

**CUENTA RETO DEL MILENIO (MCA-Nicaragua)**

*Plantas Ornamentales*

**ESTUDIO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS:**

ESTADOS UNIDOS



*Plantas Ornamentales*

Octubre, 2007  
Managua, Nicaragua

**TABLA DE CONTENIDO**

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>4</b>
<b>1. GENERALIDADES DE LAS PLANTAS ORNAMENTALES</b>	<b>5</b>
<b>1.1 QUÉ ES UNA PLANTA ORNAMENTAL</b>	<b>5</b>
<b>1.2 INFRAESTRUCTURA Y TÉCNICAS DE CULTIVOS DE PLANTAS ORNAMENTALES</b>	<b>5</b>
1.2.1 QUÉ ES UN VIVERO DE PLANTAS ORNAMENTALES?	6
<b>2. PRODUCCIÓN NACIONAL DE PLANTAS ORNAMENTALES</b>	<b>9</b>
<b>2.1 DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PRODUCTO</b>	<b>9</b>
<b>2.2 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DE PLANTAS ORNAMENTALES</b>	<b>20</b>
<b>2.3 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR DE PLANTAS ORNAMENTALES</b>	<b>20</b>
<b>2.4 ZONAS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>23</b>
<b>2.5 FACTIBILIDAD DE EXPORTACIÓN DE PLANTAS ORNAMENTALES</b>	<b>25</b>
<b>3.1 COMERCIALIZACIÓN NACIONAL</b>	<b>28</b>
<b>3. MERCADO NACIONAL</b>	<b>28</b>
3.1.1 ACTORES DEL SECTOR HORTÍCOLA EN NICARAGUA	28
3.1.2 EVOLUCIÓN Y PREFERENCIAS DE CONSUMO	40
3.1.3 CONTACTOS DE COMPRADORES NACIONALES	41
3.1.4 ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN EN EL MERCADO NACIONAL	43
<b>3.2 PRECIOS NACIONALES Y MONITOREO</b>	<b>44</b>
<b>3.3 ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES NICARAGUENSES DE PLANTAS ORNAMENTALES</b>	<b>45</b>
<b>3.4 REGISTRO DE MARCA EN NICARAGUA</b>	<b>48</b>
3.4.1 DEFINICIÓN DE MARCA	48
3.4.2 CÓMO REGISTRAR UNA MARCA EN NICARAGUA	49
<b>4. ESTADOS UNIDOS: ANÁLISIS DE LA COYUNTURA POLÍTICA Y ECÓNOMICA</b>	<b>51</b>
<b>4.1 INFORME PAIS</b>	<b>51</b>
4.1.1 DATOS GENERALES	51
4.1.2 RIESGO PAÍS	52
4.1.3 TIPO DE CAMBIO	52
4.1.4 PUERTOS DE ENTRADA A ESTADOS UNIDOS	53
<b>4.2 POLITICA COMERCIAL</b>	<b>55</b>
<b>4.3 CÓMO REGISTRAR UNA MARCA</b>	<b>56</b>
<b>5. ANÁLISIS DEL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS</b>	<b>58</b>
<b>5.1 FLORICULTURA EN ESTADOS UNIDOS</b>	<b>58</b>

<b>5.2 COMPORTAMIENTO DE LOS SUBSECTORES EN 2005 Y 2006</b>	<b>60</b>
<b>5.3 PARTIDAS ARANCELARIAS EN ESTUDIO</b>	<b>62</b>
<b>5.4 INTERCAMBIO COMERCIAL NICARAGUA -ESTADOS UNIDOS</b>	<b>63</b>
<b>5.5 REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS</b>	<b>68</b>
5.5.1 REQUISITOS ARANCELARIOS	68
5.5.2 REQUISITOS NO ARANCELARIOS	69
5.5.3 REQUISITOS DE EXPORTACIÓN	71
<b>6. INVESTIGACIÓN Y SELECCIÓN DE LOS PRINCIPALES COMPRADORES</b>	<b>73</b>
<b>6.1 SEGMENTACIÓN DE MERCADO</b>	<b>73</b>
<b>6.2 CARACTERÍSTICAS DE CONSUMO DEL MERCADO</b>	<b>74</b>
<b>6.3 LISTADO DE IMPORTADORES</b>	<b>74</b>
<b>6.4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN</b>	<b>78</b>
<b>7. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS ORNAMENTALES</b>	<b>79</b>
<b>7.1 CARACTERÍSTICAS Y CONDICIONES DEL PRODUCTO DEMANDADAS POR IMPORTADORES</b>	<b>79</b>
<b>7.2 PRECIOS</b>	<b>81</b>
<b>7.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</b>	<b>81</b>
7.3.1 COSTA RICA	81
7.3.2 GUATEMALA	86
7.3.3 FACTORES COMPARATIVOS Y COMPETITIVO ENTRE COSTA RICA, GUATEMALA Y NICARAGUA	89
<b>7.4 ESTRATEGIAS DE MARKETING</b>	<b>89</b>
<b>8. CONCLUSIONES</b>	<b>94</b>
<b>9. RECOMENDACIONES</b>	<b>95</b>
<b>10. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>96</b>
<b>11. ANEXOS</b>	<b>97</b>

## **INTRODUCCIÓN**

Dentro del interés de la Fundación Cuenta Reto del Milenio (MCA-Nicaragua) de apoyar a los viveros, productores y potenciales exportadores de Plantas Ornamentales se ha elaborado el presente Estudio de Inteligencia de Mercados sobre el rubro antes mencionado, con el propósito de identificar las zonas productivas de Plantas Ornamentales y la capacidad de exportación de este rubro hacia el mercado de Estados Unidos.

Estados Unidos, por razones étnicas, culturales, económicas y sobre todo comerciales, es un mercado de grandes oportunidades para los productos nicaragüenses y latinoamericanos en general. Por esta razón, en la investigación se priorizaron aspectos como: Análisis de la coyuntura política y económica de este país; tamaño y características principales del mercado norteamericano; aspectos de acceso al mercado; detección de oportunidades comerciales en el mercado meta e identificar algunas recomendaciones de éxito para comercializar en este mercado.

Este estudio se desarrolló por medio de información primaria recolectada a través de entrevistas, visitas y sesiones de trabajo con productores y viveristas nacionales, así como de información primaria y secundaria recopilada sobre el sector de foricultura en Estados Unidos.

El cultivo de plantas ornamentales y de flores de corte, a la fecha ha sido una actividad marginal en el país y por diversos factores naturales (clima tropical, luz, temperatura, suelos fértiles, entre otros), constituye una alternativa para la diversificación del sector agrícola de Nicaragua, así como un mercado local que absorbe la producción.

Teniendo en consideración que el éxito de una empresa exportadora de productos no tradicionales, está en producir con calidad, para ser competitivos y que prefieran los productos nicaragüenses frente a los de la competencia, este estudio recopila información confiable sobre el manejo y comercialización de Plantas Ornamentales, de manera que sea una herramienta que contribuya a desarrollar proyectos alternativos del sector, a fomentar el cultivo de plantas ornamentales como producto con potencial de exportación.

En él, se analiza el comportamiento a nivel nacional y los aspectos necesarios que se deben conocer para comercializar este rubro en el mercado de los Estados Unidos. Al final de este documento, se presentan conclusiones y recomendaciones obtenidas de los hallazgos de la información procesada y analizada, que permitan tomar decisiones sobre el establecimiento de este tipo de proyectos y potenciar las oportunidades del sector de Plantas Ornamentales en Nicaragua.

Finalmente, es preciso agradecer a los empresarios, pequeños y medianos productores de Plantas Ornamentales que con su valioso tiempo y la información suministrada colaboraron en el enriquecimiento de este estudio, tal es el caso de Camarones de Nicaragua (CAMANICA), Cooperativa Agropecuaria Chelol, Jardín Vivero Tortuga Verde y demás viveristas del país.

**CUENTA RETO DEL MILENIO (MCA-Nicaragua)**

*Plantas Ornamentales*

**ESTUDIO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS:**

NICARAGUA



*Plantas Ornamentales*

Octubre, 2007  
Managua, Nicaragua

## **1. GENERALIDADES DE LAS PLANTAS ORNAMENTALES**

Para conocer el manejo de las plantas ornamentales, es preciso conocer algunos conceptos relaciones a su cultivo y producción, que se presentan a continuación.

### **1.1 QUÉ ES UNA PLANTA ORNAMENTAL**

Una **planta ornamental**, es aquella que se cultiva y se comercializa con la finalidad principal de mostrar su belleza, como decoración principalmente para interiores, se venden con o sin maceta, pero que están preparadas para ser transplantadas o simplemente transportadas al lugar de destino.

En agricultura las plantas ornamentales se cultivan al aire libre, en viveros o con una protección ligera bajo plásticos o en un invernadero con calefacción o temperatura controlada. En general, suelen carecer de espinas u otras estructuras punzantes o urticantes, salvo excepciones como la rosa, tienden a ofrecer o bien, se potencia el empleo de especies exóticas.

La importancia de las plantas ornamentales se ha incrementado con el desarrollo económico de la sociedad y el incremento de las áreas ajardinadas en las ciudades, y con el uso de plantas de exterior e interior por los particulares.

De acuerdo a especialistas en la materia, las oportunidades de producción de plantas ornamentales para exportación que ofrece Nicaragua, son aún mayores que la producción de flores de corte. Estas plantas tienen una gran demanda en los mercados internacionales, cuyos requerimientos agros- climáticos se satisfacen en varias regiones del país.

### **1.2 INFRAESTRUCTURA Y TÉCNICAS DE CULTIVOS DE PLANTAS ORNAMENTALES**

Una instalación destinada a los cultivos ornamentales, puede realizarse a través de viveros, cultivos hidropónicos o invernaderos, siempre que se oriente a la propagación de material vegetal y reproducción de plantas vivas, teniendo en cuenta las características edafológicas del propio producto y considerando que el destino principal de su producción es el embellecimiento de espacios públicos o privados, ya sean interiores o exteriores.

Esta actividad en la mayoría de los países industrializados está relacionada con una alta tecnología en los métodos de cultivo, que van desde la modificación del clima del recinto de cultivo, la regulación de los ciclos productivos o sus procesos de vegetación e inducción floral y el empleo de técnicas de post-recolección.

En términos de infraestructura, los viveros pueden ser al aire libre, conocidos simplemente como viveros, o bien, establecidos bajo una construcción protegida con vidrio o plástico,

denominado invernadero, que permita un mayor control de los factores arriba mencionados, en especial de la temperatura.

Dependiendo del tamaño de la inversión de capital o tecnología<sup>1</sup>, éstos pueden disponer de parcelas experimentales, laboratorios y estación meteorológica, que faciliten respectivamente, la investigación de las plantas, plagas y aspectos relacionados, así como, el control de factores ambientales, tales como: temperatura, humedad, viento, presión atmosférica, entre otros.

Para el establecimiento de un invernadero de plantas, los materiales necesarios son: plástico, madera o aluminio para la estructura base, paneles o material transparente que facilite la distribución de la luz, que pueden ser de vidrio o plástico, establecimiento de túneles de aclimatación, almacenes de sustratos, parque de maquinaria y mano de obra.

La empresa viverista puede estar compuesta por diferentes áreas: galeras de producción, galeras de planta madre, galeras de enrizamiento, empacadoras, cuartos refrigerados, bodegas de insumos materiales, oficinas y servicios complementarios, rigiéndose las dimensiones de cada área por los volúmenes de producción. Sin embargo, al inicio del proyecto se debe contemplar la posibilidad de aumentar la capacidad de producción y por lo tanto, considerar de antemano los crecimientos de las diferentes áreas que lo integran.

Los viveros pueden clasificarse, según su finalidad, en forestales, ornamentales, entre otros; o bien, según su grado de especialización, en productores de esquejes, arbustos u otros.

### 1.2.1 QUÉ ES UN VIVERO DE PLANTAS ORNAMENTALES?

Un vivero de plantas ornamentales es un lugar donde se produce y se vende plantas, arbustos, y árboles con un componente decorativo, en un espacio limitado que brinda a las plantas las mejores condiciones para el desarrollo en fase inicial.

El proceso en el vivero acoge diferentes fases en función del método de reproducción de las plantas:

- En el caso de la planta ornamental, la reproducción puede ser: por esqueje adquirido a terceros u obtenido de plantas madre de la explotación, por semillado, como ocurre con las plantas vivaces u otras; o adquiriendo el plantel al proveedor para posteriormente engordar la planta.
- Tratándose de árboles y arbustos de gran porte el sistema habitual de reproducción es el esquejado.

El proceso de cultivo se inicia con el semillado o esquejado en pequeñas bandejas de plástico con o sin alvéolos en la zona de manipulación. Posteriormente, se trasladan las bandejas a una zona de germinación, con instalaciones apropiadas, o directamente al invernadero.

---

<sup>1</sup> Ver en Anexos: Presupuesto del Proyecto del IICA para el establecimiento de un Vivero en Dossier “Desarrollando una Industria Especializada para el Cultivo de Esquejes y Productos Hortícolas para la Exportación de Nicaragua a Estados Unidos”.

Una vez enraizada la planta, la siguiente fase es el repicado, es decir, el trasplante desde las bandejas a una maceta pequeña y, normalmente, de plástico. Una vez que ha adquirido la fortaleza y el tamaño adecuado, o cuando las condiciones de la propia planta así lo requieran, pasa a los umbráculos para que se adapte a las condiciones climáticas naturales.

En su caso, para plantas de exterior o arbustos, el destino final, antes de su puesta a la venta, es el medio ambiente en bancales de cultivo exteriores. En el caso de los arbustos de gran porte, la última fase es su trasplante a tierra o a contenedores de gran tamaño, ya sean de barro o plástico.

Este tipo de viveros deben reunir determinadas condiciones:

- Factores Naturales como el clima, la topografía del lugar, las características del suelo adecuado al cultivo elegido;
- Factores Técnicos como los conocimientos o experiencia en el negocio y prácticas productivas, presencia de los materiales e insumos, para los cultivos elegidos, mano de obra calificada que atienda al vivero, ubicación física del vivero adecuada para la comercialización de la producción, conocimiento de la competencia y de las exigencias del mercado o de los consumidores.

Algunos aspectos que se deben considerar al momento de establecer un Vivero de Plantas Ornamentales son:

- **Terreno y su ubicación:** debe de estar cerca de vías de comunicación, ya sean caminos o carreteras, que permitan traer al vivero los insumos y la materia prima (la tierra, el abono, las semillas) necesarios a la producción, y ser de fácil acceso a los clientes. Lo dos aspectos básicos en este sentido es encontrar un lugar adecuado para la producción y comercialización del mismo.

El terreno de un vivero para producción, debe ser casi plano o con poca pendiente par evitar labores costosas de nivelación, problemas de erosión y estancamiento del agua de riego o de lluvia. Si la inclinación es demasiada pronunciada, puede ocasionar dificultades a los trabajadores para cumplir sus labores.

Se deben considerar los factores naturales antes mencionados: características del suelo cultivable, el clima que es muy influyente en la decisión de las especies que se pretenden cultivar, los rangos existentes entre las temperaturas diurnas y nocturnas, la humedad relativa del aire y la incidencia de los vientos, la intensidad de la luz de la zona donde se piensa sembrar en función de las exigencias de las plantas.

- **Insumos, materias primas y/o materiales de producción:** dependiendo del tipo de reproducción a utilizar en el vivero, ya sea sexual-semillas o bien, asexual-reproducción por estacas y yemas, prever de dónde se obtendrán las semillas, las plantas madres o productoras de esquejes y demás insumos necesarios para el tratamiento de las plantas, plástico, etc.

- **Fuente de agua:** que es un factor elemental para esta actividad, que debe ser sana, abundante y permanente. Esta fuente puede ser un pozo mecánico libre de contaminaciones, una cisterna o tanque levado. No se debe utilizarse el agua de ríos, represas, o cualquier otro curso de agua sin análisis previo.
- **Capital de Trabajo:** de lo que dependerá la estructura, dimensionamiento de un vivero y tamaño del proyecto. Debiéndose calcular exactamente la cantidad de dinero necesaria para la adquisición de bienes. (Terreno, construcción, instalaciones, maquinaria y equipo, etc.), contratación de técnicos, mano de obra y costo de mantenimiento.
- **Mano de obra calificada:** La dirección técnica y mano de obra, es muy importante, ya que de estos aspectos dependerá el fracaso o el éxito de un proyecto de este tipo. Lo ideal sería contar con asistencia técnica para el mantenimiento de la calidad de las plantas, con miras a atender mercados de exportación, así como manejar aspectos de administración, recuperación de cartera y mercadeo o comercialización.

En términos generales, de acuerdo a las visitas de campo que se realizaron en los diferentes viveros en las zonas de producción identificadas (se detallan más adelante), se pudo observar que existe prácticamente 25 años de atraso tecnológico en la producción de plantas, en comparación con los países de la región, ya que el sistema de la bolsa de tierra ha permitido un bajo estándar de calidad de plantas. Así como también, existen debilidades en la producción y selección de semillas de calidad para la reproducción en los viveros, sustrato de baja calidad, problemas de baja germinación con algunas especies, y la mala distribución del riego.

Los viveros a nivel nacional están establecidos de manera artesanal, como grandes patios con plantas injertadas, que se riegan y cuidan por una o varias personas que conocen sobre jardines. Son pocos los viveros identificados que aplican técnicas o disponen de recursos económicos para invertir en ellos, a nivel de ejemplos: Plantas Ornamentales Chaliapa, ubicado en Carazo, varios viveros ubicados en Carretera Vieja a León, que disponen de infraestructura adecuada y técnicas para el manejo de las plantas como: temperaturas, uso de mallas para el filtrado de la luz, uso adecuado del terreno y del sistema de irrigación.

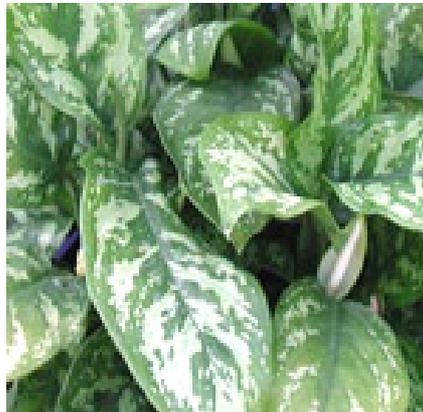
Otro factor que no ha influido positivamente en el rendimiento de los recursos de los productores de plantas ha sido el tipo de terreno seleccionado para el establecimiento de los viveros de parte de ellos. Se debe tomar en cuenta, la producción en terrenos inclinados, los cuales dificultan el trabajo de irrigación por la falta de agua, en las diferentes zonas del país. Por otro lado, en las zonas donde no hay problemas de agua los viveristas tradicionales, están utilizando especialmente la regadera de mano, es decir, sistemas de producción artesanal, con este sistema el obrero no realiza una buena distribución del agua al momento de aplicarla.

## **2. PRODUCCIÓN NACIONAL DE PLANTAS ORNAMENTALES**

### **2.1 DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PRODUCTO**

En Nicaragua, dependiendo de las zonas geográficas, se identifican variadas plantas para fines ornamentales. A continuación se presentan y describen las de mayor producción en los viveros nacionales, tales como:

- **Nombre Científico:** *Aglaonema treubii*, *Aglaonema commutatum* ;  
**Nombre Común:** Silver Queen y/o Cafeto



- **Nombre Científico:** *Dracaena Marginata* ; **Nombre Común:** Dracaena



- Nombre Científico: *Yuca elephantipes*; Nombre Común: Espadillo Cintillo, Pie de Elefante



- Nombre Científico: *Cordilina terminalis*; Nombre Común: Cordilina



- Nombre Científico: *Philodendrum selloum*; Nombre Común: Mano o Garra de Tigre



- Nombre Científico: *Cycas revoluta*; Nombre Común: Palmera sagu



- Nombre Científico: *Chrysalidocarpus lutencens*; Nombre Común: Palma Múltiple



- Nombre Científico: *Phoenix robellinii*; Nombre Común:Palmera robellini



- Nombre Científico: Areca; Nombre Común: Palmera Miami



- Nombre Científico: Roystonea regia; Nombre Común: Palmera Real



- Nombre Científico: *Chamaedorea elegans*; Nombre Común: Palmera de Salón



- Nombre Científico: *Epipremnum aureum*; Nombre Común: Pothos



- Nombre Científico: *Caladium x hortulanum*; Nombre Común: Corazón de Jesús



- Nombre Científico: *Codiaeum variegatum*; Nombre Común: Crotos o croton



- Nombre Científico: Dieffenbachia; Nombre Común: Lotería



Nombre Científico: Rosa; Nombre Común: Rosales



Nombre Común y Científico	Género	Familia	Tipo de Reproducción	Características Generales
<p>Común: <i>Silver Queen y/o Cafeto</i> Científico: <u><i>Aglaonema commutatum</i></u></p>	<p><i>Aglaonema</i></p>	<p>Araceae</p>	<p>Por esquejes</p>	<p>Es una planta de interior, mide 0.2 - 1 mts ed altura, es de color verde claro pequeño espádice, es una planta tóxica.</p>
<p>Común; <i>Dracaena</i> Científico: <u><i>Dracaena deremensis</i></u></p>	<p><i>Dracaena</i></p>	<p>Ruscaceae</p>	<p>Por acodo, semillas o esquejes</p>	<p>Es una planta de tallo erecto, tiene un máximo de altura de 2 mts hojas numerosas, largas, lanceoladas, su valor ornamental es de presencia bandas, estrias, manchas o veteados de diferentes colores y excelente para interiores.</p>
<p>Común: <i>Espadillo</i> Científico: <u><i>Yucca elephantipes</i></u></p>	<p><i>Yucca</i></p>	<p>Agavacea</p>	<p>Por semillas o esquejes</p>	<p>Es una planta arborecente, es de interiores, es de carácter consumible sus pétalos se consumen con huevos, tomate, mide 5-7 mts de longitud.</p>
<p>Común: <i>Cordilina</i> Científico: <u><i>Cordilina terminalis</i></u></p> <p>Nombre Común: <i>Mano o Garra de Tigre</i> Nombre Científico: <u><i>Philodendrum selloum</i></u></p> <p>Nombre Común: <i>Palmera sagu</i> Nombre Científico: <u><i>Cycas revoluta</i></u></p>	<p><i>Cordyline</i></p> <p><i>Philodendron</i></p> <p><i>Cycas</i></p>	<p>Agavaceas</p> <p>Araceae</p> <p>Cycadaceae</p>	<p>Por esquejes</p> <p>Por esquejes</p> <p>semilla sexual o asexual</p>	<p>Presentan rizomas trepadores, y sus raíces son blancas y nudosas ofrece numerosas de variedades las hojas son de 13 cm, largo, y 2 ancho son de color rojo vivo, oscuro, sobreviven durante mucho tiempo.</p> <p>Es una planta de interior, se desarrolla mejor en temperaturas húmedas elevadas, se pueden cultivar en cualquier tipo de sustrato estándar, turba y cortezas. Se deben de regar 2 veces por semana y es excelente en exteriores.</p> <p>Son plantas decorativas, no resistentes al frío, son de hojas largas, color verde brillante, crece muy lento, el tronco es de 1- 12 dependiendo de la edad.</p>

Nombre Común /o Científico	Género	Familia	Tipo de Reproducción	Características Generales
<p>Nombre Común: <i>Palma Múltiple</i> Nombre Científico: <u><i>Chrysalidocarpus lutencens</i></u></p>	Chrysalidocarpus	Palmae	Sexual o por semilla	<p>Son palmeras con varios troncos anillados de hasta 8-9 m altura. Las hojas son pintadas de 1.5-2.5 longitud, excelente como ornamental. Se cultiva a pleno sol, para la producción de planta en maceta se requiere 80% de sombra.</p>
<p>Nombre Común: <i>Palmera robellini</i> Nombre Científico: <u><i>Phoenix robellinii</i></u></p>	<i>Chamedorea</i>	Arecaceae	Semillas	<p>También se le conoce como palmera enana, es fina, y elegante, con altura de 5 mts y un diámetro de menos de 10 mts, hojas pinnatisectas de hasta 1 m de largo. Se utiliza a sol, o en sombra de zonas cálidas.</p>
<p>Nombre Común: <i>Palmera Miami</i> Nombre Científico: <u><i>Areca</i></u></p>	<i>Chrysalidocarpus</i>	Palmaceae	Por semillas o div. Matas	<p>Es común en interiores de las casas, debe estar en un lugar cálido, no menor de los 15C, atmósfera húmeda, se riega 2 veces x semana. Se debe abonar, 1 vez al mes con un fertilizante completo , exceptuando el invierno.</p>
<p>Nombre Común: <i>Palmera Real</i> Nombre Científico: <u><i>Roystonea regia</i></u></p>	<i>Roystonea</i>	Arecaceae	Semillas	<p>No es apta para interiores, por su tamaño, prefiere suelos profundos y ricos materia orgánica, tiene una altura de 15 mts y un diámetro de 5 mts.</p>
<p>Nombre Común: <i>Palmera de Salón</i> Nombre Científico: <u><i>Chamaedorea elegans</i></u></p>	<i>Chamaedorea</i>	Arecaceae	Semillas	<p>Es de las palmeras más cultivadas como planta interior, es una palmera pequeña, no suele medir más de 2 m. Se utiliza en zonas costeras cálidas, macetones, y jardineras a la sombra, se adapta al aire seco, se riega 2 a 3 veces por semana en verano y 2 veces al mes en invierno.</p>
<p>Nombre Común: <i>Pothos</i> Nombre Científico: <i>Epipremnum aureum</i></p>	<i>Epipremnum</i>	Araceae	Esquejes	<p>Es una planta rica en sustancias minerales más que orgánicas la temperatura no debe bajar de los 20°C durante el día, y de la noche la tierra es rica debe ser rica en sustancias minerales más que orgánicas.</p>

Nombre Común y Científico	Género	Familia	Tipo de Reproducción	Características Generales
<p>Nombre Científico: <u><i>Caladium x hortulanum</i></u></p>				<p>Se debe regar de manera regular, las hojas pueden ser utilizada para arreglos florales.</p>
<p>Nombre Común: <i>Crotos o croton</i> Nombre Científico: <u><i>Codiaeum variegatum</i></u></p> <p>Nombre Común: <i>Lotería</i> Nombre Científico: <u><i>Dieffenbachia</i></u></p>	<p><i>Codiaeum</i></p> <p><i>Dieffenbachia</i></p>	<p>euphorbiaceas</p> <p>Araceae</p>	<p>Esquejes</p> <p>Semillas</p>	<p>Planta delicada, la iluminación debe ser intensa para mantener vivos los colores, se riega 2 ó 3 veces por semana.</p> <p>Necesito luminosidad pero no sol directo. La temperatura no debe bajar 10°, ya que empieza a perder hojas inferiores. Debe regarse frecuentemente 2 ó 3 veces.</p>
<p>Nombre Común: <i>Rosales</i> Nombre Científico: <u><i>Rosa</i></u></p>	<p><i>Rosa</i></p>	<p>Rosaceae</p>	<p>Esquejes</p>	<p>Son las plantas más cultivadas por la belleza de sus flores, el hoyo debe tener una profundidad de 30-60 cms. Son ideales para arreglos florales. El invierno es la época de la poda y plantación de rosales.</p>

## **2.2 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DE PLANTAS ORNAMENTALES**

Los productos analizados en este estudio se encuentran incluidos dentro del Sistema Arancelario Centroamericano SAC, y el Sistema Armonizado de Estados Unidos (HTS-US), en el **Capítulo 06**, que abarca **Plantas Vivas y Productos de Floricultura**.

Para el análisis nacional, se trabajará con las partidas arancelarias que a continuación se detallan, conforme a la clasificación del Sistema Arancelario Centroamericano (SAC); la cual identifica a los productos con un nivel de especificación de hasta 10 dígitos.

**TABLA No. 1: DESCRIPCION ARANCELARIA DEL SECTOR DE PLANTAS ORNAMENTALES**

<b>CODIGO SAC</b>	<b>DESCRIPCION</b>
<b>0602.20.90.00</b>	<b>Las demás plantas vivas (incluidas sus raíces), esquejes e injertos, micelios. OTROS</b>
<b>0602.90.90.00</b>	<b>Las demás Variedades de Plantas Vivas</b>
0604.10.00.00	Musgos y Líquenes
0603.10.98.00	Heliconias

Fuente: Sistema Arancelario (SAC)

Cable aclarar que en las partidas 0602.20.90.00 y 0602.90.90.00, se centra el estudio, correspondientes respectivamente a la variedad de palmeras y plantas vivas producidas y cultivadas en Nicaragua.

Pese a que la definición de plantas ornamentales no incluyen flores ni follajes cortados, en el análisis del sector a nivel nacional, se contemplarán las otras dos partidas arancelarias (heliconias, musgos y líquenes), ya que solamente para éstas se registran estadísticas de exportaciones a Estados Unidos (mercado internacional en estudio), cuyo uso final son para arreglos flores. Esto debido a que Estados Unidos incluye como ornamentales a las flores cortadas, pero por las características de uso y definición de éstas, no debería incluirse como tales.

## **2.3 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR DE PLANTAS ORNAMENTALES**

El cultivo y producción de plantas ornamentales es una actividad que pertenece por definición al sector agropecuario, que es el conjunto de actividades económicas orientadas a la producción de organismos vivos, plantas y animales. La rama específica que concentra esta actividad es el subsector de la horticultura.

El sub-sector de la horticultura se ramifica en dos grandes categorías:

1- **Horticultura de Productos Comestibles**, está conformado por cultivos útiles para el consumo humano (alimentación): cultivos de verduras (cultivos de huertos), cultivos de árboles frutales (arboricultura frutal), granos básicos, plantas culinarias, aromáticas, medicinales, etc.

2- **Horticultura de Productos No Comestibles**, producción o productos que sirven para embellecer y mejorar nuestro entorno de vida, entre los principales tenemos: la producción de árboles, arbustos ornamentales, plantas decorativas por sus follajes, flores, o plantas verdes o florecidas en macetas y cultivos de frutas, flores y follajes cortados tradicionales o tropicales. Esta categoría es de menor tamaño en comparación al enorme peso que constituyen los productos hortícolas comestibles.

Es de suma importancia enfocar que dentro de la categoría de horticultura de productos no comestibles, se encierra la actividad de floricultura o florícola (horticultura ornamental), que incluye la multiplicación y el manejo del cultivo de flores, follajes y demás plantas ornamentales, así como negocios implicados en la multiplicación, manejo y venta de plantas y árboles como un componente decorativo, relacionados con las actividades de diseño de paisajes exteriores y decoración de interiores (casas, jardines, oficinas, parque, rotondas, cementerios, etc).

En Nicaragua, el sector de horticultura ornamental se caracteriza por ser productor de flores frescas y plantas ornamentales en pequeña escala, donde la mayor parte de los productores no están organizados y laboran por cuenta propia, como pequeñas empresas individuales formada por mano de obra familiar. Está integrado por los productores y exportadores de plantas vivas, follajes cortados y flores cultivadas.

La producción de plantas forestales, frutales, y ornamentales, se realiza a través de técnicas tradicionales de propagación, en bolsas de polietileno de diferentes tamaños, se usan sustrato de tierra y bajo sombra. Una de las ventajas de estos productos es que se pueden cultivar de manera intensiva y no requieren de grandes extensiones de tierra.

En relación al registro del número de viveros que están vinculados a este sector, según datos suministrados por el Registro Nacional Forestal del Instituto Nacional Forestal de Nicaragua (INAFOR), todos los viveros registrados por esta oficina tienen como principal actividad la producción de plantas forestales<sup>2</sup>, sin embargo, en éstos mismos se pueden producir plantas ornamentales pero a menor escala y sin ser la actividad principal del vivero. Es decir, que en el país no existen viveros especializados en plantas ornamentales, su cultivo y producción es una actividad paralela de los viveristas, quienes adicionalmente producen otros tipos de plantas, forestales y frutales, principalmente<sup>3</sup>.

En consideración a lo anterior, se presume que la mayoría de los viveros están registrados o constituidos como empresarios individuales.

---

<sup>2</sup> Listado de Viveros Registrados en INAFOR y requisitos para el registro.

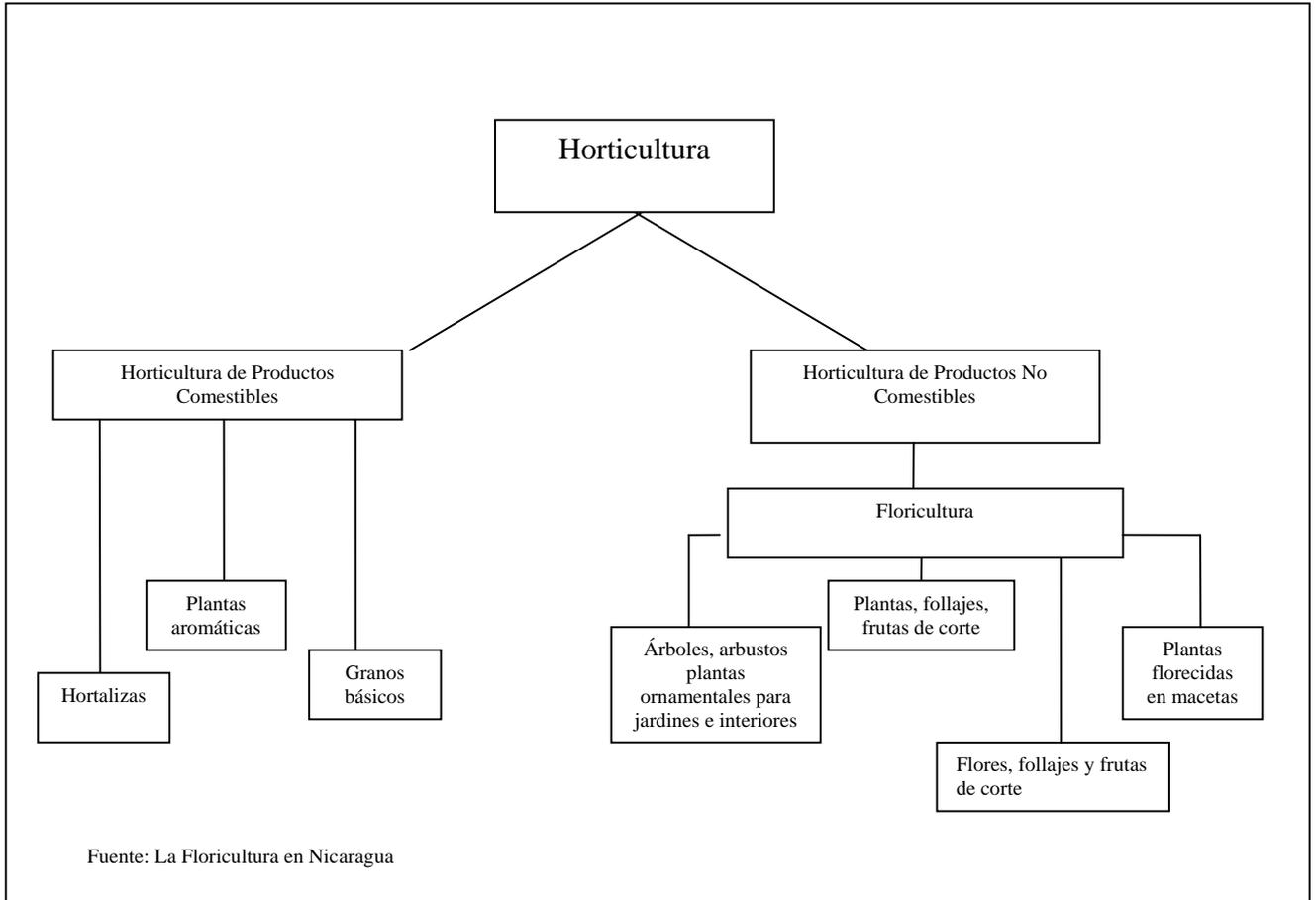
<sup>3</sup> Registro Nacional Forestal (INAFOR). Contacto: Marvin Sujo, Responsable. Tel: (505) 263-2827

En la zona objeto del estudio y según la descripción detallada en el apartado primero, en el Occidente del país, específicamente en León y Chinandega, no existen viveros que contengan estas condiciones, exceptuando el de la empresa CAMANICA, que cuenta con personal y recursos económicos para el establecimiento y mantenimiento de su vivero de plantas ornamentales.

Las mayores limitantes identificadas y señaladas por los productores de este sector es no tener acceso a información sobre la producción de plantas ornamentales que les oriente en mejorar su sistema de producción y su productividad, así como, falta de financiamiento o capital, que les permita en su conjunto cultivar productos de alta calidad, demandados y que sean más competitivos a nivel internacional. Otra debilidad señalada, es la falta de compañías de transporte competitivas, calificadas y habituadas al trabajo con plantas vivas.

En este sentido, con el propósito de incentivar a los productores de este sector y apoyarlos con establecimiento de infraestructura, se debe disponer en términos básicos de: recinto o terreno destinado a la **producción** de las plantas, equipo como camas o tablas de cultivo, material vegetativo, un sistema de riego y mano de obra. Algunos pueden incluso disponer de invernaderos.

**GRÁFICO No. 1: ESQUEMA DEL SECTOR DE HORTICULTURA EN NICARAGUA**



## 2.4 ZONAS DE PRODUCCIÓN

En Nicaragua la producción de plantas se realiza a través de diversos tipos de viveros, siendo estos en su mayoría forestales, frutales y cafetos.

En términos geográficos, la producción de plantas ornamentales está concentrada en su mayoría en los departamentos de Managua, Masaya, Granada, Carazo y más exactamente en los municipios de Catarina, Pacaya, Niquinomo, Nandasmo, Diriomo, Masatepe, Jinotepe, Diriamba, es decir la Meseta de los Pueblos, considerado corredor turístico. En esta zona, se cultivan numerosas especies y variedades de plantas decorativas, como la palmera Miami, abanico, enana, real, africana, de cuero, Cycas, Araucaria, Corazón de Jesús, piña enana, espadillo, coleus, Draecaena, áloes, laurel, flor de avispa, helechos, brocha, cola de gato, musa, ciprés, entre otras.

La zona Matagalpa- Jinotega, Estelí, también es considerada productora de especies ornamentales, por su agradable clima, que favorece el cultivo y crecimiento de las mismas, como cactus, entre estas mamilarias, apuntillas y algunas suculentas para interiores, las cuales no tienen espinas, son plantas pequeñas y no necesitan de mucha agua. Además se encuentran anturios de seis diferentes colores; aves del paraíso, flor tropical que puede durara tres meses en macetera y un mes ya cortada puesta en jarrón.

Matagalpa, específicamente en el municipio de Aranjuez, se destaca por poseer los lugares de producción con infraestructura bastante desarrollada y tecnificada, como sistemas de riegos computarizados, disposición de plantas eléctricas y techos con luz y riego; aunque su producción mayoritariamente es de flores como crisantemos, gladiolas, claveles y girasoles

Boaco y Chontales en la zona Central y Chinandega en Occidente del país, se localizan productores de plantas ornamentales en menor medida que en las zonas anteriores; algunos de ellos (minoría) con capacidad y volumen de exportación, tal es el caso de empresas o viveros grandes con experiencia de exportación como Camarones de Nicaragua (CAMANICA), la que constituye una actividad marginal para la empresa y cuyas exportaciones no están destinadas para fines netamente comerciales actualmente, siendo su objetivo de corto plazo.

Por lo general, los productores de la zona de Managua, Masaya, Granada y Carazo, comercializan sus productos directamente en sus fincas a particulares y algunos de ellos llevan una parte a tiendas especializadas en ornamentación, jardinería, y a Catarina.

En relación a los productores de la zona de Matagalpa, Jinotega y Chontales, comercializan sus productos en sus fincas directamente a mayoristas, particulares y a otros comerciantes minoristas del lugar. Algunos viajan semanalmente a ofrecerles a los minoristas de Managua y Masaya.

En la zona de Jinotepe a Catarina, hay un promedio de 33 viveros, los cuales venden variedades de ornamentales tales como, palmeras de diferentes variedades, crotos de diferentes colores, corazón de Jesús, Rosales, Variedad de flores, árboles frutales, y forestales, etc; un sin número de plantas y flores para deleite del consumidor final, los cuales compran en orden de importancia para obtener un producto de buena calidad seguido de buenos precios.

Como aspectos conclusivos, se considera que un 80% de la producción nacional de plantas ornamentales de los viveros y empresas que componen este subsector, se destina al consumo nacional o de turistas. Los viveristas, generalmente, más que dedicarse a la producción y cultivo de plantas ornamentales, se dedican a la producción de frutales, especialmente cítricos, cafetos y forestales, debido a que son los productos demandados por proyectos, organismos internacionales (ONG's) e instituciones de gobierno como: Caritas de Nicaragua, Save the Children, las alcaldías de los diferentes departamentos y municipios, entre otros.

## **2.5 FACTIBILIDAD DE EXPORTACIÓN DE PLANTAS ORNAMENTALES**

Conforme las visitas realizadas a los diferentes viveros, se ha identificado que aquellos ubicados en la Meseta de los Pueblos no prestan las condiciones ni reúnen las capacidades necesarias para dedicarse a la exportación de plantas ornamentales. De hecho, son pequeños negocios de subsistencia familiar, dirigidos a los transeúntes de la carretera, generalmente turistas y que contribuyen a la economía y el embellecimiento de la zona. En esta área geográfica, el Jardín & Vivero Tortuga Verde, posee el terreno necesario para ampliar la producción de heliconias y flores tropicales, que es su especialidad. Además de poseer experiencia y conocimientos necesarios para el cultivo y cuidado de plantas ornamentales. Sin embargo, no dispone del capital económico necesario para su desarrollo, dedicándose a actividades alternativas como el turismo.

En la parte norte-central de Nicaragua, se localizan dos empresas con potencial exportador como es Floricultura Nicaragüense (Chontales) y Helechos de Nicaragua (Jinotega). La primera, se ha focalizado en la producción y comercialización de flores y plantas tropicales, especialmente heliconias. La segunda empresa, se ha especializado en el cultivo de Helechos hojas de cuero, cuyas exportaciones están destinando al mercado europeo<sup>4</sup>, específicamente Holanda.

Como se detallaron en el apartado de “Descripción del Producto”, existen en el país algunas especies entre nativas y exóticas que están siendo únicamente utilizadas como ornamentales y para otros fines, que tendrían gran potencial en mercados de exportación. En el caso específico de la zona de Occidente, las plantas mayormente cultivables, con posibilidades de crecimiento y desarrollo por las condiciones agroclimáticas, son aquellas cultivadas para la obtención de flores para comercialización como: Heliconias en todas sus variedades (H. Orthotricha, H. Caribacea, H. Psittacorum, H. Chartacea, entre otras), Ginger (rojo y rosado), Anturios (Anthurion Andreanum) y palmeras en su abanico de variedades.

Otras familias que deben considerarse para cultivo en la zona por las condiciones climatológicas son las cactáceas y palmáceas, propias de lugares secos y cálidos.

Las primeras, agrupa a plantas suculentas conocidas comúnmente como cactus o cactos, son bastantes explotadas en jardinería por sus características: gran resistencia a la sequía mediante la acumulación de agua y la reducción de su superficie, pero su casi nula resistencia al exceso de humedad, su espléndida floración, extravagantes formas o erizadas púas y comprende aproximadamente 110 géneros y cerca de 2000 especies. México es el país con mayor especialidad en el cultivo de estas plantas; las segundas (Palmáceas), por su parte, se les conoce también como Arecáceas, nombre común de una familia de plantas con flor leñosas, muy difundida en las regiones tropicales. Tienen gran importancia económica por los frutos, las fibras y los aceites que proporcionan, así como por su valor ornamental. Dentro de estas destacan, las cycas, robellini, dracaenas, dactilíferas, entre otras.

En el Occidente del país, por las condiciones climáticas son pocos los viveros localizados que ofrezcan variedad de plantas. Uno de los viveros con potencial para reproducción de especies y variedades es el Centro de Mejoramiento Genético y Banco de Semillas

---

<sup>4</sup> Centro de Trámites de las Exportaciones (CETREX). Registro Exportaciones 2006-Junio 2007.

Forestales, el cual no se dedica a la producción de plantas ornamentales, sino a la reproducción de semillas forestales para su distribución en la zona.

La otra empresa identificada con potencial de exportación es Camarones de Nicaragua (CAMANICA). El giro principal de esta empresa es la producción de camarón de cultivo y su exportación. Como parte de su Plan de Gestión Ambiental, están aprovechando las aguas residuales para, a través de un sistema de riego por aspersión, utilizarlas para riego de plantas ornamentales, cuya finalidad es utilizar las flores cortadas, que están siendo exportadas a su matriz en España, PESCANOVA. Dedicarse a la exportación de flores cortadas, o bien, plantas ornamentales es una decisión que está siendo consensuada por sus Directivos, y está incluido en sus planes a corto o mediano plazo.

Actualmente, Nicaragua está exportando a Estados Unidos productos como: Helechos Hoja de Cuero cortado, Follajes, Musgos, y una gran variedad de flores cortadas (Heliconias), esto se debe a la creciente demanda del producto, cuyo uso final es para arreglos florales, y no como ornamental.

En el caso de las ornamentales, existe una gran variedad de plantas que Nicaragua produce, y actualmente está exportando a otros mercados internacionales, principalmente a países de la región centroamericana, pero en pocas cantidades y bajo valor agregado. Los datos estadísticos sugieren que esas pequeñas exportaciones realizadas por personas naturales, en términos legales, pueden ser muestras sin valor comercial en muchos casos, o bien, para usos particulares o familiares.

En este sentido, se debe considerar que las flores de las plantas ornamentales a nivel nacional son demandadas por algunas floristerías, las que valga aclarar prefieren productos importados como las rosas de Costa Rica, por la variedad y calidad que éstas ofrecen.

