

# ESTUDIO DE MERCADO MATERIAL DE PROPAGACIÓN CHILENO A COLOMBIA

DICIEMBRE 2014



pro|CHILE



ASOCIACION  
VIVEROS DE CHILE

# ESTUDIO DE MERCADO MATERIAL DE PROPAGACIÓN CHILENO A COLOMBIA

|                                                                                         |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>I. Resumen Ejecutivo .....</b>                                                       | <b>2</b>  |
| <b>II. Acceso al Mercado Colombiano .....</b>                                           | <b>2</b>  |
| 1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino.....                           | 2         |
| 2. Análisis FODA .....                                                                  | 4         |
| 3. Oportunidades de material de propagación chileno en el mercado colombiano.....       | 5         |
| 4. Acuerdos comerciales Chile - Colombia.....                                           | 6         |
| 5. Aranceles de internación para producto chileno .....                                 | 6         |
| 6. Otras impuestos, regulaciones y barreras no arancelarias.....                        | 8         |
| <b>III. Potencial del Mercado Colombiano.....</b>                                       | <b>11</b> |
| 1. Potencial económico, geográfico, político y social de Colombia.....                  | 11        |
| 2. Producción local y mercado interno .....                                             | 12        |
| 3. Importaciones, participación de Chile en el mercado.....                             | 14        |
| 4. Potencial nuevos proyectos e inversión en Colombia.....                              | 15        |
| 5. Demanda de producción y estacionalidad de demanda.....                               | 17        |
| <b>IV. Canales de Distribución y Actores del Mercado .....</b>                          | <b>19</b> |
| 1. Identificación de los principales actores en cada canal .....                        | 19        |
| 2. Diagramas de flujo en canales seleccionados. ....                                    | 20        |
| <b>V. Comprador .....</b>                                                               | <b>21</b> |
| 1. Características y perfil.....                                                        | 21        |
| 2. Influencias en determinación, decisiones y tendencias de compra .....                | 22        |
| <b>VI. Benchmarking (Competidores) y Tendencias .....</b>                               | <b>24</b> |
| 1. Segmentación de competidores. ....                                                   | 24        |
| 2. Atributos de diferenciación y posicionamiento en el mercado de material chileno..... | 24        |
| 3. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado . ....        | 25        |
| 4. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.....       | 26        |
| <b>VII. Opiniones de actores relevantes en el mercado. ....</b>                         | <b>28</b> |
| <b>VIII. Fuentes de información relevantes (links). ....</b>                            | <b>29</b> |
| <b>IX. Anexo 1.....</b>                                                                 | <b>31</b> |

## I. RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de mercado se basa en el análisis y evaluaciones realizadas por la Asociación de Viveros de Chile, investigados a través de distintos medios y canales, junto con la visita a terreno en Colombia. Con el fin de desarrollar un estudio acabado y preliminar en cuanto a exportación de material de propagación de especies frutales al mercado colombiano.

Se realizaron contactos con los compradores colombianos sobre la base de ofertas de productos, junto con difundir las condiciones de calidad y fitosanidad de las plantas y material de propagación de frutales chilenos, a través de contactos con productores, exportadores y viveristas.

Otro objetivo importante fue incitar la exportación de material de propagación de frutales chilenos y establecer contactos con los canales de comercialización de plantas frutales, en este caso viveros como canal o productores y exportadores como importadores directos.

## II. ACCESO AL MERCADO

### 1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino

Tabla 1. Códigos aduaneros Chile para plantas y partes de plantas frutales a partir de 2012.

| CÓDIGO ADUANERO | GLOSA                                                            |
|-----------------|------------------------------------------------------------------|
| 06022020        | Árboles, arbustos y matas frutales de caqui                      |
| 06022030        | Árboles, arbustos y matas frutales de níspero                    |
| 06022041        | Plantas y partes de plantas de arándano y cranberry              |
| 06022042        | Plantas y partes de plantas de frambueso y mora                  |
| 06022043        | Plantas y partes de plantas de frutilla                          |
| 06022044        | Plantas y partes de plantas de zarzaparrilla y grosellero        |
| 06022045        | Plantas y partes de plantas de limonero                          |
| 06022046        | Plantas y partes de plantas de naranjo                           |
| 06022047        | Plantas y partes de plantas de mandarino, tangerina y clementina |
| 06022049        | Las demás plantas y partes de plantas de berries y cítricos      |
| 06022051        | Plantas y partes de plantas de cerezo y guindo                   |
| 06022052        | Plantas y partes de plantas de duraznero y nectarino             |
| 06022053        | Plantas y partes de plantas de damasco                           |

|                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 06022054 Plantas y partes de plantas de ciruelo japonés y ciruelo europeo                               |
| 06022055 Plantas y partes de plantas de manzano ( <i>Malus pumila</i> , <i>Malus domestica</i> )        |
| 06022056 Plantas y partes de plantas de peral ( <i>Pyrus communis</i> , <i>Pyrus</i> spp.)              |
| 06022057 Plantas y partes de plantas de membrillero ( <i>Cydonia oblonga</i> )                          |
| 06022059 Las demás plantas y partes de plantas de carozos y pomáceas                                    |
| 06022061 Plantas y partes de plantas de vid vinífera ( <i>Vitis vinifera</i> )                          |
| 06022062 Plantas y partes de plantas de otras vides ( <i>Vitis</i> spp.)                                |
| 06022063 Plantas y partes de plantas de avellano ( <i>Corylus</i> spp.)                                 |
| 06022064 Plantas y partes de plantas de granado ( <i>Punica granatum</i> )                              |
| 06022065 Plantas y partes de plantas de nogal ( <i>Juglans regia</i> , <i>Juglans</i> spp.)             |
| 06022066 Plantas y partes de plantas de kiwi ( <i>Actinidia</i> spp.)                                   |
| 06022069 Las demás plantas y partes de plantas de vid y otros frutales                                  |
| 06022090 Los demás árboles, arbustos y matas frutales o de otros frutos comestibles, incluso injertados |

Fuente: Odepa a partir de Servicio Nacional de Aduanas

Tabla 2. Códigos aduaneros Colombia para plantas y partes de plantas frutales

|                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 0601.10.00.00 - Bulbos, cebollas, tubérculos, raíces y bulbos tuberosos, turiones y rizomas, en reposo vegetativo.                                   |
| 0601.20.00.00 - Bulbos, cebollas, tubérculos, raíces y bulbos tuberosos, turiones y rizomas, en vegetación o en flor; plantas y raíces de achicoria. |
| 06.02 Las demás plantas vivas (incluidas sus raíces), esquejes e injertos; micelios.                                                                 |
| 0602.10 Esquejes sin enraizar e injertos:                                                                                                            |
| 0602.10.10.00 - Orquídeas                                                                                                                            |
| 0602.10.90.00 - Los demás                                                                                                                            |
| 0602.20.00.00 - Árboles, arbustos y matas, de frutas o de otros frutos comestibles, 5 incluso injertados                                             |
| 0602.90.90.00 - Los demás                                                                                                                            |

## **2. Análisis FODA**

### **Fortalezas de Chile**

- Amplia gama de especies y variedades disponibles para la oferta frutícola, de acuerdo a las necesidades y condiciones ambientales de Colombia.
- Chile posee a nivel mundial un reconocido y avalado patrimonio fitosanitario, lo cual es una base sólida de confianza para los países importadores de material de propagación desde Chile.
- Los sistemas productivos de plantas y material de propagación en general en Chile poseen altos estándares de calidad del producto, reconocido por los países importadores de material chileno.

