	San Diego	16.348.249	16.428.315	17.286.488	13.026.070	27.989.455	33.224.636	24.246.080
	San Francisco	317.918	313.704	131.401	40.097	-	-	6.158
Míchigan	Detroit	14.843.575	12.689.240	12.040.072	13.035.450	18.607.513	23.031.014	34.856.040
Texas	Dallas-Fort Worth	2.753.693	2.995.192	2.896.315	1.696.084	2.864.814	2.869.996	4.473.685
	El Paso	-	-	-	2.159	11.814	2.096	12.555
	Houston-Galveston	3.913	95.291	53.093	114.454	-	16.565	-
	Laredo	4.767.069	3.887.060	4.055.701	3.800.829	6.364.101	8.066.125	6.714.821
Washington	Seattle	7.645.546	6.950.363	6.669.314	6.352.347	8.773.213	7.888.638	7.779.122
Pensilvania	Philadelphia	87.907	778.356	1.014.879	695.140	3.378.596	5.617.599	4.807.533
Illinois	Chicago	6.257.510	5.507.944	4.900.917	2.617.402	5.678.916	5.775.447	4.716.584
Maine	Portland	535.154	895.951	1.036.500	1.066.951	1.184.975	1.755.916	2.129.236
Massachusetts	Boston	2.565.779	2.718.136	1.987.873	600.638	328.184	1.714.354	1.374.811
Puerto Rico	San Juan	366.476	424.016	508.302	290.109	236.964	190.143	454.111
Georgia	Savannah	151.776	68.303	5.660	33.461	63.804	89.580	109.828

Estado	Distrito	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Distrito de Columbia</b>	Washington	1.139.091	1.157.753	2.020.245	932.691	2.685.022	1.771.258	79.207
<b>Hawái</b>	Honolulu	2.793	8.999	-	-	-	2.021	12.132
<b>Ohio</b>	Cleveland	8.191	6.042	-	14.132	2.595	8.998	8.633
<b>Carolina del Norte</b>	Wilmington	-	-	-	-	122.223	197.237	-
<b>Carolina del Sur</b>	Charleston	-	-	-	-	-	11.698	-
<b>Luisiana</b>	New Orleans	320.778	272.511	241.958	471.961	188.411	-	-
<b>Alaska</b>	Anchorage	-	-	-	-	69.337	-	-
<b>Dakota del Norte</b>	Pembina	27.634	-	-	-	-	-	-
<b>Virginia</b>	Norfolk	-	-	-	-	-	189.955	-
<b>Oregón</b>	Columbia-Snake	-	-	42.644	-	-	-	-
<b>Alabama</b>	Mobile	-	16.937	34.344	-	-	-	-
<b>Montana</b>	Great Falls	-	-	-	-	163.655	-	-
<b>Total</b>		<b>395.648.046</b>	<b>398.240.569</b>	<b>410.166.091</b>	<b>376.324.008</b>	<b>567.926.769</b>	<b>625.601.466</b>	<b>616.675.762</b>

Fuente: United States Census Bureau.

En 2023, **10 países representaron el 97,5 % de las importaciones** de la subpartida arancelaria 060319 en Estados Unidos, **siendo Colombia el principal proveedor con una participación del 40,3% del total importado** y decreció 8% respecto a lo registrado en 2022. A Colombia le siguen países como Ecuador con una participación de mercado de 19,2% y Canadá con una de 17,1%, ambos con crecimientos de 11% y 22%, respectivamente.

**El liderato de Colombia en la proveeduría de estos productos a Estados Unidos ha estado también presente en los últimos años**, pasando de USD 161,1 millones de lo importado por Estados Unidos en 2017 a USD 268,9 millones en 2022 con un crecimiento compuesto del 11%.

