
Estudio de Mercado Flores y Bulbos en Uruguay

Octubre 2012

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Representación de ProChile
en la República Oriental del Uruguay.

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	4
1. Arancel General:	4
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):	4
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	5
4. Otros Impuestos:	5
5. Barreras Para – Arancelarias	6
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	6
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	6
GESTION DE IMPORTACION DE PRODUCTOS DE ORIGEN VEGETAL	6
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	8
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	8
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	9
1. 2011	9
2. 2010	9
3. 2009	9
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	10
1. Potencial del producto	10
1.1. Formas de consumo del producto	10

1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.).....	10
1.3. Comentarios de los importadores	11
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....	12
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.	12
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>13</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i>	<i>13</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i>	<i>15</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>15</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i>	<i>16</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>16</i>

PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

0603199000

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

0603190000

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:

El Arancel General de Uruguay o Tasa Global Arancelaria (TGA) Ad Valorem es de un 10%.

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

Según el Cuadragésimo Octavo Protocolo Adicional firmado entre Chile y Uruguay durante el año 2008, se establece el Adelantamiento de los márgenes de preferencia previstos en el ACE 35 otorgados por Chile a Uruguay y por Uruguay a Chile.

A partir del 01/01/2009 entra en vigencia el acuerdo, todos los productos quedan en cero con la excepción del trigo.

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

- Los países que tienen ventajas arancelarias con preferencias de un 100% son: los países que integran el acuerdo **Mercosur, Bolivia, México, y Cuba.**
- **Ecuador**, cuenta con una preferencia de un 81%.
- **Colombia y Venezuela** cuentan con una preferencia de un 60 %.
- **Perú**, cuenta con una preferencia de un 44%.
- **Panamá**, cuenta con una preferencia de solo un 20%.

4. OTROS IMPUESTOS:

Para este tipo de productos, Flores y Bulbos, existen los siguientes impuestos:

Impuesto Aduanero Único a la Importación (IMADUNI) y Recargos: Este impuesto y recargos constituyen la Tasa General Aduanera, que en este caso la alícuota corresponde al 10%, para extrazona, Chile 0%

Tasa Consular: Las importaciones son el hecho generador de la Tasa Consular de conformidad con el artículo 37 de la Ley N° 17453, de 28/02/2002. Esta tasa se aplica sobre el valor CIF de los bienes importados, y su alícuota está fijada actualmente en el 2%.

Impuesto al Valor Agregado: IVA importaciones 22%

Impuesto al Valor Agregado Adicional: anticipo de IVA 10%

Anticipo Impuesto a las Rentas de Actividades Económicas: Las empresas o personas naturales importadoras paga anticipo de IRAE 4% .

Tasa por Servicios Aduaneros:

La Tasa por Servicios Aduaneros es equivalente al 0,2% del valor CIF del permiso de importación, calculado en base al tipo de cambio vendedor, con fecha de cierre el día anterior en la que dicho documento fuere presentado, cuyo monto no debe exceder -por límite máximo legal- los US\$ 50, esto percibido por la Dirección Nacional de Aduanas (Ley N° 16.320, artículo 170).

De conformidad con el Decreto N° 667/992, la tasa prevista se abonará en todos los casos, aunque los bienes comprendidos en el permiso se hallen exentos del pago de tributos a la importación.

Tasa por Servicios Extraordinarios:

Esta tasa se aplica en función de tarifas a cobrar de acuerdo al valor declarado en los permisos de importación. Se constituye de una tasa fija en US\$ a cobrar por despacho de acuerdo a la correcta escala, cuyo valor de la alícuota corresponde a la siguiente tabla:

Rango en U\$S	Correspondiente en U\$S
500 – 1.000	12
1.001 – 2.000	30
2.001 – 8.000	48
8.001 – 30.000	108
30.001 – 100.000	240

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

No se perciben barreras para arancelarias para este tipo de productos.



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Gestión de importación de productos de origen vegetal

Es la solicitud que el ciudadano realiza para introducir al país productos de origen vegetal (plantas o sus partes y subproductos) en régimen de importación.