### **Oportunidades**

- Colombia es un país que se encuentra potenciando su economía en el ámbito agropecuario, posicionándose como un productor y exportador de fruta fresca y productos agrícolas, además de tener un gran consumo interno, presentando grandes expectativas de crecimiento agrícola.
- Oportunidad para viveristas chilenos, dada la distancia media que existe entre los países y se encuentra ubicado en el mismo continente y misma costa pacífica, lo que permite una llegada relativamente menor en tiempo con el material, comparado a otros países fuera del continente.
- Estrechar relaciones comerciales con los países de la región dada las características del mercado chileno y la imagen país, del punto de vista económico y estabilidad política.

### **Debilidades**

- Dado que Colombia presenta una fuerte demanda interna por plantas, las cuales son requeridas de manera constante, lo que permite una participación protagónica de los viveros de zonas cercanas, lo que haría que Chile pueda perder competitividad, porque logísticamente está más alejado.
- Chile posee un volumen de producción que puede ser menor a la demanda requerida por Colombia, dados los numerosos proyectos agrícolas de exportación.

## Amenazas

- Las normativas de ingreso de material vegetal en Colombia establecidas por ICA, Ministerio de Agricultura, muchas ocasiones dificultan el trámite de exportación dadas las exigencias de corroboración fitosanitaria a cumplirse en el país de origen.
- Se puede ver afectada la oportunidad de entrega del producto en destino debido a los canales de transporte y condiciones de viaje, ya sea por avión o terrestre, en los cuales pueden ocurrir imprevistos o atrasos que al tratarse de productos seres vivos, estos pueden convertirse en una amenaza para llegar a destino.
- Colombia no posee una normativa exigente con los materiales de propagación, lo que da paso a que existan múltiples viveros propagando plantas frutales, lo que sería una competencia y amenaza para Chile, perdiendo competitividad.

### 3. Oportunidades plantas chilenas en País de destino

En el caso de los importadores de plantas frutales chilenas y otros materiales de exportación a Colombia, el factor clave es la amplia gama de especies y variedades que se ofertan. Otro factor clave que determina la venta es la calidad visual de las plantas ofertadas y las condiciones de llegada a destino.

Las oportunidades del sector viverístico, en las actuales circunstancias, son extensas. La estructura de producción de la industria colombiana se caracteriza por demandar insumos de material de propagación, nuevas variedades y acordes a las necesidades de calidad, medioambiental y sanitarias. En este sentido, existe un benchmarking para aumentar la eficiencia agrícola y tener una industria de frutas más competitiva en el ámbito nacional e internacional, implicando concretas oportunidades para el sector.

El atractivo del mercado colombiano para Chile se encuentra sujeto ante una fuerte inversión del sector privado y/o público en términos de infraestructura, tecnología y nuevos materiales, que permitan la producción del cultivo dada las condiciones climáticas y edafológicas del país.

En el caso de Colombia específicamente, existen variados sectores y superficie en los estados que anteriormente fueron ocupados por la guerrilla y por muchos años no se explotaron de manera agrícola por un tema de seguridad social. Hoy estos terrenos tienen el respaldo del gobierno para la inversión de nuevos proyectos con enfoque a la exportación y a la producción para mercado interno.

#### **4. Acuerdos comerciales Chile - Colombia**

El actual Acuerdo de Libre Comercio (ALC) entre Chile con Colombia permite que el 98% del total del comercio bilateral se encuentre libre de aranceles. Se trata de una amplia liberalización, pero para llegar a este nivel de profundización comercial, ambos países han recorrido un extenso camino de relaciones económicas.

Todo comenzó con la negociación de un Acuerdo de Complementación Económica (ACE N° 24) en 1993, el que fue firmado el 06 de diciembre de ese año y entró en vigencia el 27 de abril de 1994.

El Acuerdo permitió en el tiempo poder resolver diferencias y destrabar conflictos comerciales que se presentaron posteriormente, lo que incentivó a las autoridades de ambos países a plantear la conveniencia de profundizar el acuerdo comercial.

##### **Acuerdo de Libre Comercio**

En agosto del 2006, en el contexto de la visita de la ex Presidenta Michelle Bachelet a Colombia, los mandatarios de ambos países acordaron iniciar negociaciones para suscribir un Tratado de Libre Comercio (TLC), teniendo como base el ACE N° 24. Luego de tres meses de negociaciones, el 27 de noviembre del 2006, se firmó el Acuerdo de Libre Comercio (ALC) entre Chile y Colombia, documento que incorporó capítulos de Servicios, Inversiones y Compras Públicas. El ALC fue el primero negociado por Chile y un país de Sudamérica que incluyó el capítulo Compras Gubernamentales.

Además, esta profundización del Acuerdo permitió mejorar todas las disciplinas comerciales, como por ejemplo, Normas de Origen, Procedimientos Aduaneros, Facilitación del Comercio, Políticas de Competencia, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias y Obstáculos Técnicos al Comercio. El ALC se encuentra vigente desde el 8 de mayo de 2009.

El Acuerdo tiene como objetivos centrales el establecimiento de un espacio económico ampliado entre los dos países, que permita la libre circulación de bienes, servicios e inversiones, además de buscar una acción coordinada en los foros económicos internacionales.

Fuente: DIRECOM

#### **5. Aranceles de importación para producto chileno.**

De acuerdo a lo establecido en el ALC suscrito entre Chile y Colombia, el 100% del total del comercio bilateral se encuentre libre de aranceles: es importante tener presente que algunos productos sujetos a la Franja Andina de Precios, como las carnes, los lácteos y los aceites, deben pagar un arancel variable.

Para ver el arancel que debe cancelar su material de propagación puede revisar la página de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales específicamente el siguiente link:

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaNomenclaturaPorCodigo.faces>

## **Normativas**

El importador debe estar registrado como tal, ante la Cámara de Comercio. Adicionalmente, esta calidad de importador debe estar sustentada en el registro único tributario, el cual esa reglamentado mediante el el Decreto 2788 del 31 de agosto de 2004 del Ministerio de Hacienda.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO  
DECRETO NÚMERO 4927 DE Diciembre de 2011

"Por el cual se adopta el Arancel de Aduanas y otras disposiciones"

Gravámenes.

Los gravámenes del presente Arancel comprenden derechos ad-valorem, cuyo pago debe hacerse en moneda legal del país.

La exportación de mercancías estará libre de gravámenes.

Producto de Reino Vegetal

Nota.

- a. En esta Sección, el término «pellets» designa los productos en forma de cilindro, bolita, etc., aglomerados por simple presión o con adición de un aglutinante en proporción inferior o igual al 3% en peso,

Nota Complementaria.