### Importaciones de la subpartida arancelaria 060319 en Estados Unidos, por Top Países de Origen (2022-2023) (USD)

Cifras organizadas de mayor a menor por registros de 2023

País de origen	2022	2023	Part. 2023	Var. 2023/22
Colombia	268.921.623	248.595.822	40,3%	-8%
Ecuador	106.587.654	118.424.821	19,2%	11%
Canadá	86.878.740	105.646.463	17,1%	22%
Países Bajos	80.555.158	67.400.913	10,9%	-16%
México	40.471.834	29.851.577	4,8%	-26%
Chile	6.823.952	8.866.517	1,4%	30%
Perú	8.455.975	8.055.231	1,3%	-5%

País de origen	2022	2023	Part. 2023	Var. 2023/22
Israel	6.262.628	6.464.644	1,0%	3%
Costa Rica	5.604.965	4.679.313	0,8%	-17%
Francia	1.478.515	3.430.567	0,6%	132%
Otros	13.560.422	15.259.894	2,5%	13%
<b>Total</b>	<b>625.601.466</b>	<b>616.675.762</b>	100,0%	-1%

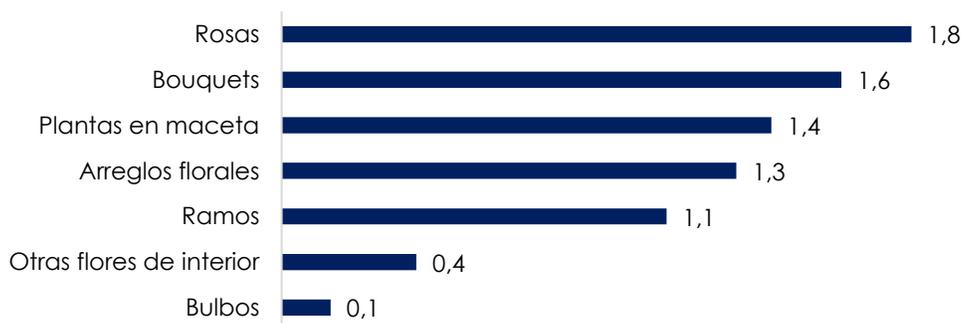
Fuente: United States Census Bureau.

### 3. TAMAÑO DEL MERCADO

De acuerdo con las estadísticas de la International Fresh Produce Association (IFPA), en asociación con Circana, anualmente<sup>3</sup> el **segmento de flores** en Estados Unidos generó alrededor de **USD 9,3 mil millones en ventas**, lo que representa un **incremento del 5,0% en términos de valor** con respecto al mismo periodo del año anterior. A pesar de las dificultades financieras de los consumidores a causa de la inflación, las flores siguen siendo una parte importante de la vida de los consumidores.

Además, los **bouquets** se posicionan como la **segunda subcategoría que más aporta a las ventas de flores de interior en el país**, después de las rosas. Si bien ambas subcategorías cuentan con una participación de mercado similar (20% las rosas y 18% los bouquets), **los bouquets son la subcategoría con mayor crecimiento tanto en valor (+USD 170,6 millones) como en unidades vendidas (+9 millones de unidades)**, con respecto al mismo periodo del año anterior.

#### Principales subcategorías en ventas de flores de interior en Estados Unidos\* Periodo de 52 semanas, terminado en agosto 11 de 2024 (USD miles de millones)