La poca participación de pequeños y medianos empresarios como nuevos exportadores en el rubro de plantas ornamentales obedece a una serie de factores que influyen directamente en la producción de los mismos, entre éstos se encuentran: el sector de horticultura no está organizado como gremio a nivel nacional, cada productor depende de sus propios esfuerzos, sin recurrir a representaciones de ningún tipo, no existe respaldo gubernamental para este tipo de actividad económica, por ende los productores no tienen incentivos para desarrollar a gran escala su producción, no siguen estándares de calidad requeridos para obtener productos de exportación, no disponen de recursos para invertir lo necesario en el cuidado requerido por este tipo de plantas .

Por otro lado se vislumbra la falta de crédito por parte de los bancos, quienes no otorgan préstamos al sector ni tienen programas de apoyo. No existe un banco o laboratorio de semillas especializados en los que se pueda producir mayores cantidades de semillas certificadas, de manera que las semillas y otros insumos deben de ser importados a altos costos, de países con experiencia en el ramo como Costa Rica o Estados Unidos, para aquellos que tienen la posibilidad de hacerlo, lo que sin duda eleva más el costo de producción.

Otro limitante de gran importancia, es que desconocen técnicas de manejo de plantas ornamentales, estrategias de mercado y aspectos de logística de exportación.

La infraestructura de comunicaciones y eléctrica es muy deficiente en las zonas productoras, así como el alto costo de la energía y el agua, recursos indispensables para la producción, cultivo y cuidado de las plantas ornamentales. Como agregado, cabe la falta de servicios de carga nacional e internacional (aerolíneas) para este tipo de productos, así como los servicios de almacenamiento.

Una de las formas de iniciar incentivando al subsector hortícola es implementar un plan de asistencia técnica que permita la adecuación y calidad de las plantas conforme a la demanda de los mercados internacionales, que le permita acceder a mercados como el de Estados Unidos, con productos altamente competitivos.

Considerando las exigencias generales del mercado de los Estados Unidos que establece como criterios de selección de proveedores, que tengan productos exportables sostenibles en el tiempo y en volúmenes significativos, sumado a los requisitos sanitarios establecidos por el gobierno de ese país para el acceso a su mercado y conforme los aspectos arriba señalados detallado, actualmente no es un sector que resulte competitivo para exportar en el corto plazo plantas ornamentales. Cabe aclarar, que la posibilidad de Nicaragua en producción y exportación de plantas ornamentales es mayor que la de flores de corte.

Sin embargo, de la oferta de productos del sector, se identificaron con potencial de exportación los siguientes:

1. **Palmeras**, por las variedades disponibles a nivel nacional y la demanda de éstas en Estados Unidos. La diversidad de sus formas y siluetas hace de ellas un extraordinario valor ornamental, son excelentes como plantas de exteriores e interiores, de fácil adaptación al medio y no requieren de mucho mantenimiento. A nivel nacional, se ofrece variedades de precios. Entre las especies de palmeras más empleadas en la decoración de interiores y que disponen los viveristas nacionales están: *Phoenix roebellinii* y Miami.
2. **Yucca elephantipes (Espadillo)**: esta presenta la función de una ornamental para decoración de exteriores e interiores de idénticas características a las palmeras. Actualmente, se localizan viveros con posibilidades de su reproducción.
3. **Heliconias**: Aunque sólo se están comercializando las flores cortadas a países europeos, Nicaragua dispone de suelos y producción a nivel nacional de una amplia variedad de éstas, las cuales pueden utilizarse indistintamente, tanto la planta en su conjunto, o bien, sólo las flores, de gran consumo en mercados internacionales como el de Estados Unidos.

### **3. MERCADO NACIONAL**

#### **3.1 COMERCIALIZACIÓN NACIONAL**

##### **3.1.1 ACTORES DEL SECTOR HORTÍCOLA EN NICARAGUA**

Pese a que a nivel nacional, el sector hortícola no está claramente estructurado, en él se identifican diferentes actores que intervienen en la comercialización y distribución de plantas ornamentales.

##### **Cooperativas:**

En las diferentes zonas productivas de plantas ornamentales visitadas y mencionadas anteriormente, se identificaron las siguientes cooperativas de este rubro:

- ***Cooperativa Agroforestal de Posoltega (COPAPO)***

Esta cooperativa se encuentra ubicada en Posoltega, municipio de Chinandega. Actualmente cuenta con el financiamiento de la Agencia Internacional para el Desarrollo de Dinamarca, en cuanto su misión es contribuir a la protección del medio ambiente y apoyo socioeconómico de las familias beneficiadas con el Proyecto “Manejo y Conservación de Plantas Forestales”.

Está conformada por 109 socios, de los cuales 46 son mujeres y 73 varones, quienes poseen su vivero individual y la cooperativa es el centro de acopio y comercialización, cuyo personal administrativo y de apoyo es no mayor de 10 personas. El producto de mayor comercialización de la cooperativa son plantas forestales (Teca, caoba, genízaro, etc), seguido de frutales (cítricos, aguacate) y en menor medida, plantas ornamentales. De estas últimas cultivan: rosas, veranera, agenciana y palmeras de diferentes variedades. Sin embargo, comparten la filosofía de mercado, que producen lo que el cliente demande.

No tienen experiencia de exportación, solamente ventas a nivel local. Entre sus clientes sobresalen proyectos, iglesias, colegios y la Alcaldía de la localidad, a quien vende entre 5000-6000 plantas de frutales y forestales. El dinero obtenido de estas ventas se utiliza como crédito revolvente para los productores, para el mantenimiento del vivero y para el pago del personal.

En términos de capacitación, reciben del INAFOR y la obtenida por esfuerzo propio.

Contacto: Sr. Agustín Velásquez, Gerente General  
Teléfono: (505) 671-7875

- ***Cooperativa Agropecuaria Ing. Humberto Tapia Barquero (CHELOL)***

Esta cooperativa formada desde 1991, que cuenta con 34 socios actualmente, 40% de los cuales son mujeres. Cada uno (a) es dueño de sus propias parcelas. El objetivo de estar

cooperados es la obtención de créditos para los socios, compra de materia prima e insumos a mejores precios y la comercialización de sus productos bajo una misma figura comercial y a precios favorables, que generen mayores ingresos.

Esta cooperativa tiene en total 9-10 manzanas, donde el vivero está sectorizado por plantas forestales, frutas y ornamentales, predominando el cultivo de plantas frutales.

Los directivos de la Cooperativa son profesionales que conocen el manejo del sector y del funcionamiento de la oferta y demanda en los mercados. Además, están actualizados con los tratados suscritos por el país y los beneficios que pueden obtener. Bajo este enfoque y considerando la necesidad de diversificarse, están dedicando de 2 a 3 manzanas para el cultivo de plantas ornamentales.

Además de las plantas, también tiene un criadero de peces de colores, que están en proceso de crecimiento. Se dedican a la siembra de frijoles, elaboran medicina natural, Venta de material vegetativo (Bulbos) y elaboración de perfumes de origen vegetal (Vetiver).

En términos generales, las variedades que esta cooperativa comercializa son: plantas frutales, limón tahití, mandarinas palmeras Miami, gramas, teca, ciprés ginger, tomates, chiltomas, coludos, gladiolas (7 a 8 variedades, vendidas en temporadas). Ha participado en ferias locales y nacionales. Vende en el mercado local, tanto en el vivero como en la tienda en la ciudad de Jinotepe. Sus clientes son proyectos turísticos, organismos, instituciones públicas, demás viveros de la Meseta de los Pueblos y compradores guatemaltecos, a quienes venden puesto en finca (sin realizar los trámites de exportación). Sus clientes de ornamentales, generalmente son particulares de estrato social medio alto de la zona.

Esta cooperativa es el canalizador de las ventas de los productos de sus socios. Actualmente tiene capacidad y volumen para exportar espadillo indio y helechos al mercado que lo requiera.

Contacto: Sr. Rene de Trinidad, Presidente

Teléfono: (505) 532-2390

E-mail: [famderz@ibw.com.ni](mailto:famderz@ibw.com.ni)

Dirección: Instituto Juan Jose Rodríguez, 400 mts al sur, 600 mts al oeste. Jinotepe, Carazo

○ ***Cooperativa Agroforestal de Telica (COPAT)***

Formada por 95 socios, quienes son grandes productores de plantas forestales. Esta cooperativa se dedica a comercializar sus productos a Centroamérica y Estados Unidos.

Adicionalmente cuenta con los insumos para darle valor agregando a la madera, con el propósito de búsqueda de oportunidades en mercados internacionales, realizando exportaciones efectivas.

Contacto: Benito Rocha, Gerente General

Teléfono: (505) 60-09414

En lo que respecta al interés de los productores por asociarse, la mayoría trabaja por cuenta propia, en sus fincas, pero expresaron el interés por trabajar unidos, con proyectos y financiamiento, ya que de esta manera ellos podrán tener un producto con mejor calidad, y con potencial para exportación. Los productores de la zona consideran que a este rubro los cooperantes, casas financieras ni las mismas instituciones gubernamentales, les han prestado el interés correspondiente a su potencial.

### **Empresas:**

Las empresas que tienen como giro comercial la producción y comercialización de plantas ornamentales son muy pocas. Sin embargo, las existentes se dedican a la reproducción y comercialización a nivel nacional y exportación, en algunos casos, desde flores cortadas, arreglos florales, follajes y ornamentales, en menor medida, destacando también como exportadores, personas naturales<sup>5</sup>, que se presume son pequeños viveristas, generalmente con ½ manzana de tierra, quienes venden de forma desordenada en el mercado local y eventualmente realizan pequeñas exportaciones a los países vecinos, principalmente Costa Rica.

A continuación se citan empresas actuales exportadoras del rubro en estudio o aquellos viveros, que por su estructura vislumbran como potencial exportador:

- *Camarones de Nicaragua (CAMANICA)*

Esta empresa es líder en exportación de camarones de cultivo. Por efectos de su Plan de Gestión Empresarial Ambiental y de tratamiento de sus aguas residuales, decidieron incursionar en la reproducción de plantas ornamentales, especialmente tropicales o flores tropicales, disponiendo actualmente de un área verde, que con la adquisición de nuevo terrenos alcanzan más de 10 manzanas.

Iniciaron utilizando el agua residual y el espacio de una pila séptica, sembrando alrededor plátanos y de manera desordenada las flores tropicales. Al obtener resultados positivos, decidieron realizar la reproducción de las flores de manera ordenada, invirtiendo en materia prima, suministros, maquinaria, sistema de riego por aspersión y generando empleo con la mano de obra que se dedicaría a la reproducción y cuidado de las plantas, que actualmente son 15 jardineros de tiempo completo.

En sus inicios empezaron con 6,000 plantas distribuidas en 4 surcos de cada variedad, 12 variedades. Hoy en día disponen de 10,000 plantas, cuyas variedades son: heliconias, musas, bastón del emperador. Se lleva un control del área, así como de las aplicaciones de fumigación, con pesticidas o bien con abono orgánico que ellos mismos elaboran.

Esta empresa, que dispone de experiencia en exportaciones de camarón y cuyo departamento de exportaciones domina la logística necesaria para esta finalidad, en los últimos dos años ha registrado dos importantes exportaciones de flores cortadas al mercado

---

<sup>5</sup> Registro de Exportadores del CETREX.

de España, donde se encuentra Pescanova, su socio mayoritario, quien ha utilizado las flores como obsequio a sus principales clientes, sin darle fines comerciales.

Teniendo el volumen, la capacidad y dominio de la logística de exportación, así como intenciones de compra de importadores norteamericanos, esta empresa está considerando dedicarse también a la exportación de flores cortadas.

Contacto: Ing. Alba Rosa Centeno, Gerente de Operaciones  
Teléfono: (505) 342-9000  
E-mail: [camanica\\_operaciones@alphanumeric.com.ni](mailto:camanica_operaciones@alphanumeric.com.ni)  
Dirección: Carretera León- Chinandega, Km 130. Chinandega, Nicaragua

○ *Helechos de Nicaragua*

Esta empresa es exportadora de helechos, hoja de cuero hacia el mercado de Estados Unidos, cuyo uso final son como complemento de arreglos flores, en cuanto sus exportaciones las realiza como follaje cortado

La empresa Helechos de Nicaragua se encuentra ubicada la carretera a Jinotega, Km 142, en el departamento de Matagalpa. Tiene 22 hectáreas de producción bajo techo; los insumos utilizados, abono y pesticidas, son orgánicos, las podas y todos los manejos que se le dan a las plantas se hacen de forma manual.

Contacto: Sra. Linda Rodríguez Manners, Gerente Propietaria  
Teléfono: (505) 772-4401  
E-mail: [nicafern@ibw.com.ni](mailto:nicafern@ibw.com.ni)  
Dirección: Silais, 11/2 c. al Oeste. Matagalpa, Nicaragua

○ *Follajes Acahualinca, S.A.*

Es la empresa líder en exportaciones de hoja de helecho de cuero (*Rumohra Adiantiformis*), que dispone con la mayor experiencia en producción de este rubro. Al igual que la empresa anterior, exporta a países europeos (Alemania y Holanda, específicamente) como follaje cortado para uso decorativo en arreglos florales, es decir, que aunque a nivel nacional se le clasifica dentro del sector de ornamentales, no exporta precisamente plantas vivas.

Contacto: Sr. Clemente Guido Poncon, Gerente  
Telefax: (505) 270-6825  
E-mail: [cmponcon@turbonett.com](mailto:cmponcon@turbonett.com)  
Dirección: Reparto San Juan. Casa No. 309. Managua, Nicaragua

○ ***Floricultura Nicaragüense, S.A. (NICAFLOR)***

Nicaflor, es un proyecto, de cultivo de plantas ornamentales, que se ubica en Boaco, y Chontales, establecido desde el año 1998 como una alternativa diferente que ha venido a romper la cultura productiva de la ganadería.

El proyecto inicialmente estuvo financiado por la Cooperación Austríaca y la contraparte del proyecto la aportan los productores quienes han puesto sus fincas a disposición de la producción de flores y plantas ornamentales.

Este proyecto aglutina a socios, el cual forma parte de un proceso productivo meramente orgánico, procurando la consecución de la certificación orgánica para cumplir con los requisitos que exige el mercado extranjero.

Esta actividad pretende rescatar las variedades en extinción en la línea de las heliconias, conocidas comúnmente como platanillo o chagüitón, así como la introducción de otras variedades cuyo hábitat es el trópico. Las flores y plantas ornamentales de especies exóticas, como ginger, musa, bastones del emperador, variedad de follajes, entre ellas las cordilíneas, palmeras de diferentes tipos y otras, se producen en este clima, cuya característica particular y especial, es que requiere de áreas reforestadas (al crearles su hábitat se impulsa la protección del medio ambiente).

La comercialización de las flores es de doble función, para cubrir el mercado nacional y para la exportación. Desde el año pasado se han estado haciendo exportaciones esporádicas y últimamente se ha venido realizando cada mes, las primeras fueron de ejercicio y ahora son de compromisos; los precios oscilan entre uno y dos dólares por unidad, según la especie. Así como también el precio puede variar por los costos de transporte y por los tipos de especies que estén disponibles en el mercado al momento de las exportaciones.

Las exportaciones principalmente a Austria se realizan de acuerdo a las disponibilidades que los productores tengan en el momento de cumplir el compromiso adquirido.

En el municipio de Juigalpa, Chontales, dentro del proyecto existe una finca piloto experimental donde se reproduce el material vegetativo para el abastecimiento de las fincas y se hacen prácticas sobre el tiempo de germinación de la planta según la variedad, tipos de enfermedades, fechas de floración y el hábitat de las mismas.

Este proyecto paralelo a las exportaciones se ha abierto el mercado local con expresión en Managua de cara a hoteles cinco estrellas, como el Holiday Inn, Princess, e Intercontinental. También a supermercados, los cuales se venden bouquets a 45 córdobas para que la población tenga acceso a este tipo de arreglos.

Además el proyecto tiene una casa de referencia, ubicada en Altamira, Managua, donde se atienden los pedidos de arreglos y a granel de floristerías, casas comerciales, hoteles y para cualquier tipo de eventos especiales.

Contacto: Armando Enriquez, Gerente General  
Teléfono: (506) 5421206  
[empresanicaflor@hotmail.com](mailto:empresanicaflor@hotmail.com)  
Dirección: Barrio San Francisco, Carretera a Muy Muy, Boaco

○ **EXOTICA**

Este es un vivero de plantas ornamentales y flores, localizado en Managua. Actualmente, producen sus plantas e importan, tienen capacidad de exportar y competir con Costa Rica, Guatemala, Colombia. Son los distribuidores directos de las plantas ornamentales de Galerías Santo Domingo, en donde se encuentran las Palmeras abanico, Miami.

Contacto: Olinto Pérez, Responsable Vivero  
Teléfono: (505) 279-8271  
Sitio Web: [www.thetropicalplants.com](http://www.thetropicalplants.com)  
Dirección: Km 11 Carretera Masaya – Managua

De igual manera, se identificaron varias empresas como JARDINES, S.A. (Contacto: Claudio Fernández. Dirección: Km 8 ½ Carretera Sur. Costado Norte Enitel. Managua. Teléfono: (505) 265-2710. E-mail: [jardines@cablenet.com.ni](mailto:jardines@cablenet.com.ni)), que son empresas pequeñas, las cuales producen en pocas cantidades y vende localmente ornamentales, forestales y flores cortadas. Además de dedicarse al servicio de engramado y quienes tienen como proveedores de sus plantas mayoritariamente, a los viveros de Catarina directamente.

**Detallistas:**

En este apartado, primeramente se deben de considerar como primeros actores a los productores que venden directamente los productos en sus propios viveros al consumidor final, que pueden ser personas naturales o bien, otras empresas comercializadoras de plantas o floristerías en el caso de las flores. A estos clientes les ofertan una variedad de plantas, de diferentes colores, variedades, tamaños y precios.

La mayoría de los viveristas de las zonas productivas vende sus plantas a los clientes que vienen a comprar a estos viveros o en algunos de ellos venden a domicilio por pedidos, con sus camionetas particulares. De estos clientes, los principales son personas que pasan por la carretera y se detienen a comprar una o varias plantitas.

Para los viveristas de los departamentos, Matagalpa y Jinotega, por la poca demanda en la zona, prefieren traer sus plantas a Managua, siendo para ellos este la mejor plaza de comercialización, donde revendedores compran las plantas en los mercados y para darlas a costos más elevados.

A nivel de detallista, también destacan los vendedores ambulantes, quienes con sus canastas o sus propios vehículos recorren las principales ciudades del país, ofreciendo modalidades y facilidades de pago.

Dentro de esta categoría, como ya se ha mencionado, entran como importador-comerciante- detallista, las floristerías, que no tienen ninguna relación con la producción. Sobresale la nueva tendencia de alquilar plantas para hoteles, eventos, oficinas, etc, la cual está resultando bastante rentable.

Algunas floristerías compran plantas ornamentales, con el fin de revenderlas a precios más elevados, esto con la finalidad de que el cliente encuentre variedad en su tienda. En el caso de las flores, la mayoría de las floristerías, prefieren importarlas de Costa Rica y Guatemala para sus arreglos flores, ya que prefieren vender un arreglo de mejor aspecto y variedad, que las que pueden encontrar en el mercado nacional.

Es relevante mencionar que el 100% de las plantas ornamentales producidas en Nicaragua, son comercializadas en el mercado nacional. La venta de estas plantas depende directamente de la demanda compuesta de las compras de los particulares, los profesionales paisajistas, instituciones públicas y empresas privadas de cualquier sector de la economía, para embellecer sus espacios verdes con el objetivo de hacer más acogedor y atractivo su lugar de vida o negocio.

En este caso se hace referencia al embellecimiento de los espacios verdes de las ciudades y su arborización, que tiene un impacto muy importante sobre la promoción y oferta turística del país al extranjero, pero también de jardines de casas, hoteles, parques residenciales, parques públicos y de recreo, complejos turísticos, centros comerciales, zona franca, rotondas, cementerios, etc.

### **Instancias gubernamentales:**

El Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR), tiene como función promover el desarrollo agropecuario y forestal, a través de la integración del proceso productivo de los pequeños y medianos productores e inversionistas nacionales y extranjeros, propiciando la formulación, instrumentación, monitoreo y evaluación de políticas, estrategias, normas y programas, que incentiven la producción sostenible y equitativa en las cadenas productivas, agropecuarias y forestales, con niveles de alta competitividad de gran valor agregado en los mercados nacionales, regionales e internacionales.

Entre las funciones de importancia del MAGFOR, además de ser el órgano rector de las estrategias políticas, planes y acciones gubernamentales en el sector agropecuario y forestal; dirige los planes de sanidad animal y vegetal y administra sistemas cuarentenarios; administra y supervisa el registro nacional de plaguicidas, sustancias tóxicas, peligrosas y otras similares; emite los permisos fitosanitarios que sean necesarios para cumplir con las obligaciones contraídas en virtud de compromisos adquiridos a nivel internacional o en base a la ley; realiza vigilancia fitozoosanitaria a nivel nacional para detectar oportunamente plagas y enfermedades exóticas y así evitar su diseminación y realizar las campañas de erradicación necesarias.

Además, promueve la industrialización y comercialización de los productos agropecuarios; garantiza la calidad de productos agropecuarios de exportación con el fin de facilitar el comercio nacional e internacional de la producción agrosilvopastoril del país, entre otras.

En este sentido, este Ministerio está relacionado con la comercialización de plantas ornamentales en varios aspectos. Primeramente en cuanto cualquier tipo de material vegetativo de propagación (semillas, estacas, injertos, cultivos in vitro) en Nicaragua está sujeta a la obtención del permiso Fitosanitario de Importación, emitido por el Departamento de Cuarentena vegetal, de la Dirección de Sanidad vegetal y Semillas de la Dirección General de Protección de Sanidad Agropecuaria DGPSA, instancia de este ministerio.

Esta Dirección realiza inspecciones en las zonas de producción, de las plantas y flores, que estén fumigadas, que tengan su control de plagas, etc. Esto les permite emitir la PRE-certificación de los productos que se deseen exportar, para después entregar el certificado fitosanitario, una especie de pasaporte de salida.

Segundo, los viveros son regulados a través de la política forestal según lo establece la Ley No. 462 (VER ANEXOS). Esta ley es manejada por el Instituto Nacional Forestal (INAFOR), órgano dependiente del Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR). El INAFOR tiene por objeto velar por el cumplimiento del régimen forestal en todo el territorio nacional. Entre sus funciones destaca “Administrar el Registro Nacional Forestal y llevar el inventario nacional de los recursos forestales” (Sección 3; Artículo 7; Inciso 10). En este registro, se realiza un inventario forestal nacional, así como control de los viveros o centros de material genético forestal.

El Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales (MARENA), es otro ministerio estrictamente relacionado al uso y comercialización de recursos naturales. Esta instancia es la encargada de promover la no contaminación del ambiente y la administración de áreas y especies protegidas, a través del Administrador del Convenio sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre (CITES, por sus siglas en inglés).

#### **Instituciones de fomento o de apoyo:**

- *Asociación de Productores y Exportadores de Nicaragua (APEN)*

El objetivo de esta Asociación es promover los productos nacionales que reúnen características para incursionar en mercados extranjeros, a través de ferias internacionales, realizan capacitaciones a los pequeños y medianos empresarios, para mejorar la calidad de sus productos.

Su naturaleza es representar al sector productivo de Nicaragua., establecen comisiones de trabajos por rubro de exportación en el sector lácteo, fríjol, raíces y tubérculos, artesanías, apícola y café.

Así como también, son organizadores de la feria Expo Apen, realizada anualmente, en la que participan productores y exportadores nacionales y se reúnen a importadores internacionales de los diferentes sectores y rubros. Asimismo, se preparan conferencias sobre temas relacionados a las exigencias de calidad, acceso a mercados, inocuidad, trazabilidad, y demás aspectos relacionados con los tratados de libre comercio.

De sus 130 asociados registrados hasta enero de 2007, destacan del sector ornamental, los siguientes:

1. EXOTICA
2. FLORISTERÍA OSEJO
3. FOLLAJES ACUAHALINCA, S.A.
4. HELECHOS DE NICARAGUA, S.A.
5. NICAFLOR
6. ORQUIDIAS G.L.
7. PUIGSELVA PUIG ROSANAS CIA. LTDA.
8. UNIFLORA

Contacto: Jorge Brenes, Gerente General

Teléfono: (505) 268-6053

E-mail: [apen@apen.org.ni](mailto:apen@apen.org.ni)

Sitio Web: [www.apen.org.ni](http://www.apen.org.ni)

Dirección: Bolonia. Iglesia San Francisco, ½ c Arriba. Casa No. 1150. Managua, Nicaragua

○ *Instituto Nicaragüense de Tecnología Agropecuaria (INTA)*

Esta institución facilita a los pequeños y medianos productores de los rubros agropecuarios los servicios de asistencia técnica, investigación y desarrollo, capacitación, asesoramiento en la instalación de infraestructura par reducir pérdidas de post- cosecha, producción de semilla, producción animal, cultivos diversos, conservación de suelos, agua, manejo integrado de plagas, comercialización y desarrollo de mercados.

Para tal fin, INTA cuenta con las siguientes instalaciones:

- Sede central, ubicada en Managua.
- Cinco sedes zonales, ubicadas en Estelí, León, Masatepe, Matagalpa y Juigalpa.
- Treinta y cuatro oficinas de extensión, ubicadas en los principales municipios del país.
- Diez Centros de Desarrollo Tecnológico (CDT`s).

Las oficinas de extensión son atendidas por 180 técnicos extensionistas, que cuentan con el apoyo de especialistas agrícolas, investigadores, y profesionales de otras especialidades (metodólogos, socio economistas, administradores, gerentes), los cuales trabajan como equipo interdisciplinario regional.

Contacto: Octavio Menocal, Jefe de Investigaciones Nacionales

Teléfono: (505) 278-8339

Sitio Web: [omenocal@inta.gob.ni](mailto:omenocal@inta.gob.ni)

Dirección: Contiguo a la 5ta estación de la Policía Nacional

○ ***Centro de Promoción de Exportaciones (NICAEXPORT)***

Su finalidad es apoyar a los empresarios nicaragüenses (principalmente las pymes) a desarrollar la ventaja competitiva necesaria para penetrar a los mercados de exportación.

Entre sus principales funciones o actividades, minimiza los esfuerzos que debe realizar un exportador ofreciendo servicios de apoyo al exportador, en un mismo lugar. También, facilita a los productores y potenciales exportadores obtener información y servicios necesarios para potenciar la incursión en los mercados internacionales.

Además, esta institución apoya a los productores, o empresarios en las Misiones internacionales, para la búsqueda de nuevos mercados, para la comercialización de nuestros productos; brinda apoyo en las ferias nacionales e internacionales, bajo el mismo objetivo. Así como también, ofrece los servicios como la elaboración de proyectos de exportación para ser presentados ante instituciones financieras a fin de tener acceso al crédito, el enseñar a los pequeños productores los pasos a seguir para la exportación, entre otros; facilita listado de compradores para de los productos nicaragüenses y la elaboración de estudios de mercados internacionales para las exportaciones. Finalmente, brinda capacitaciones a los pequeños empresarios, con el fin de desarrollar y mejorar su sistema de producción nacional, para incursionar con productos de alta calidad, al mercado meta.

Dentro del sector hortícola, ha apoyado a diferentes empresas nacionales como Helechos de Nicaragua y CISA EXPORTADORA, en la investigación de alternativas de negocios en follajes, búsqueda y localización de compradores en mercados de Centroamérica, Estados Unidos y Europa.

Contacto: Roberto Brenes, Gerente General

Teléfono: (505) 252-5747

Sitio Web: [www.nicaexport.com.ni](http://www.nicaexport.com.ni)

Dirección: Carretera Masaya, Km 4 ½. Costado Sur Edificio Delta, 1c. al Este, ½ c. al Norte. Managua, Nicaragua

○ ***Cuenta Reto del Milenio (MCA-NICARAGUA)***

Este programa se ha desarrollado para brindar apoyo en el fortalecimiento de las empresas del Occidente del país, con el propósito de disminuir los índices de pobreza en la zona.

En el sector hortícola y de plantas, dentro de las actividades de la Cuenta se encuentra los proyectos de forestación, las cuales compran plantas a cooperativas de la zona, que van desde forestales, ornamentales, frutales, para contribuir al mejoramiento de la actividad. Estas plantas son destinadas a las escuelas, centros de salud, e instituciones varias, con el objetivo de embellecimiento del lugar, o para ser utilizadas posteriormente como insumos en la fabricación de muebles, en el caso de las plantas forestales, tales como, caoba, teca, jenízaro, etc.

Dentro del Proyecto de Desarrollo Forestal, los beneficiados de los programas que implementa MCA-Nicaragua son directamente los productores de los departamentos de León y Chinandega (incluyendo sus municipios). En materia de forestación, estos

productores reciben árboles maderables que podrán vender o transformar a mediano plazo, generando valor agregado; fertilizante para el buen crecimiento de las plantas; así como, asistencia técnica forestal y seguimiento durante los primeros años.

De manera práctica MCA-Nicaragua promueve el mejoramiento de los productores de la zona a través de la observación de experiencias exitosas, como las giras de campo realizada en conjunto con los productores forestales a Rivas, con el fin de conocer las experiencias exitosas para la siembra de la Teca, para observar el proceso de extracción de la madera y comercialización de muebles.

Contacto: Dr. Juan Sebastián Chamorro, Director Ejecutivo

Teléfono: (505) 311-9000/9007

Sitio web: [www.cuentadelmilenio.org.ni](http://www.cuentadelmilenio.org.ni)

Dirección: Carretera a León, Km 78 1/5.

○ *Universidad Agraria (UNA)*

Esta universidad realiza una labor para coadyuvar a un desarrollo agrario integral y sostenible. En ella se localizan tres departamentos académicos: Producción Vegetal, Producción Agrícola y Forestal e Ingeniería Agrícola, y el Programa de Recursos Genéticos Nicaragüenses.

Estas unidades académicas de la UNA han desarrollado capacidades humanas y materiales que permiten brindar a los productores, estudiantes, técnicos, y profesionales del agro, alternativas tecnológicas, mediante la cual se puede contribuir al desarrollo sostenible de la ornamentación.

La UNA está en capacidad y disponibilidad de contribuir al desarrollo de la industria nicaragüense de plantas ornamentales y floricultura a través de sus actividades de investigación y servicios.

En el campo de la investigación existen capacidades para desarrollar tecnología en la producción de material de siembra, manejo agronómico, nutrición vegetal, manejo fitosanitario y sistemas de cosecha y post cosecha.

En el campo de los servicios de la UNA, cuenta con laboratorios para análisis de suelo, agua, y tejidos, laboratorios de cultivo de tejido y reproducción in vitro, laboratorios de diagnóstico fitosanitario, laboratorio de producción de hongos entomopatógenos y el centro nacional de información y documentación agropecuaria.

Contacto: Dennis José Salazar, Investigador Departamento de Protección Agrícola y Forestal

Teléfono: (505) 233-1950

E-mail: [info@una.edu.ni](mailto:info@una.edu.ni)

Sitio Web: Carretera Norte, km 12 ½

○ ***Centro de Trámites de las Exportaciones (CETREX)***

Entidad pública que brinda servicio al sector exportador. Esta institución facilita las exportaciones, simplificando los trámites de exportación, disminuyendo costos financieros y humanos para el sector exportador y garantizando eficiencia en la entrega de la documentación requerida y cumplimiento de los requisitos internacionales. Además, brinda información estadística relacionada con sus actividades; verifica y controla los precios declarados en las exportaciones, posteriores al proceso de exportación.

Contacto: Jorge Molina, Director Ejecutivo

Teléfono: (505) 248-1366/248-1355

Sitio Web: [www.cetrex.gob.ni](http://www.cetrex.gob.ni)

Dirección: Km 4 ½ Carretera norte

**Asociaciones:**

En este sentido destaca la Asociación de Floricultura y Ornamentales de Nicaragua (Aflornic). Esta es una organización que con el propósito de diversificar la producción y oferta nacional agrícola, se dedican a la siembra y comercialización de flores y plantas ornamentales.

Aflornic, tiene como objetivo mejorar las técnicas de producción y comercialización en el campo de la floricultura y las plantas ornamentales. Esta asociación busca como incentivar el profesionalismo del rubro, así como la participación activa de los miembros y productores.

La meta de esta Asociación es apoyar a los productores que tienen la voluntad de progresar y organizarse con un enfoque colectivo y participativo, realizando actividades de promoción de sus productos, participando en seminarios de información y capacitación técnica, visitas de campo para intercambiar técnicas y experiencias de producción como comercialización a nivel nacional y de Centroamérica.

**Instituciones de apoyo financiero:**

En el país, apenas se están desarrollando estrategias de apoyo a las MIPYMES. En este sentido, la banca privada está creando departamentos de créditos destinados a rubros con potencial exportador. Para el sector de floricultura u hortícola, en general, no existen programas de financiamiento, como en el caso de raíces y tubérculos, frijoles u otros rubros agrícolas. De hecho, los productos actuales se quejan del poco financiamiento disponible para la producción de plantas ornamentales, teniendo que recurrir a préstamos de carácter personal.

Sin embargo, en el mercado de préstamos se encuentran algunos bancos y casas financieras, que dan crédito a pequeños y medianos productores, como ejemplo:

○ **Banco de la Producción (BANPRO)**

Contacto: Ivana Zelaya  
Dirección: Plaza Libertad, Managua  
Teléfono: (505) 278-2508  
E-mail: [ivaniazelaya@banpro.com.ni](mailto:ivaniazelaya@banpro.com.ni)

Su programa de financiamiento para Pymes de Nicaragua ha sido diseñado para apoyar y promover directamente a las Pymes, con el fin de fomentar el desarrollo de su capacidad productiva y crecimiento. Los desembolsos se pueden realizar en dólares o córdobas, a elección del cliente.

Se puede financiar:

1. Activo Fijo: La compra de herramientas, maquinaria o equipo, adquisición de locales, reconversión industrial, mejora, ampliación o acondicionamiento del negocio.
2. Capital de trabajo: Compra de materia prima e insumos, inventario, consolidación de deudas.

Condiciones generales:

Financiamiento mínimo de 3,000 dólares o su equivalente en córdobas. Las tasa de interés desde 14%. Los plazos hasta 60 meses o mayor, dependiendo del propósito del financiamiento, el flujo de caja, y de la garantía ofrecida.

Garantía: Fianzas solidarias, prenda (vehículo, maquinaria, equipos, etc.). Hipotecarias.

Entre los requisitos para solicitar un crédito:

- Completar la solicitud de crédito.
- Cédula de Identidad de deudor y fiador.
- Recibo de pago de agua, luz o teléfono.
- Referencias comerciales, crediticias o bancarias
- Documentos que permitan identificar el patrimonio, la fuente de ingresos y la capacidad de pago del cliente.
- Plan de Negocios y/ o Plan de Inversión

### 3.1.2 EVOLUCIÓN Y PREFERENCIAS DE CONSUMO

A nivel nacional, existe una preferencia de consumo por las plantas frutales, forestales, seguido de las flores y las ornamentales.

En el caso de las frutales, las de mayor consumo son limonarias, mangos, café, aguacate, guayaba, caimito y cítricos, en cuanto la mayoría de la demanda proviene de clientes que son dueños de fincas, o bien proyectos o instituciones que pretenden contribuir al

mejoramiento de la comunidad y del medio ambiente y cuya finalidad es donarlas a los centros educativos, centros de salud, incluso alcaldías de la zona.

En el caso de las plantas forestales, las de mayor demanda son caoba, jenízaro, pochote, guácimo, roble, éstas también son mayormente demandadas por proyectos e instituciones, así como parques de la zona, por la función que tienen de decoración para exteriores.

Las flores, son consumidas en su mayoría, por las floristerías, pequeños puestos de venta, como cementerios, o vendedores ambulantes. Las flores mayormente demandadas son las familias de las Heliconias, por considerarse una flor exótica, muy utilizada en arreglos florales, así como los crisantemos y gladiolas, entre otras, que tienen mayor demanda en los días festivos como el día de las madres, San Valentín, día de los difuntos y en el mes de diciembre.

En el caso de las plantas ornamentales son consumidas indistintamente, según los usos o fines, tipo de clientes y variedades. Para decoración de instituciones, hoteles y oficinas son más usadas las palmeras, siendo las de mayor demanda son Miami, robelliana, abanico y cycas; para oficinas y casas particulares son demandados los crotos, cipres, lotería, corazón de Jesús y el espadillo.

### 3.1.3 CONTACTOS DE COMPRADORES NACIONALES

Como se ha identificado, a nivel nacional los compradores varían desde particulares hasta proyectos o instituciones que utilizan las plantas ornamentales para decoración tanto de interiores como exteriores. En este sentido, a continuación se describen los proyectos o instituciones

#### **UNION NICARAGÜENSE DE CAFETALEROS (UNICAFÉ)**

Centro Comercial Plaza de Compras. Contiguo Konifoto. Colonia Centroamérica  
Managua, Managua  
Teléfono: (505) 278-1303  
Contacto: Amilcar Navarro

#### **CARITAS DE NICARAGUA**

Carretera Sur, Km 4. Texaco Guanacaste, 1c al Norte, 1/2c Arriba.  
Managua, Managua  
Teléfono: (505) 266-1714  
Contacto: Félix Miranda  
Sitio Web: [www.caritasnicaragua.org.ni](http://www.caritasnicaragua.org.ni)

#### **SAVE THE CHILDREN**

Bolonia. Mansión Teodolinda, 6 c. al Sur Y 1/2 c Oeste. Casa No. 945  
Nicaragua - Managua, Managua  
Teléfonos: (505) 268-3757  
[www.savethechildren.org](http://www.savethechildren.org)

**FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES GANADERAS DE NICARAGUA**

Centro Comercial Managua. Contiguo Restaurante La Ola. En las instalaciones de Faganic Managua, Managua  
Teléfono: (505) 277-2947

**ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO COMUNITARIO (ADECA)**

BDF, 1c. al Oeste, ½ al sur.  
Jinotepe, Nicaragua  
Telefax: (505) 532-2413  
E.-mail: [adela@ideay.com.ni](mailto:adela@ideay.com.ni)  
Contacto: Enrique Ramírez

**CORPORACION AGRICOLA, S.A. (AGRICORP)**

Carretera Norte, Km 6  
Managua, Managua  
Teléfono: (505) 249-1129  
Sitio Web: [www.agricorp.com.ni](http://www.agricorp.com.ni)

**COMERCIALIZADORA DE MANI S.A. (COMASA)**

Bolonia. Hotel Mansión Teodolinda, 3c. al Sur, 75vs. Abajo.  
Managua, Managua  
Teléfono: (505) 266-5296  
Fax: (505) 266-9387  
Sitio Web: [www.comasa.net](http://www.comasa.net)

**CASA PELLAS**

Plaza España. Rotonda Güegüense, 300m al Sur.  
Managua, Managua  
Teléfono: (505) 255-4444

**SIMAN**

Centro Comercial Galerías Santo Domingo  
Managua, Managua  
Teléfono: (505) 276-5222

Cabe aclarar que los procedimientos de compra varían por el tipo de comprador. Para el caso de Proyectos e Instituciones como UNICAFE, CARITAS, MAGFOR, ADECA, FAGANIC, SAVE THE CHILDRENS, realizan licitaciones para la obtención de proveedores de plantas (no necesariamente ornamentales) a las que los productores tienen que aplicar. La ventaja de estas licitaciones es que en su mayoría hacen referencia a contratos anuales y el pago es 20% de adelanto y la cancelación de saldo es contra entrega del producto.

Las alcaldías de las zonas también son clientes frecuentes de estos productores, ya que ellos destinan sus compras a donaciones de iglesias, parques, colegios.

Clientela de tipo empresarial, como AGRICORP, COMASA, compran en menores cantidades que los anteriores (aproximadamente 50 unidades de plantas ornamentales), que van desde las Palmeras hasta Crotos, para fines decorativos. En este sentido, la nueva tendencia es que las empresas constructoras de residenciales o complejos empresariales, demanden plantas ornamentales para el mismo fin que las empresas señaladas, decoración.

Si lo que se pretende comercializar a nivel nacional, son las flores de las plantas ornamentales, los clientes estarían concentrados en floristerías nacionales, en los importadores mayoristas y detallistas ubicados en los mercados y cementerios.

#### 3.1.4 ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN EN EL MERCADO NACIONAL

Aunque el sector hortícola en Nicaragua no recibe mucha promoción, la Asociación de Floricultura y Ornamentales de Nicaragua (Aflornic), como parte de sus funciones se ha encargado de la promoción de sus asociados, realizando actividades y ferias. :

Esta Asociación organiza anualmente tres ferias para la exposición y la venta de flores y plantas ornamentales en el Centro Comercial Managua: Día de San Valentín, Día de las Madres, y Día de los difuntos. Los objetivos de estas ferias son:

1. Promover el sector de la floricultura reuniendo en un mismo lugar productores, comerciantes, instituciones involucradas.
2. Dar a conocer AFLORNIC al público en general.
3. Ofrecer la oportunidad a sus miembros de vender sus productos sin intermediarios, a la vez de promover sus viveros.
4. Ofrecer al público productos más baratos

Otras de las labores de la Asociación para promover los productos ornamentales es la diversificación de los usos de éstos, por ejemplo en la primera feria de AFLORNIC, con motivo del día de los difuntos de 2003, el último día de la feria se presentó una pasarela de modelaje, donde por primera vez en Nicaragua se exhibieron vestidos ornamentados con flores naturales.

El propósito del desfile, fue captar la atención del público, promoviendo no solamente la compra de plantas y flores, sino, también emprender una nueva visión y una nueva cultura, la cultura de las plantas en el país.

En coordinación con el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), se han organizado y realizado viajes a Costa Rica, cuyo objetivo es ampliar la visión de los productos nacionales del rubro, observando una industria exitosa que exporta a los mercados más exigentes del mundo. En estas visitas, se establecen metas como la observación de los sistemas de producción y la tecnología utilizada, con miras a transferirlos en el país, de acuerdo al capital de inversión requerido; así como el establecimiento de contactos comerciales con proveedores de insumos y materiales específicos.

Una de las estrategias que están utilizando las empresas comercializadoras con oficinas en Managua, es establecer kioscos en los diferentes centros comerciales, exhibiendo plantas ornamentales, inclusive exóticas, de manera que se convierta en una alternativa de compra para las personas que visitan estos centros de compras. Como una forma de captar clientela, las diferentes especies de ornamentación, pueden estar listas para regalo.

### **3.2 PRECIOS NACIONALES Y MONITOREO**

Debido a que sector es informal en Nicaragua, existe una variación de precios en función de las especies, variedades y calidad de los productos ofrecidos.

Los productores locales del departamento de Managua, Masaya, Granada, y Carazo, venden sus productos directamente en sus fincas o a revendedores de Catarina. En consideración a esta situación, es difícil precisar cifras exactas, por la diversidad de especies, tamaño, y calidad ofrecidas, pero para ciertos productos ornamentales ofrecidos por los comerciantes de Catarina, se puede adelantar con certeza que existe un margen de utilidad de 100%.

Convertirse en el corredor turístico, les ha permitido a los pequeños empresarios de Catarina, ampliar su visión de negocios, de manera que han aprovechado la afluencia de turísticas a las zona, para que muchas familias conviertan sus patios en viveros y puestos de venta de plantas ornamentales desde años atrás. Situación que les ha generado rentabilidad e ingresos mayores a los C\$10,000 mensuales.

Además de ofrecer productos ornamentales, los que no tienen un precio definido y están sujeto al regateo o rebaja a petición del cliente, ofrecen servicios de paisajismo y de mantenimiento de jardín.

Un dato interesante, es que en una zona, por ejemplo Catarina, todos los viveros tienen aproximadamente los mismos precios de venta. Es importante señalar que estos precios también fluctúan en función de las fechas festivas, además del incremento en el costo de los insumos.

A continuación, se observa los precios aproximados de algunas variedades de plantas ornamentales encontrados en el mercado:

**TABLA No 2: PRECIOS NACIONALES PROMEDIOS DE PLANTAS ORNAMENTALES**

<b>Producto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio en C\$</b>
Palmera robelleni pequeña	1	15
Palmera Miami pequeña	1	15
Palmera areca pequeña	1	10
Palmera grande robellini	1	80
Palmeras lutences medianas	1	300-400

Pino	1	50
Ciprés	1	100
Palmera Coquillo	1	10
Palmeras gigantes real	1	1500
Forestales pequeños	1	5 ó 6
Anturio	1	300
Injerto de Aguacate	1	18-20
Banano	1	100-150
Espadillo	1	100-150
Lotería	1	80
Rosales	1	15
Crotos	1	40
Ginger rojo	Doc.	35-40
Heliconias	1	8
Limonaria Moño	1	10

Fuente: Elaboración propia según visitas a viveros nacionales

### 3.3 ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES NICARAGUENSES DE PLANTAS ORNAMENTALES

A continuación se presenta un análisis estadístico del comportamiento comercial de las plantas ornamentales en Nicaragua, considerando como período los años 2002-2006

**TABLA No. 3: BALANZA COMERCIAL DE NICARAGUA  
PLANTAS ORNAMENTALES, 2002-2006**

<b>Años</b>	<b>Exportaciones (Valor FOB)</b>	<b>Importaciones (Valor CIF)</b>	<b>Saldo Comercial</b>
2002	700.00	7,084.62	-6,384.62
2003	1,316.00	17,819.65	-16,503.65
2004	6,275.00	88,807.46	-82,532.46
2005	6,705.00	11,873.38	-5,168.38
2006	5,612.10	36,365.93	-30,753.83
<b>TOTAL</b>	<b>20,608.10</b>	<b>161,951.04</b>	<b>-141,342.94</b>

Fuente: Centro de Trámites de Exportaciones (CETREX)

En la tabla anterior, se analizan las exportaciones e importaciones del sector de plantas ornamentales durante cinco años, de 2002 al 2006. Según los resultados, se puede observar que el saldo comercial ha sido negativo durante este período, siendo la balanza comercial deficitaria, en cuanto las importaciones de este rubro han sido mayores que las exportaciones del país.