- b. Con excepción de lo señalado en la Nota 3 del Capítulo 12, en esta Sección, la expresión «para siembra» comprende solamente los productos considerados como tales por las autoridades competentes de los Ministerios de Agricultura de los Países Miembros,

Capítulo 6

Plantas vivas y productos de la floricultura

Notas.



- a. Salvo lo dispuesto en la segunda parte de la partida 06.01, este Capítulo comprende únicamente los productos suministrados habitualmente por los horticultores, viveristas o floristas para la plantación o la ornamentación, Sin embargo, se excluyen de este Capítulo las papas (patatas), cebollas hortenses, chalotes, ajos y demás productos del Capítulo 7.

## **6. Otros impuestos, regulaciones y barreras no arancelarias.**

Todos los materiales vegetales, productos y subproductos, deben cumplir requisitos fitosanitarios para su importación establecidos por el Instituto Colombiano Agropecuario ICA, excepto los productos que por su constitución física y por los procesos de transformación a que han sido sometidos no ofrecen riesgo fitosanitario.

El interesado debe presentar por escrito una solicitud previa al embarque y para cada importación según modelo, ante el Grupo de Prevención de Riesgos Fitosanitarios del ICA, Calle 37 #8-43 Oficina 402 en Bogotá.

Los importadores de semilla sexual para la siembra, material de propagación de frutales ornamentales, deberán estar previamente inscritos ante el ICA.

Después de estudiada la solicitud (4-10 días hábiles), el ICA expide el correspondiente documento, el cual contiene los requisitos, exigidos por Colombia para la importación del producto.

Una vez el interesado obtenga el documento de requisitos fitosanitarios para la importación del material vegetal, puede solicitar ante el MINCOMEX su registro de importación y enviar una copia al país exportador para que la autoridad sanitaria pueda expedir el certificado fitosanitario acorde con los requisitos exigidos por Colombia.

El documento de los requisitos fitosanitarios se expide por especie y por embarque y tiene una validez de 90 días y el ICA está facultado para suspenderlo, ante la ocurrencia de una plaga cuarentenaria que afecte la producción nacional.

VIVEROS DE CHILE

Modelo de solicitud para importar vegetales, productos y subproductos de origen vegetal:

Señores

GRUPO DE PREVENCIÓN DE RIESGOS FITOSANITARIO

Instituto Colombiano Agropecuario ICA

Calle 37 #8-43 Of. 402

Bogotá D.C.

Atentamente solicitamos la expedición de los requisitos fitosanitarios para la importación del producto que a continuación detallamos:

- Fecha
- Nombre del Importador:
- Dirección (incluir ciudad):
- Producto (en caso de material para la siembra discriminar líneas, variedades, híbridos):
- Cantidad (únicamente kilos y unidades para ornamentales):
- Valor US \$:
- País de Origen:
- Nombre del Exportador:
- Dirección (incluir país y ciudad):
- Medio de Transporte:
- Puerto de Salida (incluir país y ciudad):
- Puerto de Llegada (incluir ciudad):
- Destino uso:
- Tipo de embarque:
- Partida arancelaria:
- Nit o cédula del importador:
- Observaciones Adicionales:
- Firma del Importador:

La expedición de los requisitos para importar material vegetal tiene un costo cuya tarifa está fijada por Acuerdo del Consejo Directivo del ICA para cada año. Cuando la solicitud se presente directamente en Bogotá, al momento de reclamar el documento se debe presentar la factura de pago debidamente cancelada.

Las solicitudes enviadas por correo deben anexar copia del recibo de pago efectuado en cualquier tesorería del ICA en el país.

Para las solicitudes enviadas vía Internet se debe colocar en el campo observaciones, la fecha, el número de la factura y el valor cancelado en la tesorería del ICA.

### **Nacionalización de los productos.**

En el momento de llegada de las importaciones de material vegetal, productos y subproductos, éstas deberán estar acompañadas de su respectivo certificado fitosanitario expedido por la autoridad sanitaria del país de origen, el cual debe ajustarse a las exigencias fitosanitarias de Colombia indicadas en el documento fitosanitario para la importación.

El importador debe solicitar al servicio de Inspección y Cuarentena del ICA en el lugar de entrada (puerto, aeropuerto o paso fronterizo) la inspección fitosanitaria y presentar los originales del certificado fitosanitario del país de origen y el documento fitosanitario expedido previamente por el ICA.

Revisada la documentación y practicada la inspección se procede a la expedición o no del correspondiente certificado fitosanitario para nacionalización, documento que debe ser entregado a la DIAN para proceder a la nacionalización del producto.

Es importante mencionar que en la última Resolución regulatoria del Instituto de Colombiano Agropecuario ICA se incluyó un nuevo procedimiento para la autorización del ingreso al mercado colombiano: el ingreso de material nuevo debe ser sometido a evaluaciones agronómicas con el objeto de observar el rendimiento que tendrá el producto en una región donde se podría cultivar.

**AGV**  
ASOCIACIÓN  
VIVEROS DE CHILE

### III. POTENCIAL DEL MERCADO COLOMBIANO

#### 1. Potencial geográfico, económico, político y social de Colombia

Colombia está situado en el extremo noroccidental del Sudamérica, es el único país del subcontinente con costas sobre los océanos Atlántico y Pacífico, con una superficie total de 2.070.408 Km<sup>2</sup>, con 1.141.748 Km<sup>2</sup> de tierra y 928.660 Km<sup>2</sup> de superficie marítima.

El PIB del sector Agropecuario, silvicultura, caza y pesca aso del 2,5 el 2012 a 5,2 el 2013, aumentando para el sector en 2,7 %.

Colombia se ha caracterizado por disfrutar de una gran estabilidad económica. Durante la última década el PIB colombiano ha mostrado un crecimiento promedio superior al promedio del mundo y ha sido el país menos volátil de la región. Durante los últimos cinco años la economía de Colombia creció a tasas superiores del 4% anual.

Es el país con la segunda mayor disponibilidad de mano de obra calificada en Latinoamérica, la más baja obstaculización de las regulaciones laborales y el mejor índice de flexibilidad laboral en la región, según el *International Institute for Management Development* - IMD 2011. También constituye una plataforma ideal para las importaciones y exportaciones, ya que los acuerdos firmados entre Chile y Colombia dan acceso preferencial a un mercado tres veces superior al chileno y además su posición geoestratégica permite llegar de manera rápida a los mercados vecinos (Ecuador, Venezuela) y a los países de Centroamérica.

Si bien las expectativas de crecimiento de la economía colombiana a mitad de 2013, eran poco promisorias, previéndose que no se alcanzaría la meta del 4%, el resultado final fue superior a lo esperado, llegando al 4,3% según se indica en el cuadro anterior.