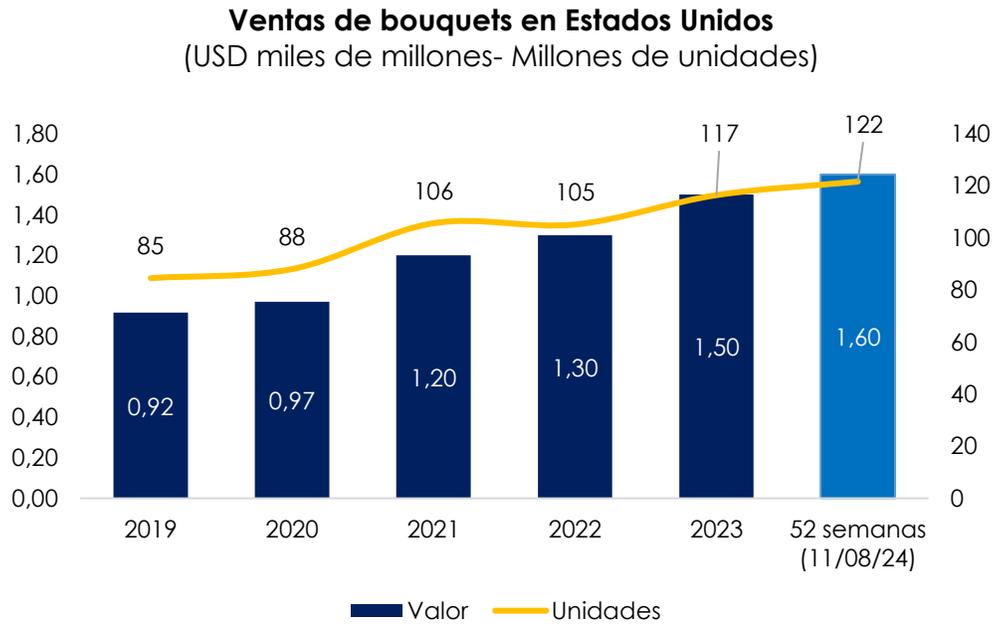


\*Ventas a través de canales multi-outlet, que incluyen: Alimentos/Tiendas de comestibles, Farmacias, Grandes minoristas, Tiendas de membresía, Tiendas de dólar, DECA militar (comisariatos).

Fuente: International Fresh Produce Association (IFPA) – Circana.

<sup>3</sup> El cálculo corresponde a las ventas durante un periodo de 52 semanas, terminado en agosto 11 de 2024.

De hecho, las **ventas de bouquets** en Estados Unidos han tenido un **crecimiento constante durante los últimos 5 años**. Entre 2019 y 2023, las ventas crecieron a una **TCAC del 13% en términos de valor y del 8% en términos de unidades vendidas**. Igualmente, se espera que esta tendencia se mantenga para el 2024.



Ventas a través de canales multi-outlet, que incluyen: Alimentos/Tiendas de comestibles, Farmacias, Grandes minoristas, Tiendas de membresía, Tiendas de dólar, DECA militar (comisariatos).  
Fuente: International Fresh Produce Association (IFPA) – Circana.

Asimismo, se calcula que **el precio por unidad promedio de los bouquets** en el mercado estadounidense es de **USD \$13,37 por unidad**, menor al de los **arreglos florales**, el cual se estima alrededor de los **USD 31,45 por unidad**, y ligeramente menor al de las **rosas (USD 13,45 por unidad)**.

## 4. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

En Estados Unidos, **los canales de comercialización de bouquets de flores son variados** y se dividen en diferentes tipos según el público objetivo, la logística y los modelos de negocio.

En el estudio U.S. Floral Gifting Market Report 2023 de ResearchandMarkets se indica que **las ventas de arreglos florales en tiendas físicas aún representan una importante participación del mercado**. Entre los **factores** que llevan a los consumidores a **adquirir sus productos a través de este canal** se encuentran la **posibilidad de hacer compras de última hora, así como ver y tocar los productos antes de comprarlos, asegurándose de su calidad**.

Sin embargo, **las ventas en línea de arreglos florales se han visto impactadas positivamente** por el creciente acceso a internet y a los teléfonos inteligentes. **Factores como la comodidad de pedir en línea, la disponibilidad de una amplia variedad de productos y la posibilidad de rastrear las entregas** han hecho que este canal gane popularidad entre los consumidores.

Los principales canales de comercialización de bouquets en el mercado son:

#### 1. Mayoristas de Floristería y Distribuidores

Los mayoristas de floristería y distribuidores juegan un papel fundamental en la cadena de suministro, al **obtener flores de productores tanto internacionales (como los de Colombia) como nacionales, y venderlas a una variedad de negocios como floristerías, planificadores de eventos y minoristas**. Actúan como intermediarios entre los productores y los negocios locales, garantizando un suministro continuo de flores frescas. Estos mayoristas **suelen importar grandes volúmenes de flores**, lo que les permite ofrecer una amplia gama de opciones a sus clientes, desde floristas independientes hasta grandes minoristas.