Las exportaciones de plantas ornamentales, según las partidas arancelarias definidas en el capítulo 1, mostraron un crecimiento del 700% aproximadamente en el 2004, en relación a las exportaciones del año 2002. Del 2004 al 2005 mostraron un leve crecimiento, equivalente al 7% y decrecieron en 6%.

El comportamiento de las importaciones también ha sido fluctuante. El 2004, fue el año de mayor repunte de éstas en el período analizado, alcanzando cifras equivalentes a los U\$88,807.46 dólares, mostrando un crecimiento de 1,000% en comparación al año 2002. Aunque en el 2006, la cifra de las importaciones sufrió una drástica disminución, éstas continuaron siendo mayores que las exportaciones reflejadas de plantas ornamentales.

Las exportaciones realizadas durante el período en estudio, tuvieron como principales países destino, a los vecinos de la región centroamericana., especialmente Costa Rica y Honduras, como lo refleja la siguiente tabla.

**TABLA No. 4: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES NICARAGÜENSES (Valor FOB) DE PLANTAS ORNAMENTALES POR PAÍSES IMPORTADORES, 2002-2006**

Países	2002	2003	2004	2005	2006	% Participación 2006	Tasa de Crecimiento 2005-2006	TCMA 2002-2006
Costa Rica	700.00	800.00	6,275.00	4,455.00	5,600.00	99.78	25.70%	51.57%
Panamá	-	516.00	-	-	-	-	-	-
El Salvador	-	-	-	-	12.10	0.22	-	-
Honduras	-	-	-	2,250.00	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>700.00</b>	<b>1,316.00</b>	<b>6,275.00</b>	<b>6,705.00</b>	<b>5,612.10</b>	<b>100.00</b>	<b>-19.47%</b>	<b>51.64%</b>

Fuente: Cetrex

\*TCMA: Tasa de Crecimiento Media Anual

Los principales compradores del sector en estudio para los años 2002-2006 son países centroamericanos. Costa Rica es el mercado al que mayor y constantemente exportamos plantas ornamentales, destinándose a este mercado el 99% de las exportaciones realizadas y registrando del 2002 al 2006 una tasa de crecimiento del 51.57%. Honduras, en segundo lugar, solamente registró exportaciones en el 2005. Panamá y el Salvador, se han realizado envíos pequeños, correspondientes a muestras comerciales o sin fines de lucro.

Cabe señalar que para el período 2006 – 2007 se reportan las siguientes exportaciones nicaragüenses al mercado de Estados Unidos (tabla a continuación), que aunque la mayoría de éstas, no corresponden a las partidas en estudio de Plantas Ornamentales, sí pertenecen al Sector de Floricultura:

**TABLA No. 5: EXPORTACIONES DE PRODUCTOS DE LA FLORICULTURA  
PERÍODO: ENERO A JUNIO 2006-2007**

Nombre del Exportador	País Destino	Código SAC	Descripción SAC	Enero a Junio 2006		Enero a Junio 2007	
				Peso Bruto(KG)	Valor Fob(US\$)	Peso Bruto(KG)	Valor Fob(US\$)
CORPORACION INTERNACIONAL DE MERCADEO, S. A. (CIMSА)	ESTADOS UNIDOS	06031099000000	FLORES ETLINGERA	708,00	369,00		
CORPORACION INTERNACIONAL DE MERCADEO, S. A. (CIMSА)	ESTADOS UNIDOS	06021000000000	ESQUEJES SIN ENRAIZAR E INJERTOS			70,00	39,93
<b>Sub Total CORPORACION INTERNACIONAL DE MERCADEO, S. A. (CIMSА)</b>				708,00	369,00	70,00	39,93
MARENCO MOLINA E HIJOS S. A.	ESTADOS UNIDOS	06039090000000	OTROS	1.675,50	194,00		
MARENCO MOLINA E HIJOS S. A.	ESTADOS UNIDOS	06039090000001	FLOR DE BANANA	3.885,72	450,00		
<b>Sub Total MARENCO MOLINA E HIJOS S. A.</b>				5.561,22	644,00	0,00	0,00
MARIA GERTRUDIS CORREA CASTILLO	ESTADOS UNIDOS	06031910000000	GINGER			382,00	991,80
MARIA GERTRUDIS CORREA CASTILLO	ESTADOS UNIDOS	06031994000000	HELICONEAS			1.031,82	2.606,90
MARIA GERTRUDIS CORREA CASTILLO	ESTADOS UNIDOS	06031999000004	FLORES MARACAS			14,18	69,60
MARIA GERTRUDIS CORREA CASTILLO	ESTADOS UNIDOS	06049190000000	OTROS(FOLLAJES FRESCOS)			200,00	174,00
<b>Sub Total MARIA GERTRUDIS CORREA CASTILLO</b>				0,00	0,00	1.628,00	3.842,30
PINEDA SILVA RAQUEL	ESTADOS UNIDOS	06049990000000	OTROS(LOS DEMAS FOLLAJES)	20,00	100,00		

PINEDA SILVA RAQUEL	ESTADOS UNIDOS	06049990000000	OTROS(LOS DEMAS FOLLAJES)			290,89	80,00
<b>Sub Total PINEDA SILVA RAQUEL</b>				20,00	100,00	290,89	80,00
VADO REYES JORGE LUIS	ESTADOS UNIDOS	06049990000000	Otros. (LOS DEMAS FOLLAJES)	2,20	1,00		
<b>Sub Total VADO REYES JORGE LUIS</b>				2,20	1,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>				<b>12.582,84</b>	<b>2.228,00</b>	<b>3.977,78</b>	<b>7.924,46</b>

Fuente: Cetrex

Aunque los volúmenes y valores sean poco considerables, se observa una tendencia naciente de exportación al mercado norteamericano con miras de crecimiento, sobre todo, para las flores cortadas y los follajes frescos, que muestran mayor participación.

### **3.4 REGISTRO DE MARCA EN NICARAGUA**

#### **3.4.1 DEFINICIÓN DE MARCA**

Marca es cualquier signo apto para distinguir productos y/o servicios, que los consumidores reconocen. Es un producto dotado con un aspecto que atrae a los consumidores, haciendo que estos sean elegidos, por encima del resto. Según la legislación nicaragüense, Ley 380 Marcas y Otros Signos Distintivos (Gaceta D.O. 70, 16-04-01) y su Reglamento Ley 380 (Decreto 83-2001, Gaceta D.O. 183, del 27-09-01), las marcas pueden ser de tres tipos: Denominativas, figurativas, mixtas, tridimensionales y sonoras.

Así mismo, las marcas deben cumplir las siguientes características:

- Distintiva
- Debe ser fácil de recordar y de pronunciar
- Debe adecuarse al producto o a la imagen de la empresa
- No debe tener restricciones jurídicas

Las marcas son registradas con el propósito de gozar de la protección jurídica que otorga el Estado de Nicaragua y evitar el uso desleal, la imitación y la copia del producto o servicio. De manera que confiere a su titular el derecho de prohibir a terceros, el uso de la marca y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que corresponden contra quien infrinja su derecho.

El registro de una marca, lo puede realizar toda persona, individual o jurídica, sin ninguna limitación en razón de su nacionalidad, domicilio o actividad a que se dedica. O bien, puede hacer el registro una asociación u organización, que reúna a varios fabricantes o empresas

que producen bienes con características comunes. Para mayor información: Visite la Página Web del Registro de Propiedad Intelectual del Ministerio de Industria y Fomento (RPI/MIFIC): [www.rpi.gob.ni](http://www.rpi.gob.ni) / [www.mific.gob.ni](http://www.mific.gob.ni)

### 3.4.2 CÓMO REGISTRAR UNA MARCA EN NICARAGUA

En Nicaragua para registrar una marca o signo distintivo se debe seguir el siguiente procedimiento:

- *Solicitud de Registro*

La solicitud de Registro de una marca se presentará ante el Registro y comprenderá lo siguiente

Artículo 9, Ley 380

El interesado deberá completar el formulario correspondiente, acompañado de una reproducción de la marca en cuanto, formas de colores especiales, o fuese una marca figurativa, mixta o tridimensional con o sin color.

- *Aviso Para su Publicación en la Gaceta, Diario Oficial*

Cumplidos los requisitos de forma, se ordenará la publicación, por una sola vez, la Gaceta a partir de la fecha de publicación se costará el término de dos meses para presentar el derecho de la marca o signo distintivo.

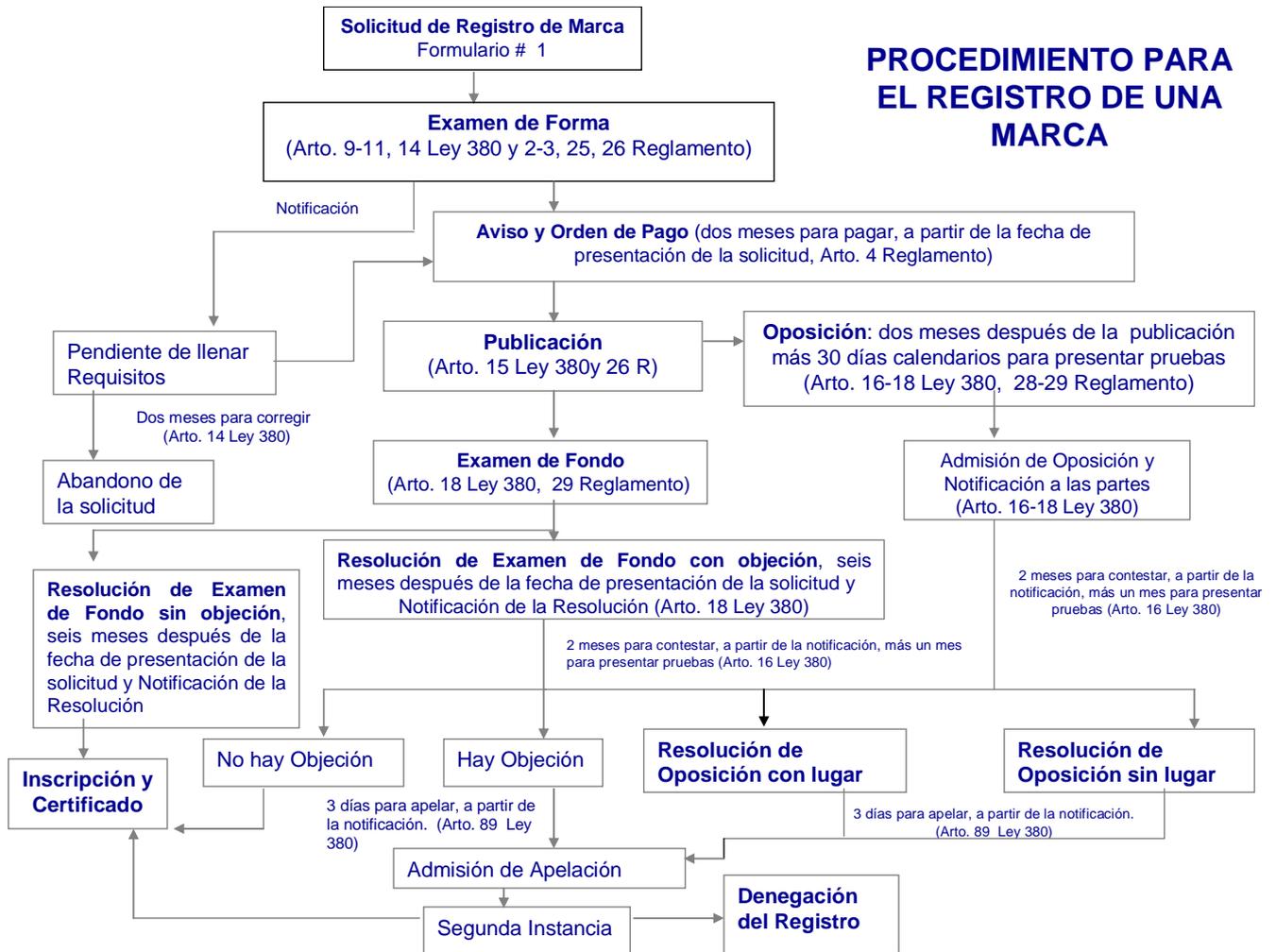
- *Oposiciones y Objeciones*

Admitidas las oposiciones se concederá al solicitante el plazo de dos meses para contestar lo que tengan a bien resueltas las oposiciones por el registro de la propiedad intelectual, cabe el recurso de apelación para que resuelva el Señor Ministro de Fomento, Industria y Comercio.

- *Emisión del certificado*

Cumplidos todos los requisitos se procede a inscribir la marca y conceder el certificado.

**GRÁFICO No. 2: PROCEDIMIENTO PARA REGISTRO DE MARCA EN NICARAGUA**



Fuente: RPI-MIFIC

**CUENTA RETO DEL MILENIO (MCA-Nicaragua)**

*Plantas Ornamentales*

**ESTUDIO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS:**

ESTADOS UNIDOS



*Plantas Ornamentales*

Octubre, 2007  
Managua, Nicaragua

## **4. ESTADOS UNIDOS: ANÁLISIS DE LA COYUNTURA POLÍTICA Y ECÓNOMICA**

### **4.1 INFORME PAIS**

#### **4.1.1 DATOS GENERALES<sup>6</sup>**

Nombre oficial:	Estados Unidos de América
Área (Km <sup>2</sup> ):	9,826,630
Costas (Km.):	19,924
Límites:	Este: Océano Atlántico Oeste: Océano Pacífico Norte: Canadá Sur: México
División Política:	50 estados y 1 distrito
Capital:	Washington, DC
Unidad Monetaria:	Dólar americano
Idioma Oficial:	Ninguno. Inglés primer idioma
Fiesta Nacional:	4 de Julio, Día de la Independencia
Gentilicio:	Americano (a)
Ciudades Principales:	Washington D.C., Nueva York, Los Angeles, Chicago, Houston, Philadelphia, San Diego, Phoenix, San Antonio, Dallas, Detroit
Población:	301,139,947 (Julio 2007 est.)
Fertilidad:	2.09 niños nacidos/mujer (2007 est.)
Natalidad:	14.16 nacimientos/1000 habitantes (2007 est.)
Mortalidad:	8.26 muertes/1000 habitantes (2007 est.)
Edad promedio (años):	TOTAL: 36 .6 años Hombre: 35.7 años Mujer: 37.9 años (2007 est.)
Capital (hab):	572,822
Analfabetismo (%):	3
Religión (%):	Protestantes 52%, Católicos 24%, Mormones 2%, Judíos 1%, Musulmanes 1%, otros 10%, ninguno 10%
Esperanza de vida	TOTAL: 78 años hombres: 75.15 años mujer: 80.7 años (2007 est.)
PIB Nacional	US \$ 1213.13 trillones (2006 est.)
PIB per capita	US \$ 44,000 (2006 est.)
Crecimiento PIB	3.2% (2006 est.)
Inflación	3.2 % (2005)

<sup>6</sup> Central Intelligence Agency (CIA). World Fact Book, 2007.

#### 4.1.2 RIESGO PAÍS

La firma Coface Rating, facilitadora de información sobre el clima de negocios de los diferentes países del mundo, otorga a Estados Unidos de Norteamérica una clasificación “A1” en relación al aspecto riesgo país en su escala de grados de comercio seguro.

Dicha clasificación define a Estados Unidos como un país estable políticamente y en su ambiente económico, las oportunidades de inversión podrían verse favorecidas por el buen record de pago de las compañías.

#### 4.1.3 TIPO DE CAMBIO

Estados Unidos dispone como moneda oficial el dólar americano, cuya política monetaria está respaldada por la estabilidad económica de este país.

En este sentido es importante conocer el comportamiento del dólar en relación al córdoba nicaragüense, que se muestra a continuación:

**TABLA No. 6: HISTÓRICO TIPO DE CAMBIO CÓRDOBA-DÓLAR**

<b>Años</b>	<b>Promedio Anual</b>	<b>% de Fluctuación</b>
2002	14.2513	1.06
2003	15.1064	1.05
2004	15.9373	1.06
2005	16.7333	1.04
2006	17.5700	1.05

Fuente: Banco Central de Nicaragua

Actualmente el tipo de cambio oficial del dólar norteamericano en relación al córdoba nicaragüense es de:

$$1 \text{ US \$} = \text{C\$ } 18.7494 \text{ córdobas}^7$$

<sup>7</sup> Tasa de Cambio Oficial según Banco Central de Nicaragua al 31 de Octubre de 2007

#### 4.1.4 PUERTOS DE ENTRADA A ESTADOS UNIDOS

En términos generales la importante infraestructura portuaria, aeroportuaria, vial y ferroviaria de Estados Unidos facilita el acceso a cualquier parte del territorio estadounidense, lo cual favorece colocar las exportaciones nicaragüenses sin mayores dificultades en la mayoría de las ciudades.

Considerando las diferentes vías de acceso, en Estados Unidos existen más de 226 aeropuertos y 400 puertos, sin embargo, dependiendo de la zona, los que concentran las mayores frecuencias de transporte marítimo y aéreo procedente de Nicaragua son: en la zona este: Houston, Jacksonville, Miami, Everglades, Nueva York, New Orleans y en la zona oeste, Los Ángeles y San Francisco.

En relación a los puertos marítimos, en todas las costas del país existen puertos importantes altamente informatizados y automatizados para el rápido despacho de las mercancías, especialmente en contenedores. Se esbozan a continuación, aspectos generales de los principales puertos de destino para carga desde Nicaragua.

Para Nicaragua, una de las principales puertas de entrada es el Puerto de Miami, por su ubicación geográfica y moderna infraestructura, el cual recibe regularmente contenedores de espadillo, dracaena, entre otros, ya sea vía marítima o aérea, seguido de los puertos de Nueva Cork y Los Ángeles.

A continuación, se presenta una descripción de éstos:

##### 1. MIAMI:

- **PUERTO:** Es el puerto más grande de contenedores de la Florida y su localización lo convierte en la puerta de entrada de las Américas. Se ubica en el puesto 61 del ranking de Estados Unidos. En este puerto arriba la mayoría de los buques con la ruta sur-nororiental, siendo así un gran centro de distribución marítimo.

El puerto se encuentra provisto de excelente infraestructura, para manejo de todo tipo de carga, grúas de contenedor, grúas de camión y grúas móviles con capacidad de 200 toneladas. Además cuenta con acceso vial y ferroviario que facilita la conexión hacia todo el territorio estadounidense.

Por lo general las mismas navieras que recalán en Miami siguen su ruta hacia el Atlántico Norte (Jacksonville, Baltimore, Filadelfia, Nueva York).

- **AEROPUERTO:** Este aeropuerto se ubica en la octava posición del ranking mundial, se sitúa a 14 km. al Oeste de la ciudad, maneja carga en general, perecedera, refrigerada y viva.

## 2. NUEVA YORK:

- **PUERTO:** Es considerado el complejo portuario de la Costa Este, primordialmente por encontrarse muy cerca al mercado de consumidores más grande del mundo, por su ubicación estratégica y su movimiento de carga, ocupa el tercer puesto dentro del ranking portuario estadounidense.

Se ha especializado en el manejo de todo tipo de carga en contenedores y cuenta con varios operadores de cargas a granel. Adicionalmente, cuenta con lo último en tecnología para la refrigeración y almacenes con clima controlado.

El puerto tiene acceso a una amplia infraestructura terrestre (carreteras y ferrocarriles) todas las instalaciones tienen acceso inmediato a vías interestatales y redes ferroviarias lo cual permite un transporte eficiente hacia el interior del país.

- **AEROPUERTOS:** Esta ciudad cuenta con los aeropuertos John F. Kennedy y Newark. El primero, está situado a 24 Km. al Sudeste de Manhattan y cuenta con nueve terminales especializadas, con capacidad para el manejo de carga líquida, a granel y refrigerada; el segundo, ubicado a 3 Km. al Sur de la ciudad y ocupa la posición 20 en el ranking mundial.

## 3. LOS ÁNGELES:

- **PUERTO:** Situado en la Costa Oeste. Cuenta 29 instalaciones, entre éstas 27 terminales principales son de carga, incluyendo localidades para manejo de vehículos, contenedores, productos de carga seca y líquida, al igual que carga refrigerada. Otra de las facilidades con que cuenta es el acceso ferroviario para la entrega de mercancía. El Puerto de Los Ángeles se encuentra en el puesto 14 del ranking portuario estadounidense.

De esta forma, es considerado el complejo portuario de la Costa Oeste, primordialmente por encontrarse muy cerca al mercado de consumidores de aproximadamente 16 millones de personas.

En relación a la red vial, está integrada por gran profusión de carreteras y autopistas, las que están debidamente señalizadas.

Para facilidades comerciales del empresario, Estados Unidos es un destino muy próximo y se encuentra a poco menos de dos horas de Miami o a dos horas y media de Houston. En el país existen varias aerolíneas que ofrecen vuelos directos a ciudades como Miami, Houston, Los Ángeles, San Francisco, New York, New Orleans, Washington y Dallas, así como navieras que brindan el servicio de carga refrigerada.

Uno de los aspectos mayormente relacionado a este tema es la logística de exportación de las Plantas Ornamentales. Dentro de este aspecto se debe considerar la elección del medio de transporte más apropiado para mantener la competitividad de las exportaciones. Este

medio de transporte estará determinado por la distancia, tiempo, costo de desplazamiento, requerimientos y valor del producto, así como la velocidad del medio de transporte, seguridad y flexibilidad.

Para la selección del medio de transporte, sea éste marítimo, terrestre, aéreo o multimodal, y de la empresa transportadora se deben tener en cuenta los siguientes factores:

1. Alternativas existentes en la ruta que se va a exportar.
2. Empresas transportadoras que presten el servicio, sus tarifas, condiciones, itinerarios, frecuencia y tiempo de tránsito.
3. Tipos de barcos, aviones y/o camiones que operan.
4. Tipo de carga que transportan.
5. Características de los puertos, aeropuertos, terminales de origen, destino y tránsito que debemos utilizar hasta llegar al lugar convenido con el comprador.
6. Red de oficinas y agentes que poseen.
7. Contactos de proveedores de servicios complementarios al transporte, sus recursos y tarifas.

Usualmente para el transporte de plantas ornamentales y de flores se hace uso de contenedores refrigerados, haciendo uso del transporte aéreo y/o marítimo.

#### **4.2 POLITICA COMERCIAL**

Estados Unidos es el más grande mercado importador, un proveedor clave de bienes y servicios, un imán de los ahorros globales y una fuente internacional de capital y tecnología. Las recientes políticas macroeconómicas han sido dirigidas exitosamente a hacia la recuperación y el crecimiento sostenido, con beneficios para la economía global, inclusive a través del comercio.

Este país ha realizado grandes pasos para liberalizar su régimen comercial, estableciendo fuertes relaciones comerciales con el resto de países del mundo, las cuales constituyen un pilar fundamental en la estrategia para ampliar y mejorar el acceso de los productos nacionales a los mercados externos y así, cooperar al fortalecimiento de una economía competitiva tanto en el mercado interno como en el internacional.

Así mismo, dispone de dos programas preferenciales: el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) y la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (CBI, por sus siglas en inglés), siendo este último el que representa mayores beneficios comerciales para Nicaragua.

La Iniciativa de la Cuenca del Caribe (CBI), cuyo nombre oficial es la Ley para la Recuperación Económica de la Cuenca del Caribe (CBERA por sus siglas en inglés) es un programa promulgado por los Estados Unidos, que entró en vigor el 1º de enero de 1994 y otorga un tratamiento preferencial al ingreso en el mercado estadounidense de ciertas mercancías o productos provenientes de los países de Centroamérica y del Caribe. Sin embargo, Estados Unidos se reserva el derecho de cambiar la lista de los países

beneficiarios durante la vigencia de este programa. Los productos elegibles para la aplicación de la franquicia aduanera deberán ser importados a los Estados Unidos directamente de cualquiera de los países y territorios beneficiarios. El régimen actual de esta iniciativa expira en el 2008 siempre que el Congreso estadounidense no renueva las preferencias otorgadas.

Adicionalmente, esta iniciativa se ve reforzada por el DR-CAFTA suscrito con los países Centroamericanos y República Dominicana, cuyas negociaciones se iniciaron en enero del 2003 y concluyeron en el 2004. La entrada en vigor de este Tratado se dio a partir del 1ro de Abril del 2006.

Con la firma de este tratado, se consolidan las preferencias otorgadas en la CBI y a mejorar el acceso al mercado norteamericano, logrando libre acceso para más de 95% de las partidas arancelarias.

Nicaragua logró en términos generales que el 100% de la producción exportable agrícola (80% acceso inmediato y 20% a través de contingentes) e industrial ingrese al territorio de Estados Unidos libre de aranceles a la importación. Se mantiene el derecho de poder aplicar restricciones comerciales a una pequeña lista de productos relacionados con situaciones de seguridad, sanidad y protección al consumidor.

En el caso de las Plantas Ornamentales en su mayoría están libres de aranceles, gracias a los beneficios arriba detallados, sujetas al cumplimiento de requisitos y normativas técnicos, permitiendo exportar mayor variedad, volumen y tamaño de este rubro.

#### **4.3 CÓMO REGISTRAR UNA MARCA**

Estados Unidos al igual que Nicaragua comparte la definición de marcas, así como su uso y protección.

El propietario de la marca debe:

- Ser ciudadano de los EE.UU.
- Estar domiciliado en los EE.UU.
- Tener un establecimiento comercial o industrial real y efectivo en los EE.UU.

El procedimiento para el registro de la marca se describe a continuación:

1. Presentación de la solicitud.
2. Exámen de la solicitud por el examinador de marcas.
3. Aprobada, Modificada o Rechazada. Si aprobada, se publica la marca para oposición en la Gaceta Oficial. (Si rechazada, apelar a TTAB.)
4. Después de Publicación, Período de Oposición.

Si no hay una Oposición, la marca se registra como Marca Registrada Federal de EE.UU.

Para mayor información, contáctese con: John D. Rodriguez  
Attorney-Advisor  
Office of International Relations  
U.S. Patent and Trademark Office  
T: 571 272-9300  
[John.rodriguez@uspto.gov](mailto:John.rodriguez@uspto.gov)  
[www.uspto.gov](http://www.uspto.gov)

## 5. ANÁLISIS DEL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

### 5.1 FLORICULTURA EN ESTADOS UNIDOS

La floricultura en Estados Unidos, se define como el cultivo de plantas ornamentales y de flores. Es un sector que aporta US\$10 billones a la economía de este país, gracias a la producción y venta a escalas comerciales de cultivos florales. Además, se considera la forma más intensiva de agricultura, ya que dispone de grandes inversiones en infraestructura, labores por acre y utiliza los más avanzados sistemas de producción.

El mercado florícola de Estados Unidos o lo que se conoce típicamente como “green industry” incluye a productores y comercializadores tanto de flores y follajes de corte, plantas para plantar en el jardín y de exterior, plantas florecidas en maceta y plantas verdes.

Esta “green industry”, usualmente se divide en:

- **SUBSECTOR DE FLORICULTURA (FLORICULTURE CROPS):** Incluye flores cortadas, plantas verdes cortadas, plantas florecidas en maceta, follaje en maceta, planta de interiores (decoración de dormitorios) y de jardín y se propaga a través de invernaderos u otras áreas cubiertas y sus productos son vendidos para patios, jardines y demás fines decorativos (interiores). Estos cultivos se caracterizan por ser herbáceos en su mayoría.
  - Las plantas de interiores (Bedding plants): son plantas florecidas jóvenes y vegetales, que son cultivadas ya sea en bandejas, maceteras o cestas colgantes en los invernaderos y que son vendidas generalmente para jardines o paisajes. Entre estas destacan:
    - **Nombre Científico:** *Pelargonium hortoru* ; **Nombre Común:**Geranio



- Nombre Científico: Balsaminacea; Nombre Común: Impatiens



- Nombre Científico: Petunia hybrida; Nombre Común: Petunia



- Nombre Científico: Chrysanthemum morfolium; Nombre Común: Crisantemos



- Las plantas florecidas son mayormente vendidas en maceteras para uso decorativo en interiores, como las orquídeas y las pastoras.

- Nombre Científico: Phaleonopsis; Nombre Común: Orquídeas



- **Nombre Científico:** *Euphorbia pulcherrima*; **Nombre Común:** Pastoras o Flor de Pascua



- Plantas de Follaje: se venden tanto en maceteras como en canastas colgantes para patios e interiores, así como para oficinas, hoteles y restaurantes, sitios en los que principalmente se utilizan los especímenes más grandes.

Cabe aclarar que este subsector, también contempla flores cortadas y gramas cultivadas cortadas, que no constituyen objeto de este estudio, por la definición misma usada del término plantas ornamentales y debidas a que su comercialización tiene otro comportamiento. En este sentido se abarcan flores como rosas, claveles, gladiolas y helechos que, combinados, se utilizan en arreglos o como bouquets.

Tanto las plantas de interiores, las florecidas como las plantas de follajes y demás plantas ornamentales son cultivadas en contenedores y bajo cubierta. La producción depende en gran medida del clima y del cuidado que se le brinde, ya que estas plantas no toleran temperaturas frías, requieren calidez, aire húmedo y óptimas condiciones de suelo, razón por la cual las flores y plantas, se producen mayormente, a través de invernaderos, donde se pueden controlar las condiciones de producción aunque se incrementen costos.

- **SUBSECTOR DE HORTICULTURA AMBIENTALISTA (NURSERY CROPS):** Definido o constituido por árboles ornamentales y arbustos, árboles frutales y de nueces para fines no comerciales, así como hierbas para recubrimiento de suelos, cultivos usualmente utilizados para exteriores y básicamente para propósitos paisajistas. Estos cultivos, a diferencia de los arriba detallados, son plantas perennes madereras y su propagación se realiza en campos abiertos hasta su venta final. Ambos subsectores componen la industria ornamental hortícola<sup>8</sup>.

## **5.2 COMPORTAMIENTO DE LOS SUBSECTORES EN 2005 Y 2006**

Ambos sectores en su conjunto se caracteriza por la participación tanto de grandes y pequeños productores, definidos así en base al ingreso por ventas. Los grandes productores son aquellos con ventas iguales o superiores a US\$100,000 anuales y los pequeños productores, conformado por grupos familiares, con ventas menores a los US\$100,000 anuales y que participan de la cadena de distribución a floristas y al crecimiento del mercado.

---

<sup>8</sup> ERS-USDA: Briefing Rooms: Floriculture Crops, 2006.

**TABLA No.7: REGISTRO DE PRODUCTORES DE CULTIVOS DE FLORICULTURA**

<b>Número de Productores</b>	<b>2000</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>
Grandes Productores	4,851	4,732	4,412
Pequeños Productores	6,773	7,264	5,151
<b>TOTAL</b>	<b>11,624</b>	<b>11,996</b>	<b>9,563</b>

Fuente: NASS, USDA

Para el año 2006, en términos generales, según el informe sobre el sector, el número de pequeños productores disminuyó en un 9% y el de grandes productores en un 5%.<sup>9</sup> Aunque se registre esta disminución, las ventas del sector se han incrementado, comportamiento en parte obedece al uso intensivo de las zonas de producción, a la automatización de sus cultivos y al incremento de las áreas de producción, de 53,344 acres utilizados en el 2005 a 1, 744,980.000 acres en el 2006.

En términos de ventas, el mercado hortícola es uno de los más grandes en el mundo, con más de 45 mil millones de ventas en el 2005. Para el año 2006, las ventas mayoristas de los cultivos del este sector alcanzó los U\$4 billones de dólares, un 4% menor que en el año 2005.

Las ventas del subsector de floricultura están creciendo más rápidamente en el Sur del país y en el Noreste. En orden de importancia, los cinco primeros estados productores y vendedores para el 2006 fueron: California (26% de contribución de ventas anuales), Florida (21%), Michigan (9%), Texas (7%) y Nueva York (5%)<sup>10</sup>.

Las plantas de interiores y para jardín constituyen más de la mitad de las ventas del sector de floricultura en Estados Unidos; las plantas florecidas en macetas y plantas de follajes constituyen más de un cuarto, mientras que las flores y follajes cortados, así como material vegetal propagativo son menos de un quinto de las ventas.

En este sentido, a continuación se describe el comportamiento en ventas de cada categoría de producto generado en el subsector de floricultura:

1. **Plantas de interiores (Bedding plants) y de jardín:** Las ventas de éstas alcanzaron US\$1.79<sup>11</sup> millones, que representó el 47% de contribución de las ventas en general. En esta categoría destacan los estados de California, Michigan, Texas, Florida y Carolina del Norte.

<sup>9</sup> United States Department of Agriculture (USDA). National Agricultural Statistics Service. Floriculture Crops. Summary 2006, July 2007.

<sup>10</sup> USDA, NASS. Floricultural and Nursery Crops Outlook. Septiembre, 2006.

<sup>11</sup> USDA. Floriculture Crops. Idem

2. **Plantas en maceteras y Plantas de jardín:** constituidos por plantas perennes anuales y alcanzaron US\$1.06 billones en ventas.
3. **Plantas herbáceas-perennes:** alrededor de 1,400 productores de esta categoría, alcanzaron US\$507 millones en ventas para el 2006.
4. **Canastas colgantes de plantas florecidas:** éstas representaron U\$188 millones en ventas anuales para el 2006
5. **Plantas florecidas en maceteras:** demandadas para interiores y el uso en patios, representaron US\$620 millones, siendo la flor de pascua la más demandada.
6. **Plantas de follaje:** equivalente a US\$543 millones, siendo Florida el estado líder en esta categoría.

Las ventas de los “nursery crops”, son más locales y regionales que los de la floricultura, influenciados en parte por el tipo y costo de transporte requerido.

### **5.3 PARTIDAS ARANCELARIAS EN ESTUDIO**

Los productos que genera el sector están incluidos al igual que en el Sistema Arancelario Centroamericano (SAC), en el Sistema Armonizado (HTS-US), utilizado en Estados Unidos, en el capítulo 06: “Plantas Vivas y Productos de la Floricultura”.

#### **Subcapítulos**

#### **0602 Plantas vivas (incluyendo sus raíces), cortadas o en vástagos**

<b>06.02.10.00.00</b>	<b>Esquejes sin enraizar</b>
<b>06.02.20.00.00</b>	<b>Árboles y arbustos, injertados o no, del tipo que produce frutas y nueces comestibles</b>
<b>06.02.40.00.00</b>	<b>Rosas, enraizadas o no (Plantas)</b>
<b>06.02.90.20.00</b>	<b>Orquídeas (Plantas)</b>
<b>06.02.90.30.10</b>	<b>Crisantemos (Plantas)</b>
<b>06.02.90.60.20</b>	<b>Pastoras (Plantas)</b>
<b>06.02.90.90.90</b>	<b>Las Demás Plantas Vivas</b>

#### **06.04 Follajes, ramas, gramas, musgos, etc, para bouquets o propósitos ornamentales**

<b>06.04.91.00.80</b>	<b>Follajes frescos para fines ornamentales (Otros)</b>
-----------------------	---

De estas definiciones arancelarias, el mercado más dinámico del sector radica en la partida 06.02.90.90.90 “Las demás plantas vivas”, la más representativa, en donde se concentran la mayor cantidad de plantas producidas por Nicaragua.

#### **5.4 INTERCAMBIO COMERCIAL NICARAGUA -ESTADOS UNIDOS**

Pese a que Estados Unidos es el principal socio comercial de Nicaragua, de las partidas arancelarias en estudios, del sector de plantas ornamentales, no se registran datos estadísticos comerciales entre Estados Unidos y Nicaragua. Situación que especialistas norteamericanos de la Universidad de Texas A&M, Atascosita Road Humble, las compañías Green World y Río Grande Nursery, confirmaron en su visita a Nicaragua el pasado 26 de septiembre en evento realizado por el Instituto Interamericano de Desarrollo (IICA-NICARAGUA) de cara al establecimiento de un proyecto para el fomento de la Floricultura en Nicaragua<sup>12</sup>.

Del sector en estudio, los proveedores para el mercado norteamericano de plantas ornamentales y demás productos de floricultura son variados. El principal, por su cercanía geográfica y beneficios del Tratado de Libre Comercio de América del Norte –NAFTA- es Canadá, cuyas ventas se mantuvieron constantes durante el 2005 y 2006 y ocupa la primera posición de este mercado, cuyos suministros de mayor crecimiento esos años fueron: Esquejes sin enraizar (40% de crecimiento); árboles y arbustos, enraizados o no, frutales o de nueces (12%); así como plantas de crisantemos y orquídeas, ambas con un 10% de crecimiento.

En la compra de estos rubros de parte de Estados Unidos, es destacable la participación en los primeros lugares de países centroamericanos, como Costa Rica y Guatemala. El primero, que registró un crecimiento del 18% del 2005 al 2006 y el segundo, que aunque registró un decrecimiento del 2% en ese período, ha mantenido su cuota de mercado.

La preferencia por las plantas ornamentales de Costa Rica, se basa en la gran diversidad que ofrece este país sumada a la excelente calidad de sus productos, muy apreciada por el consumidor norteamericano, así como los años de experiencia de este país como proveedor de Estados Unidos. Por su parte, Guatemala ha desarrollado una estructura organizativa importante del sector de Plantas Ornamentales, Follajes y Flores, donde se garantiza que las empresas medianas y grandes, proveedoras y exportadoras directas, registren la utilización de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y material genético patentado, así como el uso garantizado de accesorios y servicios para el buen tratamiento de las plantas<sup>13</sup>.

Países que en el 2006 mostraron un notable crecimiento, suministrando plantas ornamentales a Estados Unidos han sido: Tailandia, Brasil y Taiwán con tasas de crecimiento del 51%, 47% y 31%, respectivamente, como se observa en la siguiente tabla estadística.

---

<sup>12</sup> IICA. Dossier Desarrollando una Industria Especializada para el Cultivo de Esquejes y Hortícolas para la Exportación de Nicaragua a Estados Unidos.

<sup>13</sup> Asociación Guatemalteca de Exportadores (AGEXPORT). Subcomisión de Plantas Ornamentales, Follajes y Flores.

**TABLA No.8: PRINCIPALES PROVEEDORES DE PLANTAS ORNAMENTALES  
A ESTADOS UNIDOS, 2005-2006  
MILES DE DÓLARES**

<b>PRINCIPALES PROVEEDORES MUNDIALES DE PLANTAS ORNAMENTALES PARA ESTADOS UNIDOS,2005-2006 EN MILES DE DÓLARES</b>				
<b>No.</b>	<b>PAÍS DE ORIGEN</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>CRECIMIENTO %</b>
1	Canadá	96,020	96,996	1,0
2	Costa Rica	27.249,000	32.380,000	18,8
3	Guatemala	16.037,000	15.706,000	-2,1
4	Taiwán	14.329,000	18.731,000	30,7
5	México	10.518,000	9.090,000	-13,6
6	Holanda	9.454,000	10.027,000	6,1
7	China	7.582,000	8.144,000	7,4
8	Nueva Zelanda	3.959,000	2.262,000	-42,9
9	Tailandia	3.535,000	5.334,000	50,9
10	Israel	3.329,000	2.277,000	-31,6
11	Bélgica	3.293,000	2.918,000	-11,4
12	Corea	3.096,000	1.276,000	-58,8
13	Brasil	1.600,000	2.353,000	47,0
14	Colombia	1.077,000	1.165,000	8,1
15	Alemania	1.082,000	733,000	-32,3
<b>TOTAL</b>		<b>106.236,020</b>	<b>112.492,996</b>	

Fuente: United Status Internacional Trade Commission/USITC

De los países suscriptores del DR-CAFTA, además de Costa Rica y Guatemala, ha sido notable el crecimiento registrado por República Dominicana del 2005 al 2006, correspondientes a 105%, como se observa en la siguiente tabla:

Cabe mencionar que las compras de Estados Unidos provenientes de República Dominicana se centran en las demás plantas vivas (HTS-USA: 06.02.90.90.90), esquejes (HTS-USA: 06.02.10.00.00) y plantas de orquídeas (HTS-USA: 06.02.90.20.00).

**TABLA No.9: PRINCIPALES PROVEEDORES DE ESTADOS UNIDOS  
BAJO DR-CAFTA, 2005-2006  
MILES DE DÓLARES**

<b>PRINCIPALES PROVEEDORES DE PLANTAS ORNAMENTALES PARA ESTADOS UNIDOS,2005-2006 DR-CAFTA, EN MILES DE DÓLARES</b>				
<b>No.</b>	<b>PAÍS DE ORIGEN</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>CRECIMIENTO %</b>
1	Costa Rica	27.249,00	32.380,00	18,8
2	República Dominicana	174,00	357,00	105,7
3	El Salvador	220,00	149,00	-32,5
4	Guatemala	16.037,00	15.706,00	-2,1
5	Honduras	630,00	496,00	-21,3
<b>TOTAL</b>		<b>44.310,00</b>	<b>49.088,00</b>	<b>10,8</b>

Fuente: United Status Internacional Trade Commission/USITC

Durante el año 2006 a Julio de 2007, los principales puertos de entrada en Estados Unidos, de este tipo de rubro fueron: California y Miami, que es puerto por excelencia para los productos nicaragüenses.

En el caso de Guatemala, según datos de la Subcomisión de Plantas Ornamentales, Follaje y Flores (AGEXPORT), los principales productos objeto del intercambio comercial con Estados Unidos son:

**TABLA No.10: VARIEDADES DE PLANTAS IMPORTADAS (en Volumen)  
POR ESTADOS UNIDOS  
2006-OCTUBRE 2007**

<b>Plantas</b>	<b>2006</b>	<b>% de Participación</b>	<b>2007</b>	<b>% de Participación</b>	<b>% de Variación</b>
	<b>Peso en Kg</b>		<b>Peso en Kg</b>		
Cycas revoluta	1.178.705	21	465.140	13	-60,54
Phoenix Roebelini	376.975	7	68.084	2	-81,94
Dracaena	1.110.057	20	1.061.801	29	-4,35
Aglaonema	23.359	0	14.000	0	-40,07
Palmera Areca	1.004.065	18	1.364.231	37	35,87
Cordilneas	424.512	7	9.010	0	-97,88
Yucca Elephantipes	1.562.429	28	736.284	20	-52,88
<b>TOTAL</b>	<b>5.680.102</b>	<b>100</b>	<b>3.718.550</b>	<b>100</b>	<b>-34,53</b>

Fuente: The Datamyne, 2007

En la tabla anterior, se muestran algunas de las variedades de plantas ornamentales importadas por Estados Unidos a sus diferentes proveedores durante el año 2006 y el 02 de Octubre de 2007, según registros marítimos de dicho país; donde Nicaragua tendría mayor potencial de competencia en este mercado. Como se observa, en el 2006, las de mayor

demanda o participación en las importaciones de este mercado fueron Yuca elephantiphes, Cyca revolutas, Dracaena y Palmera areca; mientras que en hasta Octubre del 2007, por participación en orden de importancia destacan: Palmera areca, Dracaena, Yucca elephantiphes y Cycas revolutas, en su mayoría de la familia de las Palmáceas.

Es notorio que durante el 2007, la mayoría de estas variedades con excepción de la Palmera areca, mostraron un decrecimiento, que en términos globales, correspondió a un 34%.

Cabe mencionar, que en éstos registros de Dracaena se incluyen las variedades Marginata, Deremensis, Sanderiana (Lucky Bamboo) y Warnekii. Otros datos de gran interés fueron que los registros señalan que la Palmera Phoenix Roebelini señala como principal destino San Juan, Puerto Rico; mientras, que Yucca elephantiphes o también conocido como espadillo, ha sido mayormente demandado por los estados de California y Miami.

**TABLA No. 11: PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN DE GUATEMALA**

<b>ARANCEL SISTEMA ARMONIZADO</b>	<b>DESCRIPCIÓN ESPAÑOL Y NOMBRE LATINO</b>	<b>DESCRIPCIÓN INGLÉS</b>
<b>06021000</b>	Esquejes Tropicales	
	Photos (Epipremnum sp.) Araceae	Photos
	Philodendron	Philodendron
	Maranthas	Maratha
	Croton (Codiaeum variegatum) Euphorbiaceae	Croton
	Marvel queen (Epipremnum sp.) Araceae	Marvel queen
	Esquejes fríos	
	Hiedras	Ivy
	Peperonias	Pepperonis
	Diffenbachia	Dieffenbachia
	Perennials	Perennials
	Poinsettia	Poinsettia
<b>06031060</b>	Flores de corte	
	Rosas (Rosa sp.) Rosaceae	Rose
	Crisantemos. (Crisanthemum x morifolium) Asteraceae	Chrysanthemum
	Claveles estándar (Dianthus	Carnation

	cariophyllus) Cariophyllaceae	
	Anturios	
	Orquidias. Orchidaceae	Orchids
06049100	Follaje	
	Hoja de Cuero. (Rumora adiantiformis) Polypodaceae	Leather leaf.
	Izote. (Yucca elephantipes)	Yucca
	Xate. (Chamadorrea sp.) Aracaceae	Palm fronds
	Espárragos, Treefern. (Asparragus virgatus)	Asparragus
	Tillandsias (Tillandsia sp.) Bromeliads	
	Sanseviera, Curanina. (Sanseviera sp.) Liliaceae	
	Dracaena. (Dracaena sp.) Agavaceae	
	Aglaonema. (Aglaonema commutatum) Araceae	

**TABLA No.12: PRINCIPALES PLANTAS ORNAMENTALES CULTIVADAS Y DE EXPORTACIÓN DE COSTA RICA**

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	VARIETADES
Aglaonema	<i>Aglaonema commutatum</i>	Romana, Abidjan, Silver Queen, Silver King, Francher, Emerald Beauty
Caña India	<i>Dracaena fragans</i>	Fragrans, Lindenii, Massangeana, Santa Rosa
Dracaena deremensis	<i>Dracaena deremensis</i>	Warnekii Corriente, Warnekii Bausel, Warnekii Lemon Line, Warnekii Gold Band, Jan. Craig Corriente, Jan. Craig Compacta, Jan. Craig Sandra
Marginata	<i>Dracaena Marginata</i>	Verde, Bicolor, Tricolor, Colorama, Magenta
Garrobo	<i>Syngonium padaphylum</i>	Syngonium
Shefflera	<i>Bassala actinophylla/Bassala</i>	Shefflera actinophylla/Shefflera

	<i>arboricola</i>	arboricola
Yucca elephantipes	<u>Yucca elephantipes</u>	Itabo Corriente/Itabo Variado

Fuente: Procomer

## 5. 5 REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

### 5.5.1 REQUISITOS ARANCELARIOS

El gobierno de Estados Unidos establece aranceles a toda mercancía que ingresa a su territorio, aparte de otros requisitos de acceso a mercado dependiendo del producto.