El 2013, mostró excelentes resultados para la economía colombiana, destacándose indicadores como:

- Crecimiento de la economía del 4,3% superior a lo esperado por analistas.
- Disminución del desempleo, ubicándose en una cifra de un dígito y alcanzando el 9,64%.
- Tasa de inversión (porcentaje del PIB que el país reinvierte), llegando a la tasa más alta en medio siglo (28,4%).
- El flujo de inversión Extranjera Directa (IED) ascendió a 16.822 millones de dólares, de los cuales poco más de 13.700 millones fueron al sector de minería y petróleo.
- La inflación fue del 1,94%, alcanzando nivel más bajo en décadas.

Durante el 2013 Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones colombianas, con una participación de 31,4% en el valor total exportado; le siguen en su orden, China (8,7%), Panamá (5,7%), India (5,1%), España (4,9%) y Países Bajos (3,9%).

En relación a los mercados Agrícolas, la Unión Europea se mantiene como el principal destino, concentrando más del 90% de las exportaciones. Sin embargo, en contadas excepciones se ha enviado algo a Canadá y algunos países de Centroamérica y el Caribe.

Los analistas destacan que el comportamiento de la economía colombiana en el 2013, estuvo sustentado en el consumo interno. Es así como de acuerdo a lo indicado por la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia - ANDI, el consumo del gobierno creció un 5,7 por ciento y el de los hogares al 4 por ciento. Este comportamiento es especialmente relevante teniendo en cuenta la volatilidad de los mercados internacionales.

En el año 2014, la economía de Colombia creció en el primer trimestre 6,4%, cifra por encima de las expectativas del mercado y del Banco de la República (banco central).

Durante los tres primeros meses del año todos los sectores de la actividad económica presentaron una variación positiva. El sector agropecuario creció 6,1%, el financiero 6%, comercio 5,6%; minería 5,6%; transporte 4,5%. Asimismo, la industria manufacturera continuó mostrando signos de recuperación y durante el periodo creció 3,3%.

A diferencia de otros países latinoamericanos la actividad empresarial no se concentra sólo en la capital. Además de Bogotá, ciudades como Medellín y Cali en el interior y Cartagena y Barranquilla en la costa atlántica, se han constituido en importantes centros de negocios.

## **2. Producción local y mercado interno.**

El mercado ha presentado una demanda constante de plantas frutales y material de propagación en los últimos años, dada la demanda de los nuevos proyectos agrícolas con el fin de producción tanto para consumo interno y exportaciones. El sector agrícola se encuentra en alza y junto a las nuevas tecnologías de cultivo y la incorporación de nuevas especies y variedades, las cuales se adaptan mejor a las diferentes condiciones, ha logrado un avance y aumento en los volúmenes y superficies de producción.

Los desafíos planteados por el sector público y privado que se encuentran pendientes y que serán determinantes para desarrollo de la industria, se basan en atacar los problemas identificados e invertir en I+D para la producción de cultivos adaptados a las condiciones climáticas y edafológicas que el país se encuentra sujeto, el cual posee diferentes tipos de condiciones basándose en un clima tropical con altas temperaturas y abundante recurso hídrico.

## **Producción local de Plantas frutales de Vivero y material de propagación.**

El mercado interno colombiano, tanto de plantas frutales como de frutas para consumo fresco, ha tenido un alza a través de los años, debido a diversos factores sociales de consumo, como alimentación sana y campañas de consumo de vegetales, lo que ha llevado a tener un aumento de productos como, frutos secos, berries, entre otros. Además de tener una mayor cantidad de superficie cultivable en los últimos años, dado el fin del conflicto político y el abandono de las tierras agrícolas por parte de la guerrilla.

Dado lo anterior, los proyectos de plantación de huertos frutales a gran escala, se han incrementado constantemente a través de los últimos años, aumentando y variando la oferta y demanda de plantas frutales de viveros y a la vez de la venta y consumo de frutas.

La producción local de material de propagación y plantas para plantar en Colombia en general se sostiene de material estándar y sin mucho acceso a nuevas y mejoradas variedades que se adapten mejor a las condiciones climáticas especiales del país, o que opten por mejores y mayores rendimientos de calidad, existen algunos programas de mejoramiento o de algunos viveros, en su mayoría de paltos (aguacates) dados en general para la mejora de patrones criollos autóctonos de la zona. En general los productores y exportadores de fruta, optan por material conocido sin mayores exigencias.

## **Producción de fruta.**

Colombia ocupa el sexto lugar de los países con mayor área cultivada de palto en el mundo. Para el 2010, se reportaron 21.590 hectáreas cosechadas. Se destacan los departamentos de Tolima, 5.835 hectáreas; Bolívar, 3.533 hectáreas; Antioquia, 2.907 hectáreas; Cesar, 1.657 hectáreas; Santander, 1.379 hectáreas; Caldas, 1.341 hectáreas, y Valle del Cauca, 1.130 hectáreas, con un rendimiento promedio nacional de 9.5 toneladas por hectáreas.

Esta superficie aumenta cada año, como también los rendimientos y la mejora de los manejos agronómicos. Ingresa al país de manera ilegal material de propagación de palto desde Perú, lo que conlleva problemas de producción y sanidad en los cultivos.

Producción Hass Colombia 2013: 27.000 toneladas

Has plantadas: 9.500 ha

Consumo interno: 26.000 toneladas

Exportación 2013: 1.000 toneladas

Palta Criolla 2013: 240.000 toneladas.

Fuente: Colhass

## Patrones criollos

En Colombia se pueden encontrar materiales criollos que presentan buena adaptación a las condiciones locales. Estos materiales criollos lo constituyen árboles dispersos en diferentes zonas del país, por ejemplo, en la zona de los Montes de María en Bolívar, Antioquia, Tumaco, Chocó y el Eje Cafetero. Dadas las características y ventajas como portainjertos, se seleccionan algunos de estos materiales para el establecimiento de huertos básicos de patrones, caso en el cual el huerto debe contar con un plan de Manejo Integrado de Plagas (MIP) así como planes de riego y fertilización adecuados y, a su vez, tomar reportes de la fenología de la planta, tolerancia a enfermedades y porte, teniendo definido el origen y una descripción del material (Tafur, 2009).

En Colombia se utilizan razas criollas de patrones Paltos Hass, más resistentes a las condiciones locales, pero no hay programas oficiales de fitosanidad, sino que son realizados artesanalmente a partir de semillas de diferentes orígenes como antillanos o criollos seleccionadas por los productores.

El material de Hass, comenzó con material proveniente desde California en los años 80 al valle del Cauca, y desde allí se propagó el resto de Colombia.

Los Cítricos en Colombia se cosechan todo el año, y el consumo interno es muy importante. El problema es que no hay diferencia de temperaturas lo que no dan color, y mala condición estética dada las diferentes plagas que afectan al cultivo, otro problema es que en Colombia es muy difícil producir cítricos sin semillas, dada la alta cantidad de insectos presentes en los huertos.

En la actualidad, Colombia importa limones desde Perú, por el problema de la calidad, que en Perú es mucho mejor, en satsumas, tangelos, clementinas, entre otros.