#### 2. Supermercados y Cadenas Minoristas

Grandes cadenas de supermercados como Costco, Walmart y Whole Foods son actores clave en el mercado de bouquets de flores. Compran flores al por mayor a proveedores nacionales e internacionales, y las venden tanto en tiendas físicas como a través de plataformas en línea. Estos supermercados suelen trabajar con grandes distribuidores o directamente con productores para mantener un stock constante de flores, atendiendo a ventas de alto volumen.

#### 3. Floristerías Tradicionales

Las floristerías tradicionales siguen siendo un canal relevante para la venta de bouquets, brindando un servicio personalizado a los consumidores. Estas tiendas suelen abastecerse a través de mayoristas locales o distribuidores especializados.

De acuerdo con un análisis de la Utah State University sobre el mercado de las flores cortadas en el país, las granjas locales de flores cortadas suelen ser más pequeñas por lo que sus productos los venden principalmente a través de mercados directos al consumidor, como floristerías locales, mercados de agricultores y programas de agricultura apoyada por la comunidad (CSA por sus siglas en inglés).

#### 4. E-commerce Especializado en Flores

Empresas como 1-800-Flowers, The Bouqs Co. y UrbanStems se dedican exclusivamente a la venta en línea de flores y bouquets. Estos negocios permiten a los clientes realizar pedidos en línea con entregas rápidas, y aunque la mayoría de las veces se abastecen de proveedores locales, también lo hacen directamente de productores internacionales, reduciendo intermediarios y garantizando frescura.

## 5. Proveedores para Eventos y Bodas

Los organizadores de eventos y bodas constituyen otro canal importante para la comercialización de flores, ya que los bouquets son esenciales en estas ocasiones. Las empresas de planificación de eventos a menudo compran directamente de proveedores especializados que se enfocan en este tipo de clientes.

## 5. JUGADORES EN EL MERCADO

De acuerdo con el Servicio Nacional de Estadísticas Agrícolas (NASS por sus siglas en inglés), para 2023 Estados Unidos contaba con 10.216 productores de floricultura.

Además, la Sociedad de Floristas Americanos ha indicado que existen 11.593 tiendas minoristas de flores y se estima que hay 500 distribuidores mayoristas de flores en el país.

ResearchandMarkets en su U.S. Floral Gifting Market Report 2023 señala que en los próximos años se espera que este mercado crezca impulsado por varios factores como mejoras en términos logísticos, una mayor demanda por productos personalizados y la continuación de festividades populares con San Valentín.

No obstante, son también varios los desafíos que enfrenta este mercado como lo son las cambiantes preferencias de los consumidores, la competencia generada por otros artículos y/o productos de regalo diferentes a las flores.

En este sentido, el mercado de arreglos florales en el país es competitivo y está altamente fragmentado. Para mantener la competitividad, las empresas deben enfocarse en desarrollar productos con propuestas innovadoras, invertir y mejorar en la logística y en campañas de marketing y publicidad.

A continuación, se relacionan algunos de los jugadores en el mercado:

Logo	Empresa	Descripción
	<a href="#">Florists' Transworld Delivery (FTD)</a>	FTD fue creada en 1910 como un colectivo de 10 floristas que usaron el telégrafo para transformar la práctica de regalar flores. En la actualidad, la empresa se ha convertido en una extensa red conformada por miles de floristas locales.
	<a href="#">1-800-Flowers</a>	Proveedor de regalos y experiencias diseñadas para ayudar a los consumidores a conectar y construir relaciones significativas. La empresa fue creada en 1976, cuenta con 18 marcas y más de 10 millones de consumidores. Entre los productos que manejan se encuentran alimentos gourmet,