La instancia encargada de administrar el universo arancelario de ese país es la Aduana de los Estados Unidos (US Custom Service) y se basa en la Nomenclatura Internacional del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.

Los aranceles que puede establecer son ad-valorem, un porcentaje sobre el valor de la mercancía; específicos, por unidad de peso u otra cantidad o bien compuestos, que son una combinación de los ad-valorem y específicos.

Por los beneficios del libre comercio, establecido formalmente a través del DR-CAFTA, los productos del sector en estudio proveniente de cualquiera de los países suscriptores (Centroamérica y/o República Dominicana), están libres del pago de aranceles (0% aranceles), siendo necesario cumplir con la regla de origen, que establece que el producto deberá ser cosechado en Nicaragua a partir de semillas o injertos importados de países tanto dentro como fuera del tratado, para que así las empresas exportadoras nicaragüenses sean eximidas del pago de arancel.

**TABLA No.13: ARANCEL HTS-USA DE PLANTAS ORNAMENTALES**

Código	DESCRIPCION	Arancel Base
06.02.10.00.00	Esquejes sin enraizar	0%
06.02.20.00.00	Árboles y arbustos, injertados o no, del tipo que produce frutas comestibles o nueces)	
06.02.40.00.00	Rosas, enraizadas o no (Plantas)	
06.02.90.20.00	Orquídeas (Plantas)	
06.02.90.30.10	Crisantemos (Plantas)	
06.02.90.60.20	Pastoras (Plantas)	
06.02.90.90.90	Las Demás Plantas Ornamentales	
06.04.91.00.80	Follajes frescos para fines ornamentales (Otros)	

Fuente: United Status Internacional Trade Commission/USITC

Cabe mencionar en este apartado que este tipo de rubro no está sujeto a cuotas o contingentes para exportar hacia los Estados Unidos

#### 5.5.2 REQUISITOS NO ARANCELARIOS

- **Ley contra el Bioterrorismo**

A raíz de los atentados del 2001 en EEUU, el gobierno estadounidense ha desarrollado iniciativas para mejorar e incrementar sus acciones de control en el ingreso de personas y mercancías. Siguiendo esta dirección, se promulgó la Ley de Seguridad en la Salud Pública, Preparación y Respuesta Contra el Bioterrorismo. Con ella se ayudara a la FDA, quien es el organismo encargado de administrar la ley.

Los requerimientos de esta legislación conllevan a que los productores, procesadores, manufacturadores, transportistas, almacenadores y acopiadores de productos alimenticios lleven un minucioso y detallado control del proceso de transporte y manipulación que recibió un producto desde que salió de una finca hasta que llegó a Estados Unidos (Para mayor información, dirigirse a [www.fda.gov/oc/bioterrorism/bioact.html](http://www.fda.gov/oc/bioterrorism/bioact.html)).

- **Reglas Sanitarias**

Toda exportación hacia el mercado de Estados Unidos de plantas en general, incluidas las ornamentales, flores y follajes requieren de un certificado fitosanitario del país de origen, inspección visual en el puerto de entrada y permiso de importación por parte del importador.

El certificado fitosanitario es utilizado por los oficiales de aduanas de Estados Unidos para:

- Identificación del tipo de planta o producto de plantas
- Identificación del área donde el producto ha sido tratado en el país de origen y el tratamiento recibido.
- Confirmar el cumplimiento de los requerimientos por ley del país.
- Determinar la muestra para inspección directa.

Las regulaciones federales de los Estados Unidos, señalan que todas las plantas, flores y otros materiales vegetales importados están sujetos a inspección por parte del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) a su arribo a destino. El USDA opera a través de instalaciones especiales denominadas “Plant Inspection Station”, las cuales son operadas por el Servicio de Salud Animal y Vegetal de los Estados Unidos (Animal and Plant Health Inspection Service -APHIS-) y el Programa de Protección y Cuarentena de Plantas (Plant Protection and Quarantine Program -PPQ-), instancias gubernamentales que participan directamente en la verificación del producto, prevención sobre riesgos de infestación de cierto tipo de insectos, residualidad de agroquímicos evidente y daños mecánicos o agroquímicos de importancia. Actualmente, disponen de 17 centros de inspección (VER ANEXOS). Estos centros de inspección se encargan de garantizar el cumplimiento de los siguientes permisos:

1. Permiso PPQ (formato 597), documento escrito que se utiliza para solicitar la entrada de plantas vegetales y sus productos. Este es realizado generalmente por el importador en los Estados Unidos.
2. Permiso VS, documento escrito utilizado para solicitar la introducción de material prohibido por la regulación de los Estados Unidos, según manual de autoridades aduanales (7CFR 319.74)
3. Permiso CITES, usado para garantizar la no comercialización de productos protegidos internacionalmente conforme a la Convención Internacional de Comercio (Convention on International Traded in Endangered Species of Wild Fauna and Flora, por sus siglas en inglés).

Estas inspecciones por cada embarque que ingresa a territorio norteamericano, se realiza para determinar la ausencia de plagas o enfermedades que puedan afectar la actividad floral en Estados Unidos. De no determinarse problema alguno, el embarque pasa a través de las aduanas del país al manejo respectivo del importador; caso contrario, si se descubre insectos vivos, huevos o enfermedades en las plantas del embarque, éste puede ser fumigado, devuelto a su país de origen, y en el peor de los casos, destruido.

Con respecto a pesticidas, la Agencia de Protección del Medio Ambiente (Environmental Protection Agency), es la entidad encargada de establecer los límites y tolerancias de pesticidas y residuos químicos y al igual que APHIS, realiza la inspección a través de funcionarios en los puertos de entrada. (<http://www.aphis.usda.gov/>)

En relación a la apariencia de las plantas, Estados Unidos no permite el ingreso a su territorio de plantas ornamentales con tierra; éstas deben de ir limpias, que lleven las cantidades de hojas y raíces acorde con las exigencias de calidad y el tamaño estipulado por el cliente y el PPQ.

- **Etiquetado**

Las etiquetas deben incluir los siguientes elementos genéricos:

- Nombre y dirección del despachador y de su comercializador o consignatario en territorio de Estados Unidos
- Razón Social del Exportador
- Nombre del Productor
- Descripción de la mercancía.
- Variedad y nombre común.
- País de Origen.
- Lugar de Embalaje.
- Fecha de Embalaje.
- Cantidades, pesos y calibres.
- Código UPC o código de barras (no obligatorio).

Si el exportador busca empacar producto destinado al mercado minorista establecido, cadenas de supermercados o tiendas especializadas, la identificación del producto debe

basarse en las normas previstas por el Departamento de Agricultura (USDA), información que debe ser suministrada por el importador respectivo.

Los materiales utilizados para el embalaje deben de ser nuevos, sanitariamente aptos, técnicamente adecuados, homogéneos y resistentes a la manipulación y transporte. En este material se debe de plasmar las exigencias de temperaturas y precauciones de manipulación del producto de manera clara, concisa y en idioma inglés.

### 5.5.3 REQUISITOS DE EXPORTACIÓN

#### - NICARAGUA

Para la exportación de plantas ornamentales vivas, se deben de cumplir los siguientes requisitos:

1. Estar registrado en el CETREX como exportador\*.
2. Formulario de Declaración de Mercancías (antes FUE)\*.
3. Factura de exportación
4. Certificado CITES emitido por el Ministerio del Ambiente y Recursos Naturales (MARENA), a través del administrador de CITES en Nicaragua. Contacto: René Salvador Castellón. Teléfono: (505) 233-1113. E-mail: [citesni@marena.gob.ni](mailto:citesni@marena.gob.ni).
5. Constancia de certificación fitosanitaria y/o Certificado de fumigación, emitida por el Ministerio Agropecuario y Forestal a través de la Dirección General de Protección y Sanidad Agropecuario (DGSA). El costo de la constancia es de US\$10.00 (Diez dólares), y se debe solicitar la inspección con anticipación en cualquier delegación del MAGFOR. Contacto: Martin A. Rosales. DGSA. Teléfono: (505) 270-9929. E-mail: [magenor@dgpsa.gob.ni](mailto:magenor@dgpsa.gob.ni)
6. Certificado fitosanitario internacional, emitido por el Centro de Trámites de las Exportaciones (CETREX). Contacto: Eduardo Vílchez. Teléfono: (505) 248-3808.

Todos estos requisitos están contemplados en la Norma Técnica Obligatoria Nicaragüense, NTON 11001-00.

\*VER ANEXOS.

#### - ESTADOS UNIDOS

Para la exportación de plantas y árboles, posterior a la selección y clasificación por variedades y tamaños, se empaca en números o cantidades unitarias. Si algunas especies requieren ser transportadas y exportadas con material de soporte, debido a la prohibición en el uso de tierra, deben utilizar otros medios de crecimiento, entre los que pueden utilizarse:

- Corcho molido
- Aserrín
- Celulosa
- Fibra vegetal libre de pulpa
- Grava de cantera
- Hule molido

- Musgo esfagno
- Papel
- Papel excelsior
- Perlita
- Polímetro estabilizado
- Turba molida
- Vermiculita exfoliada
- Virutas (madera o corcho)

Para evitar daños mecánicos durante el transporte, resulta apropiado proteger cada planta con “mangas” plásticas, de fibra de poliestireno o papel. Independientemente del método de empaque utilizado, se recomienda que cada planta tenga una etiqueta con indicaciones sobre su manejo y cuidado, a fin de garantizar la satisfacción del cliente. La información provista debe incluir una fotografía a color, el nombre común y el nombre científico, el nivel recomendado de luz, agua y fertilizante, así como las temperaturas sugeridas de día y de noche. Todo el empaque que se utilice debe considerar altos niveles de ventilación.

#### - TRANSPORTE

Dependiendo de la magnitud, recursos y hábitos de cada empresa, los productos se transportan, de las plantaciones a los puertos de embarque, utilizando desde furgones refrigerados hasta camiones abiertos. En este último caso, se trata de transportar las plantas durante la noche. El transporte terrestre de mercancías en Nicaragua para el traslado desde punto de recogida hasta el aeropuerto de Managua se estima en US \$1 por kilómetro.

Aunque se utiliza tanto el transporte aéreo como marítimo para la exportación, el transporte aéreo es el medio de mayor uso. Más que la ubicación de los distintos mercados, es la naturaleza perecedera de los productos lo que determina el uso del transporte aéreo sobre el marítimo. Un factor que decide el uso del transporte marítimo es el peso del embarque y el costo reducido de este tipo de transporte, que podría representar una ventaja competitiva para Nicaragua.

Independientemente del sistema de transporte disponible, bien sea marítimo o aéreo, el estibamiento del producto debe realizarse evitando al máximo el riesgo de daño mecánico o estrujamiento de las plantas y/o follaje.

Para despachos por vía aérea, el producto será colocado en tarimas o estibas metálicas, o bien en contenedores cerrados, ambos propiedad de la aerolínea.

Para despachos vía marítima, el exportador hará uso de contenedores de 20 ó 40 pies, o puede solicitar espacio disponible en “bodega”, para envíos de volúmenes que no ameriten el pago de un contenedor completo. Para ambas circunstancias se debe tomar en cuenta que es necesario garantizar altos niveles de ventilación.

Embarques grandes y regulares aseguran un mejor trato tarifario por parte de las compañías de transporte (navieras y aerolíneas) y agencias de aduanas, lo que le permitirá brindar un mejor servicio al importador o cliente.

## **6. INVESTIGACIÓN Y SELECCIÓN DE LOS PRINCIPALES COMPRADORES**

### **6.1 SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

La demanda en los Estados Unidos, de productos de floricultura y productos de vivero en general se encuentra en un proceso de crecimiento. Desde hace más de 13 años, el consumo per cápita ha aumentado en casi un 13%, alrededor de US \$50 per cápita. Los productos de viveros incluyen: árboles ornamentales, arbustos y césped utilizados principalmente para jardinería; este grupo en particular ha tenido un crecimiento en la demanda de un 61%, en contraste con el 39% de crecimiento de las flores.

De manera específica, en ornamentales, el mercado de mayor crecimiento, según la demanda y tendencias que los consumidores norteamericanos han mostrado en los últimos años, han sido por plantas florecidas en maceta y plantas de follaje, utilizadas para interiores, habitaciones y jardines.<sup>14</sup>

La influencia y tendencias actuales es la decoración de jardines, por factores como:

1. Disminución de tiempo, dinero y habilidades de las amas de casas para invertir en su jardín.
2. Incremento en el uso de jardines como lugares útiles o espacios abiertos para recreación con familiares y amigos.

De manera que, los viveros y comercializadores de plantas ornamentales cuentan con un excelente mercado en las empresas que se dedican a brindar el servicio de jardinería y paisajismo; en Estados Unidos, se ha desarrollado mucho este sector, el cual abarca clientes desde residencias particulares hasta proyectos a mayor escala como hoteles, restaurantes, centros de convenciones, parques, centros comerciales, en espacios alrededor de edificios, en rotondas de circulación, en las carreteras y aceras. Las empresas de paisajismo se encuentran en busca de nuevas plantas exóticas, así como de mejor calidad y menores precios para plantas que ya adquieren.

Otro sector que se encuentra innovando es el de las constructoras y urbanizadoras, las cuales se están aventurando a ofrecer, aparte de la construcción misma, un servicio agregado de diseñar y plantar los jardines en los proyectos urbanísticos que desarrollan, convirtiéndose en importantes demandantes de plantas de distintos tipos.

Por otro lado, se deben considerar como segmentos de mercados, las ventas masivas a través de tiendas de descuentos y supermercados, tales como Home Depot y Wal-Mart, cuyo concepto es la de facilitar la compra de sus clientes en un solo lugar de compras, ofreciéndole variedad de productos y precios.

---

<sup>14</sup> USDA, 2004.

## **6.2 CARACTERÍSTICAS DE CONSUMO DEL MERCADO**

El mercado de plantas ornamentales en Estados Unidos, como en cualquier parte del mundo, es bastante subjetivo, en cuanto depende de los diferentes gustos y finalidades de uso de los clientes. Además que cuando una planta se vuelve popular, su producción se extiende y disminuyen los precios.

En consideración a lo anterior, es importante ofrecer variedad de plantas, tanto tradicionales como plantas exóticas (en colores y formas,) de calidad y a buenos precios.

Cabe aclarar que los consumidores finales, pocas veces conocen el valor de la calidad de las plantas y deciden de manera intuitiva lo que se van a llevar, guiados en la mayoría de los casos por el atractivo de las plantas. En su decisión de compra, muchos ignoran las características de la especie y las más conveniente u óptimas para cada espacio.

El mercado de plantas ornamentales se considera cíclico y su estacionalidad baja, siendo el invierno la ventana de oportunidades para los exportadores nicaragüenses, ya que en verano, hay más plantas disponibles y el mercado de vuelve más exigente en términos de calidad y servicio: variedad, volumen y frecuencia de entrega, en esta época.

La demanda y las ventas se mantienen durante todo el año, sin embargo, en los días festivos o fechas conmemorativas se incrementan el consumo, tales como: Día de la independencia (04 de julio), día de las madres (segundo domingo de mayo), día de todos los santos (octubre), entre otros.

En cuanto a los lugares de compras, el consumidor norteamericano ha desarrollado gusto por adquirir productos florícolas, sobre todo plantas de interiores florecidas en macetas, en supermercados y otras grandes tiendas. El principal motivo de esta conducta es aumentar la vida útil del producto y apreciar su ciclo de florecimiento.

## **6.3 LISTADO DE IMPORTADORES**

En el mercado de Estados Unidos existe una gran cantidad de importadores de plantas ornamentales, follajes y flores cortadas, muchos de los cuales requieren su producto para el enraizamiento y/o desarrollo de las plantas para sus viveros o bien, plantas ya desarrolladas para decoración de interiores y exteriores.

De manera específica, el cliente tipo de un vivero va a pertenecer a uno de los siguientes grupos:

- Mayoristas
- Centros de jardinería (garden center)
- Empresas de diseño y mantenimiento de jardines y minoristas
- Instituciones públicas

Entre los importadores, pueden haber grandes y pequeños, lo importante de ellos es que ofrezcan seguridad de negociación en términos de mercados.

En lo que respecta a la forma de pago, se suelen otorgar plazos de cobro. El crédito otorgado oscila entre los treinta y los noventa días. Otro aspecto que se debe tener en cuenta es la estacionalidad que caracteriza a la actividad, para plantas como la pastora.

De manera general, las comercializadoras y distribuidoras en Estados Unidos solicitan de sus proveedores: calidad, buena presentación de las plantas, floración óptima y etiquetado con información del producto y su manejo.

Los gardens o viveros, solicitan lo siguiente: eficacia en la distribución y en la logística de los pedidos, así como continuidad en el servicio y en la reposición del material, ya que no pueden dejar de tener ningún producto y menos de temporada porque es importante ofrecer variedad a los consumidores.

En consideración a lo anterior, los requisitos que debe satisfacer un suplidor o exportador son:

- 1. Confiabilidad:** Este es un aspecto que el exportador debe ganarse, dependiendo de su habilidad para responder a las necesidades y demandas de sus clientes.
- 2. Servicio:** Es importante contar con las facilidades de comunicación que garantice en contacto directo con el comprador, que les permita solicitar el producto directa y seguramente. Se debe considerar en este sentido, que la (s) persona (s) encargada (s) de comercialización además de manejar ventas, tenga dominio del idioma inglés.
- 3. Calidad:** Este es quizás el factor de mayor importancia, determinante al momento de la compra. Para ello se debe vigilar desde la producción de las plantas hasta el empaque y embalaje, que garanticen el mantenimiento de la calidad del producto conforme a las especificaciones de compra del importador o cliente.

A continuación se presentan un listado de compradores en el mercado de Estados Unidos<sup>15</sup>, clasificados según su papel dentro de la cadena de distribución:

### **MAYORISTAS:**

#### **1. COSTA NURSERY FARMS**

Estado: FLORIDA

Ciudad: GOULDS

Dirección: 22290 SW 162ND AVE

Código Postal: 33170

Web Site: [www.costanursery.com](http://www.costanursery.com) / [www.costafarms.com](http://www.costafarms.com)

Teléfono: (305) 247-3248

Fax: (305) 247-0591

Contacto: Jose Costa, Director Ejecutivo

Gregorio Peña, Encargado de Negociaciones Internacionales

Raquel Peña, Departamento de Compras ([raquelp@costanursery.com](mailto:raquelp@costanursery.com))

Clasificación: Vivero Ornamental, importador mayorista, cuyo pago es FOB.

---

<sup>15</sup> Fuente: Piers. Directorio de Importadores de Estados Unidos, 2007.

Esta empresa solicita muestras y una presentación de oferta y precios para determinar el interés de compra y negociación.

## **2. PLANTS BY TROPICO INC.**

Estado: FLORIDA

Ciudad: MIAMI

Dirección: 21200 Sw 177th Ave

Código Postal: 33187-4204

Teléfono: (305) 233-3482

Fax: (305) 233-0218

E-mail: [bstill1313@aol.com](mailto:bstill1313@aol.com)

Sitio Web: [www.plantsbytropico.com](http://www.plantsbytropico.com)

Contacto: Bill Spillers, Presidente

Clasificación: Mayorista y suplidor de plantas de follaje y paisajistas.

## **3. BALL SEED COMPANY**

Estado: TEXAS

Ciudad: PLANO

Dirección: 3452 Hearst Castle Way

Código Postal: 75025-3604

Teléfono: (972) 630-231-3500

E-mail: [jnav@ballhort.com](mailto:jnav@ballhort.com)

Sitio Web: [www.ballseed.com](http://www.ballseed.com)

Contacto: Steven Bartfield, Propietario

Clasificación: Distribuidor mayorista hortícola

## **4. CLEVELAND PLANT & FLOWER**

Estado: New York

Ciudad: Binghamton

Dirección: 262-272 Clinton Street

Binghamton, NY 13905

Teléfono: (607) 729-3503

Fax: 607-770-9853

E-mail: [binghamton@cpfco.com](mailto:binghamton@cpfco.com)

### **CLEVELAND PLANT & FLOWER -HQ**

Teléfono: 800-688-8012

Fax: 216-898-1070

E-mail: [info@cpfco.com](mailto:info@cpfco.com)

Sitio Web: [www.cpfco.com](http://www.cpfco.com)

Clasificación: Distribuidor mayorista de productos florales: plantas en maceta, follaje, otros. Realiza pago en términos FOB.

**5. PACIFIC COAST EVERGREEN CO**

Estado: California  
Ciudad: Chino  
Dirección: 13166 EASTEND AVE  
Zip Code: 91710-4762  
Teléfono: (909) 902-5988  
E-mail: [eghgpech@yahoo.com](mailto:eghgpech@yahoo.com)  
Contacto: Benjamin Chen  
Clasificación: Mayorista, compra en términos FOB.

**6. FOREST FOLIAGE**

Estado: FLORIDA  
Ciudad: MIAMI  
Dirección: 8459 NW 66TH STREET.  
Teléfono: (305) 592 8986  
Contacto: MARY ROBERTS  
Clasificación: Mayorista, compra semillas para su vivero.

**MINORISTAS:**

**1. CHAPMANS PLANTS OF SOUTH FLORIDA INC.**

Estado: FLORIDA  
Ciudad: WEST PALM BEACH  
Zip Code: 33-413  
Teléfono: (561) 386-8087  
Contacto: Gary Chapman, Presidente  
Clasificación: Proveedor minorista de jardines, viveros y tiendas.

**2. EL MONTE NURSERY**

Estado: CALIFORNIA  
Ciudad: EL MONTE  
Dirección: 4628 SANTA ANITA AVE  
Código Postal: 91731  
Teléfono: (626) 579-1668  
Contacto: Etah Che, Presidente  
Clasificación: Proveedor minorista de viveros y jardines.

## **DISTRIBUIDORES**

### **1. WESTLAND FLORAL CO**

Estado: CALIFORNIA

Ciudad: CARPINTERIA

Dirección: 1400 Cravens Ln.

Código Postal: 93013-3166

Teléfono: (805) 684-4011

Fax: (805) 684-0685

Sitio Web: [www.westlandfloral.com](http://www.westlandfloral.com)

Contacto: Case Van Wingerden Jr., Presidente

Clasificación: Distribuidor y Productor

## **6.4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Los canales de distribución utilizados por los productores en mercados de exportación para la comercialización de plantas ornamentales, son normalmente canales específicos y dedicados a este negocio.

Por lo general se trabaja a través de brokers, los cuales pueden comerciar bajo distintos esquemas, entre los que se mencionan los siguientes:

- Broker propietario de viveros o invernaderos, que pueden a su vez ser un mayorista
- Broker que vende el material a viveristas
- Broker que vende o distribuye el material a viveristas y que posteriormente participa en la comercialización del producto desarrollado.

En menor escala, también se comercializa directamente a través del viverista; y en casos aún más particulares, dependiendo del origen o naturaleza de la empresa exportadora, se trabaja a través de una oficina matriz propia del país importador.

Normalmente la relación entre el canal de distribución (cliente) y las empresas exportadoras es muy estrecha y bien establecida.

Existen básicamente tres procedimientos para realizar la venta de plantas ornamentales hacia los mercados de exportación. En el primer proceso, el exportador envía periódicamente un listado de disponibilidad de productos y variedades a sus clientes, quienes a su vez elaboran sus pedidos con base en lo ofertado. En la segunda alternativa, es el cliente quien envía sus necesidades de producto en variedad y cantidad al proveedor, quien a su vez indica si puede satisfacer dicha solicitud. Finalmente, existen también “standing orders” u órdenes fijas pre-establecidas entre las empresas exportadoras y sus clientes.

## **7. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS ORNAMENTALES**

### **7.1 CARACTERÍSTICAS Y CONDICIONES DEL PRODUCTO DEMANDADAS POR IMPORTADORES**

Los importadores de Estados Unidos de plantas ornamentales vivas, casi en su totalidad, o son productores que abastecen su propio mercado, importando solamente semillas o ya tienen proveedores definidos, mayormente de Costa Rica y Guatemala, no queriendo facilitar información sobre los volúmenes, tipos o variedades de plantas que demandan, el tipo de empaque, etiquetado o información relacionada.

Según los contactos realizados, se logró conocer que el término de compra más utilizado es el FOB y en caso de estar abierto a negociaciones, requieren muestra previa del producto.

A continuación se presentan datos de interés de alguno de los importadores localizados:

#### **COSTA NURSERY FARMS**

Entre las variedades de productos que mayormente comercializan están: Aglaonema, Allamanda, Alocasia, Anturium, plantas acuáticas, etc. Compra y venta variedades que demanda el mercado americano.

Dentro de las especificaciones técnicas que este importador solicita:

- Las plantas deberán presentar condiciones idóneas de temperatura.
- Analiza el estado fitosanitario de la planta.
- Color verdoso vistoso de la planta, nada de amarillenta.

#### **PLANTS BY TROPICO**

Esta empresa se encuentra ubicada en el sur de Miami, tiene 30 años de experiencia en la comercialización de plantas ornamentales, sobre todo: Adeniumobesium, Alocasira, Bromelias, Dieffenbachia, Dracaena, Spathiphllum, Staghorn, Aglaoenema, Aspidistra, Croton, Ponytail Palm, Cordyline, Zuzu, etc.

Entre algunos de los aspectos solicitados por este importador:

Las plantas deben tener:

- Aspecto Fresco
- Sin Residuos de Plaguicidas
- Sin daños mecánicos
- Hojas limpias sin polvo, sin manchas marrones, ni secas, ni quebradizas.

**BALL SEED**



Esta empresa importadora y distribuidora mayorista hortícola, solicita de los productos las siguientes especificaciones técnicas:

- Colores atractivos
- Plantas frescas
- Sin daños mecánicos
- Derechas, sin torceduras
- Fumigadas
- Control fitosanitario
- Empaque debe ser en cajas de cartón y papel plástico alrededor de las plantas
- Empaque deberán ser aprobados por el USDA

**CLEVELAND PLANT & FLOWER**



Esta empresa es una de las más importantes distribuidora mayorista de productos florales, plantas en maceta y follaje a través de 13 distribuidores en 7 estados (Indiana, Kentucky, New York, Pennsylvania, Virginia y el Norte de Carolina) contando con su propio sistema de camiones refrigerados y vans, para garantizar una distribución más personalizada.

Entre los aspectos solicitados por este importador, destacaron:

- Alta calidad en el producto
- Plantas con permiso fitosanitario
- Las hojas de las plantas deberán ser verdes, sin contener plagas de ningún tipo
- Sin residuos de Insecticidas
- Las plantas deberán ser cultivadas con mucho cuidado y tener el nivel de desarrollo adecuado para la importación de las mismas.
- En el empaque deberán las plantas tener material de soporte y llevar una etiqueta que señale la temperatura de almacenamiento y los cuidados requeridos por la planta.

## **7.2 PRECIOS**

Tanto en el mercado de los Estados Unidos como en el mercado internacional, el comportamiento de los precios son los mismos, son sumamente variables, en cuanto se rigen por la oferta y la demanda y además están sujetos a los gustos, preferencias e ingresos per cápita de los consumidores.

Los precios varían según el volumen ofertado y las modalidades de venta también varían según los términos comerciales negociados entre el comprador y el vendedor, sin embargo las más frecuentes son ventas FOB, puerto de embarque.

El exportador nicaragüense al momento de hacer sus cálculos de exportación, debe incluir sus costos variables de producción, más los gastos de logística de exportación, como: adecuación del producto para la exportación, empaque, embalaje, transporte interno, transporte internacional, impuestos de salida en el puerto de origen y en el de mercado destino y márgenes de comercialización, en caso que se entregue puerta a puerta.

En relación a los costos de producción, fue difícil la obtención de este tipo de información, ya que para la mayoría se considera un tema de suma sensibilidad y para otros, prestos a colaborar en el tema, no llevan registros confiables, ni contables ni estadísticas de producción y ventas, solamente realizan anotaciones informales.

Para plantas ornamentales no existen sitios oficiales para el monitoreo de precios, sin embargo, se para obtener información de referencia puede visitar los siguientes Sitios Webs:

- Foremost Company: [http://www.foremostfoliage.com/price\\_lists.aspx](http://www.foremostfoliage.com/price_lists.aspx)
- Agricultural Marketing Service (AMS-USDA): [www.ams.usda.gov](http://www.ams.usda.gov) o bien directamente, a través de la siguiente dirección: [http://marketnews.usda.gov/portal/fv?paf\\_dm=full&paf\\_gear\\_id=1200002&startIndex=1&dr=1&navType=comm&navClass=ORNAMENTALS&final=true](http://marketnews.usda.gov/portal/fv?paf_dm=full&paf_gear_id=1200002&startIndex=1&dr=1&navType=comm&navClass=ORNAMENTALS&final=true). Este portal en su sección de ornamentales en su mayoría hace referencia a precios de flores cortadas.

## **7.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

De acuerdo a las estadísticas valoradas en apartados anteriores, en términos de países, los exportadores nicaragüenses compiten en el mercado de ornamentales en Estados Unidos con dos países centroamericanos, Costa Rica y Guatemala, en orden respectivo de importancia.

### **7.3.1 COSTA RICA**

Costa Rica es uno de los países más grandes en exportación de plantas ornamentales hacia Estados Unidos, país que constituye su primer socio comercial.

Las plantas vivas se consideran dentro de los 10 principales productos agrícolas no tradicionales en las exportaciones de este país, que además goza de las condiciones climáticas óptimas para su producción y cultivo. Las principales zonas productivas de Costa Rica son: Alajuela, Cartago y Heredia.

Es importante recalcar que el cultivo de plantas ornamentales en Costa Rica genera alrededor de \$30 millones anuales en exportaciones a los Estados Unidos, representando este mercado un 56% de las exportaciones totales de la industria de plantas ornamentales, lo que ha conllevado a incrementar anualmente su producción en un 10% en los últimos tres años.

Adicionalmente, Estados Unidos aplica un trato preferencial a Costa Rica en sus exportaciones, por medio de la Iniciativa de la Cuenca del Caribe, ICC (Caribbean Basin Initiative, CBI en sus siglas en inglés) y del Tratado de Libre Comercio CAFTA. En lo que respecta a plantas, flores y follajes se encuentran todos libres de impuestos arancelarios<sup>16</sup> a su ingreso a los Estados Unidos de América.

Costa Rica ha sembrado bases fuertes, para mantenerse en el mercado de Estados Unidos, como exportador de plantas ornamentales, algunas de las principales estrategias para acceder a este mercado han sido:

- Desarrollar material promocional de buena calidad, este es elaborado en inglés para la comprensión del extranjero.
- Eficiencia y profesionalismo al momento de establecer un contacto con algún empresario extranjero, logrando cumplir con lo pactado en las negociaciones.
- Establecimiento de un centro de distribución para bajar costos y agilizar las entregas.
- Monitorean la etapa del ciclo de vida del producto en la que se ubica los productos de exportación.
- Aprovechamiento del apoyo brindado por instituciones de promoción (como la Promotora de Comercio Exterior, PROCOMER), de gobierno y demás instituciones independientes.

A nivel de ejemplo, se mencionan las acciones de PROCOMER, para apoyar a los exportadores costarricenses de plantas vivas: Ofrecen una serie de programas y servicios que fortalecen a estos productores, por ejemplo tienen un área que facilita la información y análisis y difusión, para estas empresas productores de plantas. Así como también esta institución coordina capacitaciones y actividades internacionales, como son las ferias internacionales, Misiones comerciales de exportadores, congresos sociales, agendas individuales de negocios, etc. También cuenta con oficinas en el exterior, cuyo objetivo es ofrecer apoyo y servicios a las empresas costarricenses para su promoción comercial en los mercados internacionales, los cuales se traducen en una oportunidad comercial para estos productores.

---

<sup>16</sup>Fuente: [www.dataweb.uscitic.gov](http://www.dataweb.uscitic.gov)

Por otra parte, es notoria la organización del sector en este país. Los empresarios exportadores de plantas ornamentales costarricenses cuentan con una Cámara Nacional de Productores y Exportadores de Plantas Ornamentales (CANEPLANTA), formada por miembros de productores de ornamentales para la búsqueda y obtención de beneficios comunes. Para mayor información: [www.ornamentalplants.net](http://www.ornamentalplants.net)

Otros factores que influyen en el éxito de Costa Rica en el mercado norteamericano han sido que ofrecen variedad de productos (plantas verdes, esquejes y otras ornamentales) que se han caracterizado por ser de buena calidad y a la tecnología aplicada. Sumado a la estabilidad política y económica de la que goza el país, al desarrollo de plataformas que fomentan el comercio exterior, como el establecimiento de acuerdos o tratados comerciales con países desarrollados (Ejemplo: Albania, Alemania, Estados Unidos, Japón, entre otros) y a la disponibilidad de servicios portuarios, marítimos y bancarios, que han contribuido a la oferta de precios competitivos, que hacen la diferencia y fomentan el crecimiento de las exportaciones de estos productos.

## **EMPRESAS DE COSTA RICA**

### **1. COOPERATIVA AGRICOLA REGIONAL DE PRODUCTORES DE CAÑA INDIA (COOPEINDIA)**

Dirección: Escuela de San José, 500 mts al Oeste.

Teléfono: (506) 452-1218/45531212

Fax: (506) 4531211/4530811

Sitio Web: [www.coopeindia.com](http://www.coopeindia.com)

Contacto: Mario Vargas

Categoría: Exportador

Es una empresa exportadora de plantas ornamentales constituida desde 1982, que ofrece: *Dracaena massangeana*, *Croton*, *Cordyline*, *Yucca Elephantiphes*, plantas de follaje.

Entre sus factores de éxito pueden mencionarse:

- El lema de esta exportadora de plantas ha sido el servicio eficaz y la calidad del producto, los cuales les ha permitido ser líderes en la exportación de plantas.
- Ofrece un proceso de exportación aprobado y registrado por el Departamento de Calidad del Consejo Nacional de Producción, institución del Estado responsable de promover la diversificación agrícola del país.
- Posee un equipo humano experimentado y una alta tecnología en el proceso.
- Su producción es amigable con el medio ambiente, lo que asegura plantas de calidad.
- Tienen presencia en la web a través de un portal, donde exponen sus productos y se facilita el contacto con ellos, para compras internacionales.

COOPEINDIA, realiza sus exportaciones por vía marítima, saliendo el embarque de Moin Bahía, Costa Rica, hacia el puerto de Everglades, FL, y exporta una cantidad aproximada

de 5,800 piezas de plantas ornamentales, a una temperatura de 60.8 F. Sus principales importadores son: Ricks Foliage, Costa Nursery, Foremost foliage, etc<sup>17</sup>.

## **2. AGRICOLA EXPORTADORA DEL ATLANTICO**

Dirección: Uruca de Burger King 300 mts sur, Edificio Cerro Chato. San José

Teléfono: (506) 2316133/4510606

Fax: (506) 2910436

E-mail: [masscane@racsa.co.cr](mailto:masscane@racsa.co.cr)

Contacto: Rodolfo Gil

Categoría: Exportadora

Esta empresa ubicada en Uruca, Costa Rica, actualmente se encuentra exportando a Estados Unidos *Dracaena* y *Yucca elephantipes*. La frecuencia de envío de las exportaciones de esta empresa es cada 10- 15 días, enviando contenedores refrigerados (temperatura 75 F) de 20,800 Kg, equivalentes a 20 cajas. El puerto de embarque es de Moin, Bahía Costa Rica, llegando al puerto de descarga de Everglades de FL<sup>18</sup>.

## **3. ORNAMENTALES DE CONCEPCION, S.A**

Dirección: Concepción de Naranjo, 100 mts noreste. Entrada Calle Moya

Teléfono: (506) 4515090-4513974

Fax: (506) 4515090

E-mail: [orcosal1@racsa.co.cr](mailto:orcosal1@racsa.co.cr)

Contacto: Jorge Alberto Murillo

Esta empresa se dedica a la exportación de plantas ornamentales hacia Estados Unidos, del tipo *Dracaena marginatas*, *masageana*, *Yucca elephantipes*, entre otras.

Esta empresa exporta a la empresa BVA INC, de Miami Florida, la cantidad de 20 Piezas, que corresponden a 20,000 Kgs, a una temperatura de 61 F°, embarcando de Moin Bahía, Costa Rica, hacia el puerto de Everglades de FL. Esta empresa también tienen contacto comercial con Foresmost, Stewarts Nursery y de igual manera les exporta cantidades similares de los productos detallados anteriormente.

## **4. INVERSIONES PALMETO**

Dirección: 300 mts Bar Vikos Anita Grande. San Antonio Belén

Teléfono: (506) 4430200/4427446

Fax: (506) 4410321

E-mail: [palmeto@racsa.co.cr](mailto:palmeto@racsa.co.cr)

Sitio Web: [www.palmetocr.com](http://www.palmetocr.com)

Contacto: Friedrich Haas

Es una empresa exportadora líder de plantas ornamentales, que cuenta con una experiencia de 19 años. Tienen la misión de ofrecer calidad de productos para los mercados a los que actualmente están distribuyendo. Han ganado la certificación ambiental MPS.

---

<sup>17</sup> DATAMYNE, 2006-2007.

<sup>18</sup> Idem.

Los trabajadores y personal ejecutivo de la empresa, reciben entrenamiento constante en diversos temas como prevención de accidentes, primeros auxilios, uso de pesticidas, procesos de reciclaje, etc.

La especialidad de Palmeto radica en Margarinata vede y una gama de árboles Picus benjamín, los cuales son moldeados en varios tamaños, para el deleite de sus clientes. Como parte de la diversificación de sus productos, cuentan con la variedad de Bougainvillea sandariana, Gardenia, y Zamia, las cuales de igual manera son excelentes para decoración de interiores, y están listas para ser distribuidas al mercado internacional.

En lo que respecta a exportaciones han realizado exportaciones a Puerto Rico, Estados Unidos. Realiza sus envíos a través de vía marítima y por aire.

En Estados Unidos, uno de sus principales importadores es Kraft Garden, de Miami Florida, el quien realiza compras de 4,636 piezas de plantas, enviadas en 8 paletas de madera. Estas se embarcan en Puerto Limón de Costa Rica hacia el puerto de Miami Florida, transportadas a través de Seaboard Marine Ltd.

#### **5. MATAS DE COSTA RICA**

Dirección: Poco de Siquirres. Contiguo a Codela, San José

Teléfono: (506) 2361010

Fax: (506) 2415310/7600055

E-mail: [lpaniag@intercom.co.cr](mailto:lpaniag@intercom.co.cr)

Contacto: Luís Eladio Paniagua

Esta empresa pertenece al grupo de matas de Guatemala y de Honduras, dedicadas a la exportación de plantas ornamentales hacia mercados desarrollados.

Uno de los factores de éxito idéntico es su política medioambiental, en la que las plantas que estas empresas exportan a Estados Unidos destacan cycas, marginatas y otras de tipo ornamental, las cuales viajan en envases de acero galvanizado, en lugar de madera, lo que le permite, ayudar a preservar los bosques y poder utilizar los recipientes. Para ello cuenta con el apoyo del gobierno de Holanda y de otras firmas costarricenses, como RFO ornamentales y la naviera Dole.

Matas de Costa Rica, tiene la capacidad de realizar envíos de hasta 4,010 Kgs de plantas ornamentales a sus variados clientes, como Costa Nursery de Miami, Florida.

#### **6. SOL Y VERDE, S.A.**

Dirección: San Ramón Alajuela. Hospital, 1.5 km al Norte. San José

Teléfono: (506) 4458127/4456296

E-mail: [solyver@racsa.co.cr](mailto:solyver@racsa.co.cr)

Esta empresa desde 1997 se encuentra exportando plantas ornamentales (mayormente Yucca Elephantypes) a Estados Unidos, actualmente lo hace al estado de Florida. El puerto de Origen es Moin, Bahía, en Costa Rica y el puerto de llegada es Everglades. Utiliza

principalmente transporte marítimo refrigerado a 62.6 F°. Su mayor comprador es Costa Nursey Inc, el cual importa volúmenes de 20.000 Kgs de ornamentales.

### 7.3.2 GUATEMALA

En orden de importancia y de posicionamiento en el mercado norteamericano, Guatemala es uno de los países más importantes en exportaciones de plantas ornamentales hacia dicho país.

La industria de plantas ornamentales tiene una trayectoria de 30 años, gozando de un nivel considerable de organización, está constituida por un grupo de 125 empresas productoras/exportadoras, las cuales producen alrededor de 80 especies y 200 variedades, que generan 60,000 fuentes estables de trabajo, 15,000 empleos permanentes (80% son mujeres); los 45,000 empleos restantes se ocupan en actividades conexas, tales como transporte terrestre y aéreo, abastecimiento de insumos y asesoría técnica.

Además, la gran diversidad de climas y microclimas del país permite cultivar especies nativas, todas ellas son exportadas en múltiples formas, tales como: plantas en medio cultivo, enraizadas y brotados, bulbos, tips, rizomas, acodos o puntas, así como flores cortadas.

En la actualidad Guatemala exporta flores, follajes y plantas ornamentales a diversos países, tales como Estados Unidos, Canadá, Alemania, Inglaterra, Japón, Países Bajos, Suecia, España, Italia, Rusia, Arabia Saudita, entre otros.

Las variedades de exportación son: Dracaena, Yucca, Margarinata, Croton, photos, Beaucarnea, Areca, Ficus, etc. Estas por su belleza en interiores, son de gran demanda en el mercado de Estados Unidos<sup>19</sup>.

En este sector se destaca la participación de la Gremial de Exportadores No Tradicionales (Agexpronot) que a través de la Subcomisión de Plantas Ornamentales, Follajes y Flores se ha propuesto líneas de acciones prioritarias con el objeto de mejorar la competitividad de este sector, tales como: la participación en ferias nacionales e internacionales, con el propósito de lograr presencia, promoción y mercadeo de las plantas ornamentales de Guatemala; realización de inspecciones de fincas y monitoreo fitosanitario en colaboración con funcionarios de instancias gubernamentales de Estados Unidos como el APHIS, integración de más productores y exportadores de plantas vivas, follajes cortados y flores cultivadas anualmente, mejoramiento de la tecnología, desarrollo de nuevas especies y variedades, desarrollo de programas de capacitación y asistencia técnica del sector, leyes que favorecen al sector y fomentan la actividad exportadora, formación de comités de insumos que les permitan obtener dichos insumos a mejores precios, todo ello en función de beneficio del sector.

Por otro lado, Guatemala cuenta con una red de carreteras, puertos en los océanos Atlántico y Pacífico, dos aeropuertos internacionales y un excelente sistema de telefonía, lo que

---

<sup>19</sup> Fuente: [www.agexpronot.com](http://www.agexpronot.com)

permite el acceso a los mercados de exportación. Una vez en el mercado de meta, los exportadores guatemaltecos fortalecen su imagen internacional (elaboran afiches, banners de alta calidad con los productos de Guatemala, distribuyen directorios de plantas ornamentales, follajes, y flores, así como también folletos de plantas y portales en Internet: [www.guateplants.com](http://www.guateplants.com) y [www.export.com.gt](http://www.export.com.gt)) de sus productos ornamentales, de manera que contribuye al incremento de sus exportaciones a los mercados destino, estos. Promocionan sus productos internacionalmente por medio de agregados comerciales del programa de agregados comerciales y turismo, y/o Embajadas.

Cabe mencionar también, que los exportadores del rubro, abordan el mercado de Estados Unidos, a través de la reducción de costos, por medio de la implementación de un sistema de Cluster, incremento de la productividad y el cumplimiento de las normas fitosanitarias, considerados como elementos claves para participar en el mercado antes mencionado. De esta manera los importadores valoran la Responsabilidad Social Empresarial, el Respeto al Medio Ambiente y la Certificación de los productos.

Además de la participación en ferias comerciales, consultan directorios y guías comerciales disponibles en embajadas y cámaras de comercio. Estos exportadores consultan las bases de datos privados y gubernamentales existentes, algunas instituciones, como la Cámara de Comercio Guatemalteco Americana, han puesto a disposición una base electrónica de datos de importadores de los Estados Unidos. Para mayor información escribir a: [trade@amchamguate.com](mailto:trade@amchamguate.com).

## **EMPRESAS DE GUATEMALA**

### **1. PROCESOS AGROINDUSTRAILES DE ORIENTE (PAIDOSA)**

Dirección: 1ª calle, 3-84 Zona

Teléfono:(502) 23606094

Fax: (502) 23606265

Sitio Web: [www.paidosa.com](http://www.paidosa.com)

Contacto: Andrés Abelino Recinos Landaverry

Empresa guatemalteca localizada en Camotán, Chiquimula y establecida en 1992 por su propietario Sr. Andrés Abelino Recinos Landaverry. Se considera una de las compañías más grandes en Guatemala, especializado en la producción de Beaucarnea y sus diferentes variedades, que son exportadas en grandes cantidades a Europa y EE.UU.