### 3. Importaciones, participación de Chile en el mercado colombiano.

Tabla 2. Requisitos establecidos por Especie y Órgano a exportar desde Chile.

| PAIS DE DESTINO | ESPECIE          | ORGANO A EXPORTAR | FUENTE DOCUMENTO O RES. SAG                          |
|-----------------|------------------|-------------------|------------------------------------------------------|
| Colombia        | Arándano         | Planta            | Requisito fitosanitario 6495-13, abril 2013          |
| Colombia        | Arándano         | Plántulas invitro | Carta del ICA N° 20122102063 del 2/3/12.             |
| Colombia        | Frutilla o Fresa | Estolones         | Permiso de importación sv-09092-12, abril de 2012    |
| Colombia        | Palto            | Planta            | Permiso importación febrero 2006 (solo experimental) |



Tabla 3. Material de Propagación exportado a Colombia desde Chile vía marítima Entre años 2011 y 2013

| PAÍS     | PRODUCTO            | PESO NETO   | UNIDAD DE MEDIDA | PUERTO DE SALIDA | AÑO  |
|----------|---------------------|-------------|------------------|------------------|------|
| COLOMBIA | PLANTAS DE FRUTILLA | 87.718,5    | KILOGRAMOS       | Marítimo         | 2011 |
| COLOMBIA | PLANTAS DE FRUTILLA | 66.054,0    | KILOGRAMOS       | Marítimo         | 2012 |
| COLOMBIA | PLANTAS DE FRUTILLA | 3.790.000,0 | UNIDADES         | Marítimo         | 2012 |
| COLOMBIA | PLANTAS DE FRUTILLA | 7.320.000,0 | UNIDADES         | Marítimo         | 2013 |

Tabla 4. Material de Propagación exportado a Colombia desde Chile vía aérea Entre años 2011 y 2013.

| País     | Producto                     | Peso       | Unidad de Medida | Número de plantas | Puerto de Salida | Año            |
|----------|------------------------------|------------|------------------|-------------------|------------------|----------------|
| COLOMBIA | ESTOLONES DE FRUTILLA        | 3482.0000  | KG               | 205200            | Aéreo Comercio   | 2011-2012-2013 |
| COLOMBIA | PLANTAS DE FRUTILLA          | 29277.1000 | KG               | 1854600           | Aéreo Comercio   | 2011-2012-2013 |
| COLOMBIA | PLANTAS DE ARANDANO          | 2378.0000  | KG               | 38200             | Aéreo Comercio   | 2011-2012-2013 |
| COLOMBIA | PLANTAS IN VITRO DE ARANDANO | 19.0000    | KG               | 0                 | Aéreo Comercio   | 2011-2012-2013 |

#### 4. Potencial nuevos proyectos e inversión en Colombia.

Los nuevos proyectos de inversión agrícola en Colombia están al alza dado por diferentes factores, tanto de orden económico y político de acuerdo a la estrategia y el fomento a la inversión público-privada, y dado por la actual demanda del mercado interno y externo por productos frutícolas.

Colombia es el tercer país con mejor entorno de negocios de Latinoamérica según el Doing Business, así como el que más protege a los inversionistas en la región, ocupando la quinta posición a nivel mundial. Entre las facilidades para hacer negocios están:

- Zonas Francas: más competitivas de Latinoamérica que dan un 50% de descuento en el impuesto de renta permitiendo ventas en el mercado local y establecimiento en cualquier lugar del país.
- Contratos de estabilidad jurídica.



- Exención del impuesto de renta para proyectos en turismo, y cultivos de tardío rendimiento.
- Deducción del 125% de inversiones en Desarrollo Científico y Tecnológico en el Impuesto sobre la Renta.
- Deducción del Impuesto de Renta del 200% de los pagos laborales realizados a empleados discapacitados.
- El 100% de los impuestos de industria, comercio, avisos y tableros y predial siempre y cuando se hayan pagado en el año respectivo gravable y tengan relación de casualidad con la actividad económica del contribuyente.
- Deducción del 25% del gravamen a los movimientos financieros, independientemente

Se proyecta el cultivo del nogal como un importante proyecto agrícola, en las zonas cafeteras altas arriba de 1.500 m.s.n.m , dado que la nuez tiene también propiedad reforestadora, existen hoy en día cultivos de nuez de macadamia.

Uno de los problemas de producción en Colombia son las plantas de Vivero, dado las condiciones ambientales de humedad y temperatura, lo que hace propenso al ataque de plagas como hongos y bacterias, impidiendo un desarrollo de la planta óptimo y de calidad.

Los problemas generalmente se dan en plantas injertadas de Hass, las cuales se realizan en bolsas de entre 5 y 7 litros. Los síntomas se generan, desde el tallo y luego hasta las hojas avanzando sistemáticamente. Lo anterior genera dificultades en el establecimiento del huerto, en el cual la planta se retrasa en desarrollo y finalmente pueden llegar a morir. Dado lo anterior es que la proyección del huerto con plantas de palto chilenas son mucho mayores y se requieren por parte de los productores Colombianos dada las características de calidad fitosanitaria de estas.

Con respecto al cultivo del palto, se prevé un alto aumento en los proyectos de nuevos huertos, en relación a la apertura de nuevos mercados para enviar la futura producción, se está tramitando la apertura para establecer requisitos con EE.UU, también se está priorizando algunos mercados del oriente como Corea, Japón y China que son muy interesantes para el mercado colombiano.

La visión a futuro es poder abrir el mercado de exportación de paltas hacia USA, lo cual sería económicamente clave para los negocios de exportación, lo que conllevaría a aumentar sus cultivos de Hass, con el fin de poder cubrir la demanda. Si se concreta la apertura de mercado de las paltas a USA, se incrementarían considerablemente los proyectos agrícolas de nuevos establecimientos de huertos de palto, que requerirían de material de buena calidad tanto varietal como fitosanitaria.

Los proyectos agrícolas para uva de mesa se encuentran en aumento durante los últimos años, en los cuales se han utilizado plantas barbadadas chilenas injertadas de vid, las cuales se importan desde Chile, con el objetivo de encontrar características deseadas para tener un producto de exportación de uva de mesa, enfocado principalmente al mercado Asiático y Europa.

Estos proyectos para vid de mesa se ven provisorios para el 2015, ya que el negocio de exportación y condiciones para el cultivo en Colombia son beneficiosas para obtener una uva de exportación.

### **Nuevas oportunidades y mercados**

Con respecto a la actual situación que se vive en Europa luego del veto de Rusia a la Unión Europea y a EE.UU, la situación representa una buena oportunidad.

Colombia espera abrir nuevos mercados en Asia para comenzar a exportar su fruta, además de llegar a un acuerdo de reciprocidad con Chile.

- 126% fue el crecimiento en el sector de palto Hass en los últimos cinco años. Asimismo, el incremento en producción durante el mismo periodo fue de 136%.
- En 2013 las ventas al exterior de palto sumaron US\$1.170.332. Así, al comparar 2013 con el 2008, se observa una variación positiva de 2.048% en el incremento de las exportaciones.
- La balanza comercial fue superavitaria gracias al incremento en los volúmenes de exportación, la construcción de nuevas plantas y la incursión de empresas internacionales en este renglón.
- Actualmente, los países con admisibilidad fitosanitaria de palto colombiano son Panamá, Holanda, Antillas Holandesas, Aruba, Canadá y Reino Unido.