Logo	Empresa	Descripción
		cestas de regalo, productos florales, artículos personalizados, entre otros.
	<a href="#">Teleflora</a>	Es una empresa de servicios de envío de flores entre floristas locales y los consumidores. Realiza envíos local e internacionalmente.
	<a href="#">From You Flowers</a>	Es una empresa subsidiaria de Tenth Avenue Holdings, minorista en línea de flores, plantas y cestas de regalo, que ofrece entrega de flores hechas a mano el mismo día para cualquier ocasión.
	<a href="#">5th Ave Floral</a>	Ofrece entrega de flores en Columbus y sus alrededores, así como entrega a nivel nacional a través de su red de floristas. También ofrece entrega de flores el mismo día para regalos de última hora en Columbus.
	<a href="#">Avas Flowers</a>	Floristería a nivel nacional que ofrece flores de alta calidad a precios de descuento. Ofrecen entregas a través de Postmates, DoorDash, conductores propios, FedEx, UPS o mediante floristerías afiliadas en todo el país.
	<a href="#">Benchmark Bouquets</a>	Cuentan con una oferta de más de 60 bouquets diseñados para ser ordenados por Amazon. Con más de 30 años de experiencia, la empresa cuenta con granjas certificadas con prácticas agrícolas sostenibles.
	<a href="#">BloomNation</a>	BloomNation es un marketplace comunitario donde las personas pueden listar, descubrir y enviar ramos únicos hechos a mano por floristas locales en todo el país.
	<a href="#">BloomsyBox</a>	Empresa dedicada a la venta de ramos para cumpleaños, aniversarios y festividades. Cuenta con planes de suscripción semanal o mensual.
	<a href="#">Blooms Today</a>	Identifica floristas locales en el área para atender las necesidades y requerimientos de los consumidores.

Fuente: búsqueda ProColombia. Información tomada de sitios web de las empresas.

También es relevante tener en cuenta a otros actores clave como algunos de los principales supermercados con una importante oferta de flores en el país, entre los que se encuentran [Walmart](#), [Wholefoods](#), [Trader Joes](#), [Kroger](#), así como asociaciones del sector: [Society of American Florists](#), [Association of Floral Importers of Florida \(AFIF\)](#) y la [International Fresh Produce Association: IFPA](#).

## 6. TENDENCIAS DEL MERCADO

De acuerdo con la IFPA, uno de los factores que motivan a los consumidores estadounidenses a comprar flores es su percepción como una **forma económica de generar alegría**. El 77% de ellos considera que las flores son una **opción adecuada para cualquier ocasión**, percibiéndolas como impulsores de **emociones positivas** como la felicidad, la elevación del ánimo, la satisfacción, el orgullo y el bienestar. Por tanto, es importante que los esfuerzos de marketing para la venta de flores se enfoquen en destacar las conexiones emocionales entre quien compra y quien recibe flores frescas.

Por ejemplo, los **bouquets y las rosas** se perciben como el **regalo ideal**, especialmente para expresar amor o amistad, celebrar hitos o demostrar afecto en el día a día. Según la IFPA, estos productos destacan por su capacidad de conectar emocionalmente, y la Generación X es particularmente activa en este segmento. Igualmente, las **fechas especiales y las festividades** generan picos en la demanda: según la Sociedad de Floristas Americanos, en 2022 alrededor del 30% de las compras florales correspondieron al Día de San Valentín, mientras que el alrededor del 26% fueron para Navidad, y otro 26% para el Día de las Madres.

Por otra parte, la **demandas de personalización** también ha crecido en el mercado de regalos florales en Estados Unidos. Un estudio de Businesswire revela que los consumidores prefieren **arreglos únicos y personalizados** sobre los tradicionales, lo que ha impulsado la oferta de floristas con productos exclusivos. Esto responde a que la compra de flores es una experiencia altamente personal, influenciada por **factores subjetivos como el color favorito, la forma o el tamaño**. Por esta razón, se recomienda ofrecer una **amplia selección** con opciones para **distintos rangos de precios**.