El éxito de esta empresa radica en el abastecimiento de proveedores de diferentes regiones del país, con los que mantiene muy buena relación y comunicación.

Piadosa exporta un aproximado de 6,951 unidades de Beaucarnea (Pata de elefante), y 16,500 de Yucca, a una temperatura de 59° DEG F, el cual se traduce en un contenedor de 23,451 unidades de Beaucarnea y Yucca. Sus envíos los realiza en pallets de madera y las plantas van envueltas en plástico en la parte inferior de las mismas.

Como puerto de despacho utiliza Santo Tomás de Castilla, Puerto Matías de Galves de Guatemala hacia Estados Unidos, siendo mayormente su puerto destino, el de Everglades. Uno de sus principales clientes es ANA NORIEGA<sup>20</sup>, de Miami Florida.

## **2. MATAS DE GUATEMALA S.A**

Dirección: 12 Ave. 13-00 zona, 10 col oakland

Teléfono:(502) 23666947

Fax: (502) 23336301/23374905

E-mail: [finance@greentrading.com](mailto:finance@greentrading.com)

Sitio Web: [www.greentrading.com](http://www.greentrading.com)

Contacto: Mariano Reyna

Perteneciente al grupo de Matas. Sus principales países de exportación son: Países bajos, Italia, Japón, Estados Unidos, Arabia Saudita, etc.

La variedad de plantas ornamentales que se exporta son: Aglaonema, Beaucarnea, Croton, Dracaena, Yucca, Zamia Furfuracea, entre otras. Sus exportaciones son en promedio cada 20 días, utiliza el puerto de santo tomas de Castilla, Puerto de Galves de Guatemala, hacia Miami Florida, realizan las exportaciones vía marítima, con la línea naviera Seaboard Marín. Su principal importador es Costa Nursery Farms de Miami, empresa que le compra un promedio de 39,683 libras de Beaucarnea.

Otra empresa importadora de Matas de Guatemala es Foremost Foliage Inc., que compra 16,170 unidades de Cyca Revoluta, y 2,400 de Beaucarnea. Éstas son enviadas en cajas de madera, cuya información señala en su contenido cajas de plantas vivas a una temperatura de 59 ° Gr. Esta empresa mantiene un ritmo de exportaciones altamente competitivo con respecto al sector de plantas ornamentales de Guatemala.

## **3. MULTI-PLANTAS S.A**

Dirección: 6ª Avenida 1-36, zona 14 Edificio Plaza los Arcos Oficina 2ª

Teléfono: (502) 23371820/23371620

Fax :( 502) 23371830

E-mail: [agroinver@intelnet.net.gt](mailto:agroinver@intelnet.net.gt)

Contacto: Estuardo Arriaga

Esta empresa exporta principalmente a Estados Unidos, Ucrania, Dinamarca, Países Bajos y Japón. Sus principales productos de exportación en plantas ornamentales son: Aglaonema, Beaucarnea, Croton, Yucca, Zamia Furfuracea, pleomele, etc.

Su principal importador en Estados Unidos es Cees Reemst Internacional, el cual importa lotes de plantas vivas de ELEPHANTIPES, YUCCA, para un promedio de 24,000 Kgs, en 10 pallets, con una medida de 60 CM. Estas exportaciones se envían vía marítima, de Santo tomas de Castilla de Galves hacia Houston Texas.

---

<sup>20</sup> DATAMYNE

#### **4. LA FLORESTA CROPS DE GUATEMALA S.A**

Dirección: 9ª Avenida 16-29. Zona 10

Teléfono: (502) 23646262

Fax: (502) 23646260/23646261

E-mail: [tcrawford@mayacrops.com.gt](mailto:tcrawford@mayacrops.com.gt)

Sitio Web: [www.mayacrops.com.gt](http://www.mayacrops.com.gt)

Contacto: Timothy Crawford

Fundada en Guatemala en 1983, cuenta actualmente con cinco fincas que incluyen 40 hectáreas bajo invernadero y 20 hectáreas de producción en campo. Actualmente están exportando a Estados Unidos, Japón y El Salvador. Los productos de exportación son: Beaucarnea, Hiedras, Rosas. Además, es el principal productor de plantas ornamentales verdes y follaje.

#### **7.3.3 FACTORES COMPARATIVOS Y COMPETITIVO ENTRE COSTA RICA, GUATEMALA Y NICARAGUA**

##### **COSTA RICA Y GUATEMALA**

- Disponibilidad de recursos naturales
- Clima y temperatura variadas
- Ubicación geográfica estratégica
- Recursos humanos educados y altamente calificados.
- Sector organizado
- Incentivos gubernamentales
- Estabilidad política y económica
- Infraestructura de exportación tecnificada
- Productos de calidad reconocidos en mercados de Estados Unidos y Europa.
- Experiencia exportadora
- Ofertan precios competitivos (sobre todo Costa Rica)

##### **NICARAGUA**

- Disponibilidad de recursos naturales
- Clima tropical óptimo
- Ubicación geográfica estratégica
- Mano de obra barata y entrenable
- Empresarios individuales
- Faltan incentivos para los productores y exportadores de plantas.
- Clima de negocios inestable
- Altos costos de transporte.
- Productos que deben posicionarse en los mercados de exportación.
- Incipiente experiencia exportadora.

#### **7.4 ESTRATEGIAS DE MARKETING**

##### **PRÁCTICAS COMERCIALES**

Para establecer relaciones comerciales con importadores o empresarios de otro país, es necesario estar informado sobre la cultura de negocios propia del país al que se desea

exportar, así como también conocer algunas normas de etiqueta y prácticas comerciales que pueden resultar útiles y esenciales. Para el caso de los Estados Unidos, se consideran básicas las siguientes:

En el trato con empresarios estadounidenses, los pedidos, solicitudes y comunicaciones deben ser breves, concisos y puntuales. Cuando se contacta una empresa por primera vez, con frecuencia es más efectivo una llamada telefónica que una carta. La comunicación por correo electrónico es conveniente sólo después de establecido el primer contacto. La comunicación por fax también está muy difundida. Trate de responder a los faxes que reciba de un día para otro. En este país en general se percibe la falta de respuesta como desinterés.

Las reuniones de negocios deben ser coordinadas con suficiente antelación, para asegurar que el personal clave de la empresa esté disponible, ya que presentarse en una empresa sin cita previa puede no ser tan efectivo, en cuanto pocas veces se concreta la ansiada reunión.

No se deberían incluir títulos académicos en las tarjetas de negocios. Los estadounidenses quedarán más impresionados con su conocimiento del mercado y de los negocios. Además, esté preparado para responder preguntas y proporcionar algunos datos esenciales. Es recomendable preparar alguna presentación sobre la empresa, su oferta exportable y los precios de los productos.

Los estadounidenses suelen ser menos formales y menos reservados en una primera instancia. Es habitual el uso de nombres de pila, aún entre gerentes y subordinados. Evite usar lenguaje demasiado informal (slang). Es posible que no le comprendan o que malinterpreten sus palabras. Además, los estadounidenses pueden no captar su sentido del humor.

En la costa oeste de Estados Unidos la gente de negocios tiende a vestirse más informalmente que en la costa este. Sin embargo, nunca se sentirá fuera de lugar si se viste con traje. En caso de duda, un traje es lo mejor.

El uso de las principales tarjetas de crédito (American Express, MasterCard, Visa) está muy extendido y la mayoría de las tiendas, restaurantes y negocios las aceptan.

Haga sus reservas de hotel con antelación a través de un agente de viajes local; le pedirán el número de su tarjeta de crédito. En general, se mantienen las reservas hasta las 18h00, a menos que usted avise que llegará más tarde.

Es conveniente contar con cobertura médica internacional cuando viaja a Estados Unidos, ya que el costo de atención médica es alto.

### **SUGERENCIAS DE ACTUACIÓN EN EL MERCADO DESTINO:**

1. El mercado norteamericano de plantas y follajes ornamentales está en búsqueda continua de nuevas variedades, que sean coloridas y/o extremadamente atractivas, aspectos que deben ser considerados por los productores.

2. Para una empresa que pretende iniciar exportaciones a este mercado es importante establecer una relación con algún broker conocido en el sector o realizar visitas a un determinado número de empresas viveristas que participen en la cadena de distribución, ya sean viveros, garden centres, entre otros, a los que puede ofrecer sus productos.
3. La empresa exportadora debe disponer de un catálogo de calidad, que contenga fotos de las plantas, alguna literatura al respecto y la oferta de precios.
4. El sector hortícola de Estados Unidos es altamente competitivo y dominado por Costa Rica y Guatemala, entre otros, por lo que una alternativa para enfrentar esta competencia es que varios empresarios viveristas nicaragüenses se asocien y establezcan una oficina de representación o comercialización en el mercado de Estados Unidos, actuación que ha establecido Costa Rica exitosamente.
5. Se deben de cumplir los requisitos sanitarios y fitosanitarios de las autoridades del país, ofertando sólo plantas con raíz sin el medio en que desarrollo la raíz.
6. En términos de embalaje, se pueden utilizar cajas de cartón telescópicas, compuestas de tapa y fondo y utilizar papel o materiales plásticos para conservar la humedad de las plantas y alargar su vida útil.
7. Participar en ferias y eventos del sector en el mercado norteamericano, que les permita visualizar la competencia, promover sus productos y contactarse con actores de ese sector.
8. Además de la exportación de las plantas vivas, orientarse a brindar servicios adicionales y construcción de relaciones de negocios a largo plazo.
9. Ofrecer líneas de continuidad de los productos.
10. Suscribirse a boletines on line de empresas y asociaciones del sector en Estados Unidos o de empresas internacionales que venden a este mercado o pertenecen a países tecnológicamente más avanzados, que le permita mantenerse informado y recopilar experiencia de lo que otros empresarios están haciendo en producción, tecnologías y comercialización del mismo rubro. Ejemplo: Boletín de Zona Verde ([www.zonaverde.com/boletin.htm](http://www.zonaverde.com/boletin.htm)).

## **PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

La creación de una imagen país es una tarea de bastantes años, sin embargo, se deben considerar iniciativas exitosas de países como Colombia y Costa Rica, que han logrado una importante participación en el mercado de Estados Unidos, tales como:

- 1- Creación de Asociaciones del Sector de Flores, Plantas Ornamentales y Follajes, como la Asociación Colombiana de Exportadores de Flores que a través de su página web ([www.colombianflowers.com](http://www.colombianflowers.com)) promueven al sector, muestran un catálogo de sus productos, tienen el directorio de exportadores del sector y organizan actividades y eventos.
- 2- Aprovechar el apoyo de las embajadas nicaragüenses en Estados Unidos, que como el sector de floricultura de España, en sus páginas web, promocionan al sector y lo vinculan con el mercado meta.

- 3- Participación en eventos del sector en Estados Unidos, muchos de los cuales están organizados en conjunto con Universidades y permiten tener conocimientos tecnológicos sobre el manejo y cuidado de viveros e invernaderos.
- 4- Conocer las diferentes Asociaciones del sector en Estados Unidos, que le facilite los contactos con compradores, ya sean importadores o distribuidores y comercializadores, tales como: Asociación de importadores de flores de Miami ([www.afifnet.org](http://www.afifnet.org))
- 5- Promover en el sector del mercado destino exhibiciones o concursos relacionados al tema de plantas ornamentales, que atraiga el interés de compradores de ese mercado.

### **PRESENTACIÓN, ENVASE y ETIQUETADO**

Para la exportación de plantas, posterior a su selección, deberán ser enviadas sin tierra, ya que es prohibido por el USDA. Generalmente son enviadas a una temperatura promedio de 60-62°, según el tipo y la variedad de planta. Se empacan en cajas de cartón, en números o cantidades unitarias.

Todas las plantas que se exportan, deberán contener en las etiquetas y/o Cajas la siguiente información:

- Nombre y dirección del despachador y de su consignatario en territorio de EE.UU.
- Nombre y descripción de la mercancía
- País de origen
- Variedad y nombre común
- Código UPC o código de barras ( no es obligatorio)
- Cantidades, pesos y calibre

### **FERIAS EN ESTADOS UNIDOS E INTERNACIONALES**

A continuación se citan algunas de las ferias en Estados Unidos y mundiales de mayor importancia para el sector de Plantas Ornamentales, Follajes y Flores:

#### **1. The Landscape Show**

Octubre 4-6, 2007

Orange County Convention Center (OCCC)

9800 International Dr., Orlando, FL 32819Oct

Organizada por: Florida Nursery, Growers & Landscape Association (FNGLA)

Sitio web: <http://www.fn gla.org/fnats/general.asp>

#### **2. World Floral Expo 2008**

Marzo, 4-6 de 2008

Sheraton Miami Mart Hotel & Convention Center

771 N.W., 72nd Ave., Miami, Florida, USA

Sitio Web: <http://www.hppexhibitions.com/floriculture/2008/miami/>

**3. Super Floral Show**

Junio, 17-20 de 2008

Orlando, Florida

Sitio Web: <http://www.superfloralshow.com/>

**4. Flower Expo Tokio**

Octubre, 11-13 de 2007

Makuhari Messe, Japón

Organizada por: Japan Floral Marketing Association (JFMA) y Reed Exhibition Japan Ltd.

Sitio Web: <http://www.ifex.jp/english/>

**5. Iberflora**

Octubre, 17-19 de 2007

Valencia, España

Organizada por: Feria de Valencia

Sitio Web: <http://iberflora.feriavalencia.com/index2.jsp#>

## **8. CONCLUSIONES**

- Los productores nacionales de plantas ornamentales por excelencia en el país, ubicado en las zonas de Catarina, Niquinohomo y Managua tienen una visión de producción de plantas ornamentales y esquejes para trasplantar que puedan comercializarse en el mercado local. Unos pocos empresarios de Diriamba, Jinotepe y Chinandega, tienen la visión de exportación y han desarrollado capacidad y volumen para ello.
- En Nicaragua, la oficina de Registro Nacional Forestal, solamente lleva un registro de los viveros forestales. No existen viveros ornamentales oficialmente registrados.
- Es necesario organizar y desarrollar el sector hortícola en Nicaragua, que facilite la obtención de financiamiento para estos empresarios individuales y el fomento de un producto con potencial de exportación por la demanda en mercados internacionales.
- Nicaragua posee como ventajas comparativas tierra, recursos hídricos y condiciones climáticas óptimas para fomentar e iniciar la industria de plantas ornamentales y abastecer de este rubro a mercados como Estados Unidos.
- Los principales problemas u obstáculos a las exportaciones que presenta el sector en el país son: falta de tecnificación en los viveros, calidad en los productos, costos de producción elevados, desconocimiento de logística de exportación e información comercial sobre mercados potenciales, altos costos de transporte, no estructuración de costos y ventas de parte de los productores.
- Nicaragua dispone de una diversidad de plantas; sin embargo es preciso mejorar la calidad y desarrollar logística de exportación de este rubro para que pueda competir con productos costarricenses o guatemaltecos, principales países competidores en el mercado norteamericano.
- En la zona de Occidente (León y Chinandega), las plantas con potencial de cultivo son: Heliconias, ginger, maracas, anturios, palmeras, yuca elephantias y las plantas suculentas, es decir, las familias Cactaceas y Palmaceas.
- En relación a las potencialidades de exportación del sector, actualmente no existe una oferta concreta en volúmenes suficientes para abordar un mercado específico como el norteamericano, que es altamente demandante.
- El sector hortícola en Estados Unidos es un sector desarrollado y en crecimiento.
- En términos de importaciones, actualmente Estados Unidos no está importando de Nicaragua plantas ornamentales, solamente flores cortadas.
- El mercado estadounidense es de alta exigencia no sólo en calidad, sino también en cantidad y continuidad del suministro. De estos factores depende en gran medida la permanencia del exportador en este mercado.
- El mercado de plantas ornamentales se mantiene durante todo el año, marcándose una mayor demanda durante los meses de enero a mayo.
- La mayor parte de plantas ornamentales en Estados Unidos se comercializa a través de intermediarios en forma de producto inicial, con raíz, especialmente a los gardens o viveros en Estados Unidos, quienes se encargan de la reproducción de la planta y su distribución en el territorio.

## **9. RECOMENDACIONES**

- En la producción de plantas ornamentales se debe contar con los medios adecuados y un equipo de profesionales con años de experiencia en el sector.
- Promover la producción de esquejes, como una forma de especialización de los productores del país, que sirva de insumos a otros países como Costa Rica o Estados Unidos
- Es preciso invertir en tecnologías que faciliten el cultivo de las plantas ornamentales y el abastecimiento a mercados con grandes demandas en términos de volumen.
- La calidad y el precio constituyen aspectos importantes en la importación de plantas. Sin embargo, para ingresar en mercados de exportación como Estados Unidos y permanecer en él es necesario cumplir con lo estipulado con el comprador, sobre todo los términos de la entrega.
- Nicaragua goza de beneficios arancelarios a través del DR-CAFTA para exportar plantas ornamentales a Estados Unidos.
- Establecer programas de apoyo al sector de Floricultura en Nicaragua, que posea igual ventajas que Costa Rica y Guatemala, que no se han explotado.
- Crear un banco de semillas e insumos de fácil acceso a los productores y que les permita reducir sus costos de producción.
- Organizarse sectorial o gremialmente a través de conglomerados, redes horizontales y verticales, que les permita una mayor representatividad y la obtención de mayores beneficios y la búsqueda de alternativas conjuntas, ya sea crediticias o de acceso a programas de apoyo y asistencia técnica.
- Se deben crear incentivos para los productores de plantas ornamentales, sobre todo en términos de exoneración de impuestos o reducción de los costos de insumos básicos como el agua, para que inviertan en sistemas o técnicas modernas que permitan garantizar la calidad de los productos.
- Se debe cumplir las normas del mercado norteamericano, sobre todo, la cuarentena 37 o regla de 18”, que no permite la importación de plantas enraizadas de más de 18” de alto. No se permite tampoco importar plantas en el medio en que desarrollaron raíces. Por lo tanto, es necesario lavar y empacar las plantas con las raíces expuestas.
- Es necesario invertir en promoción y publicidad que permita dar a conocer a Nicaragua como país exportador de plantas ornamentales.
- Es preciso garantizar líneas de continuidad de los productos a los compradores con los que se establezcan contactos.
- Realizar intercambios de información y experiencia con los vecinos regionales, que facilite la transferencia de conocimientos entre participantes de este mismo sector.

## **10. BIBLIOGRAFÍA**

1. BANCO CENTRAL DE NICARAGUA
2. BASE DE DATOS ESTADISTICAS DE LOS ESTADOS UNIDOS, USITC
3. Base de Datos de Inteligencia Competitiva, NICAEXPORT
4. CIA WORLD FACT BOOK
5. Chemonics Internacional Inc. Estudio de Mercado de Plantas Ornamentales Mercado Estadounidense.
6. Estudio de Diagnóstico sobre la Producción y Exportación de Plantas Ornamentales en Guatemala.
7. ERS-USDA: Briefing Rooms: Floriculture Crops, 2006.
8. Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES). Plantas Ornamentales. Programa Integrado de Fomento de las Exportaciones de Plantas Ornamentales y Plantas.
9. Infojardín
10. Instituciones Gubernamentales de Estados Unidos:
  - a. Food and Drug Administration Home Page: [www.fda.gov](http://www.fda.gov)
  - b. United States Department of Agriculture Home Page: [www.usda.gov](http://www.usda.gov)
  - c. United States Patent and Trademark Office Home Page: [www.uspto.gov](http://www.uspto.gov)
11. J.R. Castillo & Asociados. Análisis Exploratorio del mercado de las flores frescas en Nicaragua. 20 junio-20 de julio de 2000
12. Ministerios e Instituciones Gubernamentales de Nicaragua:
  - a. Ministerio de Fomento Industria y Comercio (MIFIC)
  - b. Ministerio del Ambiente y Recursos Naturales (MARENA)
  - c. Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR)
  - d. Instituto Nacional Forestal (INAFOR)
  - e. Centro de Trámites de las Exportaciones (CETREX)
13. National Agriculture Statistic Service. Floriculture Crops 2006 Summary
14. <http://faostat.fao.org>
15. Nicaraguan Agricultural Reconstruction and Assistance Program. Estudio de Mercado de Plantas Ornamentales.
16. Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER). Perfil de Productos No Tradicionales. Plantas Ornamentales.
17. United States Trade Representative (USTR)

## **11. ANEXOS**

### **ANEXO I: DOSSIER IICA-26 DE SEPTIEMBRE DE 2007:**

**“DESARROLLANDO UNA INDUSTRIA ESPECIALIZADA PARA EL CULTIVO DE ESQUEJES Y PRODUCTOS HORTÍCOLAS PARA LA EXPORTACIÓN DE NICARAGUA A ESTADOS UNIDOS”**

## Dossier IICA / 26 de Septiembre de 2007

### Desarrollando una Industria Especializada para el Cultivo de Esquejes y productos Hortícolas para la Exportación de Nicaragua a Estados Unidos

#### Coordinadores del Proyecto:

Sr. Frank Huezo, Presidente  
Green World  
Houston, TX  
Teléfono: (281) 446-0405  
E-mail: frankhuezo@aol.com

Sr. Paul O. Wright, Presidente  
Río Grande Nursery  
Brownsville, TX  
Teléfono: (956) 371-5352  
E-mail: paul@rgnursery.com

#### Cooperador Técnico y Educativo:

Dr. Don C. Wilkerson, Extensionista Especialista y Profesor del Departamento de Ciencias de la Horticultura, Texas A&M University  
College Station, TX  
Teléfono: (979) 458-4433  
E-mail: d-wilkerson@tamu.edu

#### Introducción:

La producción de cultivos de floricultura se ha convertido en un significativo contribuyente a la economía agrícola de Estados Unidos. Si bien el segmento de flores cortadas ha declinado, la producción de follaje, flores y plantas para trasplantar han experimentado un crecimiento continuo en los pasados 10 años (Tabla 1).

**Tabla 1.** Facturas de Venta de Floricultores Norteamericanos, por cultivo y por grupo, 1995 al 2005.

Año	Flores Cortadas	1,000 Dólares			
		Plantas de Flores en Masetas	Plantas de Follaje en Masetas	Plantas para Trasplantar	Herbáceas Perennes
1995	423,630	681,107	498,969	1,291,956	65,001
1996	412,700	684,340	508,947	1,359,055	69,078
1997	471,569	722,869	499,964	1,668,643	78,316
1998	411,595	736,837	502,501	1,778,823	93,787
1999	431,624	758,838	511,999	1,839,575	103,564
2000	429,963	799,599	560,192	1,661,392	434,028
2001	418,103	824,750	650,590	1,680,770	495,732
2002	427,081	843,940	622,560	1,789,783	611,166
2003	422,982	803,462	649,681	1,788,854	634,872
2004	412,431	800,535	685,264	1,868,084	687,578
2005	396,693	808,941	721,049	1,904,921	708,305

Source: *Floriculture Crops Yearbook/FLO-2006/June 2006 Economic Research Service, USDA*

Las tecnologías y las técnicas usadas para la producción de esos cultivos han cambiado significativamente durante los pasados 10 años. Los productores ahora hacen un mayor énfasis en la reducción de costos y la máxima eficiencia manteniendo la calidad óptima.

Los costos ascendentes de la energía y mano de obra están afectando grandemente a los productores, forzando una variedad de innovaciones y cambios en el mercado. Esos temas económicos han provocado la compra de productos manufacturados por empresas extranjeras para economizar costes (outsourcing).

El Departamento de Agricultura de Estados Unidos (APHIS - Quarantine Act 37), prohíbe la importación de materiales de vivero con porciones de tierra adjunta a las raíces. Esta regulación pretende proteger la industria de la floricultura de insectos malignos, enfermedades y plagas de nemátodos que podrían de esta manera entrar a Estados Unidos. Esta misma regulación también limita el rango de los productos de la floricultura que pueden ser exportados a Estados Unidos. La habilidad de producir esquejes, cultivo de tejidos etc., sin tierra es otro factor que ha contribuido al aumento de las importaciones de esos productos.

Actualmente México es el único gran exportador de productos de la floricultura (excluyendo flores cortadas) (Tabla 2). Costa Rica supera las exportaciones de todos los países centroamericanos en las exportaciones de productos de vivero, que incluye esquejes aceptados y no acepados de plantas de follaje tropical. Esta información refleja sólo exportaciones a Estados Unidos. Un volumen muy significativo de materiales de vivero es exportado a Europa para abastecer su gran industria de floricultura.

**Tabla 2.** 2005 Importaciones de Productos de Vivero en Estados Unidos.

País	1,000 Dólares				
	2001	2002	2003	2004	2005
México	35,963	38,170	45,179	50,615	59,581
Costa Rica	45,583	43,215	36,767	35,186	39,247
Guatemala	17,916	18,886	21,468	20,468	22,054
Honduras	934	980	1,135	1,332	1,592
El Salvador	831	608	836	705	285
Panamá	126	220	116	97	68
Belice	0	5	5	0	0
Nicaragua	0	14	14	0	0

*Source:* United States Department of Agriculture Foreign Agricultural Service – BICO Commodity Aggregations

Actualmente Nicaragua no exporta productos en esta categoría. Una encuesta inicial de los potenciales requerimientos de producción indicaría que existen muchas similitudes en el ambiente, manejo, transporte etc., entre Costa Rica y Nicaragua. Esto soportaría enormemente la hipótesis de que existe una significativa oportunidad para el establecimiento de una industria de cultivos especializados, concentrándose en la producción de esquejes acepados y esquejes no acepados de plantas de follaje tropical para exportar hacia Estados Unidos y Europa.

La producción de esquejes y productos hortícolas es una parte altamente especializada de la agricultura, con requisitos específicos respecto al ambiente, tecnología y mano de obra. Sin embargo, el relativamente alto retorno de la inversión ha hecho que esta rama de la agricultura se convierta en una alternativa muy atractiva para los agricultores tradicionales. La transición de la producción de larga escala agrícola a producción de cultivos especializados puede ser un reto. En áreas donde el potencial beneficio supera el riesgo, la producción de esquejes acepados y productos hortícolas representa una opción económica que debe considerarse.

Una encuesta inicial del clima, tierra, agua y transporte requerido, así como otros requerimientos indica que Nicaragua está en buenas condiciones para la producción de esquejes acepados. Asimismo, la disponibilidad de mano de obra barata podría generar una ventaja competitiva sobre los otros productores de Centroamérica. Sin embargo, la falta de habilidades, conocimiento, establecimientos adecuados y tecnología necesaria son algunos de los actuales factores limitantes para el desarrollo de esta alternativa agrícola. El establecimiento de asociaciones económicas o asociaciones para el mercadeo de productos con proveedores norteamericanos, distribuidores y productores también representa un elemento importante de éxito.

**Meta del Proyecto:**

Establecer cultivos especializados concentrándose en la producción de esquejes acepados y no aceptado de follaje tropical para exportar hacia Estados Unidos y Europa.

**Objetivos del Proyecto:**

1. Establecer una serie de seminarios educacionales para proveer el conocimiento necesario, crear las habilidades y la experiencia requerida para la producción de esquejes acepados y no aceptados de cultivos de floricultura.
2. Establecer una Granja Modelo para proveer la experiencia práctica en la producción de esquejes acepados y no acepados de cultivos de la floricultura. Establecer una red de supervisores técnicos para asistir a los agricultores en la producción de esquejes acepados. Establecer asociaciones económicas y de mercadeo con socios privados, importadores norteamericanos, distribuidores y productores de cultivos de floricultura.

La Universidad Texas A&M (TAMU) es muy reconocida como la escuela líder en la educación e investigación agrícola en el mundo. Cuenta con fuerte presencia, participa en numerosas asociaciones públicas y privadas en México y Centroamérica. El proyecto propuesto utilizaría a la Universidad Texas A&M como el principal recurso en educación para desarrollar los conocimientos requeridos, las habilidades y la tecnología para cumplir con los objetivos y metas del proyecto.

### **Seminarios Educativos:**

El proyecto propuesto establecería una serie de seminarios educativos, eventos y programas concentrándose en la economía, manejo, técnicas de producción y tecnología, así como en el mercadeo, venta y distribución de los productos (Ver anexo).

El primero de los tres seminarios educativos propuestos proveería una amplia visión del manejo económico y mercadeo del producto, así como de los factores asociados con la producción de esquejes acepados y no acepados para cultivos de la floricultura. Se discutirán con detalle los requerimientos de las instalaciones, mano de obra y los requerimientos tecnológicos. Se presentarán costos potenciales y estimados del retorno de la inversión.

El segundo de los seminarios proveería la información detallada respecto a las técnicas y los requerimientos tecnológicos para la producción de esquejes. Esto incluirá nutrición, hormonas de crecimiento de cultivos, manejo de enfermedades, sistema de riego entre otra información. Se presentaría también los requisitos para las instalaciones de producción.

El tercer seminario se concentraría en las consideraciones para exportar, incluyendo: inspección y regulaciones de cuarentena, requisitos de calidad, transporte y envío, ventas y distribución. Información adicional se presentará respecto a las estrategias para el desarrollo de asociaciones con importadores, distribuidores y productores en Estados Unidos.

### **Granja Modelo:**

Las demostraciones aplicadas son un medio muy efectivo de propagar la información educacional. Esas actividades proveen las oportunidades prácticas y experiencias que generalmente hacen el aprendizaje más significativo. Adicionalmente, las demostraciones son también medios importantes para la evaluación de las alternativas de producción dentro de ambientes controlados. Las demostraciones son mayormente conducidas dentro de un área de tierra donada y que cuenta con los requerimientos básicos.

El proyecto propuesto establecería aproximadamente 3,000 metros cuadrados de invernadero para la finalización de los esquejes y la reproducción de los mismos. El invernadero estaría equipado con sistemas de riego y vapor, inyectores de fertilizantes, abanicos etc., especialmente seleccionados para las condiciones de cultivo en Nicaragua. Estas instalaciones serían diseñadas, enviadas e instaladas por un proveedor de servicios hortícolas de una firma de Estados Unidos que tiene vasta experiencia en México y Centroamérica. También se destinarían 3,000 metros cuadrados adicionales para la producción y mantenimiento de plantas en bodega. Esta área también estaría equipada con los sistemas de riego y fertilización necesarios para las condiciones de crecimiento.

La granja modelo sería asesorada por un consejero técnico y 4 empleados por día. Esos empleados serían responsables del mantenimiento diario de las instalaciones de propagación, incluyendo el área de almacenamiento. El consejero técnico tendría acceso al equipo de asistencia de la Universidad Texas A&M para la resolución de problemas,

## ANEXO

### Producción de Esquejes y Plantas para la Exportación

*Visión General de la Economía, Condiciones de Mercado y Factores de Manejo*

9:00 – 9:30 a.m.

Visión General del Proyecto y Anuncios

Sr. Frank Huevo

Green World

Houston, Texas

9:30 – 10:30

Propagación de Plantas – Proyecciones Económicas y Potenciales de los Cultivos.

Dr. Marco Palma, Profesor y Especialista Extensionista

Departamento de Economía Agrícola

Texas A&M University, College Station, TX

10:30 – 11:30

Propagación de Plantas I – Técnicas y Métodos Básicos

Dr. Don C. Wilkerson, Profesor & Extensita Especialista

Departamento de Ciencias de la Horticultura

Texas A&M University, College Station, TX

11:30 – 12:30 p.m. Receso

12:30 – 1:30

Propagación de Plantas II – Instalaciones, Equipo y Suministros

Dr. Don C. Wilkerson, Profesor & Especialista Extensionista

Departamento de Ciencias de la Horticultura

Texas A&M University, College Station, TX

1:30 – 2:30

Restricciones/Regulaciones a las importaciones y exportaciones

Dr. Carlos Bogran, Profesor y Especialista Extensionista

Departamento de Entomología

Texas A&M University, College Station, TX

2:30 – 3:30 Almuerzo

3:30 – 4:30

Propagación de Plantas – Oportunidades de Exportación y el Mercado de Estados Unidos

Sr. Paul Wright, Propietario/Encargado

Vivero Río Grande - Brownsville, TX

4:30 – 5:30

Preguntas y Respuestas

**UNROOTED CUTTINGS (POTHOS MODEL)  
ESTIMATED BUDGET & PROJECTED YIELD**

\$\$ USD

100,000	s f 60% shade	1.00 sf	100,000.
	H2O system .30 sf		30,000.
	Soil ( growing mix )	50. cy	50,000.
	Labor 10 people 30 days		
300,000	leaf & eye cuttings	.02 ea	6,000.
	Equipment		
	1. sprayers		500.
	2. hand tools		100.
	3. chemicals		500.
	4. office		5,000.
	5. shipping / storage		5,000.
	6. shipping supplies		500.

TOTAL \$USD 197,600.

SCHEDULE TIME

Construction of shade house		\$\$\$
10 workers 3 weeks	1,200 hrs	
Construction of growing beds	2,500 hrs	
Planting of stock plants 1,500 hr.	200 hrs	

Projected yield

60 cuttings sf yr	.03	\$1.80 yr s.f
100,000 sf - 25% walks	75,000 sf X 60cuttings yr.	
	4,500,000 @ .03	\$135,000. yr

Est labor needs

4,500,000 cuttings @ 700 per hr. ( cut/ pack )  
64,000 man hrs. yr.  
50 wks 1,230 hrs week.  
( 30 workers @ 40hrs = 1,200 hrs)

**ANEXO II: LISTADO DE VIVEROS REGISTRADOS EN INAFOR**

**INSTITUTO NACIONAL FORESTAL  
INAFOR**

**LISTADO DE VIVEROS FORESTALES**

<b>N°</b>	<b>Departamento</b>	<b>Municipio</b>	<b>Razón Social</b>	<b>Propietario</b>
1	León	León	Arlen Siu	Alcaldía Municipal de León
2		León	San Vicente	Allan Sampsom
3		León	David Blandón	David Blandón
4		León	Santa Isabel	Carlos Cadena
5		León	Cordillera Los Maribios	
6		León	San Pedro	William Jarquín
7		León	Veracruz	Eddy Largaespada
8		León	Los Díaz	Mariano Díaz
9		León	Chacra Seca	Luis García
10		Nagarote	Vivero Municipal Nagarote	Alcaldía Municipal de Nagarote
11		La Paz Centro	Vivero Municipal La Paz Centro	Alcaldía Municipal La Paz Centro
12		Telica	Asivil	
13	Nueva Segovia	San Fernando	San Nicolás	Alcides Centeno
14		Jalapa	CECOFOR	CECOFOR
15	Estelí	Estelí	Rosa Linda	Bertha Lidia Lanuza
16		Estelí	Alcaldía Estelí	Alcaldía Estelí
17		Estelí	CECALI	Fundación CECALI
18	Madriz	Somoto	La Huerta	Roberto Ponce Carrasco
19		Somoto	Guanacaste	José Benito Carazo
20		Somoto	Sin nombre	Rosa Idalia Figueroa Diaz
21	Masaya	Niquinomo	Vivero El Bosque	Nolberto García
22		Nandasmo	S/ Nombre	Bosco Mercedes Gaitan Pavon
23		Nandasmo	S/ Nombre	Reyes Pavon
24		Nandasmo	Vivero Municipal Masaya	Alcaldía Municipal de Masaya
25	Granada	Granada	Vivero municipal Granada	Alcaldía Municipal de Granada
26		Diriomo	Vivero Anielka	Julio Acuña
27		Diriomo	El Madroño	Abel Alonso Alemán
28		Nandaime	La Teca	José Campos Carcache
29		Nandaime	El Buen Pastor	Victor Tercero Talavera
30	Carazo	Jinotepe	Rubenia	Nuvia Ampié
31		Jinotepe	Santa Elena	Gabriel Pérez
32		Jinotepe	Chelol	Rene de Trinidad
33		Jinotepe	San José	Roger Ampie
34		Jinotepe	San Antonio	Byron Callejas
35		Jinotepe	Angelos	Anselmo Ampié

### **ANEXO III: REQUISITOS PARA INSCRIBIR UN VIVERO EN INAFOR**

Para registrar un vivero en la Oficina de Registro Forestal (INAFOR) se deben cumplir los siguientes requisitos:

1. Cedula de identidad del propietario o apoderado legal.
2. Acta de constitución de la sociedad (si aplica fotocopia cotejada notarialmente)
3. Poder de representación del apoderado legal (fotocopia cotejada notarialmente)
4. Llenar formularios de solicitud (Se proporcionan en las delegaciones de INAFOR)
5. Cancelación de derechos de vigencia (1 US \$ por formulario y 3 US \$ por certificación)
6. Certificado de Registro como comercializador de plantas (Dirección de semillas de MAGFOR, por Decreto 26-98 Arto 63 Reglamento de Ley 280)

La solicitud para la inscripción pueden hacerse en las delegaciones territoriales del INAFOR en todo el territorio nacional, o bien directamente en las oficinas centrales del Registro Forestal, que se sitúa en Managua. Carretera Norte, Km. 12 y ½. Contiguo a MARENA.

**ANEXO IV: LEY No. 462: LEY DE CONSERVACIÓN, FOMENTO Y  
DESARROLLO SOSTENIBLE DEL SECTOR FORESTAL**

**LEY No. 462**

**EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA DE NICARAGUA**

Hace saber al pueblo nicaragüense que:

**LA ASAMBLEA NACIONAL DE LA  
REPUBLICA DE NICARAGUA**

**CONSIDERANDO**

**I**

Que el sector forestal en Nicaragua debe constituirse en un eje del desarrollo económico y social del país con la participación de todos los involucrados en la ejecución de la actividad forestal.

**II**

Que se hace necesario actualizar y modernizar el marco jurídico existente en materia forestal, con el fin de que sea un instrumento que coadyuve a la conservación, fomento y desarrollo sostenible del recurso forestal en armonía y coherencia con lo establecido en la política forestal de Nicaragua.

**III**

Que el establecimiento de un régimen jurídico forestal moderno, ágil y aplicable para el sector, contribuirá a la generación de empleos y al incremento del nivel de vida de la población mediante su involucramiento en las actividades y prácticas forestales.

**IV**

Que es responsabilidad del Estado, a través de sus instituciones y con participación de los Gobiernos Regionales Autónomos, gobiernos municipales y la sociedad Civil en general, garantizar el cumplimiento de los Convenios Internacionales ratificados por Nicaragua, y el de velar por la conservación de la biodiversidad incluyendo las cuencas hidrográficas asegurando los múltiples beneficios en bienes y servicios producidos por nuestros bosques.

En uso de sus facultades;

**HA DICTADO**

La siguiente:

**LEY DE CONSERVACIÓN, FOMENTO Y DESARROLLO SOSTENIBLE DEL  
SECTOR FORESTAL**

**CAPÍTULO I  
DISPOSICIONES GENERALES**

**Arto. 1.** La presente Ley tiene por objeto establecer el régimen legal para la conservación, fomento y desarrollo sostenible del sector forestal tomando como base fundamental el manejo forestal del bosque natural, el fomento de las plantaciones, la protección, conservación y la restauración de áreas forestales.

**Arto. 2.** Al propietario del suelo le corresponde el dominio del suelo forestal existente sobre él y de sus beneficios derivados, siendo responsable de su manejo, de conformidad con lo establecido en la presente Ley y su Reglamento.

## **CAPITULO II DEL SISTEMA NACIONAL DE ADMINISTRACIÓN FORESTAL, ÓRGANOS Y COMPETENCIAS**

**Arto. 3.** Se crea el Sistema Nacional de Administración Forestal (SNAF), el cual estará integrado por las entidades del sector público y por personas naturales o jurídicas involucradas en la actividad forestal. Estas personas deberán ser acreditadas y registradas por el INAFOR.

**Arto. 4.** En todo lo que esta Ley no modifique, las entidades del sector público que conformarán el Sistema Nacional de Administración Forestal serán las que por competencias y funciones lo tengan establecido en la Ley 290, Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo, publicado en la Gaceta, Diario Oficial No. 102, del 3 de junio de 1998; en la Ley 28, Estatuto de la Autonomía de las Regiones de la Costa Atlántica de Nicaragua, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 238 del 30 de octubre de 1987 y la Ley 40 y 261, Reformas e Incorporaciones a la Ley No. 40, Ley de Municipios publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 162 del 26 de agosto de 1997.

### **Sección 1 - Comisión Nacional Forestal (CONAFOR)**

**Arto. 5.** Se crea la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR) como instancia del más alto nivel y foro para la concertación social del sector forestal, la cual tendrá participación en la formulación, seguimiento, control y aprobación de la política, la estrategia y demás normativas que se aprueben en materia forestal.

Entre sus funciones principales a la CONAFOR le corresponde:

- a) Aprobar la política forestal formulada y elaborada por el MAGFOR.
- b) Conocer de las concesiones forestales que otorgue el Estado.
- c) Recibir trimestralmente del INAFOR un informe de los permisos otorgados, suspendidos o cancelados.
- d) Recibir trimestralmente del Comité Regulador del Fondo Nacional de Desarrollo Forestal (FONADEFO), un informe del uso, distribución y disponibilidad de dicho fondo.
- e) Otras que se establezcan en el Reglamento de esta Ley.

La CONAFOR estará integrada por:

1. El Ministro del MAGFOR, quien la presidirá.
2. El Ministro del MARENA.
3. El Ministro del MIFIC.
4. El Ministro de Educación, Cultura y Deportes.
5. Un representante de cada uno de los Consejo Regionales Autónomos.
6. Un representante de las empresas forestales.
7. Un representante de las organizaciones de dueños de bosques.
8. Un representante de organismos no gubernamentales ambientalistas.
9. Un representante de la Asociación de Municipios (AMUNIC).
10. Un representante de las asociaciones de profesionales forestales.
11. El Director del INAFOR, quien actuará como Secretario Ejecutivo de la Comisión.
12. Representante de INTUR.
13. Representante de la Policía Nacional.
14. Representante del Ejército Nacional.

La Presidencia de la CONAFOR es indelegable. En caso de ausencia del Ministro de MAGFOR la asumirá en el orden sucesivo el Ministro del MARENA o el Ministro del MIFIC.

En las Regiones, Departamentos y Municipios se conformarán Comisiones Forestales con el objetivo de coordinar con la CONAFOR la ejecución, seguimiento y control de las actividades de conservación, fomento y desarrollo en sus respectivos territorios.

Estas Comisiones se integrarán con:

1. El Delegado del MAGFOR.
2. El Delegado del MARENA.
3. El Delgado del MIFIC.
4. El Delegado del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes.
5. Un miembro del Consejo Municipal.
6. Un miembro del Consejo Regional, en su caso.
7. Un representante de organismo no gubernamental ambientalista.
8. Un representante de las asociaciones de forestales.
9. Representante de la Policía Nacional.
10. Representante del Ejército Nacional.
11. Representante de INTUR.

### **Sección 2 - Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR)**

**Arto. 6.** Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 4 de esta Ley, le corresponde al MAGFOR en materia forestal, formular la política y normas forestales; supervisar los programas de fomento forestal; informar sobre el sector forestal y definir los precios de referencia del sector.

### **Sección 3 - Instituto Nacional Forestal (INAFOR)**

**Arto. 7.** El Instituto Nacional Forestal (INAFOR), bajo la rectoría sectorial del Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR), tiene por objeto velar por el cumplimiento del régimen forestal en todo el territorio nacional.

Al INAFOR le corresponden las funciones siguientes:

1. Vigilar el aprovechamiento sostenible de los recursos forestales de la Nación, ejerciendo facultades de inspección, disponiendo las medidas, correcciones y sanciones pertinentes de conformidad con esta Ley y su Reglamento.
2. Ejecutar en lo que le corresponda, la política de desarrollo forestal de Nicaragua.
3. Aprobar los Permisos de Aprovechamiento y conocer, evaluar, y fiscalizar los planes de manejo forestal.
4. Proponer al MAGFOR como ente rector las normas técnicas obligatorias para el manejo forestal diversificado, para su debida aprobación de conformidad con la ley de la materia.
5. Suscribir convenios con los gobiernos municipales o con organismos públicos o privados delegando funciones de vigilancia y control, o fomento trasladando los recursos necesarios en el caso que el convenio se establezca con un gobierno municipal.
6. Coadyuvar con las instancias sanitarias del MAGFOR la realización de todas las acciones necesarias para la prevención y combate de plagas y enfermedades, y vigilar el cumplimiento de las normas sanitarias relativas a las especies forestales.
7. Ejecutar las medidas necesarias para prevenir, mitigar y combatir incendios forestales.
8. Recomendar al MAGFOR las coordinaciones con el MARENA para el establecimiento o levantamiento, en su caso, de vedas forestales y ejercer su control.
9. Generar información estadística del sector forestal.
10. Administrar el Registro Nacional Forestal y llevar el inventario nacional de los recursos forestales.
11. Expedir el aval correspondiente para el goce de los incentivos establecidos en la presente Ley.
12. Facilitar la certificación forestal nacional e internacional.
13. Promover y ejecutar con los gobiernos locales y la sociedad civil, programas de fomento forestal, y especialmente aquellos encaminados a la reforestación de zonas degradadas.
14. Disponer la realización de auditorias forestales externas, conocer sus resultados y resolver lo que corresponda.
15. Conocer de los recursos que correspondan dentro del procedimiento administrativo.
16. Acreditar a los Regentes y Técnicos Forestales Municipales.

El INAFOR desarrollará sus actividades en el territorio a través de distritos forestales desconcentrados de los cuales deberán al menos participar representantes de las siguientes instituciones según corresponde:

- 1) INAFOR.
- 2) Alcaldías.
- 3) Consejos Regionales.
- 4) Universidades donde existan.
- 5) Policía Nacional.
- 6) Ejército Nacional.
- 7) Ministerio de Educación.
- 8) MARENA.
- 9) Representante de Asociaciones Forestales.

Todas las actividades mencionadas en los incisos anteriores deberán ser coordinadas con las autoridades municipales.