Esta solicitud se realiza a través del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca (MGAP). Dirección General de Servicios. División Operaciones Agrícolas

Para realizar este trámite se necesita:

- Registro vigente en el **RUO** (Registro Único de Operadores de la Dirección General de Servicios Agrícolas, dependiente del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca)
- Formulario de Gestión de Paso de Frontera, con sus datos.
- Autorización de Importación según corresponda
- D.P. (Declaración Previa de ingreso) para productos vegetales categoría 1 de riesgo.
- Autorización expedida por el **INASE** (Instituto Nacional de Semillas) para productos destinados a la propagación.
- **DUA** (Documento Único de Aduanas) Expedido por la Dirección Nacional de Aduanas.
- **AFIDI** (Autorización Fitosanitaria de Importación) para productos vegetales categoría 2, 3, 4 o 5 de riesgo. Este documento indica los requisitos fitosanitarios y condiciones que deberá cumplir la mercadería previo a su

ingreso al país. Estos requisitos pueden hacer mención a otros documentos requeridos tales como Certificado Fitosanitario de Origen, Certificado de Calidad, etc.

La empresa importadora debe presentarse en el Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca. Debe estar previamente registrada y completar los siguientes formularios.

- [134A.- Registro de personas físicas o jurídicas.- Instructivo formulario 134A](#)
- [134B.- Poderes a gestores y asesores.](#)
- [134C.- Poderes de despachante de aduana.-](#)

Decreto sobre importación de fitosanitarios

Los requisitos Fitosanitarios que es La Acreditación Fitosanitaria de Importación (AFIDI) debe ser extendido por el importador o despachante de aduana, la demora del trámite es de 3 o 4 días. Este certificado es enviado al exportador para que la mercadería ingrese al país.

La mercadería debe venir en embalajes de madera no procesada utilizados para acondicionar mercaderías Resolución Ministerial 168/05 la Dirección General de Servicios Agrícolas (**DGSA**) ha comenzado a otorgar las acreditaciones a las Empresas Aplicadoras de Tratamientos a Embalajes de Madera (**EATEM**)

PRODUCTOS SUJETOS A LA EMISIÓN DE UNA AUTORIZACIÓN PREVIA:

- **Bulbos de amarilis (*Hippeastrum* sp) procedentes de CHILE:** Permiso Fitosanitario de Importación emitido por el SENASA. Requisitos fitosanitarios específicas de cumplimiento obligatorio. Resolución Directoral N° 45-2006 de 29/12/06. AG-SENASA-DSV.
- **Bulbos de Liliun (*Lilium* spp.) de origen y procedencia CHILE:** Permiso Fitosanitario de Importación emitido por el SENASA. Certificado Fitosanitario oficial del país de origen con la declaración adicional establecida específicamente en la norma. Envases nuevos y de primer uso. Registro del Importador. Información sobre lugares de producción. Inspección Fitosanitaria en el punto de ingreso al país. Toma de muestras. Requisitos de cuarentena. Resolución Directoral N° 23 de 21/04/10. AG-SENASA-DSV.
- **Flores frescas cortadas de peonía (*Paeonia* spp.) de origen y procedencia CHILE.** Permiso Fitosanitario de Importación emitido por el SENASA. Certificado Fitosanitario oficial del país de origen, con la declaración adicional establecida en la norma. Envases nuevos y de primer uso. Inspección Fitosanitaria en el punto de ingreso al país. Resolución Directoral N° 05 de 28/1/11. AG-SENASA-DSV.
- **Flores frescas cortadas de anémona (*Anemone* spp.) Calla lily (*Zantedeschia* spp.) Fressia (*fressia* spp.); Gladiolo (*Gladiolus* spp.); Liliun (*Lilium* sp); lirio (*Iris* spp.) ranúnculo (*Ranunculus* spp. de origen y procedencia CHILE:** Permiso Fitosanitario de Importación emitido por el SENASA, obtenido previo a la certificación y embarque en el país de origen o procedencia. Certificado Fitosanitario oficial del país de origen, en el cual se consigne el cumplimiento de los requisitos establecidos específicamente en la norma.