En términos generales, los consumidores tienden a preferir **bouquets simétricos con combinaciones de colores análogos o complementarios**. De hecho, el color puede influir en hasta un 85% de las decisiones de compra, por lo que la forma en que estos se combinan, incluyendo los envases y accesorios, es un aspecto fundamental. Además, muchos consumidores buscan que sus arreglos florales reflejen **valores** más allá de la belleza y la estética. Por ejemplo:

- Rojos/Rosas: Sensación de pasión, juego y energía.
- Naranjas: Calidez, alegría, humor y diversión.
- Marrones: Productos orgánicos y artesanales.
- Amarillo: Brillo, energía, optimismo y positividad.
- Verde: Oxigenado, follaje, mineral.
- Verde-azul: Contemporáneo, escapismo, aventura.
- Azul: Aspiración a la paz y la calma.
- Púrpura: Místico, poético, intrigante.
- Neutros: Nutritivos, suaves, táctiles - lujo, sostenibilidad y longevidad.
- Gris/Plata: Elegancia y refinamiento.

- Blanco y negro: Contrastes, emparejamientos de opuestos.

Los bouquets suelen enfocarse en **colores alineados con las tendencias de bienestar**, como **azules que transmiten calma** o **verdes que brindan estabilidad**. Además, los **colores coordinados y monocromáticos**, como las **paletas pastel para la serenidad** o los **tonos intensos para la energía**, enriquecen la experiencia de los consumidores jóvenes. Aquellos consumidores que buscan ritmos de vida más pausados, refugios seguros y espacios tranquilos suelen llenar sus hogares con **bouquets relajantes**. Por ejemplo, la **lavanda** está ganando popularidad en este sentido. Igualmente, las **paletas de colores temáticas de temporada** (por ejemplo, **tonos pastel para la primavera** o **tonos terrosos para el otoño**) logran captar la atención de los consumidores.

Después del color, la **calidad y el precio** son determinantes en las decisiones de compra. Los consumidores suelen **comparar precios y buscar promociones**, aunque la mayoría percibe que los productos florales en supermercados tienen un precio justo. En cuanto a la calidad, esta se asocia principalmente con la **vida útil**. Aunque los consumidores esperan que las flores duren menos de una semana, se sienten satisfechos si permanecen en buen estado entre 7 y 14 días.

La **sostenibilidad** también se ha convertido en un aspecto cada vez más relevante en el mercado. Según la Sociedad de Floristas Americanos, el 61% de los consumidores prefiere minoristas comprometidos con el medio ambiente y el 50% estaría dispuesto a pagar un 10% más por flores sostenibles. Por ejemplo, la sostenibilidad es una prioridad para la Generación Z, que demanda **productos ecológicos y prácticas empresariales transparentes**. En la industria floral, esto se refleja en el **uso de flores de origen sostenible, orgánicas, con embalajes mínimos y prácticas socialmente responsables**. En este contexto, **el comercio electrónico ha ganado un terreno importante**, facilitando la **educación del consumidor** mediante descripciones detalladas, información sobre el origen y cultivo de las flores, consejos de cuidado y testimonios en video.

## 7. REQUERIMIENTOS DEL COMPRADOR

El mercado de bouquets en Estados Unidos es diverso y altamente competitivo, con compradores que van desde grandes minoristas hasta pequeñas floristerías y plataformas de comercio electrónico. **Aunque cada canal de comercialización tiene particularidades, los compradores comparten ciertos requisitos clave** que son fundamentales para garantizar la satisfacción del consumidor final y el éxito de las ventas. Estos **requerimientos están orientados a la calidad, la logística y la sostenibilidad, entre otros factores** y a continuación se listan los más relevantes:

- **Calidad del producto:** La frescura y durabilidad de las flores es esencial, ya que los consumidores esperan que los bouquets mantengan su vitalidad por varios días. Los compradores buscan flores cortadas recientemente y de

excelente calidad, que puedan resistir el transporte y el almacenamiento sin deteriorarse.