#### **Sección 4 - Del Registro Nacional Forestal**

**Arto. 8.** Se crea la Oficina del Registro Nacional Forestal, donde la información será de carácter público y gratuito y administrado por INAFOR.

En el Registro Nacional Forestal el INAFOR deberá registrar:

- a) Los acuerdos y convenios que se celebren en materia forestal.
- b) Las plantaciones forestales.
- c) Las empresas e industrias forestales.
- d) Los viveros o centros de material genético forestal.
- e) Los Planes de Manejo aprobados.
- f) Los Permisos de Aprovechamiento Forestal.
- g) Los regentes, auditores forestales, técnicos forestales municipales y regionales.
- h) El inventario forestal nacional.
- i) Las áreas forestales estatales y nacionales.

El Reglamento definirá los procedimientos para el Registro.

### **Sección 5 - De los Regentes y Auditores Forestales**

**Arto. 9.** Para efectos de esta Ley se entiende por:

Regente Forestal: El Profesional o Técnico Forestal acreditado por el Instituto Nacional Forestal (INAFOR), para que de conformidad con las leyes y reglamentos, garantice la ejecución del Plan de Manejo Forestal aprobado por la autoridad correspondiente, en una unidad de producción. El Regente Forestal es contratado directamente por la persona o empresa responsable de los manejos.

Auditor Forestal: El Profesional o Técnico Forestal o la empresa especializada, independiente, acreditado por el Instituto Nacional Forestal (INAFOR), para evaluar la ejecución de los Planes de Manejo Forestal y permisos de aprovechamiento.

### **Sección 6 - Delegación de Atribuciones en Material Forestal**

**Arto. 10.** Los gobiernos municipales, previa aprobación de sus respectivos Concejos, podrán celebrar Convenios de Delegación de Atribuciones Forestales con el INAFOR para el otorgamiento de permisos de aprovechamiento comercial, el seguimiento, vigilancia y control, mediante mecanismos que serán definidos en el Reglamento de la presente Ley. Para su entrada en vigencia dichos convenios deberán ser publicados en La Gaceta, Diario Oficial, para su entrada en vigencia.

El INAFOR dará seguimiento y evaluará los resultados que se obtengan por la ejecución de los acuerdos y convenios a que se refiere este artículo y podrá revocarlos en cualquier momento si se incumplen los términos del mismo o se infringen las normas forestales vigentes.

**Arto. 11.** Los acuerdos y convenios que en materia forestal celebre INAFOR con personas naturales o jurídicas, podrán versar sobre la instrumentación de programas forestales, el fomento a la educación, cultura, capacitación e investigación forestales, así como, respecto de las labores de vigilancia forestal y demás acciones forestales operativas previstas en esta Ley.

## **CAPITULO III MANEJO Y APROVECHAMIENTO FORESTAL Sección 1 - Disposiciones Comunes**

**Arto. 12.** El INAFOR será responsable de supervisar, monitorear, fiscalizar y controlar la ejecución de las normas técnicas forestales y Planes de Manejo Forestales en todo el territorio nacional estableciendo las debidas coordinaciones con las Comisiones Forestales respectivas.

**Arto. 13.** El propietario de tierras con recursos forestales, o quien ejerza los legítimos derechos sobre los recursos, será responsable, en primera instancia, de los actos o consecuencias que se deriven del incumplimiento de las normas técnicas y disposiciones administrativas forestales relacionadas con el manejo del recurso forestal.

Cuando el incumplimiento de éstos se deba a acciones u omisiones, el Regente ó Auditor asumirá la responsabilidad del caso. No obstante, para la reparación de cualquier daño o para cumplir con la sanción impuesta, ambos serán solidariamente responsables.

**Arto. 14.** Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 12 de esta Ley, el seguimiento, vigilancia y control de las actividades forestales estará a cargo del INAFOR, quien podrá ejercerla a través de los Regentes Forestales, Auditores Forestales, y Técnicos Forestales Municipales debidamente acreditados.

**Arto. 15.** Para una mayor efectividad en el ejercicio del seguimiento, vigilancia, y control forestal, el INAFOR podrá solicitar la colaboración de las autoridades del orden público, las que prestarán el apoyo requerido en el marco de la Ley.

**Arto. 16.** Todas las actividades de aprovechamiento forestal, deben cumplir con las normas técnicas obligatorias de manejo forestal del país, incluyendo las que se aprobarán para las áreas protegidas.

El INAFOR emitirá un certificado forestal para la madera que se comercialice en el país y proceda de plantaciones forestales registradas y áreas de bosques naturales bajo manejo.

**Arto. 17.** El aprovechamiento forestal en plantaciones o tierras forestales mayores de quinientas (500) hectáreas, previo a la autorización correspondiente, requerirá del Estudio de Impacto Ambiental (EIA) para obtener el Permiso Ambiental otorgado por MARENA. El mismo será parte integrante del Plan de Manejo.

**Arto. 18.** Las plantaciones forestales y las áreas de bosque natural bajo manejo privados o estatales, tendrán protección especial en caso de invasión u otras acciones ilícitas que atenten contra las mismas. Las autoridades policiales deberán prestar el auxilio correspondiente al propietario o a cualquier autoridad civil o militar que lo solicite para proceder conforme a la ley al desalojo o a prevenir y neutralizar las actividades que destruyan o causen daños al recurso forestal.

**Arto. 19.** Se prohíbe el corte, extracción o destrucción de árboles de aquellas especies protegidas y en vías de extinción que se encuentren registradas en listados nacionales y en los convenios internacionales ratificados por el país. Se exceptúan los árboles provenientes de plantaciones debidamente registradas en el Registro Nacional Forestal.

**Arto. 20.** La conservación, restauración y aprovechamiento sostenible de bosques de manglares será responsabilidad del MARENA, de conformidad a lo establecido en la Ley General del Medio Ambiente y los Recursos Naturales, Ley 217, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 105 del 6 de junio de 1996. Este deberá elaborar un Reglamento Especial al respecto.

## **Sección 2 – Bosques Naturales**

**Arto. 21.** El aprovechamiento de bosques naturales requiere de un Permiso de Aprovechamiento emitido por INAFOR, el que tendrá como condición previa la aprobación de un Plan de Manejo Forestal, cuya presentación y ejecución estará bajo la responsabilidad de los propietarios o de

quien ejerza los derechos sobre el mismo. La forma requisitos y procedimientos para la aprobación de un plan de manejo forestal y la emisión de un permiso de aprovechamiento, serán determinadas por el Reglamento.

**Arto. 22.** El INAFOR con la participación de representantes de las autoridades municipales y gobiernos regionales, en su caso, aprobará o denegará, previa audiencia pública, los planes de manejo forestales en un plazo no mayor de 30 días hábiles. La audiencia pública será convocada por el INAFOR y en ella podrán participar los técnicos forestales de las alcaldías municipales y gobiernos regionales autónomos que correspondan. La audiencia pública tomará como referencia obligatoria la norma técnica aprobada según el tipo de bosque o el área bajo manejo. Vencido este plazo el Plan de Manejo se dará por aprobado y el solicitante podrá ejecutarlo. En este caso el INAFOR procederá a registrar y emitir el permiso correspondiente de forma inmediata.

**Arto. 23.** Cuando se trate de aprovechamientos comerciales en áreas menores de 10 hectáreas, el permiso se podrá extender en un solo trámite y con requisitos simplificados, los que se establecerán reglamentariamente.

### **Sección 3 - Plantaciones Forestales**

**Arto. 24.** Las plantaciones que se realicen en cualquier terreno no requieren permiso alguno para su establecimiento, mantenimiento, raleo y aprovechamiento, pero deberán cumplir con los requisitos de registro y gestionar ante el INAFOR lo correspondiente a la certificación del origen del producto para fines de su transporte.

**Arto. 25.** Las plantaciones forestales pueden realizarse en áreas de aptitud preferentemente forestal o con otras aptitudes, mientras no existan normas que expresamente lo prohíban. Se prohíbe la sustitución del bosque natural por plantaciones forestales.

### **Sección 4 - Áreas Protegidas**

**Arto. 26.** Las actividades forestales que se desarrollen en Áreas Protegidas estarán sujetas a las regulaciones establecidas en la legislación vigente sobre esta materia. El Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales, MARENA, es la institución responsable de velar por su aplicación y cumplimiento, además de establecer las coordinaciones necesarias con las demás instituciones del sector.

### **Sección 5 - Áreas Forestales de Protección Municipal**

**Arto. 27.** Son Áreas Forestales de Protección Municipal, bajo la responsabilidad y el cuidado de las municipalidades, las ubicadas:

1. En una distancia de 200 metros medida horizontalmente de la marca máxima de marea o fluctuación del cuerpo de agua a partir de las costas de los lagos, embalses naturales, embalses artificiales y fuentes de agua.
2. En una distancia de 50 metros medidos horizontalmente a cada lado de los cauces y de los ríos.
3. En áreas con pendientes mayores de 75 %.

En estas áreas se prohíbe el corte de árboles en cualquiera de sus modalidades y se prohíbe el aprovechamiento forestal de la tala rasa, el uso de plaguicidas y la remoción total de la vegetación herbácea.

### **Sección 6 - Restauración Forestal**

**Arto. 28.** El Estado promoverá e incentivará la restauración de bosques de protección y conservación y establecerá las normas que aseguren la restauración de las áreas de conservación.

Las Áreas de Restauración Forestal son las que no estando cubiertas por vegetación forestal, por sus condiciones naturales son aptas para incorporarse al uso forestal con fines de protección y conservación.

### **Sección 7 – Producción de Oxígeno y Fijación de Carbono**

**Arto. 29.** Se crea el Fondo para incentivar a los dueños de bosques que opten por la preservación y manejo del bosque, con la finalidad de producir oxígeno para la humanidad. El Fondo será alimentado con recursos que el Gobierno de la República gestione en el ámbito internacional, dentro de los programas de fijación de carbono y preservación del medio ambiente. Esta materia será reglamentada.

## **CAPÍTULO IV**

### **TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y TRANSFORMACIÓN**

**Arto. 30.** Para efectos del transporte por cualquier medio, todos los productos forestales procedentes del aprovechamiento de bosque natural o plantaciones forestales, deben contar con el certificado de origen que acredite su legalidad, el cual será emitido por INAFOR y sin costo alguno. En el caso que provengan de las Áreas Protegidas la emisión del certificado le corresponderá al MARENA. En el Reglamento se especificarán los procedimientos y mecanismos que garanticen la seguridad de los certificados y el control respectivo.

**Arto. 31.** Quienes transporten o realicen actos de comercio o transformación de materias primas forestales, deberán asegurarse, en los términos que fije el reglamento de esta Ley y las normas técnicas forestales, que las mismas provengan de aprovechamientos debidamente autorizados.

Las autoridades de Policía y Ejército Nacional colaborarán con el MARENA y el INAFOR en el cumplimiento de lo dispuesto en los artículos anteriores, así con las funciones que se le establecen como miembros del Sistema Nacional de Prevención, Mitigación y Control de Desastres, a que hace referencia el artículo 31 de la presente Ley.

## **CAPÍTULO V**

### **PREVENCIÓN, MITIGACION Y CONTROL DE PLAGAS E INCENDIOS FORESTALES**

**Arto. 32.** El MAGFOR, en coordinación con INAFOR y demás instituciones relacionadas, es el encargado de velar por la prevención y el control de plagas y enfermedades forestales, para lo cual deberá elaborar una normativa especial en donde se establezcan el procedimiento a seguir.

Corresponde al INAFOR, en coordinación con las alcaldías y el Sistema Nacional de Prevención, Mitigación y Control de Desastres, ejecutar las medidas necesarias para prevenir, los incendios forestales. En caso de incendios forestales, brotes de plagas y enfermedades, las autoridades civiles y de orden público, así como otras entidades públicas, deberán contribuir y colaborar a la extinción y control de los mismos, facilitando personal adecuado y los medios necesarios.

**Arto. 33.** Son obligatorias, para los propietarios de tierras con recursos forestales, las cortas sanitarias de los árboles en áreas o zonas afectadas por incendios, plagas o enfermedades y en los casos de las medidas de prevención a que se refiere esta Ley.

El INAFOR autorizará las cortas sanitarias y la extracción de productos derivados de los mismos, las que serán deducidas de la corta permitida en el bosque.

La solicitud del permiso por el propietario de las tierras con recursos forestales, en los casos previstos en este artículo, deberá ser resuelta por el INAFOR dentro de los 15 días subsiguientes a su presentación, de no pronunciarse en ese plazo, se considera como autorizada y el INAFOR está obligado a extender las guías correspondientes para el transporte de la madera.

**Arto. 34.** Es obligación de todo propietario de tierras con bosques, dar aviso inmediato a las autoridades competentes y cumplir con las medidas que se indiquen con relación a la prevención, protección y lucha contra incendios, plagas o enfermedades.

Todas las personas están obligadas a dar libre paso al personal acreditado y equipo necesario para la prevención, control, lucha y extinción de los incendios, plagas y enfermedades forestales.

**Arto. 35.** Cualquier autoridad con competencia que descubra indicios de que una práctica u omisión en el manejo forestal podrían generar daños graves o irreversibles al ecosistema o a cualquiera de sus elementos deberá comunicarlo de inmediato a los responsables del manejo forestal y autoridades competentes en materia forestal, quienes deberán adoptar medidas precautorias con el fin de evitarlos o mitigarlos, incluyendo la suspensión temporal o permanente de los planes de manejo. No se podrá invocar la falta de conocimiento y plena certeza científica o la ausencia de normas o la falta de autorizaciones superiores.

## **CAPÍTULO VI FOMENTO E INCENTIVOS PARA EL DESARROLLO FORESTAL**

**Arto. 36.** El fomento forestal se realizará en coordinación con otras entidades del sector público relacionadas y con la participación del sector privado y tendrá como objetivo:

- a) El manejo del bosque natural.
- b) La ampliación de la cobertura forestal.

- c) La protección y conservación de bosques.
- d) El incremento del valor agregado.
- e) Mejorar la tecnología.
- f) Fomentar la investigación.
- g) Fortalecer el sector forestal.

**Arto. 37.** El Estado establecerá una política de incentivos cuyo objetivo fundamental será el de fomentar el desarrollo forestal, promover la incorporación de las personas naturales o jurídicas en actividades de manejo adecuado de los recursos forestales y lograr su participación en el incremento de la masa forestal nacional y la reversión del proceso de deforestación que sufre el país.

El Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, incluirá en la materia de actividades prácticas el que cada alumno y alumna, desde el tercer grado de primaria hasta el quinto de secundaria, deberá sembrar cuatro árboles, ya sean frutales o de madera de construcción o preciosa; preferentemente en el nacimiento de las fuentes de agua o a la orilla de los ríos durante el año de estudio.

**Arto. 38.** Se establecen como incentivos fiscales especiales para el sector, los siguientes:

1. Gozarán de la exoneración del pago del cincuenta por ciento (50%) del Impuesto Municipal sobre Venta y del cincuenta por ciento (50%) sobre las utilidades derivadas del aprovechamiento, aquellas plantaciones registradas durante los primeros 10 años de vigencia de la presente Ley.
2. Se exonera del pago de Impuesto de Bienes Inmuebles a las áreas de las propiedades en donde se establezcan plantaciones forestales y a las áreas donde se realice manejo forestal a través de un Plan de Manejo Forestal, durante los primeros diez años de vigencia de la presente Ley.
3. Las empresas de cualquier giro de negocios que inviertan en plantaciones forestales, podrán deducir como gasto el 50% del monto invertido para fines del IR.
4. Se exonera del pago de Impuesto de Internación, a las empresas de Segunda Transformación y Tercera Transformación que importen maquinaria, equipos y accesorios que mejore su nivel tecnológico en el procesamiento de la madera, excluyendo los aserríos.
5. Todas las instituciones del Estado deberán de priorizar en sus contrataciones, la adquisición de bienes elaborados con madera que tienen el debido certificado forestal del INAFOR, pudiendo reconocer hasta un 5% en la diferencia de precios dentro de la licitación o concurso de compras.
6. Todas las personas naturales y jurídicas podrán deducirse hasta un 100% del pago de IR cuando este sea destinado a la promoción de reforestación o creación de plantaciones forestales.

A efectos de esta deducción, de previo el contribuyente deberá presentar su iniciativa forestal ante el INAFOR.

**Arto. 39.** Los procedimientos para el establecimiento, la obtención y otorgamiento de los incentivos que se establecen en la presente Ley, será objeto de reglamentación especial emitida por el Poder Ejecutivo.

Serán beneficiarios de los incentivos creados por la presente Ley, las personas naturales o jurídicas que realicen inversiones en bosques naturales y plantaciones forestales, por sí mismos o por terceros, en predios propios o ajenos y que cumplan con los requisitos de registro que se establezcan en el reglamento.

**Arto. 40.** Para beneficiarse de los incentivos establecidos en la presente Ley, los interesados deberán cumplir con los siguientes requisitos:

1. Estar inscritos en el Registro Forestal del Instituto Nacional Forestal (INAFOR).
2. Constancia Técnica extendida por el Instituto Nacional Forestal (INAFOR) y la Comisión Ambiental Municipal.

## CAPÍTULO VII CONCESIONES FORESTALES

**Arto. 41.** El Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC), es la institución del Estado encargada de la administración de las tierras forestales nacionales, las que estarán sujetas a concesiones o contratos de explotación racional, de conformidad a los Artículos 102 y 181 de la Constitución Política. Se consideran tierras forestales nacionales las que no tienen dueño.

El Estado procurará destinar las propiedades ubicadas en la zona del pacífico y zona central del país que tengan aptitud para la reforestación, destinando aquellas propiedades que vayan a ser objeto de subasta por el Banco Central de Nicaragua, para esos fines.

**Arto. 42.** De las tierras inscritas a nombre del Estado como propietario se dispondrá de ellas de conformidad con el Código Civil de Nicaragua. Estas tierras serán administradas por quien el Poder Ejecutivo por Decreto lo designe. El manejo forestal de estas tierras se hará de acuerdo a lo dispuesto en esta Ley en lo que a conservación, protección, manejo y fomento forestal se refiera.

**Arto. 43.** Podrán solicitar y obtener concesiones forestales cualquier persona natural o jurídica, siempre que el área esté disponible y que cumpla con los requisitos establecidos en esta Ley y su Reglamento, salvo aquellas personas que la Constitución Política señala como inhibidas para tal fin.

**Arto. 44.** Las tierras forestales estatales sin cobertura boscosa o cobertura de bosque secundario también podrán ser otorgadas mediante concesión para fines de manejo y reforestación y su consiguiente aprovechamiento.

**Arto. 45.** Las concesiones forestales serán otorgadas por el Ministerio de Fomento Industria y Comercio. El periodo de vigencia de la concesión deberá ser de dos ciclos de corta y podrá ser prorrogada de conformidad con los procedimientos y trámites que se establezcan en el Reglamento.

**Arto. 46.** El concesionario forestal deberá pagar un derecho de vigencia o superficial equivalente en córdobas a un dólar (US\$1.00) por cada hectárea de la totalidad de la concesión al inicio de cada año, a la cuenta que establezca la Tesorería General de la República del Ministerio de Hacienda y Crédito Público (MHCP).

Cuando una concesión forestal se revierta al Estado, cederán en su beneficio, sin obligación de pago, los activos fijos y las obras que permanentemente se encuentren incorporadas al aprovechamiento del recurso forestal y cuyo retiro signifique destrucción o deterioro evidente del recurso no aprovechado.

**Arto. 47.** Las concesiones forestales podrán traspasarse por cualquier título legal, entre vivos o por causa de muerte, con tal que el traspaso se haga de acuerdo a las leyes vigentes. El traspaso deberá ser autorizado por el MIFIC solicitando al interesado las mismas garantías del Concesionario original y la continuación de la vigencia del contrato original.

Para aprobar una concesión forestal en la Costa Atlántica de Nicaragua se debe dar traslado para su aprobación a los Consejos Regionales Autónomos, en caso de que sea en tierras comunales se seguirá el procedimiento de la Ley 445.

## CAPITULO VIII PAGOS POR APROVECHAMIENTO

**Arto. 48.** Se establece un pago único por derecho de aprovechamiento por metro cúbico extraído de madera en rollo de los bosques naturales, el que se fija en un seis por ciento (6%) del precio del mismo, el cual será establecido periódicamente por MAGFOR. El Reglamento de la presente Ley deberá establecer la metodología para el cálculo de los precios de referencia.

La industria forestal en toda su cadena estará sujeta al pago del impuesto sobre la renta (IR) como las demás industrias del país salvo los incentivos establecidos en esta Ley.

**Arto. 49.** El monto de las recaudaciones que el Estado reciba en concepto de pagos por derecho de aprovechamiento, multas, derechos de vigencia, subastas por decomiso, conforme a lo establecido en la presente Ley y su Reglamento, deberán enterarse en una cuenta especial que para tal efecto llevará la Tesorería General de la República, la que a su vez distribuirá lo recaudado en un plazo no mayor de treinta días de la siguiente forma:

1. En las Regiones Autónomas se estará a lo dispuesto en la Ley No. 445, Ley del Régimen de Propiedad Comunal de los Pueblos Indígenas y Comunidades Étnicas de las Regiones Autónomas de la Costa Atlántica de Nicaragua y de los Ríos Bocay, Coco, Indio Maíz, publicado en La Gaceta, Diario Oficial Número 16 del 23 de Enero del 2003, que establece:

- a. Un 25% para la comunidad o comunidades indígenas donde se encuentre el recurso a aprovechar.
  - b. Un 25% para el municipio en donde se encuentra la comunidad indígena.
  - c. Un 25% para el Consejo Regional y Gobierno Regional correspondiente
  - d. Un 25% para el Tesoro Nacional
2. En el resto del país:
- a. El 35% directamente a las alcaldías donde se origine el aprovechamiento.
  - b. El 50% al Fondo Nacional de Desarrollo Forestal (FONADEFO).
  - c. El 15% de remanente al Tesoro Nacional.



**CAPITULO IX**  
**FONDO DE DESARROLLO FORESTAL**

**Arto. 50.** Créase el Fondo Nacional de Desarrollo Forestal (FONADEFO) para financiar los programas y proyectos que se enmarquen en los objetivos de fomento de la presente Ley.

**Arto. 51.** El capital del FONADEFO estará constituido por:

1. La asignación que se le dé en el Presupuesto General de la República.
2. Donaciones nacionales e internacionales.
3. Los montos acordados en los convenios y acuerdos suscritos a nivel nacional e internacional.
4. El 50% de las recaudaciones forestales en materia de derechos, multas y subastas por decomiso establecidos en el artículo 49 de la presente Ley.
5. Líneas de crédito específicas, cobros por servicios ambientales, programas y proyectos.

El Fondo podrá gestionar financiamiento para créditos blandos y canalizarlos a través del Sistema Financiero Nacional incluyendo organizaciones de crédito no convencional de acuerdo a la Ley.

**Arto. 52.** La administración del Fondo Nacional de Desarrollo Forestal (FONADEFO), estará a cargo de un Comité Regulador integrado por:

1. El Ministro Agropecuario y Forestal (MAGFOR), quien lo presidirá.
2. El Ministro de Hacienda y Crédito Público (MHCP).
3. El Ministro del Ambiente y Recursos Naturales (MARENA).

4. Un miembro de la Junta Directiva de los Consejos Regionales Autónomos de la Costa Atlántica.

5. El Director del INAFOR.

6. El Presidente de AMUNIC.

El Reglamento definirá su funcionamiento.

## **CAPITULO X INFRACCIONES Y SANCIONES**

**Arto. 53.** Las infracciones a la presente Ley serán sancionadas administrativamente por el INAFOR o la autoridad a quien éste expresamente delegue de la siguiente manera:

1. Se considerará como infracción leve las siguientes:

a) No permitir el acceso a plantaciones forestales, viveros y a cualquier área de bosque natural, estatal o privada a las autoridades responsables de las inspecciones o auditorías técnicas.

b) No portar los documentos que acrediten legalmente la procedencia, transporte, almacenamiento, transformación o posesión de materia prima forestal que se obtengan del aprovechamiento.

c) No dar aviso ni presentar informes, establecidos en la presente Ley y su Reglamento.

d) Provocar por imprudencia incendios en terrenos forestales.

La reincidencia de una infracción leve será considerada como infracción grave.

2. Se considerarán como infracciones graves las siguientes:

a) Cortar más de cinco árboles que no hayan sido marcados en la ejecución de un plan operativo anual.

b) Realizar aprovechamiento de los recursos forestales sin contar con un Permiso de Aprovechamiento.

La reincidencia de una infracción grave será considerada como infracción muy grave.

3. Se considerarán como infracciones muy graves las siguientes:

a) Negarse a contribuir y a participar en la prevención, combate y control de plagas, enfermedades, incendios forestales en terrenos propios.

b) Provocar intencionalmente incendios que afecten los recursos forestales.

c) Realizar actividades de corte, extracción, transporte, transformación o comercialización de recursos forestales de forma ilegal o sin su certificado de origen.

d) Realizar en terrenos forestales actividades distintas a lo estipulado en el Plan de Manejo.

La reincidencia de una infracción muy grave ocasionará la suspensión temporal del permiso de aprovechamiento, concesión o el cierre temporal de la industria o empresa comercializadora de productos forestales.

**Arto. 54.** Toda infracción leve será sancionada con una amonestación por escrito la primera vez y si reincide, se considerará como una infracción grave, procediendo la multa correspondiente.

Toda infracción grave será sancionada con multa de US \$ 500 hasta US \$ 5,000.00 (o su equivalente en moneda nacional), la primera vez, y si reincide se considerará como una infracción muy grave, procediendo la sanción que corresponda.

Toda infracción muy grave será sancionada procediendo al decomiso del ilícito para subasta, cuando sea aplicable, no pudiendo el infractor participar en la misma. Cuando no proceda el decomiso deberá pagar el doble del máximo establecido para una infracción grave.

En el caso del inciso c) numeral 3 del artículo anterior, procederá el decomiso y subasta del medio de transporte utilizado para la comisión del ilícito.

El producto de la subasta será enterado en las cuentas especiales especificadas para tal fin por la Tesorería General de la República.

**Arto. 55.** Sin perjuicio de las funciones que le otorga la Ley de la materia, la Procuraduría para la Defensa del Medio Ambiente y los Recursos Naturales, deberá ser parte en los recursos administrativos originados por violación de artículos de la presente Ley y sus reglamentos.

**Arto. 56.** De la resolución que aplica las sanciones establecidas en este Capítulo caben los recursos establecidos en la Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo, Ley 290, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 102, del 3 de junio de 1998. Con la Resolución de tales recursos se agota la vía administrativa.

**Arto. 57.** El monto de las multas establecidas en este Capítulo, deberán enterarse a la cuenta especial de la Tesorería General de la República, en un plazo no mayor de siete días hábiles a partir de la notificación de la misma.

**Arto. 58.** Las infracciones y sanciones establecidas en la presente Ley, son sin perjuicio de las responsabilidades penales y civiles que se contemplen en las leyes respectivas.

## **CAPITULO XI DISPOSICIONES TRANSITORIAS Y FINALES**

**Arto. 59.** Se autoriza al MHCP a atender los requerimientos presupuestarios del INAFOR para el presente ejercicio fiscal, incluyendo los gastos que incurra en auditorías y demás actividades del proceso de transición del régimen forestal de la nación.

**Arto. 60.** Esta Ley será reglamentada por el Poder Ejecutivo de conformidad a lo establecido en la Constitución Política sin violentar o desnaturalizar el sentido y alcances de esta Ley.

**Arto. 61.** El patrimonio e ingresos del Instituto Nacional Forestal, INAFOR, estarán conformados por:

- a) Los bienes que estén registrados a su nombre.
- b) Las donaciones, herencias o legados, nacionales e internacionales que reciba.
- c) Las asignaciones incluidas en el Presupuesto General de la República para costear sus funciones básicas de control, vigilancia y protección del recurso forestal, para lo que el Ministerio de Hacienda y Crédito Público deberá destinar al menos el 50 % de lo que recaude en concepto del IR proveniente del sector, o del 50% del remanente establecido en el artículo 49 de esta Ley, lo que sea mayor.
- d) Los montos que le asigne el Fondo de Desarrollo Forestal.

**Arto. 62.** Téngase incorporado a los beneficios establecidos en el artículo 49, numeral 1, incisos a) y b) de la presente Ley, a las comunidades indígenas del resto del país.

**Arto. 63.** El Estado de Nicaragua deberá a través de sus instituciones MAGFOR, INAFOR y MARENA proteger y rehabilitar las áreas afectadas por la plaga del gorgojo descortezador del pino.

**Arto. 64.** Se permite la exportación de madera procesada en forma de muebles, puertas, ventanas y artesanías.

**Arto. 65.** Se declara las zonas de bosques de pinos afectadas por la plaga del gorgojo descortezador del pino (*Deudroctonus frontalis*) como zonas priorizadas para el desarrollo forestal sostenible en las que se garantice de manera efectiva la vigilancia y el control de actividades forestales y permita que el Gobierno de la República, los gobiernos municipales y el sector privado accedan a fondos concesionales para el desarrollo forestal y la conservación de las áreas protegidas.

**Arto. 66.** Por la presente Ley se derogan las siguientes leyes: Ley de Conservación de Bosques, del 21 de junio de 1905, Ley de Emergencia Sobre Aprovechamiento Racional de los Bosques, del 3 de marzo de 1976; Ley de Conservación, Protección y Desarrollo de las Riquezas Forestales del País, Decreto Número 1381 del 27 de septiembre de 1976, Ley No. 222 Ley de Suspensión de la Tramitación de Solicitudes de Otorgamiento de Concesiones y Contratos de Exploración y Explotación de los Recursos Naturales, del 11 de Junio de 1996, y cualquier otra disposición legal que de manera tácita o expresa se le oponga.

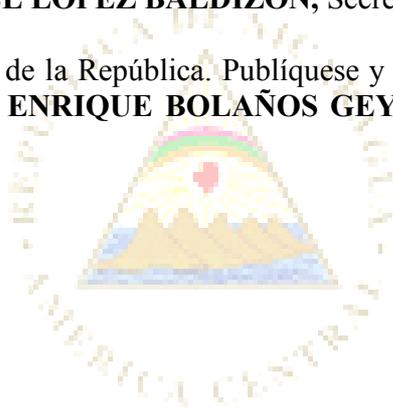
**Arto. 67.** La Ley de Tasas por Aprovechamiento de Servicios Forestales, Ley 402, publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 199 del 19 de octubre del 2001, continuará aplicándose hasta el 31

de diciembre del año 2003. Vencido el plazo se tendrá por derogada y se estará a lo dispuesto en el artículo 48 de la presente Ley.

**Arto. 68.** La presente Ley empezará a regir a partir de su publicación en La Gaceta, Diario Oficial.

Dada en la ciudad de Managua, en la Sala de Sesiones de la Asamblea Nacional a los veintiséis días del mes de Junio del año dos mil tres. **JAIME CUADRA SOMARRIBA**, Presidente de la Asamblea Nacional.- **MIGUEL LOPEZ BALDIZON**, Secretario de la Asamblea Nacional.

Por tanto: Téngase como Ley de la República. Publíquese y Ejecútese. Managua, veintinueve de Agosto del año dos mil tres. **ENRIQUE BOLAÑOS GEYER**, Presidente de la República de Nicaragua.



# LA GACETA

## DIARIO OFICIAL

**ANEXO V: LISTA DE CENTROS DE INSPECCIÓN USDA, APHIS, PPQ**

**ARIZONA**

USDA, APHIS, PPQ  
Plant Inspection Station  
9 North Grand Avenue, Room 120  
Nogales, AZ 85621  
Phone (520) 287-6463 - Fax (520) 397-0138

**CALIFORNIA**

USDA, APHIS, PPQ  
Plant Inspection Station  
11840 S. La Cienega Blvd.  
Hawthorne, CA 90250  
Phone (310) 725-1910 - Fax (310) 725-1925

USDA, APHIS, PPQ  
Plant Inspection Station  
389 Oyster Point Blvd., Suite 2  
South San Francisco, CA 94080  
Phone (650) 876-9093 - Fax (650) 876-9008

USDA, APHIS, PPQ  
Plant Inspection Station  
9777 Via de la Amistad, Room 140  
San Diego, CA 92154  
Phone (619) 661-3316 - Fax (619) 661-3047

**FLORIDA**

USDA, APHIS, PPQ  
Plant Inspection Station  
3500 NW 62nd Avenue  
Miami, FL 33122  
Phone (305) 526-2825 - Fax (305) 871-4205

USDA, APHIS, PPQ  
Plant Inspection Station  
9317 Tradeport Drive  
Orlando, FL 32827  
Phone (407) 648-6856 - Fax (407) 648-6859

Fuente: <http://www.aphis.usda.gov/>

## **ANEXO VI: TRÁMITES DE EXPORTACIÓN DE PLANTAS ORNAMENTALES**

### **Trámites de certificación fitosanitaria para productos agrícolas**

Para certificar productos para la exportación la instancia encargada es la Dirección General de Protección y Sanidad Agropecuaria del MAGFOR.

El costo de la constancia es de US\$10.00 (diez dólares), y se debe solicitar la inspección con anticipación en cualquier delegación del MAGFOR. Contacto: Martin A. Rosales. DGSA. Teléfono: (505) 270-9929. E-mail: [magenor@dgpsa.gob.ni](mailto:magenor@dgpsa.gob.ni) o bien visite la siguiente dirección: <http://www.dgpsa.gob.ni>

### **Trámites para el registro cómo exportador**

En Nicaragua la instancia encargada es el Centro de Trámite para las Exportaciones (CETREX), cuya función principal es centralizar la ejecución de las funciones específicas de las entidades públicas que atienden los trámites relacionados con las exportaciones, así como agilizar dichos trámites a través de una ventanilla única.

Los requisitos para Inscribirse como Exportador son los siguientes:

➤ Persona Jurídica:

1. Fotocopia de N° RUC
2. Escritura de Constitución con sus Estatutos.
3. Poder General de Admón. (Inscritos en el Registro Publico Mercantil)
4. Constancia de Contribuyente D.G.I Actualizada.
5. Registro de Firmas.
6. Poder Especial para las Agencias Aduaneras

➤ Persona Natural:



1. Fotocopia de N° RUC
2. Constancia de Contribuyente de la D.G.I
3. Registro de Firmas
4. Fotocopia de Identificación

Documentos requeridos para Exportar después de estar inscritos:

1. **Factura de Exportación:** Fotocopia de facturas firmadas y selladas por el exportador, o la persona autorizada a firmar por la empresa ante el CETREX. Estas facturas deben ser con pie de Imprenta.

La factura de exportación debe contener los siguientes datos:

- Número de factura
  - Fecha de factura
  - Razón social de la empresa o nombre del exportador
  - N° RUC (registro único de contribuyentes)
  - Dirección física completa del exportador
  - Teléfono del exportador
  - Datos completos del consignatario, nombre, dirección física, teléfono
  - Cantidad, detalle y valor FOB de la mercancía a exportar
  - Cantidad de bultos
  - Peso bruto y peso neto
2. **Formulario de exportación:** El formulario de exportación requerido según destino de la exportación y del origen de las mercancías.
3. **Certificado de Origen:** Para las exportaciones a terceros mercados, en los que los productos originados en nuestro país, reciben algún tipo de beneficio arancelario a la hora de ingresar.
4. **Documentos adicionales:**
- Ministerio de Agricultura y Ganadería: para mercancías de origen vegetal en estado natural, es necesario tramitar un **fitosanitario**.
  - Documento del permiso CITES

### **Requisitos para Emisión de Certificado Fitosanitario de Exportación**

Este certificado avala la calidad fitosanitaria de los productos a exportar. Valor del formato va incluido en la tarifa que se paga según el valor FOB de la exportación. Entre sus requisitos

- Estar registrado en el CETREX como exportador
- Certificado de fumigación emitido por OIRSA si el país consignatario lo requiere (frijol, cacao, madera, tabaco en rama, láminas de plywood, otros).
- Certificado CITES
- Constancia de Certificación Fitosanitaria emitida por los Servicios Regionales de Sanidad Vegetal (café, frutas y vegetales). Para todos aquellos trámites que se realizan a nivel central y Chinandega.

### **Requisitos Para Emisión de certificado CAFTA-DR**

Este certificado de origen sirve para la certificación de productos con destino a Estados Unidos y estos deben de cumplir con las condiciones del país importador.

Requisitos

- Estar registrado en CETREX como exportador
- Declaración de Mercancías de Exportación (antes FUE)
- Factura definitiva

**ANEXO VII: EMPAQUE Y EMBALAJE DE PLANTAS SUGERIDOS POR ESTADOS UNIDOS**

**Observaciones:** El presente anexo es una documentación oficial del gobierno de Estados Unidos, por tanto, se incluye en el idioma oficial de este país (inglés).

# Packaging and Shipping Instructions



**REVISED FEBRUARY 1, 2004**

Internet Site: [www.nvg.com](http://www.nvg.com) / Supplier Documents

# New Venture Gear

OUR PACKAGING AND  
SHIPPING GOAL  
IS

**To deliver defect-free parts without damage,  
on time and cost effectively.**

## CONTENTS

<b>SEC</b>	<b>DESCRIPTION</b>	<b>Page</b>		<b>SEC</b>	<b>DESCRIPTION</b>	<b>Page</b>
				5.0	Returnable Containers	9
1.0	Introduction	1		5.1	Recyclable Backup	9
				5.1a	Recyclable Backup (International Only)	10,11
1.1	Compliance	1		5.2	Ownership	12
				5.3	Identification	12
2.0	Packaging & Data Cost Sheet	1		5.4	A.S.N.s – Advance Shipping Notes	12
				5.5	Container Shortages and Overages	12
3.0	General Requirements	1,2		5.6	Labels	12
3.1	Rust Prevention	1		5.6.1	Label Description	12
					Multiple, Common Items Packs	13
4.0	Recyclable Packaging	2		5.6.2	Mixed Item Loads	13
				5.6.3	Removal of Old Labels	13
4.1	Wooden Pallets	3,4		5.6.4	Cleaning, Damage & Repair of Containers	13
4.1.a	Four Way Entry	4		5.7	Implementation of Returnable/Expandable Programs	13
4.2	Expendable Containers	5		5.8	Combination Returnable & Recyclable	13
4.2a	Proper Palletization	6		5.9	Types and Descriptions	14
4.3	Corrugated Pallet Boxes	6		5.10	Standard Containers	14-18
4.3.1	Corner Supports	6		5.10.1	Forms and Exhibits	19
4.3.2	Corrugated Cartons	6,7		6.0	Packaging Data Cost Sheet	20
4.3.3	Interior Dunnage	7,8			MEI 96-032 Packing Instructions	21-23
4.3.4	Containment	9			Packaging & Shipping Data Form	24
					Test Package Form	25
					U.S. Custom Invoice	26
					Supplier Container Cost Analysis	27
					Material Safety Data Sheets	28-34
					Glossary	35

## 1.0 Introduction

The following are New Venture Gear's packaging and shipping requirements to which each supplier must adhere.

**This Revised Version of the manual becomes effective March 1, 2004 and supersedes the prior February 24, 2003 publication.** The purpose of this manual is to inform our supply base of our general guidelines required to achieve optimum part quality delivery to and zero solid waste discharge from our facilities. With the cooperation of all parties, we can continually make improvements, increase our competitiveness, and minimize costs.

### 1.1 Compliance

*Due to the significant importance to our operations, the adherence to these packaging and shipping requirements is mandatory and will be continuously monitored. Non-compliance to the instructions contained in this manual will be brought to the attention of the supplier by means of a "Defective Material Report" (DMR). Charges for repackaging and/or disposal of any non-recyclable materials will be billed back to the shipping location. Any persistent violation or recurring problem will be referred to the appropriate New Venture Gear buyer for corrective action as necessary.*

## 2.0 Packaging Data Cost Sheet

Upon quotation all suppliers must furnish the actual cost for each item purchased to package the part to the appropriate purchasing activity via the Package Cost Data Sheet, (See Page 20). Costs for the pallet, box or container, dunnage, and containment (e.g., strapping or glues), must be submitted separately for inclusion into the purchase order.

## 3.0 General Requirements

The determination of the type of recyclable dunnage, containers and/or supplier-owned returnable (per guidelines on Pages 5-7 of this manual) package design is the supplier's responsibility, and the supplier must ensure that the parts and all packaged shipments are received in acceptable (damage free) condition and are efficiently and economically packaged for the method of transportation and type of handling planned for the final destination and its intended point of use. Recyclable dunnage, containers and/or supplier owned returnables must be approved by the receiving plant's Material Handling Engineer.

To ensure that all packages and shipments will reach their intended point of use without damage to parts, all packages must be tested under simulated real-life conditions. Initial shipments of new packaging have four 8 ½ x 11 sheets stating "Attention Material Handling Engineer". Suppliers looking for other testing guidelines may refer to ASTM standards D-4169,

D-1083, and D-999. New Venture Gear's Material Handling Engineering Department will provide feedback to suppliers regarding the results of the Test Package shipment and the acceptability of the package design.

All features/surfaces considered critical to the quality or operation of the part (e.g., machined surface, bore, etc.) must be protected from damage and/or moisture, road dust, wood chips, or other debris as required by New Venture Gear's Product Engineering.

***Protective caps and plugs used to protect these surfaces must be made of clear, low density polyethylene, LDPE, SPI4, unless otherwise specified .***

Supplier initiated packaging or cost improvements are encouraged, but must be approved through the Material Handling Engineer to ensure that our plants' productivity is not adversely affected.

All packaging must conform to all government and transportation rules and regulations.

The packaging of hazardous materials must follow relevant regulations of the U.S. Dept. of Transportation, which prescribes the proper method of classification, packaging, marking, and labeling of each shipment. Furthermore, where other federal, state, or local standards and/or regulations are in effect the packaging and labeling must comply. This included international shipments.

### 3.1 Rust Prevention

In order to protect metal surfaces from oxidation, a vapor corrosion inhibitor (VCI) may be required. Any rust preventative must protect the parts during shipping and on the shelf at NVG for a minimum of 60 days. Depending on the material a combination of VCI paper or polybag and/or a rust preventative film may be required.

If a rust preventative film is used to coat the part, the excess fluid must be minimized so that the rust preventative (rp) does not leak into the container/bag. In addition, a Product Trial Run (PTR) is required (see Section 5.8).

New Venture Gear recommends and has approved the use of Petrolube CS-20 as a rust preventative. (Material Safety Data Sheets are in Section 6.0.) Alternative rust preventatives must be approved by NVG Environmental Engineering. A Material Safety Data Sheet (MSDS) is required for approval of all rust preventatives.

For all manually handled conveyances, the container and product gross weight combined **must not exceed** local plant contractual limits or governmental regulations. NOTE: New Venture Gear's Ergonomic Guidelines currently recommend for small lot containers containing product, a maximum weight of 30 lbs. (13.63 kg). Packaging designs must be approved by Material Handling Engineer.

Mixing of part numbers on a pallet unit load is discouraged. **However**, when unavoidable due to handling/shipping expense, unit loads must have the proper "**Mixed Load**" label. A "**Master Label**" **must** be used when multiple packs of the same part numbers are shipped, each shipment must be properly labeled. For further clarification, reference NPG's Trading Partner Labels Implementation Guideline.

Suppliers **must** assure that packaging materials in need of repair are not used for shipping purposes.

Suppliers **must** follow their "Routing Instructions" and use the specified transportation designated by New Venture Gear's Logistics.

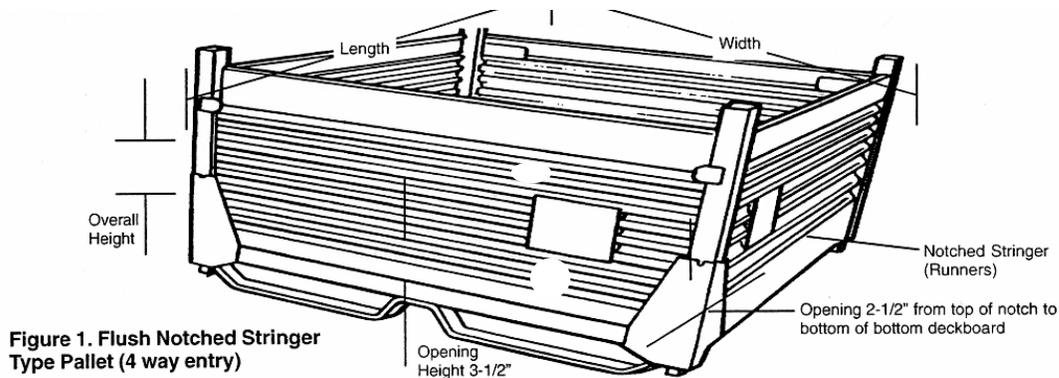
New Venture Gear Material Handling Engineering and the receiving location have the option, if necessary, of approving or rejecting a supplier's selection of packaging materials and sources.

#### 4.0 Recyclable Packaging

All packaging previously referred to as expendable, will for the intent of this manual be referred to as recyclable. For more information reference AIAG RC 7 & 8.

Except in emergency situations and with expedites, suppliers **must** request deviations from these guidelines in writing from the affected receiving location. Deviations originating from New Venture Gear Corporation will be provided to the supplier in writing by the affected activity.

When recyclable packaging is used instead of the returnable container, the associated container entry for the part A.S.N. **must** be either "00000EXP" or "0000EXPM," as appropriate.



#### **4.1 Wooden Pallets**

##### **Type**

All wooden pallets shipped into New Venture Gear facilities must be of double face non-reversible wood (*Figure 1*).

Single wing, double wing, or block pallets are not allowed.

Pallets *must* not be smaller in length and width than the load.

All pallets *must* be able to support a 2800# load while triple stacked; wooden pallets must conform to Spec M of the Uniform Voluntary Standards for Wooden Pallets published by The National Wooden Pallet and Container Manufacturers Association, and be stenciled in letters no less than 1-1/2" high on a stringer "SPEC M" for multiple use and the dimensional length and width.