Envases nuevos y de primer uso. Inspección Fitosanitaria en el punto de ingreso al país. Resolución Directoral N° 30 de 12/06/09. AG-SENASA-DSV. Resolución Directoral N° 62 de 10/12/09. AG-SENASA-DSV. Resolución Directoral N° 48 de 7/08/09. AG-SENASA-DSV. Resolución Directoral N° 52 de 9/09/09. AG-SENASA-DSV. Resolución Directoral N° 35 de 21/07/10. AG-SENASA-DSV. Resolución Directoral N° 37 de 27/07/10. AG-SENASA-DSV. También el DECRETO N° 929/988 regula la importación del producto a través de los Artículos 1, 2 3, 4, 9, 11 y 12.

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

- Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca (MGAP)
- INASE (Instituto Nacional de Semillas)
- DNA (Dirección Nacional de Aduanas)

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)



Las flores no llevan etiquetas como cualquier otro producto, vienen en cajas cerradas, con determinada temperatura y envoltorio para su mayor protección y cuidado.

Son muy frágiles y hay que transportarlas con el mayor de los cuidados, es en las Florerías y Viveros donde las arreglan y envuelven de determinada manera para su comercialización con el estilo particular de cada empresa.

IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

ESTADÍSTICAS - 0603 - FLORES Y CAPULLOS, CORTADOS, FESCOS, SECOS U OTROS

1. 2011

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Ecuador	193.358	1.316.112	99.35
Argentina	3.034	8.586	0.65
Total	196.392	1.324.698	100

2. 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Ecuador	144.480	885.393	100
Taiwán	25	38	0
Total	144.505	885.430	100

3. 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Ecuador	123.905	772.417	99
Brasil	68	9.199	1
Chile	128	1.577	0
Total	124.101	783.194	100

Fuente: Mercosur Online

V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

La producción de Flores en Uruguay, se desarrolla en una superficie menor a las 60 hectáreas, enfocada fundamentalmente hacia el mercado interno, no habiendo crecido en volumen en los últimos diez años.

La presentación de las Flores no difiere mucho a lo que se ofrece en Chile, son grandes lugares con superficies amplias donde se presentan cada una de las especies que se comercializan al interior del lugar. Por otro lado, los Bulbos de Liliium, pueden ser adquiridos por los minoristas en Florerías y Viveros.

Prácticamente todas las flores importadas, llegan vía aérea una o dos veces por semana, debido a la corta vida útil del producto. Las flores son trasladadas desde la quinta inmediatamente al avión donde se las sumerge en un líquido especial que las sella y evita que se marchiten. Según las estadísticas en el año 2011 no existe empresa que exporte flores en Uruguay.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

En Uruguay el consumo de Flores es a través de tres ramas de venta:

- Flores para fiestas
- Flores para empresas Fúnebres
- Flores para regalar

Cabe señalar que ha disminuido en los últimos meses la venta de flores para empresas fúnebres y ha aumentado notoriamente la venta de flores para fiestas (Empresas de Decoración).

En Montevideo, con relación al número de habitantes, es donde más se consumen flores y donde existe mayor venta de este producto en el país. Las pequeñas empresas de decoración tienden a aumentar notoriamente.

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

Hoy en día la floricultura ha alcanzado un desarrollo a nivel mundial, llevada por un conjunto de tecnologías como: la creación de plásticos para cubiertas de invernaderos, el riego de precisión como el goteo, la incorporación de abundante y diverso equipamiento instrumental y la logística de movimientos de la mercadería.

Con respecto al desarrollo de esta última podemos destacar el transporte por vehículos refrigerados de gran tamaño y el transporte por avión.

La tecnología utilizada en la producción de flores no ha evolucionado significativamente con el paso del tiempo, en comparación con el avance que se ha logrado en otras ramas de la producción. Los principales avances tecnológicos utilizados en este producto son, la Cámara de Frío, sistema de riego, tractor y rotovador (arado especial para el armado de canteros). La cámara de frío permite al productor alargar la vida útil de sus productos. La temperatura utilizada para la misma, ronda los 4 grados. Las mismas tienen un costo amortizable por varios años ya que una vez construida solo se desembolsa en gastos de mantenimiento.