- **Suministro constante y capacidad de respuesta:** Los compradores exigen disponibilidad continua de producto, sobre todo en temporadas de alta demanda como San Valentín, Día de la Madre, Navidad y bodas. Los proveedores deben poder cumplir con grandes pedidos de manera constante, asegurando una entrega oportuna y eficiente.
- **Certificaciones y cumplimiento normativo:** Muchos compradores prefieren trabajar con proveedores que cuenten con certificaciones como **Global GAP, Rainforest Alliance** o **USDA Organic**, las cuales garantizan el cumplimiento de estándares fitosanitarios, sociales y ambientales. Además, el cumplimiento de las regulaciones de importación de flores es fundamental, especialmente para aquellos que compran en mercados internacionales.
- **Precios competitivos:** La competitividad en precios es crucial, ya que los márgenes en la venta de flores pueden ser estrechos. Los compradores buscan proveedores que ofrezcan precios atractivos sin comprometer la calidad, y en algunos casos, se prefieren contratos a largo plazo con precios fijos.
- **Logística y tiempos de entrega:** Dado que las flores son un producto perecedero, la logística juega un papel esencial. Los compradores requieren sistemas de transporte rápido y confiable, que permitan que las flores lleguen en óptimas condiciones. La capacidad de los proveedores para gestionar entregas en tiempos cortos, a veces en menos de 24 horas, es un factor clave de selección.
- **Presentación y empaque:** Los compradores valoran la presentación de las flores. Esto implica un empaque adecuado que no solo proteja el producto durante el envío, sino que también sea atractivo para el consumidor final. Para plataformas de e-commerce y supermercados, un embalaje llamativo y fácil de manejar es indispensable. Dentro de este punto se puede agregar la personalización, en donde una gran cantidad de compradores le proporcionan una "fórmula" al exportador de cómo debe llegar la flor. Para temporada altas las flores vienen listas de origen con papel especial para la ocasión y otros objetos adicionales como letreros, etc.
- **Sostenibilidad:** Cada vez más, los compradores buscan flores que sean cultivadas de manera sostenible y ética, lo que incluye prácticas agrícolas responsables y el respeto por los derechos de los trabajadores. Esto es particularmente importante para cadenas como Whole Foods o plataformas de suscripción como BloomsyBox, que destacan el origen ético de sus productos.

Los compradores en el mercado de bouquets de flores en Estados Unidos tienen exigencias claras y específicas que responden tanto a las necesidades de los

consumidores finales como a la logística que implica manejar un producto perecedero. **La capacidad de los proveedores para ofrecer flores de alta calidad, con una logística eficiente y precios competitivos, al mismo tiempo que cumplen con normativas y certificaciones, es crucial para tener éxito en este mercado.** La tendencia hacia productos más sostenibles y frescos también está redefiniendo las expectativas y oportunidades en el sector floral.

## 8. FUENTES

- [FMI. Actualización de las perspectivas de la economía mundial \(abril 2023\).](#)
- [CIA World Factbook.](#)
- [United States Census Bureau.](#)
- [National Agricultural Statistics Service \(NASS\). 2023 floriculture crops \[Highlights, No. 2024-5\]. U.S. Department of Agriculture.](#)
- [Society of American Florists \(SAF\). Floral industry facts.](#)
- [Utah State University. An Overview of the Cut Flower Industry.](#)
- [Tendata, What Are the Primary Distribution Channels for Flowers Imported by USA Floral Importers?](#)
- [ResearchAndMarkets.com. U.S. Floral Gifting Market - Industry Outlook & Forecast 2023-2028.](#)
- [IFPA- Circana Supermarket Floral Sales Data](#)
- [IFPA: Flowers Trends Forecast](#)
- [IFPA: Increasing Floral Sales in Supermarkets](#)
- [Businesswire: U.S. Floral Gifting Market Report 2023](#)
- [Society of American Florists: Floral Management Sustainability Spotlight](#)
- ProColombia.

La información contenida en este documento es de orientación y guía general. En ningún caso, ProColombia, ni sus empleados, son responsables ante usted o cualquier otra persona por las decisiones o acciones que pueda tomar en relación con la información proporcionada, por lo cual debe tomarse como de carácter referencial únicamente.