##### **Deck Boards**

All deck boards *must* be either 32" (812mm) or 48" (1219mm) in length, no less than 5/8" thick, and attached by a minimum of two double screw nails on each side to the stringers parallel to the 3.5" (88mm) entry openings.

##### **International/Oversea Requirement**

International Pallet Requirements:

All pallets shipped from overseas must be of a certified non-coniferous lumber such as maple, cherry or oak. Suppliers must submit documentation stating that the pallets are 100% hardwood material and stamp the pallets accordingly.

NOTE: Coniferous wood are all softwoods.

**Cross Ties**

All pallets and pallet bins *must* be constructed with cross ties on the stringers (runners) identical to the deckboards.

**Footprints & Entry**

Four footprints are allowable:

Entry	Width	Length
2	30"	(762mm) X 32" 812mm)
4	40"	(1016mm) X 48" (1219mm)
4	45"	(1143mm) X 48" (1219mm)
4	48"	(1219mm) X 54" (1372mm)

Use of larger sizes (i.e., sea-containers) requires plant approval.

**Reuse**

Pallets meeting New Venture Gear’s specifications can be, and are encouraged to be, reused provided they are inspected for durability prior to shipment and conform to the requirements of the Voluntary Standards for Wooden Pallets published by the NWPCMA.

**4.1a Four Way Entry**

All pallets are to be four way entry. Deviations must be approved by the receiving plant.

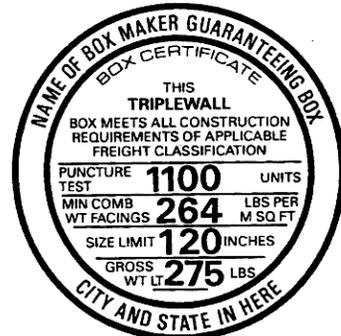
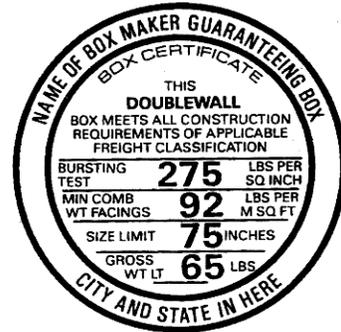
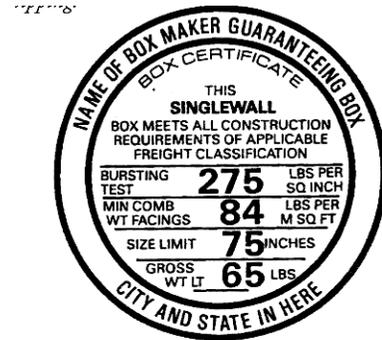


Figure 3. Certificate of Box Maker

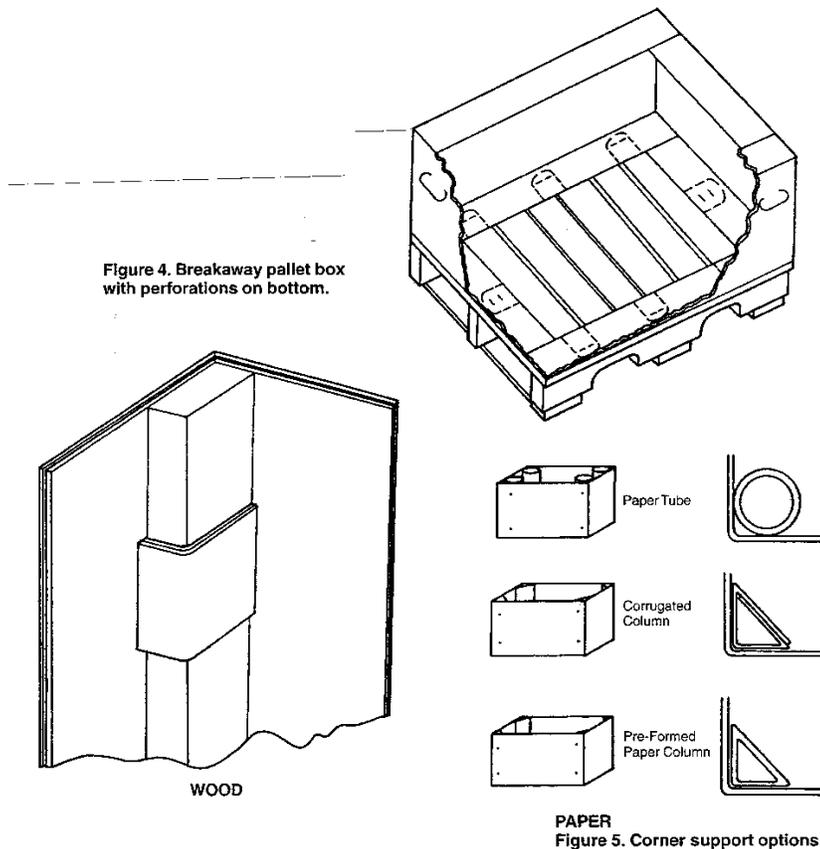
**4.2 Expendable Containers**

Generally, selection of a corrugated container will depend upon the specific part or material, the method of transportation and the method of handling required by the supplier and the receiver. However, certain basic factors deserve consideration. Packages which are to be manually handled are subject to more rough handling than those handled mechanically and consequently require more protection. Package size, strength and type *must* be selected to fit the method of transportation and the applicable carrier regulations, extent of protection from the elements, number of transfer points, distance of travel, and the roughness of route.

Other factors of equal importance that *must* receive due consideration are the packaging costs. In finalizing the design, the following factors *must* be considered:

- a. Handling labor
- b. Handling equipment
- c. Transportation cost (cube utilization)
- d. Packaging
- e. Floor space
- f. Direct labor
- g. Recyclability

The specific method used should be chosen to best fulfill the prerequisites of good packaging practice for any given commodity.



All expendable containers must be loaded to cubic capacity to maintain load density and package integrity, and to obtain optimum freight rates. However, containers should not be stacked, unless they are the same type of container.

#### 4.2a Proper Palletization

Each shipping unit must be properly palletized in level layers to allow for stacking and proper utilization of transportation. (Note: If your "Standard Pack Quantity"(defined in glossary) does not equate to a level layer contact the appropriate Material Handling Engineer or Corporate Logistics Analyst for resolution.

It is **mandatory** that when a supplier ships in sufficient volume to warrant palletization that the parts or materials be loaded on a pallet or packaged as a unit load.

All containers, trays, caps, and multi-wall tubes **must** have a manufacturer's certificate with bursting, puncture, or ECT edge crush test visible on the assembled container (**Figure 3**).

#### 4.3 Corrugated Pallet Boxes

All corrugated pallet boxes must be of sufficient strength to withstand triple stacking to a height of 110" under full load. Each pallet box must be properly labeled on two adjacent sides per New Venture Gear Labeling Instructions (see Section 5.6).

#### 4.3.1a Corrugated Pallet Boxes (International Only)

*All corrugated pallet boxes must be of sufficient strength to withstand triple stacking to a height of 110" under full load. If however, you are using your corrugated pallet box for International shipments, the stacking height requirements is to 88".*

#### 4.3.1 Corner Supports

When corner posts are required for stacking strength, the preferred option is corrugated posts glued into place. **Wooden corner supports require plant approval and must not be stapled to the boxes**, instead they are to be held in place by use of die cut fold in (**Figure 5**) with the flaps stapled over them.

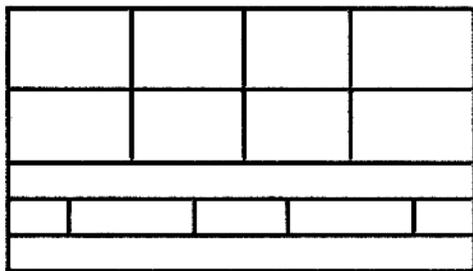
#### 4.3.2 Corrugated Cartons

One basic type of corrugated carton is allowable; a half slotted box with cover (see Figure 7 pg 7) **are the only acceptable methods of sealing manually handled cartons are strippable reinforced tape or spot gluing**. Asphaltic or plastic tapes are not allowed. Staples are only acceptable with prior approval from the receiving plant.

Cartons **must not** overhang the pallet or weigh more than maximum allowed; 30 lbs.

Carton sizes must be equivalent (dimensions/density) to existing New Venture Gear standard returnable containers used in assembly and manufacturing locations.

All cartons **must** be secured to a pallet per New Venture Gear guideline **4.3.5**



**Figure 6. Properly Palletized**

All cartons shipped on a pallet **must** be properly palletized (**Figure 6**).

Mixed loads are to be properly labeled per New Venture Gear Labeling Specifications (see Section 5.6) and the following criteria **must** be observed when shipping to a manufacturing plant:

- a. Right and left hand parts are not to be mixed on the same pallet.**
- b. Cartons must be uniform in size to maintain load stability.**
- c. Avoid shipping less than a full layer.**

#### 4.3.3 Interior Dunnage

No mixed material is acceptable.

All plastic materials must be recyclable and marked with the standard symbol in accordance with SAE standard J-1344 and/or meet any local governmental regulations which may apply. Dunnage should be designed to minimal levels, (e.g., as little as possible) and still protect the part.

**The following are not allowed as packaging materials for New Venture Gear:**

#### **Starch**

**Co-polymers, SPI 7**

**Cross link polyethylene**

**PP-Polypropylene, SPI 5**

**ABS-Acrylonitrilbutylstyrene**

**EPS (sheets also)**

**Rubber - rice paper**

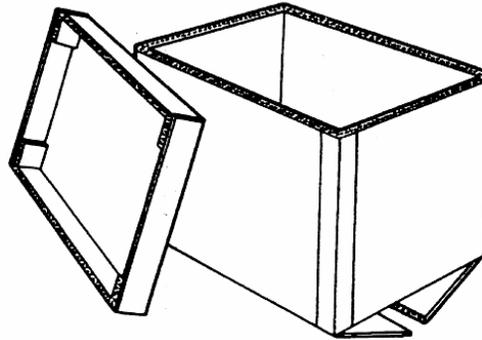
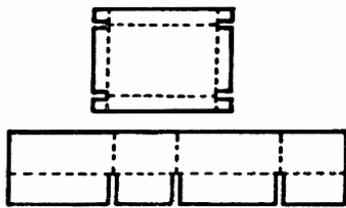
**Co-mingled material**

**Foam sheeting - wooden crates**

**Cushion foam pkg.**

**Half Slotted  
Box with  
Cover (HSC)**

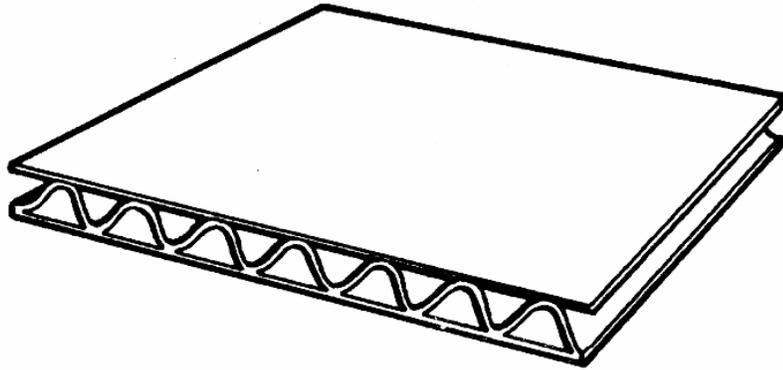
Can be used as combination shipper and self package and for various applications where cover must be removed and replaced.



**Figure 7**

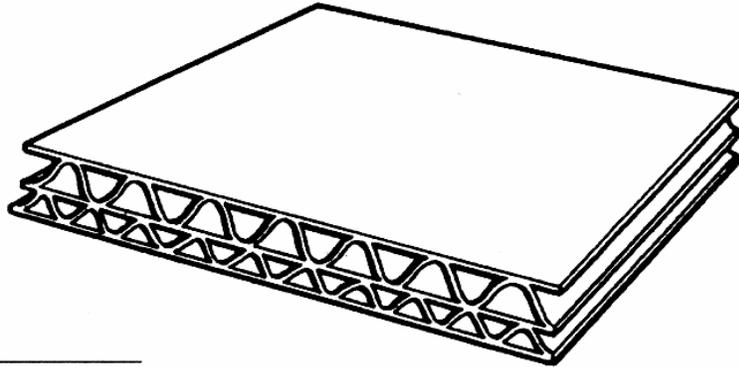
Required design for all NVG purchased parts using expandable packaging.

**Single Wall** Has a second facing glued to the other side of the fluted medium. Results in a rigid structure.



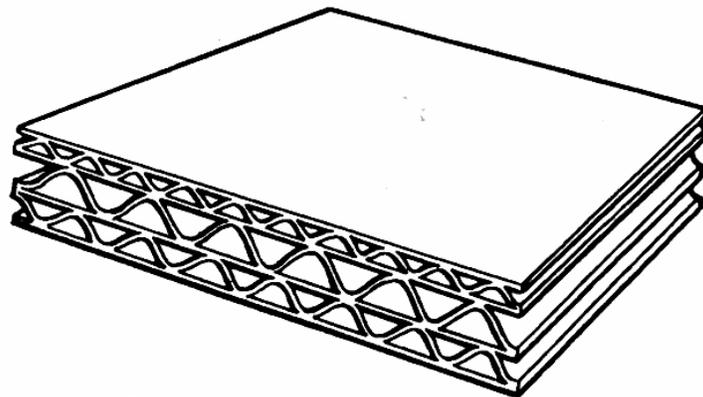
---

**Double Wall** Adds another fluted medium and another sheet of linerboard for greater strength. It has three facings with two fluted corrugated medium sheets between them. Has a high stacking strength and is a good application for heavy products.



---

**Triple Wall** Consists of four facings with three fluted corrugated medium sheets between them. Offers exceptional strength for packaging very large or heavy products.



#### **4.3.4 Containment**

The preferred method of containment is plastic, heat sealed strapping of green polyester. The use of unitizing adhesives for cartons is acceptable and encouraged. It is the supplier's responsibility to secure all material unit loads with adequate banding.

***Metal banding and/or seals are allowed on an exception basis only.***

***PVC stretch film is not allowed.***

***Shrink film is acceptable only if any labels used and adhered to the film are of the same material.***

#### **5.0 Returnable Containers**

Returnable containers are intended to be used repeatedly and frequently and have proven to be the packaging of choice for New Venture Gear. Their success as cost effective packaging depends on how well they are cared for, controlled, and returned to be reused.

A variety of factors deserve consideration in the decision to use returnables, factors such as:

- a. Initial cost
- b. Facility/equipment constraints
- c. Repair costs
- d. Transportation costs
- e. Standardization
- f. Return ratio
- g. Geographic relationships (location of suppliers)
- h. Volume
- i. Handling costs
- j. Cleaning
- k. Environmental concerns
- l. Product protection
- m. Tracking costs
- n. Administrative costs
- o. Visual inventory management
- p. Ergonomic issues

Due to these factors returnable containers are not always the most cost effective choice for packaging. (For more information reference AIAG-RC-5).

#### **5.1 Recyclable Backup**

***Suppliers must maintain a sufficient supply of suitable recyclable packaging to be used for expedited shipments, production pilot programs, alleviating container shortages, service orders, and/or plants not participating in the returnable container program. This backup packaging must be dimensionally (interior) the same as, be in the same footprint as and maintain the identical density as the returnable container it is replacing. Each backup recyclable container must accommodate the identical interior dunnage (where required) as the corresponding returnable container. Identical footprints are required to insure that line display and workstations do not demand layout restructuring when wrong-sized alternative packaging is used. Backups must also meet all other applicable material handling specifications if used.***

**5. 1a Recyclable Backup (International Only)**

*In most cases the Recyclable Backup container may be used as the International Shipping Carton (container). The following dimensions were designed for sea container cube utilization. These sizes are required unless otherwise in agreement with the receiving plant. The supplier is responsible for the packaging design, prototype, and purchase of all corrugated packaging.*

Carton Inside Dimensions			Carton Outside Dimensions				Specifications HSC (Lids = 200# B Single Wall)
Length	Width	Height	Length	Width	Height	Carton Compression Value (pounds)	
9.9	5.5	4.3	11.8	6.1	4.6	611	275# C SINGLE WALL – 44ECT
13.9	10.1	4.3	15.7	10.7	4.6	749	275# C SINGLE WALL – 44ECT
13.9	10.1	6.9	15.7	10.7	7.3	749	275# C SINGLE WALL – 44ECT
13.9	10.1	8.9	15.7	10.7	9.3	879	275# C SINGLE WALL – 44ECT
21.8	13.6	4.3	23.6	14.3	4.6	928	275# C SINGLE WALL – 44ECT
21.8	13.6	6.9	23.6	14.3	7.3	928	275# C SINGLE WALL – 44ECT
21.8	13.6	8.9	23.6	14.3	9.3	928	275# C SINGLE WALL – 44ECT
21.8	13.6	14.2	23.6	14.3	14.5	928	275# C SINGLE WALL – 44ECT
21.8	10.1	8.9	23.6	10.7	9.3	877	275# C SINGLE WALL – 44ECT
21.8	20.8	6.9	23.9	21.4	7.3	1024	275# C SINGLE WALL – 44ECT
21.8	20.8	8.1	23.6	21.4	8.4	1024	275# C SINGLE WALL – 44ECT
21.8	20.8	10.1	23.6	21.4	10.4	1024	275# C SINGLE WALL – 44ECT
31.1	13.6	6.9	32.8	14.3	7.3	1031	275# C SINGLE WALL – 44ECT
45.3	13.6	6.9	47.1	14.3	7.3	1205	275# C SINGLE WALL – 44ECT
45.3	13.6	10.1	47.1	14.3	10.4	1205	275# C SINGLE WALL – 44ECT
45.3	20.8	6.9	47.1	21.4	7.3	1278	275# C SINGLE WALL – 44ECT
		Pallet	48	44.5			275# CB DOUBLE WALL – 44ECT
		Tray/li d	48	44.5	5		350# DOUBLE WALL
		Liner (I.D.) (2 req.)	47.1	42.8	Varies		350# DOUBLE WALL

Use only 100% recyclable hotmelt or glue.

Banding: Nylon if required.

*If your parts are outside the above dimensional specifications, work with your current corrugated supplier and obtain approval prior to shipping. The above specifications are listed as 350# CB double/double wall (4 ply corrugated). In most cases, a triple wall corrugated will meet the requirements of International shipments.*

The following carton sizes are comparable to New Venture Gear's large lot sizes and are designed for the best sea container cube utilization. It is important if you are designing packaging from overseas location that you stay within the following footprints, unless your part dictates a new size. Please contact your plant Material Handling Engineer for approval prior to shipments.

Carton Inside Dimensions			Carton Outside Dimensions					
Length	Width	Height	Length	Width	Height	Require Individual Lids	Carton Compression Value	Specifications
44.4	42.9	38.0	47.0	45.0	44.0	yes	6624#	350# CB/CB DOUBLE WALL – 110ECT
44.4	42.3	16.0	47.0	45.0	22.0	yes	6624#	350# CB/CB DOUBLE WALL – 110ECT
42.4	21.4	16.0	45.0	23.5	22.0	yes	5640#	350# CB/CB DOUBLE WALL – 110ECT
67.3	27.8	16.0	70.0	30.0	22.0	yes	6400#	350# CB/CB DOUBLE WALL – 110ECT
50.1	42.3	16.0	52.8	44.5	22.0	yes	6000#	350# CB/CB DOUBLE WALL – 110ECT
57.3	33.6	16.0	59.5	36.5	22.0	yes	6756#	350# CB/CB DOUBLE WALL – 110ECT
34.3	26.6	16.0	36.5	30.0	22.0	yes	5532#	350# CB/CB DOUBLE WALL – 110ECT
42.3	33.3	16.0	44.5	36.0	22.0	yes	6156#	350# CB/CB DOUBLE WALL – 110ECT
50.4	27.9	163.0	53.0	30.0	22.0	yes	5840#	350# CB/CB DOUBLE WALL – 110ECT
41.4	26.7	16.0	44.0	28.9	22.0	yes	6516#	350# CB/CB DOUBLE WALL – 110ECT
56.4	27.8	16.0	59.0	30.0	22.0	yes	5868#	350# CB/CB DOUBLE WALL – 110ECT

Use only 100% recyclable hotmelt or glue.  
 Banding: Nylon if required.

*If your parts are outside the above dimensional specifications, work with your current corrugated supplier and obtain approval prior to shipping. The above specifications are listed as 350# CB double/double wall (4 ply corrugated). In most cases, a triple wall corrugated will meet the requirements of International shipments.*

## 5.2 Ownership

Returnable containers can be either New Venture Gear or supplier-owned and be made of either metal or recyclable plastic. The use of wooden pallets as returnables is discouraged due to their confusion with the recyclable pallets. All New Venture Gear returnable containers are not to be used for any WIP (work in process) or storage of any raw materials.

***For all packaging, suppliers must complete and submit a MEI 96-032F1 Form for written approval(pg 24) and submit it electronically to the Material Handling Engineering.***

## 5.3 Identification

All returnable containers, racks, trays, totes, etc. **must** have clear identification of their container number in, either embossed into the containers or painted in a contrasting color. In addition, supplier-owned returnables must have the supplier's name and return point clearly stenciled in on the container.

## 5.4 A.S.N.s - Advance Shipping Notices

The *Associated Container* field **must** be entered for each buyer part (BP) line item on the A.S.N. To improve data integrity, enter data for this field at the same time as each A.S.N. is created to ensure proper identification of the unique packaging actually shipped (see guidelines below for unit loads). The container number must be entered as either eight (8) or ten (10) characters in the ten-character identifier field and is comprised of letters and/or numbers (i.e. 0CC00091 or 0CTA241109). ASN Instructions are found on NVG's Website [www.nvg.com](http://www.nvg.com). Go to "Supplier Documents" select Electronic Data Interchange from the selection box.

**General guidelines for identifying the associated container in a unit load for input to the A.S.N. are:**

- a) For pallet and lid combinations, the associated container is the pallet.
- b) For tray, pallet and lid combinations, the associated container is the tray.
- c) For pallet and tote combinations, the associated container is the tote.
- d) For containers or containers with removable dunnage, the associated container is the container.
- e) For racks, the associated "container" is the rack.

A separate returnable container line item **must** be created for each unique associated rack/container **and** for each associated removable dunnage, pallet, lid, sleeve, etc. indicating the total number of each piece included in the shipment.

## 5.5 Container Shortages and Overages

Container, rack, and dunnage shortages **must** be brought to the attention of the container and dunnage coordinator, (315) 438-2724.

Overstock conditions **must** be brought to the attention of the dunnage and container coordinator.

If the above issues are not resolved to a supplier's satisfaction, or if it is unknown which plant is responsible, please contact Material Handling Engineering.

## 5.6 Labels

Suppliers **must** insure that all materials shipped to New Venture Gear Corporation are correctly labeled. Reference NVG's Trading Partner Label Implementation Guideline; *NVG Intranet sight at [www.nvg.com](http://www.nvg.com), under Supplier Documents.*

### 5.6.1 Label Description

The label paper **shall** be white in color with bold, black printing. The required label size is 4 in. (102 mm) high by 6 in. (152 mm) wide or ISO size A6. All labels must meet the AIAG specifications for quality, reflectivity, and readability. Labels must be scannable from the exterior of the shipping unit (not covered by banding, cardboard, or shrink-wrap).

### 5.6.2 Multiple, Common Item Packs

A Master Label is *required* to be used to identify the total contents of a multiple single pack load of the same part number. The label *shall* be placed on the unit load in such a manner that when the pack is broken apart the label is discarded (e.g., attach to outside of stretch wrap). For further information see NVG Trading Partner Label Implementation Guideline.

### 5.6.3 Mixed Item Loads

A Mixed Load Label *shall* be used to identify a load of multiple single packs of different part numbers. For further information see NVG Trading Partner Label Implementation Guideline. **Note: Mix loads are required to have a Master Label of each individual part applied to the shipments.** The label *shall* be placed on the unit load in such a manner that when the pack is broken apart the label is discarded (e.g., attach to outside of stretch wrap to the banding).

### 5.6.4 Removal of Old Labels

Assuring that the removal of old labels prior to shipping has been completed remains the responsibility of the supplier, this includes standard container returns that are managed by third party container management facilities.

### 5.7 Cleaning, Damage & Repair of Containers

It is the suppliers responsibility to ensure that all returnable containers are free of debris that would impact the quality of the material being packaged prior to loading with New Venture Gear parts.

It is the supplier's responsibility to inspect all containers prior to loading to ensure that damaged packaging **which could cause damage to parts or injury to handlers/operators** is segregated and removed from the system for subsequent repair or scrap disposition by New Venture Gear Material Handling Engineering personnel or their representative(s).

### 5.8 Implementation to Returnable/Expendable Programs

Several economic factors influence the selection of a returnable container program: complexity, materials, quality, labor, freight, cleaning, disposal, and tooling costs. Once a part is selected for returnables, a package must be designed and implemented.

There are five steps to the successful implementation of a returnable program all of which require the participation and cooperation of our suppliers.

#### Step 1. Pre-concept Meeting

The pre-concept meeting is a pre-design meeting to discuss packaging alternatives, packaging materials, particular part characteristics, load/unload scenarios, and timing. Suppliers *must* send a sample part or part print to the latest change level. A supplier representative qualified to address packaging concerns, must be available in person, or for a conference call.

#### Step 2. Prototype

Suppliers *must* loan or release a minimum of three sample parts to our design source for design of a prototype package. If required, parts will be returned upon the successful completion and approval of the prototype package.

#### Step 3. Prototype Review

Once a prototype package is produced a review is scheduled with all parties concerned to assess the package's conformance to requirements as set at the preconcept meeting, establish ship bank quantities, and sign off on the completed design. Suppliers must send a qualified representative to this meeting. **Note: For parts not requiring a special design or specialized returnable dunnage, preconcepts, prototypes and prototype reviews are not required.**

#### Step 4. Testing/Test Packs

Once will be sufficient to cover needs. A prototype has been approved testing for all returnable programs is required to be performed by our design source or by test shipment to the receiving location. Full package quantities must be released for this purpose, once testing is completed parts will be returned if requested. Test shipments to a receiving location must be clearly identified with an 8-1/2" (216mm) X 11" (280mm) sign stating "Test Pack", "Hold in Receiving Area", "Notify contact name" and "Phone contact number".

#### Step 5. Packaging & Shipping Data Form MEI 96-032F1

A Packaging & Shipping Data Form MEI 96-032F1 is e-mailed to the NVG Material Handling Engineer, who approved the packaging and returns a signed copy to the supplier.

### 5.9 Combination Returnable and Recyclable

Complexity and economics have forced a new program into use for New Venture Gear, returnable containers with recyclable dunnage. Parts not meeting the economic criteria for total returnable systems can still be containerized with the supplier's cooperation. In this program, New Venture Gear supplies the container, the supplier is responsible for the design, testing, and replacement of the interior dunnage. Cost attributable to the dunnage is included in the purchase order for recovery by the supplier on a piece price basis.

Once contacted by our design source for this program, the core team chooses a New Venture Gear Corporation standard container from the description in this manual and designs and provides a prototype of the recyclable interior dunnage. A prototype review is held and test shipments performed, and containers are allocated to the supplier.

**5.10 Types and Descriptions**

New Venture Gear has a variety of returnable containers in use, both metal and plastic. (See page 16 for most commonly used containers and dunnage).

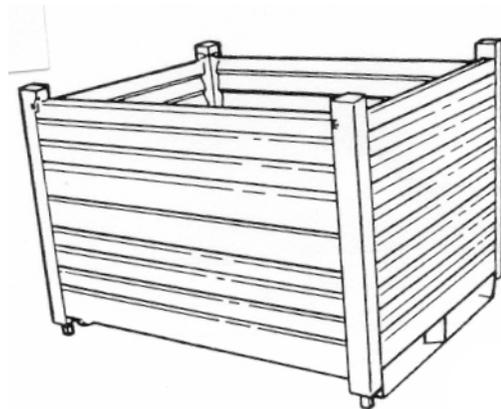
**5.10.1 Standard Containers**

A wide variety of standard containers are available: metal and plastic, collapsible, non-collapsible, and nestable. Plastic containers larger than 4 cu. ft. (2500 cu. mm) have a maximum weight capacity of 2500 lbs. (1136 kg); collapsible metal containers have a maximum weight capacity of 4000 lbs. (1800 kg); non-collapsibles cannot exceed 6000 lbs. (2700 kg). Examples of the more common containers of each type available are shown on the following pages with a listing of exterior sizes, in inches, L x W x H, and tare weights, in pounds.

**Non-Collapsible Metal Bins**

The figure to the right is an example of our non-collapsible metal bins four types are available:

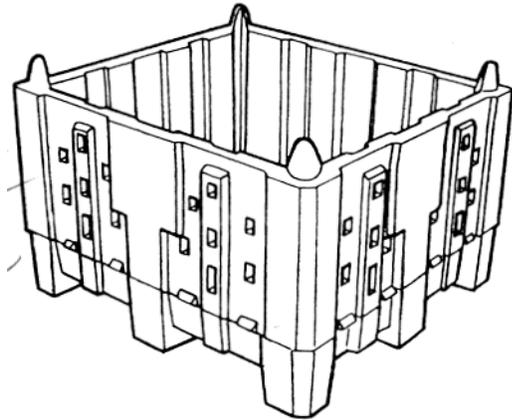
	<b>Outside Dims.</b>	<b>Weight (lbs.)</b>	<b>Inside Dims.</b>
0000CC3A	53" X 42" X 38"	385#	51" X 40" X 28"
0000CC3	53" X 42" X 38"	320#	51" X 40" X 28"
0000CC8	53" X 42" X 28"	300#	51" X 40" X 24"



**Non-Collapsible Plastic Bins**

The picture to the right is an example of our non-collapsible plastic bins four types are available:

	<b>Outside Dims.</b>	<b>Weight (lbs.)</b>	<b>Inside Dims.</b>
0000CC30	32" X 30" X 21.5"	48#	27.75" X 25.75" X 12.75"
0C00058	45" X 32" X 27"	75#	40.1" X 27.140" X 18.25"



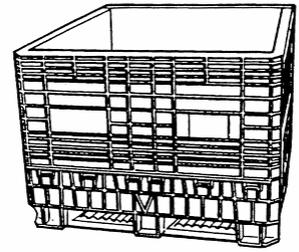
**CONTAINER AND DUNNAGE DESCRIPTION FOR (SYRACUSE)**

Container	Type	Color	Size	Weight	Description
MP1016	DIV	Black	38 x 48 x	16	Plastic 2 2" Da. M/S
MP1060	LINER	Plastic	140 x		P/Roll
MP1068	DIV	BLUE	32 X 30 X .50		Plastic
MP1072	DIV	Plastic			
MP920	DIV		18 x 30 x	6	Plastic - T350 Simpson
MP921	DIV	Black	38 x 48 x	18	Plastic - R/G
MP922	DIV	Black	38 x 48 x	21	Plastic - 7 row
MP946	DIV	Black	38 x 48 x	21	Plastic - 5 row
MP947	DIV			21	Plastic - 4 row
MP948	Paper	35#	3. x 600		VCI Paper - Roll
MP995	DIV	Black w/Blue Stripe	38 x 48	20	Plastic
MP995 C/O	DIV	Black	26.5 x 38	20	Plastic
P1019	Pallet			48	
P1066	Pallet	Black	48 x 45 x 6.62	23	Syro Foam
P1086	Pallet	Black			Black T350
PE4910	Flowmatic			300	
GM-5131	Bin		54 x 44 x 40	368	
472 - 516	Buckhorn	Dk. Gray	11.8 x 10.8 x 7.4	3	16 per layer 216 per bundle
472-535	Buckhorn	Dk. Gray	23.5 x 11 x 9	6	8 per layer 60 per bundle
472-555	Buckhorn	Dk. Gray	23.5 x 19 x 14	11	4 per layer on NP595 Plts.
NP595	Pallet	Dk. Gray	48 x 45 x 7	59	Plastic
P1066/1019	Pallet		48 x 45 x 30		
P1066/1054	Pallet		48 x 45 x 36		
CC8	Metal Bin		53" x 42" x 28"	305	
CC3A	Metal Bin		53" x 42" x 38"	385	
CC3	Wire Mesh		53" x 42" x 38"	320	
CC58	Plastic Bin	Green	45.5" x 32" x 24.5"	75	
CC90 (91)	Plastic Bin	Orange	45" x 48" x 43"	146	Collapsible
CC30	Plastic Bin	Blue	32" X 30" x 21.5"	48	

**CONTROLLED**  
(WHEN RED)

**Non-Collapsible Plastic Containers**

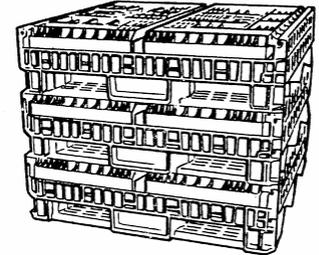
The picture to the right is an example of our non-collapsible plastic bins four types are available:



	<b>Outside Dims.</b>	<b>Weight (lbs.)</b>	<b>Inside Dims.</b>
0C00073	48" X 45" X 34"	145.5#	41.5" X 44" X 27.5"
0CC00091	48" X 45" X 33"	144.5#	41.5" X 44.3" X 26.6"

**Nestable Plastic Totes & Pallets**

The pictures to the right are examples of our nestable plastic totes and pallets.

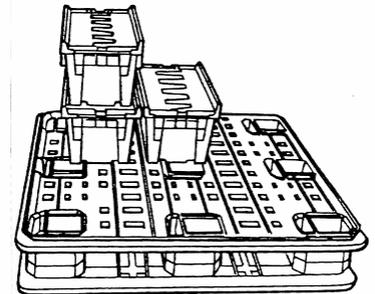
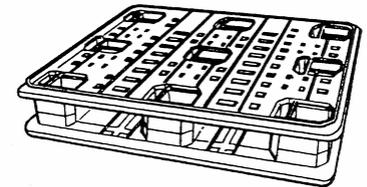
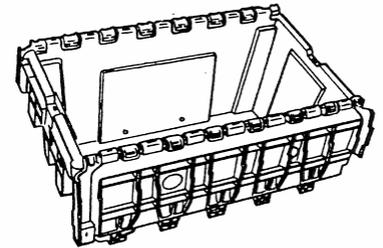


**STANDARD PARTS SYSTEM TOTE:**

	<b>Outside Dims.</b>	<b>Weight (lbs.)</b>	<b>Inside Dims.</b>
0A1AG001	15" X 9" X 8"	3#	12.8" X 6.8" X 6.1"
NP535	23" X 11" X 14"	7#	12.19" X 8.44" X 12.12"
NP516	11.8 X 10.8 X 7.4"	3#	8.1" X 8.4" X 5.5"

**PALLETS:**

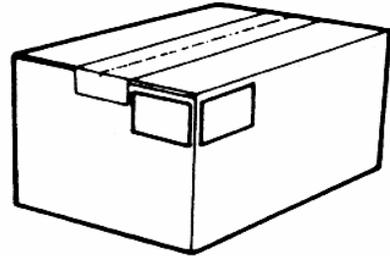
	<b>Outside Dims.</b>	<b>Weight (lbs.)</b>	<b>Inside Dims.</b>
0A1AG002	32" X 30" X 6.25"	30#	not applicable
NP595	47" X 44" X 7"	30#	not applicable



## Label Locations on Various Shipping Packs

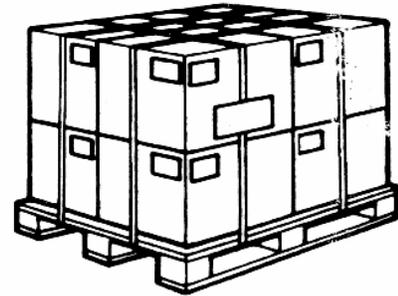
---

**Box or Carton** Identical labels should be located on two adjacent sides (wrap around label acceptable). The upper edges of the labels should be as high as possible up to 20 inches from the bottom of the carton.



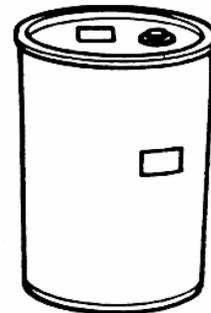
---

**Cartons on Pallet** Each carton should be individually labeled as described above. One master label may be used as described in Section 5.6.3, or one mixed load label as described in Section 5.6.4.



---

**Drums, Barrels, or Cylindrical Containers** Identical labels should be located on the top and near the center of the side.



**SECTION 6**  
**FORMS AND EXHIBITS**



**NEW VENTURE GEAR  
NEW PROCESS GEAR DIVISION  
BUSINESS INSTRUCTIONS**

DOC.# MEI 96-032

ORIGINATOR: P. O'Grady  
REVIEWER: Environmental Eng'g Supv.

SUBJECT: Vendor Packaging Information Form Instructions  
EFFECTIVE DATE: 7/31/96

REV.# 11 DATE: 02/24/04

**PURPOSE:**

To provide instructions for completing the NVG packaging form MEI 96-032F1

**RESPONSIBILITIES:**

The Packaging and Shipping Data form MEI 96-032F1 will be forwarded to each supplier by the appropriate Purchasing or Material Handling activity. Suppliers are required to complete and return the form MEI 96-032F1 to the designated Material Handling Engineering activity within 30 days of receipt. If the information is not available at the time, the supplier must provide preliminary data based on available information (and so indicate). In those instances where preliminary data is provided, a revised Form MEI 96-032F1 must be submitted when final information is available.

The appropriate Material Handling Engineer will review each packaging form and either contact the supplier if the information does not conform to NVG standards or approve it by signing and dating the form.

Finance must also approve the packaging if there will either be an investment in returnable containers or a cost associated with expendable containers or dunnage.

A signed copy of the packaging form *MEI 96-032F1* should be filed with Purchasing as part of the vendor contract. A copy will be kept with the appropriate Material Handling function.

**REFERENCES:**

Packaging Form *MEI 96-032F1*

**INSTRUCTIONS:**

**I. PACKAGING REQUIREMENTS AS SPECIFIED BY NVG**

In order to improve material handling and minimize the disposal of expendable packaging materials, New Venture Gear is requesting all suppliers of components, including raw castings, forging, partially machined components, and finished components, to quote using standard returnable containers and to package these items per New Venture Gear Packaging Process Standard **MEI 96-032**. For parts weighing less than 1 pound, quote both disposable and returnable packaging. The material Handling Engineer will determine whether a disposable or returnable container is appropriate.

It is the responsibility of each and every supplier to provide clean rust and damage free parts, efficiently packaged in order to support New Process Gear's goal of zero defects. One type of rust preventative used at NVG is a 3% oakite solution in the final rinse operation. Any rust preventative must protect the parts on the shelf at NVG for 60 day minimum.

To meet this goal, New Venture Gear will supply, on a consignment basis, containers to be used by suppliers for the shipment of components to NPG, with the exception of overseas suppliers and parts with special packaging requirements. It must be understood that the supplier will be held responsible for the containers and pallets allocated to them. New Venture Gear will make the initial shipment to the supplier on a consignment shipper showing quantity and part number; thereafter, shipments will be made to the supplier on miscellaneous memo shippers.

Each supplier is to select from the following list of allowed standard containers with the concurrence of NVG Material Handling Engineer.

Parts must meet cleanliness specification PS-621.

MEI 96-032

**CONTROLLED**  
(WHEN RED)

**A. Purchased Finished Components (Max. Part Weight = 1 pound or less)**

- Filled container to weigh 30 lbs. or less.
- Exceptions- very small or high usage parts (e.g: bolts, snap rings, etc.) may exceed 600 parts per container but must be within the 30 lbs. limit per container.
- 4 mil minimum poly bag liners required in all containers.

**B. Purchased Finished Components (Part Weight greater than 1 pound)**

- Filled container weighs more than 30 lbs. each.
- 4 mil minimum poly bag liner is required in all containers.

**C. GENERAL NOTES**

- No more than 600 parts per container unless approved by NVG Material Handling Engineer.
- Dunnage to protect parts in container to be returned with container. Design may be by supplier or NVG but must be approved by NVG Material Handling Engineer.
- Use VCI paper sheets and/or VCI poly bags as rust inhibitors, where required.

**D. Bearings**

- Because of the special requirements for handling bearings, the Buckhorn containers may not always be suitable. Many times the supplier will have an existing straight wall container. The NVG Material Handling Engineer will either approve the existing container or a new design.

**E. General Conditions:**

1. Labeling For more details on labeling, see ("New Venture Gear Trading Partner Label Implementation Guideline Ver. 1.1")
  - a. Packing Slips, in duplicate, must be submitted with every shipment.
  - b. Packing Slips must show the quantity, part number, part name, lot number, and change letter (see *example* enclosed).
  - c. Bar Coded AIAG Standard labels on each container. Master Label on pallets with multiple containers. Mixed Stock Label where applicable.
  - d. Large containers will have a maximum of 2 labels and smaller containers will have only one label in the proper location. All previous labels must be removed. CC91's and CC58's have either recessed areas or plastic card placards at 90° in the upper corners. Buckhorn containers will have one label behind the metal cardholder strip.
  - e. Labels on Buckhorn containers should be on a card stock which is held in place by the metal cardholder strips- adhesive labels are not permitted.
2. All suppliers are required to complete the **Packaging and Shipping Form MEI 96-032F1** for each part supplied and return it to the NVG Commodity Specialist (purchasing agent) who will pass it on to the NVG Material Handling Engineer for approval.
3. Suppliers are required to furnish a MSDS for any chemical that may be present (i.e..rust inhibitor) prior to any shipments for approval. All chemicals must have prior approval.
4. Due to part size, shape, weight, and usage, these guidelines may need to be adjusted.
5. Each supplier must be able to ship in expendable containers, if the need arises. The quantity and footprint must be similar in both expendable and returnable. The supplier is required to complete **Form MEI 96-032F1** for the expendable containers as an alternate.
6. Suppliers may contact NVG Material Handling Engineering to discuss the specifics of the above specifications as necessary.

Pat O'Grady	6600 New Venture Gear Dr.	E. Syracuse, NY	13057	315-438-2747
Gary Fritz	6600 New Venture Gear Dr.	E. Syracuse, NY	13057	315-438-2626

II. THE FOLLOWING INFORMATION MUST BE FILLED OUT BY THE SUPPLIER IN ORDER TO COMPLETE

MEI 96-032

CONTROLLED  
2  
(WHEN RED)

**PACKAGING FORM MEI 96-032F1, WHICH DOCUMENTS THE PACKAGING METHOD.**

1. DATE: Enter date the form is prepared.
2. MODEL YEAR: Enter the model year for which the part is to be used.
3. NVG PART NO: Enter the NVG part number.
4. NEW VENTURE GEAR PART NAME: Enter the official NVG name of the part.
5. SUPPLIER CODE: Six letter New Venture Gear supplier code. If you are not yet a registered NVG supplier, leave blank.
6. P.O.NO.- If part has been released reference P.O. No.. If part is in quoting stage leave blank.
7. PACKAGING DATA.- If packaging method is in question put an X in the preliminary box. If packaging already exists or you have the agreement of the Material Handling Engineering function, put an X in the final box.
8. UNIT OF MEASURE - In most cases dimensions and weights should be in English. Mark box accordingly.
9. HANDLING METHOD - Under mechanically handled loads put the overall dimensions of a complete pallet or large shipping container along with the NET WT. (Total wt. of all parts), TARE WT. - Wt. of pallet and/or container, GROSS WT. - Wt. of both parts and containers and pallet.  
  
MANUALLY HANDLED PACKAGES - Individual cartons or containers which are under 30lbs. - same information as above only for individual or small containers. See *container and dunnage* descriptions for dunnage and weights.
10. PACKAGING CODE BOX - Place the code from the table to the left of this field for both the individual box and the pallet in this field; ie. The code for a 1/8 short Buckhorn would be NP535/ NP595.
11. CONTAINER RETURN POINT- If returnable containers are to be shipped to a different address than appears under Supplier Name and Address, place it here.
12. PART DATA - Overall dimensions, weight, and material of individual part.
13. CORRUGATED PACKAGING INFORMATION - If packaging is corrugated material, put details such as wall type, burst strength, and type of pallet to be used in this field.
14. RETURNABLE DUNNAGE - If separators, bags, or cell partitions are used, inside a returnable container, identify dunnage in this section.
15. Identification - Refer to NVG Shipping/Part Identification Label Standards Manual for labeling information.
16. SUPPLIER NAME AND ADDRESS - Address and name of person who filled out packaging form.
17. REMARKS- If there is any pertinent packaging information which is not recorded, place it here.