Fuente: Ministerio de Agricultura de Colombia.

Otras especies importantes para inversiones agrícolas: Cítricos, proyección para nuevos proyectos agrícolas en distintos departamentos principalmente en Tolima y Antioquia. El limón es el producto de interés en los proyectos futuros, pero también es importante la producción de Naranja variedad Valencia, a la fecha ya hay plantados en Colombia 110.000 Has. de cítricos.

## **5. Demanda de producción y estacionalidad de demanda.**

La demanda de producción desde el mercado Colombiano por material de propagación chileno, está dado principalmente por la demanda tanto interna como externa del país por necesidad de frutas para consumo fresco generalmente

También hay un crecimiento fuerte de la población, con más de 46 millones de personas, la población está envejeciendo -como en todas partes del mundo- existiendo una búsqueda por alimentos saludables, vinculado al consumo de frutas y verduras.

Respecto a la estacionalidad del producto, al tener Colombia un clima tropical sin estaciones marcadas, con una temperatura estable todo el año, la demanda por material de propagación es de forma constante durante el año, de modo que no existe una temporada específica de consumo mayor o menor.

Cabe destacar, que el material de propagación dado sus diversas formas y órganos de envío, ya sea plantas, esquejes, esquejes enraizados, in vitro, entre otros, pueden ser llevados a los viveros y desde ahí ser trabajados en multiplicación por todo el año, independientemente del mes o estación.

### **Producción durante todo el año y expectativas a futuro**

Los productores y exportadores colombianos de palto esperan, eventualmente, producir la variedad Hass durante todo el año con la finalidad de poder exportar a diversos mercados.

Hay diferentes pisos térmicos, desde los 1400 más o menos hasta los 2500-3600 metros sobre el nivel del mar [msnm], teniendo la particularidad de que a menor altura, más rápido sale el fruto.

Colombia, al igual que México, tiene varias floraciones durante el año, razón por la que esperan aprovechar algunas pequeñas cosechas a lo largo del año para producir más fruta.

Esas pequeñas cosechas, cuando se tienen muchas hectáreas, se vuelven una oferta exportable. Todavía no se ha llegado a ese nivel, pero se tiene la posibilidad y tomando las diferentes alturas sobre el nivel del mar, de encadenar la producción durante todo el año.

Actualmente, en Colombia se están sembrando fincas de 40 mil árboles, esto es un nuevo manejo agronómico, en la medida que todas esas fincas entren en producción, el volumen de exportación aumentará.

Este año ya empiezan a producir algunas, otras el año próximo, otras en dos años y todo eso es producción que se destinará específicamente a la exportación. La producción crece año sobre año a una tasa del 100% en los últimos 3 años.

Colombia comenzó exportando 25 contenedores, la temporada pasada fueron 72 y para ésta se esperan unos 150 contenedores. Para el 2018 se espera superar los mil contenedores de exportación.



#### IV. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y ACTORES DEL MERCADO COLOMBIANO

##### 1. Identificación de los principales actores en cada canal

La cadena de valor del producto en el mercado colombiano se compone a través de los grupos de interés representados en el diagrama explicitado posterior.

El proceso se origina para el caso de Chile mediante los exportadores de material de propagación. Luego, dado el escenario fitosanitario y legislativo que presenta el proceso de importación en el país, establecido por ICA, la mayoría de las importaciones son realizadas por importadoras especializadas en el tema, productores o viveros que presentan como valor agregado el *know how* de la industria.

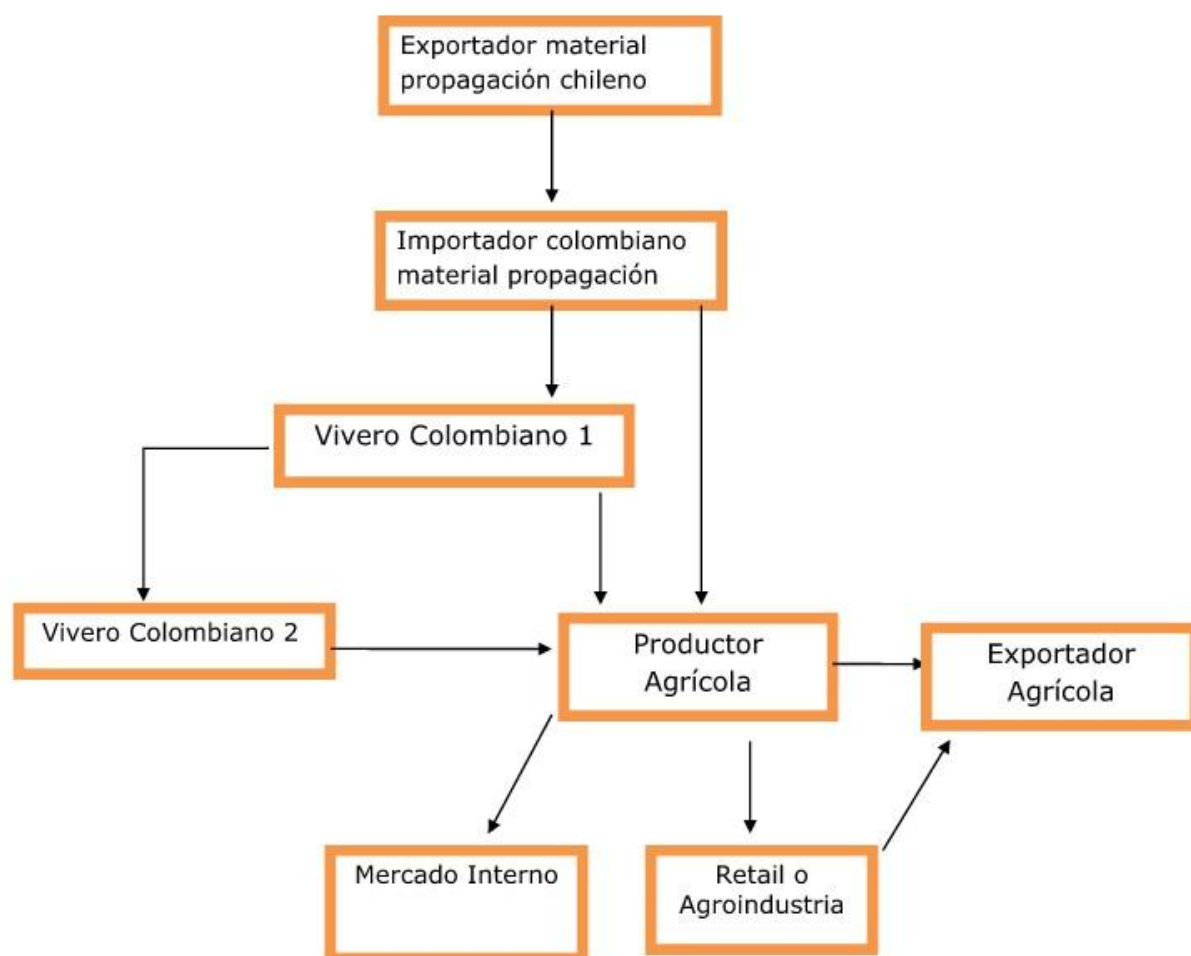
De acuerdo a la actual estructura del sector, la demanda de plantas frutales u otras estructuras de propagación es compuesta por productores/exportadores agrícolas, o viveros frutales que propagan el material para luego entregar las plantas a los productores, quienes iniciarán o recambiarán sus huertos para comercializar en sus diferentes formas para la industria agrícola exportadora, consumo fresco o agroindustria, todo ya sea para mercado externo o interno, este último representado en gran porcentaje por mayoristas, minoristas y tiendas especializadas.