Desde hace algún tiempo en Uruguay, algunas Florerías o Viveros crearon plataformas virtuales (internet) para que sus productos puedan llegar a muchos más consumidores desde distintos lugares, se accede al sitio rápidamente, se elige el producto que el cliente desea y luego se completa un formulario para finalizar la compra.

Por otro lado, existen en la República Oriental de Uruguay otros mecanismos de comercialización como folletería en algún evento técnico que se realiza en el INIA, Expo Feria (Prado) y revistas especializadas donde también los viveristas pueden exponer sus productos.

Asimismo, para los bulbos en reposo vegetativo, podemos encontrar otros sitios de Internet y revistas donde también se exponen estos productos.

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES

Para los productores uruguayos no es rentable dedicarse a las rosas. Es que por las características climáticas del país, la rosa cultivada en estas tierras no llega a la calidad. Sólo entre un 5% y un 10% de lo vendido es de producción nacional. La mayoría de las flores se importan desde Ecuador, algo de Perú, Argentina y Chile. Años anteriores también se importó desde Brasil y Taiwán.

Uno de los puntos más negativos es que la intermediación de este producto es muy cara hoy en día y eso hace que como consecuencia se retraiga el consumo. Es costoso cultivar en nuestro país ciertas variedades de flores, por eso se hace necesaria su importación.

- Las yerberas, por ejemplo, se producen en su mayoría en Uruguay y están siendo muy demandadas por los consumidores.
- Los Liliun son en su mayoría del mercado doméstico, aunque la importación de estas variedades se debe recurrir en invierno cuando la producción no es suficiente para abastecer al mercado.

La exportación de cualquiera de las variedades es casi nula.

Dada las exigencias de calidad y variedad, la floricultura, esta encaminándose hacia una producción más tecnificada valorizando sus potencialidades y teniendo en cuenta el desafío que representa el buen posicionamiento de un producto natural en el mercado.

Los daños y magulladuras hacen que estos productos se deterioren más rápidamente. Se debe considerar la compatibilidad de los materiales que entran en contacto con este tipo de productos durante la distribución y almacenamiento

Las flores requieren bajas temperaturas durante el almacenamiento y transporte para poder lograr una vida útil razonable. El almacenamiento y transporte de flores requiere un porcentaje de humedad del aire, por ello el film con perforaciones es idóneo.

Los floricultores en Uruguay son pocos. La Cooperativa de Floricultores Agraria Limitada (Cofloral), tiene actualmente 42 socios, en un momento llegó a tener algo más de 200, igual no todos los floricultores están afiliados a Cofloral.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

Podemos observar que en los últimos meses del año para las flores, la demanda baja considerablemente. De Febrero al mes de Mayo es cuando hay más demanda lo cual lo podemos concluir a través del flujo de importaciones. Pero en junio la demanda es bajísima en comparación con los demás meses, es cuando aquí las heladas son crueles con los cultivos y perjudica las plantaciones. En Agosto y Setiembre la demanda también se incrementa.

Por otra parte, el volumen de importaciones para los Bulbos en estado vegetativo, generalmente se concentran en los meses de verano, en especial febrero y en muy menor medida en los comienzos del otoño y primavera.

Con respecto a fechas donde más se consume, los días claves son algunos como el Día de la Madre, de la Secretaria y de los Enamorados, esas compras se duplican e incluso triplican y a éstas se les debe sumar, además, la venta de las otras variedades, entre las que se destacan las yerberas y los Liliun, que son en su mayoría nacionales y dan vida a unos 70 productores.

A pesar de que en cumpleaños, nacimientos y aniversarios también se puede recurrir a esta opción como un buen regalo, la fuente de ingresos más importante para la mayor parte de las florerías domésticas son los servicios especiales para eventos y fiestas, como por ejemplo los centros de mesa, y las coronas fúnebres.

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

La zona donde se desarrolla la Floricultura, es en el sur del País, en los departamentos de Montevideo, Canelones y San José.

Si bien en la actualidad, el cultivo del clavel es el más importante seguido de las rosas, la producción se está diversificando hacia otras variedades, tales como Crysanthemun (felpillas), Alstroemeria y Liliun entre otras.