**LOCATION OF CONTROLLED COPIES:**

Online  
Manufacturing Engineering Master File

**NATURE OF CHANGE:**

Changed: 1) Revised from 96-032F1 to include Return to NPG information and added more clarification on Packaging Code, Item 10

REVIEWER P. Prunze TITLE: Environmental Eng'r. Supervisor DATE 2/24/04  
APPROVER [Signature] TITLE: Director Mfg'g Engineering DATE 2/24/04

**CONTROLLED COPIES ARE STAMPED  
"CONTROLLED (WHEN RED)"**

MEI 96-032

**CONTROLLED**  
**(WHEN RED)**

# PACKAGING AND SHIPPING DATA FORM 96-032F1

NOTE: DO NOT FOLD WHEN RETURNING.  
FORM MUST BE TYPED

Return to NPG  
 NAME: \_\_\_\_\_  
 E-MAIL: \_\_\_\_\_  
 PHONE: \_\_\_\_\_  
 FAX: \_\_\_\_\_

1. DATE	2. MODEL YEAR	3. PURCHASE ORDER NO.		
4. NEW VENTURE GEAR PART NAME		5. NVG PART NUMBER	6. SUPPLIER CODE	
7. PACKAGING DATA		8. UNIT OF MEASURE	9. HANDLING METHOD	
FRG/ML	ENGL	METRIC	ENGLISH	MECHANICALLY HANDLED LOADS (PALLETIZED) OR BULK MANUALLY HANDLED PACKAGES (LESS THAN 30 LBS)
10. DETERMINE CODE AND ENTER IN PACKAGING CODE BOX		11. SHIPPING LOCATION (IF DIFFERENT FROM SUPPLIER ADDRESS)		
CARTONS ON PALLET	COP	IF A NVG RETURNABLE CONTAINER IS TO BE USED, SELECT IT FROM THE ATTACHED TABLE AND ENTER IT IN THE PACKAGING CODE BOX, TO THE RIGHT.		
PALLET TRAY PACK	PTP	IF PART REQUIRES INTERNAL DUNNAGE ENTER PART NUMBER AND QUANTITY IN 14. INTERIOR PACK		
CORRUGATED PALLET BOX	CPB			
SUPPLIER RETURNABLE BIN	SRB			
SUPPLIER RETURNABLE PALLET	SRP			
12. PART DATA		13. IDENTIFICATION:		
DIMENSIONS AND WEIGHT	LENGTH _____ DIA. _____ HEIGHT _____ WEIGHT (LBS.) _____	MATERIAL IDENTIFICATION AND IDENTIFICATION OF SUPPLIER OWNED RETURNABLE CONTAINERS AND LOOSE COMPONENTS MUST CONFORM TO MANDATORY REQUIREMENTS AS SPECIFIED IN SECT. 5. LATEST ISSUE OF CHRYSLER SHIPPING/PART IDENTIFICATION LABEL STANDARDS MANUAL.		
	<input type="checkbox"/> METAL <input type="checkbox"/> PLASTIC <input type="checkbox"/> FIBER <input type="checkbox"/> RUBBER OTHER _____	16. SUPPLIER NAME AND ADDRESS (I HAVE READ ME196-032 & UNDERSTAND ALL THE REQUIREMENTS)		
	<input type="checkbox"/> ROUGH <input type="checkbox"/> MACHINED <input type="checkbox"/> PAINTED <input type="checkbox"/> PLATED OTHER _____	SUPPLIER: _____ Contact: _____ Address: _____ E-Mail: _____ SIGNATURE _____ DATE _____ PHONE NO. _____ FAX NO. _____		
13. PACKAGING DATA		17. REMARKS:		
MATERIAL	14. INTERIOR PACK	FINANCE DEPARTMENT APPROVAL _____ DATE _____ MATERIAL HANDLING ENGINEER APPROVAL _____ DATE _____		
<input type="checkbox"/> SINGLE WALL <input type="checkbox"/> DOUBLE WALL	<input type="checkbox"/> DIE CUT <input type="checkbox"/> CELLED <input type="checkbox"/> PADS	RETURN TO NVG SUPPLIER MANAGEMENT		
<input type="checkbox"/> TRIPLE WALL <input type="checkbox"/> KRAFT PAPER	<input type="checkbox"/> LINER <input type="checkbox"/> WRAPPED <input type="checkbox"/> LOOSE			
<input type="checkbox"/> OTHER _____	<input type="checkbox"/> OTHER _____			
BURSTING TEST _____	NO. OF PARTS PER NEST _____ CELL _____			
TYPE _____	RETURNABLE OR EXPENDABLE DUNNAGE _____			
<input type="checkbox"/> RSC <input type="checkbox"/> FLANGED TUBE	NVG PART NO. _____ DESCRIPTION _____ QTY/PC _____			
<input type="checkbox"/> HSC <input type="checkbox"/> TELESCOPIC	_____			
<input type="checkbox"/> FSC <input type="checkbox"/> OTHER _____	_____			
PALLET	STRAPPING			
<input type="checkbox"/> BLOCK	MATERIAL TYPE _____			
<input type="checkbox"/> NOTCHED STRINGER	NO. OF STRAPS _____			
	THICKNESS _____			
	WIDTH _____			
	TOTAL LENGTH _____			

CONTROLLED

**TEST PACKAGE**

**HOLD**

**IN RECEIVING AREA**

**NOTIFY** \_\_\_\_\_

**PHONE** \_\_\_\_\_



## Supplier Container Cost Analysis

<u>SUPPLIER CODE</u>	<u>DESTINATION PLANT</u>	<u>PART NUMBER</u>	<u>DATE</u>
<u>SUPPLIER NAME</u>	<u>CHRYSLER BUYER</u>	<u>DESCRIPTION OF PART</u>	<u>PURCHASE ORDER NUMBER</u>

**DEFINITIONS & REQUIREMENTS:**

- 198 CLAUSE is the per piece cost of expendable packaging used in standard shipments.  
It is included in the piece price and therefore, automatically paid on each part shipped.  
If "returnables" are the standard container, this clause represents expendable dunnage, pallet, and labels.  
If "cardboard" is the standard container, this clause represents expendable dunnage, pallet, labels, and the expendable cardboard box.  
If the part is shipped domestically in returnables and internationally in cardboard, this clause represents expendable dunnage, pallet, and labels for domestic shipments.  
The expendable cardboard box cost used for international shipments will be covered in the 092 clause and paid on every shipment that the 092 process is followed.
- 092 CLAUSE is the incremental per piece cost of expendable packaging used when out of returnable containers that is not covered in the 198 CLAUSE.  
It is not included in the piece price and will be paid separately when out of returnable containers and the 092 process is followed.
- Submit **INVOICES** for packaging and freight costs
- **INVOICES or separate worksheets** must clearly show the calculation used to determine the container, dunnage, and freight costs identified in row A, B, and C.

198 CLAUSE	092 CLAUSE
EXPENDABLE PACKAGING/ DUNNAGE USED IN STANDARD SHIPMENTS	EXPENDABLE PACKAGING/DUNNAGE USED IN NON-STANDARD SHIPMENTS
	DOMESTIC      INTERNATIONAL

**CONTAINER INFORMATION**

TYPE OF CONTAINER (CONTAINER NUMBER) <small>Indicate RETURNABLE or EXPENDABLE</small>				
CONTAINER DIMENSIONS				
DESCRIPTION OF REQUIRED DUNNAGE				
SUPPLIER OF CONTAINER/DUNNAGE				

**CONTAINER/DUNNAGE COST**

A. COST OF CONTAINER <small>N/A if container is RETURNABLE</small>				
B. COST OF DUNNAGE				
C. FREIGHT COST OF CONTAINER TO SUPPLIER FACILITY <small>N/A if container is RETURNABLE</small>				
D. # OF PIECES PER CONTAINER				
E. CONTAINER/DUNNAGE COST PER PIECE = (A+B+C) / D				

**PALLET & LABEL COST**

F. COST OF PALLETS AND PACK				
G. # OF PIECES PER CONTAINER				
H. # OF CONTAINERS PER PALLET				
I. PALLET & PACK COST PER PIECE = F / (G * H)				

**ASSEMBLY COST (INTERNATIONAL ONLY - EXCLUDES CANADA & MEXICO)**

If "returnables" are the standard domestic container and excessive "expendable" container shipments are required, the assembly cost will be addressed as a separate issue.

J. MAN HOURS/MINUTES TO ASSEMBLE CONTAINER				
K. LABOR COST TO ASSEMBLE CONTAINER (PER HOUR)				
L. # OF PIECES PER CONTAINER				
M. TOTAL ASSEMBLY COST PER PIECE = (J*K)/L				

**CLAUSE VALUE**

N. CONTAINER/DUNNAGE/ASSEMBLY/PALLET COST (E + I + M)				
O. DUNNAGE COST INCLUDED IN "198 CLAUSE" <small>E from "198 CLAUSE" COLUMN</small>	NA			
P. PALLET & LABEL COST INCLUDED IN "198 CLAUSE" <small>I from "198 CLAUSE" COLUMN</small>	NA			
Q. ADJUSTED CLAUSE VALUE = (N - O - P)				
R. INDICATE U.S. OR CANADIAN FUNDS				

**Process:**

1. Supplier fills out the form
2. Rich Blomberg in MHE T/L 722-1607 Sign off Date & Initial
3. Form is then forwarded to Procurement and Supply Finance
4. Forward to Central Processing



## MATERIAL SAFETY DATA SHEET

**PRODUCT NAME: CS-20 RUST PREVENTATIVE****HAZMIN Number: 578****Company Data****Current Company:** PETRO-LUBE, INC.**Short Name:** None10566 PLAZA DRIVE  
WHITMORE LAKE, MI 48189**Emergency Phone:** 313-449-2094**Information Phone:** 313-449-2091**Manufacturer/Supplier:** PETRO-LUBE, INC.10566 PLAZA DRIVE  
WHITMORE LAKE, MI 48189**Emergency Phone:** 313-449-2094**Information Phone:** 313-449-2091**Product Data****Stock ID 1:** 47-400-0140**Distributor Name:** PETRO-LUBE, INC.**MSDS Prepared:** 1/30/1997**Revised:** 1/30/1997**Physical and Chemical Data****Boiling Point:** = 500°F**Specific Gravity:** = .92 **NOTE:** kg/l**Vapor Density:** **NOTE:** Not Determined**Evaporation Rate:** < 1.0 **NOTE:** Water=1.0**pH:** **NOTE:** N/A (CONC. + USE DILUTION)**% Volatile:** = .000 Vol**Vapor Pressure:** **NOTE:** Not Determined**VOC %:** = .000 lbs/gallon**Molecular Weight:** **NOTE:** N/A**Solubility in Water:** NIL**Appearance/Odor:** Clear Amber Liquid / SOLIDS BY WT: 0.000**Physical State:** Liquid**Hazard Rating A:** HMIS MFG. Rating: Health = 1 Flammability = 2

Reactivity = 0

**Personal Protective Equipment:** Safety Glasses, Gloves

**Fire and DOT Data****Flash Point Open:** = 330°F **NOTE:** COC**Auto Ignition:** **NOTE:** Not Determined**LEL/LFL:** **NOTE:** N/A**UEL/UFL:** **NOTE:** N/A**Preparer Information:** Walter J. Ramus, Technical Director**UN Number:** N/A**DOT Class:** N/A**DOT Label:** N/A**Proper Shipping Name:** CS-20 Rust Preventative**Component Data****Component:** PETROLEUM HYDROCARBONS**Cas No:** 64742536**Percent:** Between 90 And 95**OSHA TWA (mg/M3):** 5**ACGIH TWA (mg/M3):** 5**Limit Note:** PEL & TLV: Mineral oil mist**Component:** MIXTURE**Note:** CAS NUMBER: N/A**Percent:** Between 5 And 10**Component:** BARIUM COMPOUNDS**Note:** %: 20 to 30% in 5 - 10% Mixture; 5.8% as Ba**Percent:** Between 1 And 3**EPCRA 313 Chemical:** Yes**SECTION I - IDENTIFIERS****PRODUCT NAME:** CS-20 Rust Preventative**CHEMICAL FAMILY:** Mixture**PRODUCT DESCRIPTION:** Rust Inhibitor.**MOLECULAR WEIGHT:** N/A**HMIS CODES:****HEALTH:** 1**FIRE:** 2**REACTIVITY:** 0

PERSONAL PROTECTION: B

NAME OF PREPARER: Walter J. Ranus

TITLE: Technical Director

U.S. PATENT NUMBER: N/A

24 HOUR EMERGENCY PHONE: 313-449-2094  
INFORMATION PHONE: 313-449-2091

PREPARATION DATE: 01/03/97  
DATE: 01/30/97

DISTRIBUTED BY: Petro-Lube, Inc.

MANUFACTURER'S NAME AND ADDRESS:

Petro-Lube, Inc.  
10566 Plaza Drive  
Whitmore Lake, MI 48189

## SECTION II - INGREDIENTS

SEE COMPONENT PAGE(S) FOR ADDITIONAL INFORMATION.

REPORTABLE COMPONENTS

Petroleum Hydrocarbons

\* Mixture Contains 20 to 30% Barium compounds; 5.8% as Ba

\* Indicates toxic chemical(s) subject to the reporting requirements of section 313 of Title III and of 40 CFR 372.

## SECTION III - HEALTH HAZARD DATA

EFFECTS OF OVEREXPOSURE - ACUTE & CHRONIC:

INHALATION: **\*\*INHALATION\*\*** Vapor and/or mist may produce mucous membrane irritation and irritation of the upper respiratory tract.

SKIN CONTACT: **\*\*SKIN CONTACT\*\*** Prolonged contact produce irritation, defatting and drying of the skin.

EYE CONTACT: **\*\*EYE CONTACT\*\*** Direct contact may produce severe irritation.

INGESTION: **\*\*INGESTION\*\*** High concentrations may produce nausea, vomiting, diarrhea and/or abdominal cramps.

#### **SECTION IV - EMERGENCY FIRST AID PROCEDURES**

INHALATION: **\*\*INHALATION\*\*** Remove to fresh air at once. If difficulty in breathing persists, contact physician.

SKIN CONTACT: **\*\*SKIN CONTACT\*\*** Remove contaminated clothing. Wash exposed area with soap and water. If irritation develops, contact physician.

EYE CONTACT: **\*\*EYE CONTACT\*\*** Rinse eyes immediately with large amounts of water, occasionally lifting both upper and lower lids. Continue for 15 minutes. Contact Physician.

INGESTION: **\*\*INGESTION\*\*** DO NOT INDUCE VOMITING. If conscious, give large quantities of water or milk. Contact Physician.

#### **SECTION V - FIRE AND EXPLOSION DATA**

FLASH POINT: 330 F

METHOD USED: COC

FLAMMABLE LIMITS IN AIR BY VOLUME:

LOWER: N/A

UPPER: N/A

AUTO IGNITION TEMPERATURE: Not Determined

EXTINGUISHING MEDIA: Water fog, alcohol foam or carbon dioxide.

SPECIAL FIRE FIGHTING PROCEDURES: Use self-contained breathing apparatus for enclosed areas. Use water to cool fire exposed containers. Remove containers from fire area if possible. Use protective clothing.

UNUSUAL FIRE AND EXPLOSION HAZARDS: May react with oxidizers.

#### **SECTION VI - SPILL OR LEAK PROCEDURES**

STEPS TO BE TAKEN IF MATERIAL IS RELEASED OR SPILLED: Stop spill at source.

Dike and contain with absorbant material. Discard into a covered metal container, label as waste for disposal.

## **SECTION VII - HANDLING AND STORAGE**

PRECAUTIONS TO BE TAKEN IN HANDLING AND STORAGE: Do not smoke or eat while handling this substance. Keep container tightly closed when not in use. Avoid strong oxidants. Always maintain good housekeeping and hygienic practices. Store away from incompatible materials.

OTHER PRECAUTIONARY MEASURES: Avoid breathing mist. Avoid prolonged or repeated skin contact. Avoid eye contact. Avoid ingestion. Do not smoke or eat while handling chemicals. Wash thoroughly after handling concentrate. Remove contaminated clothing and launder before reuse. Always use good hygienic practices.

## **SECTION VIII - EXPOSURE CONTROLS/PERSONAL PROTECTION**

EYE PROTECTION: Safety glasses with splash shield or chemical goggles recommended.

SKIN PROTECTION: Waterproof gloves or natural rubber gloves are recommended when handling concentrate.

RESPIRATORY PROTECTION: No special protection needed under normal use conditions.

VENTILATION: Good general ventilation under normal working conditions. Local exhaust ventilation if misted.

OTHER PROTECTIVE EQUIPMENT: No special protection needed under use conditions.

ENGINEERING CONTROLS: No special requirements.

HYGIENIC PRACTICES: Always maintain good housekeeping and hygienic practices.

## **SECTION IX - PHYSICAL AND CHEMICAL DATA**

SEE DATA PAGES FOR ADDITIONAL INFORMATION.

## **SECTION X - REACTIVITY DATA**

STABILITY: Stable

CONDITIONS TO AVOID: Sparks, open flame or high temperature.

MATERIALS TO AVOID: None Known

HAZARDOUS DECOMPOSITION PRODUCTS: If material is ignited, emits carbon monoxide, carbon dioxide & hydrocarbons.

HAZARDOUS POLYMERIZATION: Will not occur.

POLYMERIZATION CONDITIONS TO AVOID: Polymerization will not occur.

## **SECTION XI - TOXICOLOGICAL INFORMATION**

MUTAGENICITY: Not Available

TETRATOGENICITY: Not Available

TUMORIGENICITY: Not Available

ALLERGEN STUDIES: Not Available

INGREDIENTS LISTED AS CARCINOGEN OR POTENTIAL CARCINOGEN PER NTP, IARC OR OSHA: No known carcinogenic ingredients present.

## **SECTION XII - ECOLOGICAL INFORMATION**

ECOLOGICAL IMPACT: No negative ecological impact expected.

ECOTOXICOLOGY DATA:

## **SECTION XIII - DISPOSAL**

WASTE DISPOSAL METHODS: Reclaim and incinerate or bury in a secured landfill with chemical fixation. Dispose of in a manner consistent with state, provincial, local and federal disposal regulations.

## **SECTION XIV - TRANSPORT**

DOT LABELING INFORMATION (49 CFR 100-199): N/A

PROPER SHIPPING NAME: CS-20 Rust Preventative

HAZARD CLASS: N/A

LABEL(S) REQUIRED: N/A

IDENTIFICATION NUMBER: N/A

MICHIGAN WASTE NUMBERS: N/A

## SECTION XV - REGULATORY

EPCRA 311 AND 312:

HAZARDOUS CHEMICAL: No

COMPONENTS REGULATED UNDER EPCRA 313:

TOXIC CHEMICAL: Yes

REPORTABLE COMPONENTS CAS NUMBER WEIGHT PERCENT

Petroleum Hydrocarbons 64742-53-6 90 - 95%

Mineral oil mist: OSHA PEL - TWA 5 mg/m<sup>3</sup>; ACGIH TLV-TWA 5 mg/m<sup>3</sup>

\* Mixture Contains 20 to 30 % Barium compounds; 5.8% as Ba.

COMPONENTS LISTED IN TSCA INVENTORY: Yes

## SECTION XVI - DISCLAIMER

The information in this MSDS was obtained from sources which we believe are reliable. However, the information is provided without any warranty, expressed or implied, regarding its correctness.

The conditions or methods of handling, storage, use and disposal are beyond our control and may be beyond our knowledge.

For this and other reasons, we do not assume responsibility and expressly disclaim liability for loss, damage or expense arising out of or in any way connected with the handling, storage, use or disposal of the product.

HAZMIN Version: 1 / Last Edited on 7/8/2002

Report: 2/18/2004 2:56:50 PM

© 1999-2003 Logical Technology, Inc.  
All Rights Reserved  
[About HAZMIN®](#)

## GLOSSARY

### **Data Characteristics Area**

The part number, quantity, supplier number and label number shall be included on each label in the designated data area and shall be displayed in both numeric characters and bar code symbols. All data may vary in number of characters and only the serial number has a specified maximum length.

### **DESTINATION LABEL**

A label to identify the receiver of a shipping pack when the package is routed through a consolidation point.

### **ITEM**

A single part or material purchased, manufactured, and/or distributed.

### **LABEL**

A card, strip of paper, etc., marked and attached to an object to indicate the objects nature, contents, ownership, destination, etc..

### **MASTER LABEL**

A label used when shipping to identify and summarize the total contents of a multiple pack on a unit load.

### **MIXED ITEM PACK**

A pack containing items with different part/item numbers.

### **MIXED LOAD LABEL**

A label used when shipping to identify mixed items on a unit load pack.

### **MULTIPLE PACK**

A pack containing smaller packages (subpack) of the same part/items.

### **NON-STANDARD QUANTITY PACK**

A pack which always contains variable quantities of like items.

### **STANDARD QUANTITY PACK**

A pack which always contains the same quantity of like items.

### **SUBPACK**

One of the smaller packs (which may be standard or non-standard quantity pack) that make up a larger multiple pack.

### **SHIPPING/PARTS IDENTIFICATION**

A label used to identify the contents of a shipping pack.

### **WARNING LABELS**

A label used to identify the material as dangerous, hazardous, flammable, etc. Use of the shipping label does not relieve the supplier from responsibility to affix these labels. These labels must continue to be applied to applicable shipments.

**ANEXO VIII: INSTRUCCIONES DE ETIQUETADO DE PLANTAS  
EN ESTADOS UNIDOS**

**Observaciones:** El presente anexo es una documentación oficial del gobierno de Estados Unidos, por tanto, se incluye en el idioma oficial de este país (inglés).

---

# Industry Guide To Marketing Container Plants

## Purpose of the guide

This publication is intended to provide guidance to industry retailers and their suppliers on the minimum information required by law in selling “packaged products,” including containerized plants. This guide summarizes the law and regulations about what types of information are required and how that information must be presented. Where possible, this guide offers specific suggestions on how businesses in the horticulture industry can meet these requirements that have been in the law for a number of years, but are just now coming to the industry’s attention.

## Origin of this Guide

With the dramatic increase in container plants sales, state and related weights and measures compliance staff have stepped up their scrutiny of industry marketing practices. These authorities have discovered that some long-time practices in the industry regarding labeling and advertising violate or ignore consumer information requirements. They have warned the industry that it must come into compliance. Retailers not in compliance can incur stop-sale orders and substantial fines and penalties for misleading or inadequate labeling and advertising.

The industry is responding to their warning. Labeling and signage practices in this industry affect businesses along the entire supply chain, from container and label manufacturers, to growers and plant branding firms, to the ultimate retailer. National trade associations representing businesses along the supply chain have appointed multiple task forces to research the law, identify common areas of non-compliance, and develop guidelines to assist industry businesses in conforming to the law.

Following all these recommendations addresses compliance with these regulations as they are understood, and strict compliance is strongly encouraged. Individual businesses may choose to follow or not to follow all these recommendations, with enforcement consequences varying accordingly.

These guidelines are *strictly voluntary*. They were developed as an aid to facilitate industry compliance with the least amount of disruption and expense over current industry practices. The uniform law and regulations are extensive and provide some flexibility that is beyond the scope of this publication.

## The Uniform Law and Regulations

The legal foundation for the required consumer information is found in the Uniform Weights and Measures Law and the Uniform Packaging and Labeling Regulations. The National Conference on Weights and Measures (NCWM) maintains this model law and its implementing regulations.

The National Institute of Standards and Technology (NIST) provides technical assistance to the conference. NIST is also the intermediary between these weights and measures representatives and the industries affected by the uniform law and regulations. NIST acts only in an advisory capacity. Enforcement of the law and regulations rests exclusively with state, or subsidiary government, weights and measures personnel.

Fortunately for businesses, no state may enact a law or adopt regulations that are more burdensome than the uniform law adopted by the National

Conference. NIST *Handbook 130* is the federal publication containing the uniform law and regulations on packaging and labeling. Copies of *Handbook 130* may be purchased from NCWM at [www.ncwm.net](http://www.ncwm.net). The *Handbook* is also available through download via the internet from the weights and measures section of the NIST website: [www.nist.gov](http://www.nist.gov).

## Compliance is possible!

Keep in mind that the uniform law and regulations require information that is designed to assist the consumer, rather than the producer or retailer. They address the *minimum* amount and the format of information required. Information on signage and labels that many businesses will want to provide consumers (e.g. horticultural practices) is acceptable—provided it does not conflict with or obscure the required information.

Many industry businesses will discover that they can comply by making only minor changes in signage and labeling. These changes will result in information that consumers are already accustomed to seeing on other packaged products, e.g., references to metric measurement that have become commonplace.

Given the industry's numerous plants, container sizes, growers, and labeling practices, a single approach with all products is unlikely to work. These regulations also apply to decorative, irregularly shaped containers, and dish gardens. Retail businesses may find that unique circumstances are best met using signage, rather than individual labels to provide some required information for some plants or displays.

## Summary of Regulations

The purpose of this law is to assist a consumer in *comparing similar products by using uniform and consistent price and quantity information on the product package, or in advertising and signage.*

This information is not intended to help market the product. Decorative graphics and supplemental marketing information on the package cannot contradict, confuse, or obscure the information that is required for product comparison.

*This law applies only to retail sales of products to consumers and not to transactions between wholesale suppliers and retailers.* This law does not affect sales transactions within the industry, such as those conducted using the American Standards for Nursery Stock. The retailer, through the normal course of business, may seek assistance from suppliers in providing the required information.

*The required information must be accurate.* In no case may the quantity of the product be less than represented. There is reasonable allowance for the average of the quantity to be slightly more than represented, but not so as to mislead or in anyway deceive the consumer in comparing similar products.

*The required information must be easily accessible to the consumer.* The size of labels and the typeface used to describe the information must be sufficiently large for the necessary information to be legible. The required information may be presented on labels or in signage. Labels include hanging tags, stake tags, and labels affixed to the container. The location of the required information must not entail unreasonable handling of the product, and store signage must be in proximity to the product. Plants sold with sleeves or covers need to ensure that labels are easily located and not underneath the pot cover.

In short, the easiest way for the industry to comply with the spirit of this law is to make this information easy for consumers to find, understand and use to make price and quantity comparisons.

## Three Kinds of Required Information

### 1. The Declaration of Identity—

This declaration must describe the product: in this case, a name of the plant. The identity can be the common name of the plant, such as “daisy,” or it can be more specific, for example, “Shasta daisy” or the botanical name. In the case of containers having more than one type of plant, terms such as “mixed annuals” or “mixed perennials” are acceptable. The same applies to signage. (For reasons other than this law, some states require botanical names.)

**2. The Declaration of Net Contents—** This declaration must describe the contents in terms of weight, measure, or count. There are several methods that might be used by the industry for this declaration. For transactions within the industry, it is common practice to refer to the volume of the container. *Therefore, this guide recommends that industry businesses use the volume of the container as the method for declaring net contents.*

The model law requires that quantity declarations must be in both U.S. (inch, pound, ounces) and metric (meter, grams, liter) measure. The container quantity may be expressed as either the dimensions or volume capacity of the container. For irregular-shaped containers, the law requires that the dimensions must include top diameter, bottom diameter, and height. (Reference to top diameter only is not acceptable.)

Because the declaration must be expressed in both U.S. and metric measure, using the container’s dimension would require six numbers—top and bottom diameters and depth. Using the container’s volume requires only two numbers: one in U.S. and one in metric.

This guide recommends that the declaration of net contents be expressed

in terms of the volume capacity of the container. Industry practice in some industry sectors already refers to container volume using liquid measure (e.g. pint, quart and gallon). Therefore, this guide recommends that industry businesses describe the container’s net contents in U.S.—fluid ounces, pints, quarts and gallons—and in metric—milliliters and liters (see chart of abbreviations included with this document); for example:

6 fl oz (180 ml)

### *Net Contents Declaration for Market Packs*

The regulations include instructions on how the declaration of net contents must be expressed for products with multiple units, such as market packs. The *net contents declaration must include the total count and both the unit cell volume and the total volume of all cells.* The following description is an example of this combination declaration:

6 cell x 2 fl oz [60ml]  
Total 12 fl oz [360 ml]

Market packs are sometimes combined into larger packages for sale, e.g., a “flat” that contains four packs. If the four packs can be separated and sold separately, then the net contents declaration on labeling or signage would refer to the count and volumes of units in each pack, not the flat. In this example, each pack would require a label/tag or, in place of individual tags, signage. For these declaration purposes, signage would refer to the individual market packs and pack count per flat with pricing by the flat.

**3. The Declaration of Responsibility—**The declaration of responsibility provides the consumer with the location of the vendor, distributor, or retailer of a product. If the product is offered to the consumer by any business other than the grower of the plant, at any place other than on the premises where grown, there must be a “declaration of responsibility.” The purpose of this declaration of responsibility is to assist the consumer in comparing similar products.

(For example, identical plants produced by the same grower and offered at different prices.) This declaration is not a guarantee or warranty of plant health. It is a declaration of responsibility for plant identity and the accuracy of the net contents declaration.

*This responsible business may be the grower, the distributor (e.g. plant brand/marketer), or the retailer.* The declaration must include the responsible business name, city, state, and ZIP code. Websites are only considered supplemental information and do not suffice on their own at this time. The declaration may state the principal place of business in lieu of the actual place where the product was grown, distributed, or offered for sale.

This declaration is not required for retailers that grow all their own container plant material on the actual premises where those plants are offered for sale to consumers. *Retail growers are required to have a declaration of responsibility for all material grown off-premises.* Retailers with a mix of “home grown” and “brought-in” containers must have this declaration for purchased containers.

Retailers offering products grown by other businesses must determine how to handle this declaration. Some retailers may choose to declare themselves responsible; others may want or permit the names of growers or distributors on labels and signage. Regulations specify that when a product is sold by someone other than the manufacturer, the declaration of responsibility will qualify that relationship with a phrase such as “grown by” or “distributed by.”

### **The following are sample declarations of responsibility:**

*For production by retailer off premises:*  
“Grown by: ABC Garden Center  
Washington, DC 20005”

*For production by others:*

“Grown for: ABC Garden Center  
Washington DC 20005” **OR**

“Grown by: ABC Growers  
Anytown, MD 20105”

### **Presentation of the Three Kinds of Required Information**

The required information may appear on either signage **or** container labels. Retailers can decide which method (sign or label) is preferred and that method may vary among separate plant displays in the same store. *The declaration of identity and net contents must appear together, on either signage or labeling as described below.* The location of the declaration of responsibility is more flexible.

The declaration of identity and the declaration of net contents must be in close proximity; for example, on the same side of a double-sided label or sign. The declaration of net contents must be located in the bottom 30 percent of the label/sign. The declaration of responsibility may accompany the other two declarations, or may appear elsewhere on the product or signage. Product advertising that includes any pricing must also provide the declaration of net contents of products offered at that price.

**Supplemental Declarations of Quantity**— The required net contents declaration may be supplemented by additional information. The supplemental information must be visually separate from the required information and cannot be incomplete or presented in a fashion to confuse the consumer regarding the required information. For example, terms like “large” quart would not be allowed (a quart is a quart). Using a term such as “10-inch basket” is incomplete. Terms such “10-inch outside diameter” is an improvement, but is technically incomplete because it lacks reference to the bottom diameter and container depth

## Label Variations

The law provides for different requirements for different types of labels.

**Standard Label**— This is a label typically found on a consumer package. It often includes graphics, branding, promotional information, and directions for product use. This label may cover the entire container. With so much information, it is possible for the required declarations to be missed or hard to find. For this reason, the regulations have details regarding how the declarations must appear on this kind of label.

These details include provision for a “principal display panel” (PDP) that is, essentially, the “front” of the package. This “front” consists of one whole side of a square container, or the “span of view” of a cylindrical container. The PDP must contain the declaration of identity and the declaration of net contents. The format of information on the PDP portion of a standard label must be graphically presented to suggest that it contains the most important information.

*Hanging tags and stake tags, with any graphics (e.g., plant photo) or supplemental information (e.g., horticultural) would be considered a standard label according to these regulations.*

**Spot Label**— This is a plain label that covers only a small portion of the surface of the PDP, for example a typical “sticky” label on a plant pot. The spot label must exist apart from any other package information. It must have a border in order to stand out visually. A spot label that contains all three declarations is sufficient to meet the labeling law, but it must at least indicate the identity and net contents (with the responsibility declaration elsewhere, or not required when sold by the grower). The spot label may also contain a

barcode, provided that the identity and net contents are legible, with the net contents at the bottom of the label.

Either standard labels with the required format, or spot labels with their required format on plant containers are acceptable. See samples of these labels at the end of this guide. *Reminder: Signage can be used instead of individual container labels.*

**Stickers**— There is no prohibition against using stickers on the PDP of standard labels in order to fulfill the required information, i.e., plant identity or net contents, provided the location and format of the sticker complies with all other requirements.

**Container Embossing**— Required declarations may be embossed on a container as long as both the net contents and identity declaration are included. If there is any other information included on the container in a contrasting color, then the embossed information needs to be presented in a contrasting color to the container as well.

## Requirements for Information Presentation

*Abbreviations:*

### U.S. Measure

fluid ounces = fl oz  
pint = pt pints = pt  
quart = qt quarts = qt  
gallon = gal gallons = gal

### Metric Measure

milliliter = mL or ml  
milliliters = mL or ml  
liter = L or l  
liters = L or l

*Largest whole unit:*

In general, volume shall be expressed in terms of the largest whole unit, with any remainder expressed as a common or decimal fraction.

### Acceptable

3 quarts  
1.25 gal  
1.5 liters

### Not Acceptable

.75 gallon or 6 pints  
160 fl oz  
1500 mL

**Rounding:** Regulations recommend that in order to avoid overstating contents, all rounding be done as rounding down, not rounding up. The number of significant digits retained must be such that accuracy is neither sacrificed nor exaggerated. In most instances in this industry's containers, quantities stated to no finer than two decimal places (.00's) is sufficient (examples: 1.29 gal, 3.4 fl oz).

**Type or print formats:** A declaration may appear on one or more lines of type. Both upper and lower case letters are acceptable. Typeface must be at least 1/16" in size. Free space: There must be the equivalent of at least one line of type free of information both above and below the net contents declaration, and a width the equivalent of two letters (i.e., the letter "N") left and right of the declaration.

## Timetable for implementation of these regulations

The Uniform Law and regulations have been in place for a number of years and immediate enforcement of compliance is a possibility. Typically, when an industry becomes aware of its non-compliance and its businesses evidence good faith effort to comply quickly, there is a "grace period." This grace period involves first-time warnings and a reasonable period for current inventories of non-complying labels to be exhausted.

Most enforcement officials will be less lenient about signage that is incorrect, and they may expect the retailer to use signage with correct information to offset container labels that are not in compliance. Similarly, because advertising generally has shorter lead-time than label ordering, officials will also be less lenient about incomplete or inaccurate advertising.

Based on the law's long-time existence, and given traditional enforcement practices, this guide recommends that the industry do the following:

- Immediately modify or augment current signage to provide the necessary declarations in the required formats.
- Immediately ensure that any future placement of advertising with any pricing includes the necessary declarations of identity and net contents, in compliance with these regulations.
- Make the necessary adjustments to container labeling in the next ordering cycle.

## Implementation Recommendations for Various Types of Businesses

**Container manufacturers**— Container manufacturers will want to provide the volume capacity information in both U.S. and metric measure to all of their container customers as soon as possible. It is recommended that the volume be expressed in terms of ounces/pints/quarts/gallons (U.S.) and milliliters/liters (metric). When applicable and appropriate, fractions of these quantities should include up to two digits right of the decimal (.00's) and/or rounding as described above.

**Label manufacturers**— Label manufacturers will become a primary source for information on how plant labels and related signage can be modified to fully comply with this labeling law and regulations.

**Production growers**— Production growers that are under contract to provide labels and/or signage will need to know what the labeling law requires regarding standard and spot labels that they may be providing under contract with their retail customers.

**Traceability**—Also, though a distinct issue from the labeling regulations, for plant pest and quarantine purposes, growers may wish to consider whether their labeling scheme allows for easy identification of product based on grower and place of production. Traceability and easy identification through final consumer

sale can minimize potential losses resulting from regulatory holds or destruction orders.

**Distributors**— Distributors need to understand the law in order to respond both up and down channel. They may need to communicate with growers and manufacturers regarding labeling and product descriptions and specifications. They may also need to communicate with retail customers regarding labeling needs.

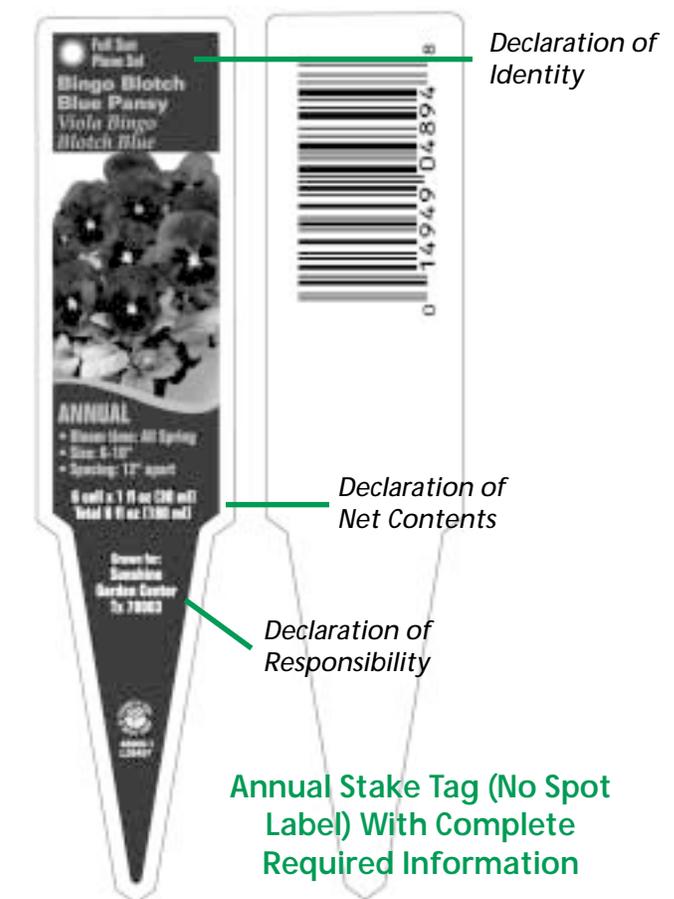
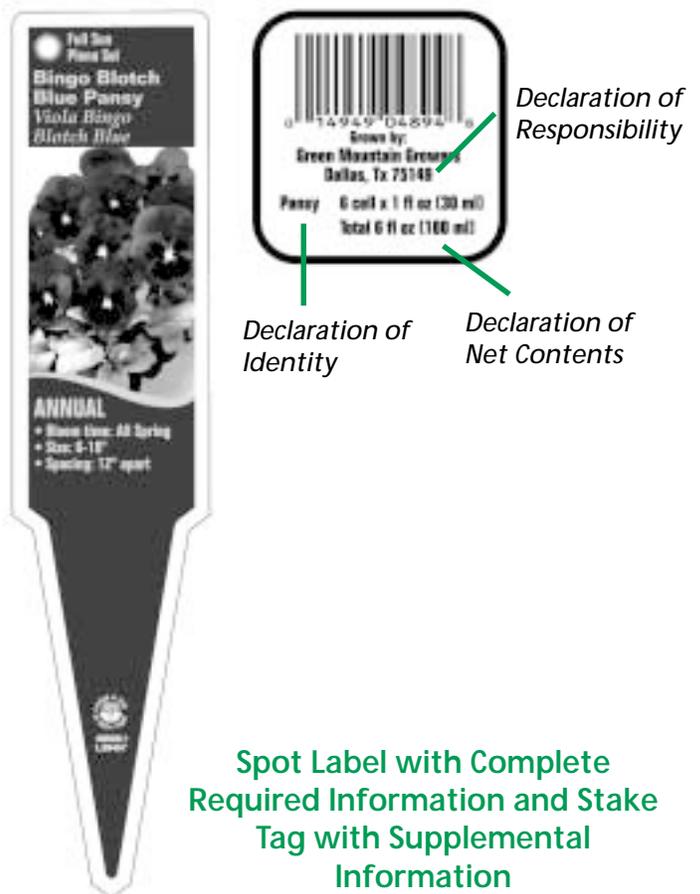
**Plant branding and marketing firms**— These firms need to understand this law to determine its effect on current labeling, signage and promotion material relating to their branded plants.

**Retailers**— Retailers need to understand the three kinds of required information and then decide how and where they want that information to appear (i.e. on signage or on labels). The choice of the party listed for the declaration of responsibility is an individual business decision. Decisions regarding the responsibility declaration may be affected by both marketing and cost considerations. For example, “private brand” or “house brand” material could carry the retailer’s name in the declaration and be identified by terms such as “Grown for \_\_\_\_\_.” Other plants may have a responsibility declaration attributed to a grower, distributor or plant marketer.

**For further information:**

All businesses are encouraged to consult the NIST *Handbook 130* for more details. Members of the industry trade associations endorsing this guide may contact their associations for further information. Other industry businesses should contact their label suppliers or the National Institute of Standards and Technology at [www.nist.gov](http://www.nist.gov) or NIST Weights and Measures Division, Gaithersburg, MD 20899.

The following samples illustrate the different ways the packaging law and regulations can be met through labels and signage:



Declaration of Identity



Declaration of Net Contents

Declaration of Responsibility

Standard Label (No Spot Label) for Use With Specific Pot Size With Complete Required Information



Declaration of Identity

Declaration of Responsibility

Declaration of Net Contents

Combination Standard Label and Spot Label (for use with multiple-sized containers)



Advertisement

Declaration of Identity

Declaration of Net Contents



Declaration of Identity

Declaration of Net Contents

Declaration of Responsibility

Sign Containing All Required Information



This document was prepared by ANLA with the assistance of SAF, NAHSA, PMA and OFA.



Label Images Produced by Horticultural Marketing & Printing

DISCLAIMER: The producers of this guide have worked to ensure that all information is accurate as of the publication date. The information is provided with the understanding that the publisher and the contributors are not engaged in rendering legal advice. Additional guidance can be obtained by contacting NIST directly.

**ANEXO IX: FORMULARIO PARA LA IMPORTACIÓN DE PLANTAS Y FLORES  
EN ESTADOS UNIDOS**



**ANEXO X: LISTADO DE PLANTAS PERMITIDAS EN ESTADOS UNIDOS POR  
TAMAÑO Y EDAD**

**Observaciones:** El presente anexo es una documentación oficial del gobierno de Estados Unidos, por tanto, se incluye en el idioma oficial de este país (inglés).

**PLANT SIZE AND AGE LIMITATIONS**  
 (abstracted from 7 CFR 319.37-2)

<b>Plant Type<sup>1</sup></b>	<b>Not More Than</b>
Rhododendrons and plants with similar growth habits	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 years old if grown from seed</li> <li>• 2 years old if produced by layering</li> </ul>
Naturally dwarfed plants	12 inches (305 mm) in length from soil line
Dormant herbaceous perennials (root crowns or clumps without leaves)	4 inches (102 mm) in diameter
Stem cuttings without branches, sprouts, leaves and roots (except epiphytes and cacti)	4 inches (102 mm) in diameter and 6 feet (1.83 meters) in length
Stem cuttings of epiphytes without branches, sprouts, or leaves (may have aerial roots)	
Cactus cuttings without roots or branches	6 inches (153 mm) diameter and 4 feet (1.22 meters) in length
Plants that “simulate” the habits of woody plants (e.g., cacti, cycads, yuccas, dracaenas, etc.)	18 inches (460 mm) in length from soil line to farthest growing point
Palms and plants whose growth habits simulate palms	36 inches (915 mm) in length of stem plus leaves
Plants not listed above	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 years old if grown from seeds or cutting</li> <li>• 1 year old if produced by layering</li> <li>• 2 years old if produced by budding or grafting</li> </ul>

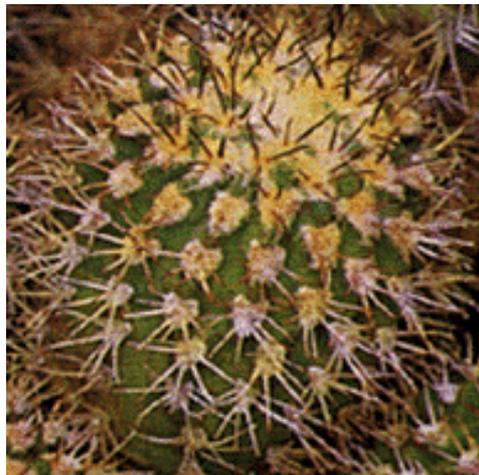
<sup>1</sup> Bonsai, penjing, and similar plants that have been artificially dwarfed by means such as intensive root and stem pruning in order to maintain a small shape for container growing are not subject to size and age limits.

**ANEXO XI: CATÁLOGO DE FOTOS DE VARIEDADES DE PLANTAS DE LAS FAMILIAS CACTACEAS Y PALMACEAS**

**Nota:** Se incluyen solamente los nombres científicos, ya que por países o regiones varían los nombres comunes.

**CACTACEAS**

**Acanthocalycium**



**Aporocactus**



**Ariocarpus agavoides**



**Ariocarpus furfuraceus**



**Ariocarpus kotschoubeyanus**



**Ariocarpus trigonus**



**Astrophytum**



**Astrophytum asterias  
(Zuccarini)**



**Astrophytum capricorne**



**Astrophytum myriostigma**



**Astrophytum ornatum**



**Astrophytum senile**



**Aztekium hintonii**



**Aztekium ritteri**



**Cactaceae serre massey**



**Astrophytum asterias**



**Astrophytum myriostigma**



**Disocactus xhybridus**



**Acanthocalycium**



**Armatocereus**



**Coryphantha**



**Denmoza**



**Echinocactus platyacanthus**



**Echinocereus**



**Epiphyllum**



**Myrtillocactus**



**PALMACEAS O ARECACEAS**

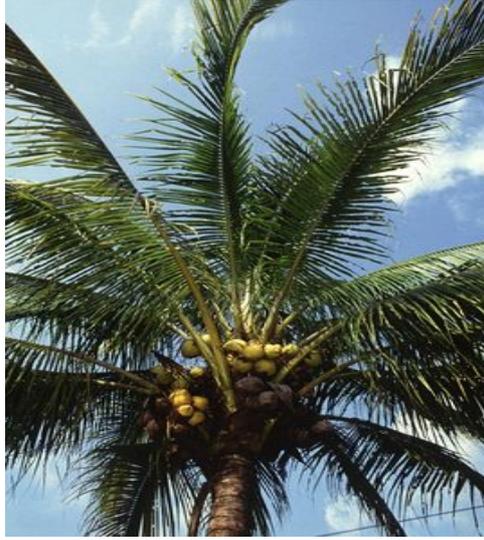
**Acrocomia**



**Acrocomia total**



**Cocos nucifera**



**Arecastrum**



**Roystonea regia**



**Livistona**