A raíz de los avances a lo largo de la cadena, en términos de infraestructura y especificación técnica, muchos productores han decidido dirigir gran parte de sus volúmenes de producción a las cadenas de supermercados y en los mercados centrales, sobre todo por el gran consumo interno de palto en Colombia que llega hasta el 80% de la producción.

La distribución al detalle está dominada por un grupo reducido de cadenas, Almacenes Éxito y Carrefour. La primera de ellas tiene su centro de compras en Medellín y la segunda en Bogotá.

AGV  
ASOCIACIÓN  
VIVEROS DE CHILE

## 2. Diagrama de flujo en canales seleccionados.



**AGV**  
ASOCIACIÓN  
VIVEROS DE CHILE

## V. COMPRADOR

### 1. Características y perfil.

El comprador de material de propagación de especies frutales desde Chile se rige a su vez por la demanda externa e interna de frutas de consumo.

El mercado interno en Colombia es sumamente importante, principalmente en el consumo de paltas, ya que la producción se comercializa mayormente en el país.

Los compradores de plantas frutales chilenas u otros órganos de reproducción, son de dos perfiles diferentes, el productor/exportador propiamente tal, que demanda exclusivamente plantas frutales o esquejes con el fin de establecer de inmediato su huerto o plantación.

El otro perfil comprador es el Vivero, los cuales pueden requerir además de plantas, otros órganos de propagación tales como, in vitro, esquejes y otros, los que se utilizarán para hacer más plantas y guardar material de acuerdo a la demanda.

En vista de cuantificar el potencial del sector agrícola en el país, en el último año Colombia exportó en el ítem de frutas frescas, conservas y congelados un total de US FOB de 325 millones de dólares, siendo el café su producto más importante seguido por el plátano y paltas.

A través de los datos, se infiere una alza en las nuevas plantaciones frutales, por ende un mayor insumo en la producción, generando múltiples oportunidades de crecimiento dado el perfil del país como un productor y exportador neto de la industria agrícola.

El consumidor colombiano está mostrando cambios en su comportamiento de consumo, motivado por el mejoramiento en sus condiciones de vida.

Hace 30 años los hogares colombianos destinaban la mitad de sus presupuestos para adquirir alimentos; hoy, ese porcentaje se ha reducido al 28%.

Una tendencia en los últimos años ha sido el de comidas fuera del hogar: en los ochenta, un hogar típico urbano destinaba el 3.6% de su presupuesto familiar en alimentos y bebidas consumidos fuera de casa. En la actualidad, esa proporción se ha duplicado.

La distribución del gasto familiar no es uniforme sino que depende del estrato. Por ejemplo, el 10% más pobre de la población urbana dedica el 42% de sus reducidos presupuestos a la compra de productos alimenticios y bebidas, mientras que en el otro extremo, es decir entre el 10% más rico de la población dicha fracción se reduce al 15%.

## 2. Influencias en determinación, decisiones y tendencias de compra.

Según los viveros y productores colombianos, el precio no es un factor relevante para los clientes de material de propagación, para el establecimiento de un huerto las plantas vienen en distintos formatos y calidades lo que permite encontrar precios muy bajos y otros muy altos.

En general tanto viveristas como agricultores toman la decisión de compra de acuerdo a la necesidad concreta de sus huertos, y el factor que puede determinar el tipo o variedad de planta comprada es la calidad, sanidad y características futura de los frutos.

De manera general, una variable importante proveniente de los factores claves de éxito, es la imagen país, percepción que refleja el comportamiento de trabajo de las empresas exportadoras. El posicionamiento de Chile con relación a esta variable es excelente, generando siempre buenas oportunidades de negocios.

En el mediano plazo, con la creación de la marca sectorial de **Plantas de Chile** o **Plants from Chile**, se debe esperar una mayor demanda por este tipo de producto por parte de los compradores Latinoamericanos, de tal manera que el poder de negociación de ellos crezca significativamente.

Con respecto a las negociaciones con el comprador, Colombia se encuentra dentro del bloque económico Alianza del Pacífico, lo que facilita todo tipo de relaciones comerciales entre Chile y Colombia.

Las tendencias de consumo en Colombia han cambiando fuertemente debido a las condiciones de la coyuntura económica. Nuevos gustos y factores de decisión de compra de los colombianos se reflejan en nuevos canales y formatos de canales comerciales establecidos.

Internet comienza a establecerse como canal fuerte para comercio entre empresas y hacia el consumidor final.

Específicamente en las tendencias para compra por parte de los colombianos para plantas frutales de Viveros, dado las diferentes problemáticas de los productores de palto, principalmente en el área de producción de plantas de vivero, en donde la producción se ve dificultada por el ataque de hongos y bacterias, retardando el desarrollo de la planta, la que llega a campo en condiciones no óptimas para su establecimiento.

Nace de esta problemática la alternativa de internar material de propagación chileno de calidad sanitaria conocida para comenzar los proyectos agrícolas con plantas sanas, injertadas que se adopten plenamente a las condiciones colombianas y den resistencia al ataque de patógenos.

Los programas de selección y mejoramiento incluyen la búsqueda de ciertas condiciones esperadas, principalmente en paltos criollos, que se encuentran en producción de tipo rústica,



los cuales se han adaptado a través de los años a las condiciones locales de temperatura, humedad, suelo y ataque de patógenos como hongos y bacterias.

Las especies relevantes económicamente de Colombia, en lo que se refiere al rubro agrícola está basada en el cultivo de Café , banana y paltos, en esta última especie la variedad predominante es Hass, y el mercado objetivo es para exportación hacia América Latina y Europa, el potencial de Colombia es que poseen superficie disponible para nuevos cultivos, y se encuentran necesitados de material sano y de calidad para iniciar nuevos huertos.



## **VI. BENCHMARKING (COMPETIDORES) Y TENDENCIAS**

### **1. Segmentación de competidores Viveros.**

Dentro de los principales competidores en la venta de material de propagación de frutales en Colombia se encuentran los Viveros Frutales establecidos en los distintos estados del país, los cuales proveen de plantas frutales a los nuevos proyectos agrícolas locales, otro segmento competidor en la venta de material de propagación son los productores agrícolas propiamente tal, los cuales obtienen sus materiales del mismo huerto de manera informal u obtener material importado a través de viveros establecidos.