Producción de Liliun en viveros - Uruguay

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

En Uruguay existen tres formas de distribución:

- Viverista productor
- Importador
- Mayoristas

La venta en Uruguay es directa. El porcentaje de comercialización es de 80%.

VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

FLORERÍA - Algunos de sus productos

Bandeja redonda de ratán con doce rosas - \$1.900



Canasta con Bombones y tres rosas - \$1.380



Corona con distintos tipos de flores - \$ 4.800



Cruz de Claveles - \$ 1.600



Florero tubo con piedras rosas y liliom - \$2.120



Manojo Flores variadas - \$1.200



FLORETERÍA - Algunos de sus productos

Doce Rosas blancas importadas de Ecuador - \$1.290



Rosas, Liliom y Astromelias desde Ecuador - \$1.050



FLORETERÍA - Algunos de sus productos

Florero con doce Rosas Rosadas - \$1470



Arreglo con Liliom, Yerberas, etc. - \$2.200



FLORETERÍA - Algunos de sus productos

Ramo de Liliom - \$ 873

Florero con doce Rosas importadas - \$1.627



VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Las campañas de promoción se enfocan en propagandas a través de televisión, radio y sitios de Internet, también en el vivero mismo donde se exponen las distintas flores y productos.

Los viveros entre si se diferencian principalmente por publicidad, promociones y la presentación de cada producto.

El Mercado de Flores por ejemplo, presenta un servicio de alquiler de plantas y macetas de gran variedad de especies y modelos. Plantas de interior y exterior, flores y arreglos para eventos, congresos, lanzamientos e inauguraciones empresariales, filmaciones, etc.

Las florerías trabajan con la mayoría de tarjetas de crédito facilitando a los clientes del exterior realizar sus distintas compras, podrán abonar a través servicios financieros, mediante transferencia o depósito bancario.

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Las Flores y los Bulbos tienen distintas presentaciones a la hora de su comercialización, siempre va a depender de cada empresa, de la florería o vivero que prefiera el cliente. Las florerías proponen arreglos florales muy sofisticados con diversos tipos de flores, distintas variedades y colores, también se está utilizando agregar elementos como floreros para una mejor presentación del producto.

Las estrategias de cada empresa a la hora de presentar sus productos varían, pero recurren la gran mayoría a ofrecer descuentos en algún tipo de Flor y obsequiar regalos con la compra de determinados productos.

X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Primeramente se recomienda realizar un estudio de mercado para ver la situación actual del país con respecto a la demanda del producto y el nivel de importaciones que tiene el país, analizando la flexibilidad y rango de precios de estos productos y la conveniencia de exportación a Uruguay, conociendo la competencia que existe dentro del mismo.

Esto debe ser acompañado con reuniones:

- La Dirección General de Servicios Agrícolas del Ministerio de Ganadería, que es una de las encargadas de realizar los filtros de otorgación de cupos.
- Mercado de Flores y Plantas que es el mayorista más importante.
- Viveros o Florerías, y/o importadores, para estar en contacto con posibles compradores.

XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

En Uruguay - Montevideo, se pueden visitar ferias barriales, ferias como la de Tristán Narvaja, y las de los Fines de semana en distintos puntos del Departamento.

Recomendamos visitar las siguientes páginas Web: www.zonaeventos.com e ir a calendario ferias, eventos, congresos.

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

- **ALADI**
<http://www.aladi.org/>
- **Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca**
<http://www.mgap.gub.uy/portal/hgxpp001.aspx>
- **Dirección Nacional de Aduanas**
<http://www.aduanas.gub.uy/>
- **Laboratorio Tecnológico del Uruguay**
<http://latu21.latu.org.uy/es/index.php>
- **Servicio de Búsqueda de Negocios - TRADE**
<http://trade.nosis.com/es>
- **Instituto Nacional de Semillas**
<http://www.inase.org.uy/>
- <http://mercadodefloresyplantas.com>
- <http://www.inia.org.uy/online/site/>
En el I.N.I.A. (INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN AGRÍCOLA), hasta ahora es el único foro donde se han realizado actividades abiertas a técnicos, productores y viveristas.