Dentro de los diferentes Viveros establecidos se encuentran diferencias de calidad entre ellos de acuerdo a los niveles de tecnología y estructura disponibles, lo que sugiere a los distintos estándares de calidad de las plantas ofrecidas. Lo anterior hace que la oferta chilena sea generalmente de un alto nivel de calidad tanto sanitaria, como visual y calidad varietal.

### **2. Atributos de diferenciación y posicionamiento en el mercado de material chileno.**

La diferenciación del material de propagación chileno para el establecimiento de huertos es amplio, esto debido a que sus características pueden variar de acuerdo a la especie, variedades, sistema de establecimiento, calidad sanitaria, entre otros.

En Colombia se atribuyen diferentes problemas fitosanitarios dados por el contrabando de paltas desde Ecuador y Perú. Se ingresan semillas de palto para utilizarlos como patrón, lo cual ingresa a Colombia sin ningún tipo de certificado fitosanitario, lo que conlleva a un alto riesgo de ingreso de plagas y a obtener plantas de calidad dudosa tanto fitosanitaria como productiva.

Dado el actual posicionamiento y percepción del material de propagación chileno en el mercado sudamericano, el precio no es un factor determinante para lograr un mejor posicionamiento, sino el relevar las ventajas del material, dados los diferentes problemas mencionados.

No obstante, dada las nuevas circunstancias de la industria, las barreras de entrada a nuevos competidores chilenos con estrategias similares disminuirán, otorgándole mayor competitividad al mercado, no solo entre los viveros y programas genéticos, sino que también con material de propagación provenientes de otros países de la región y del mundo.

Algunos atributos de diferenciación del producto en el mercado son aquellos que distingan el resultado de las plantas frutales u otro tipo de material, partiendo por un aspecto visual de plantas y material, que se vea material firme de calidad y con una condición sanitaria óptima, esta es una de las necesidades más valoradas por el cliente colombiano, de tal modo que las

empresas adaptan sus productos para poder cumplir con el envío del material y que llegue a destino de una mejor forma a sus clientes, proporcionándoles modernos contenedores, tamaño de planta adecuado, injerto estable y de calidad, condición fitosanitaria, entre otras estrategias de diferenciación.

Se debe disponer de plantas de calidad garantizadas para los nuevos proyectos agrícolas , lo cual para Colombia es un problema crítico debido a la alta presencia de hongos y bacterias en Viveros, dado por las características climáticas que poseen.

En Colombia se encuentran realizando cultivos invitro y variedades clonales como alternativa a los problemas fitosanitarios como ataque de hongos.

Con respecto al producto final, que es la cosecha de la fruta, también son importantes los atributos de diferenciación dados por mejores rendimientos, resistencias a condiciones ambientales adversas y plagas, atributos deseables de la fruta como más color, más jugo, mayor y mejor poscosecha, entre otros.

### **3. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado.**

Como todos los productos agrícolas, tales como frutas, verduras o flores, entre otros, las plantas frutales se caracterizan en general por poseer precios bastante volátiles, lo que es consecuencia de las cosechas anuales y los niveles de stock internos y en el mundo.

Los mercados y los consumidores van también variando las demandas de acuerdo a los requerimientos sociales, modas y tendencias. En la actualidad se tiende a una alimentación saludable, se han cambiado los snacks industriales por naturales compuestos de berries y frutos secos, lo ha resultado en proyectos agrícolas de frutales menores en el mundo y la demanda ha aumentado considerablemente, lo que equivale que el material de propagación y plantas frutales de estas especies han subido su valor en el mercado.

Con la actual crisis europea, la cual afecta principalmente a los países productores de frutas el precio internacional de los productos frutícolas ha subido, lo que genera un buen negocio para productores e inversionistas Sudamericanos, para el negocio de exportación. Se espera que después de la recuperación, su precio presenten nuevas alzas.

Específicamente en el mercado colombiano, las plantas frutales de Viveros de palto que es la especie más demandada fluctúan entre los 3 y 6 dólares por planta, el costo asociado es similar al de una planta chilena, pero por el costo de llevarla a Colombia sería un mayor precio que plantas locales.

La exportación desde Chile de plantas de vid de mesa se realiza hacia Colombia en contenedores paletizados, llegando a Colombia una planta barbada ya injertada, su precio es de 2,8 dólares por planta más 50 centavos de dólar por planta por concepto de royalties. Los costos del flete marítimo van por parte del cliente colombiano.

Como en la mayoría de los casos de productos agrícolas, los importadores no tienen definida con claridad la estrategia de precios, y estos se modifican de acuerdo al comportamiento diario del mercado. Para el caso colombiano, existen situaciones poco previsibles que afectan el precio del producto como por ejemplo un aumento de las lluvias en las regiones productoras, una fuerte sequía, o el cierre de vías por cualquier motivo.

#### **4. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.**

Colombia, desde la óptica de las empresas se debe pensar en una estrategia de corto plazo, basada en la diferenciación. En tal sentido, esta diferenciación se puede hacer a través del ofrecimiento de servicios que actualmente no se están ofreciendo a la competencia, como por ejemplo, apoyo para que el proceso de despacho y de nacionalización del material de propagación sea ágil, así también con un servicio de asesoría pos venta en terreno o huerto establecido.

Como estrategia de una futura penetración del mercado los viveros productores de plantas frutales deben enfocar sus productos hacia la obtención de frutos de la más alta calidad en forma, color o tamaño, acordes con los intereses comerciales de los productores locales. Adicionalmente, tener en cuenta que los importadores resaltaron la alta gama de especies y variedades disponibles como un factor diferenciador.

En cuanto a estrategias de penetración, la generación de productos con valor agregado certificable, exportados a un precio competitivo y que permita que agricultores, productores y exportadores tener un producto adecuado a las necesidades requeridas del consumidor final.

Realizar viajes de trabajo y participar en ferias y eventos son muy importantes porque permiten acceso a múltiples actores del mercado, especialmente, importadores, productores y exportadores.

- Evaluar la experiencia del potencial importador o distribuidor, en el sector en que actúa.
- Algunos aspectos pueden ser decisivos: El potencial importador o distribuidor debiera tener una buena infraestructura, cámaras frigoríficas, camiones adecuados para el transporte y otros detalles logísticos.

- Antes de concretar un negocio, se sugiere investigar antecedentes comerciales del potencial importador.
- Colombia tiene clima tropical en gran parte de su territorio y, por ello, el tema logístico es fundamental para el rubro agrícola, con el fin de evitar pérdidas con materiales deteriorados.
- Un factor importante es el comportamiento de la economía en los últimos años, dado que la plaza es abordada por diversas estrategias agresivas de comercialización, se sugiere siempre evaluar para la permanencia en el mercado, el cómo mantener una oferta en el productor o exportador final.



## VII. OPINIONES DE ACTORES RELEVANTES EN EL MERCADO.

En 3 años Colombia espera crecer un 600% en el nivel de las exportaciones. La razón de este crecimiento se debe, primero, a que se tiene el volumen y las plantaciones van en aumento dados los mercados internos y externos.

Los importadores indican que uno de los factores diferenciadores de las plantas chilenas es la variedad de especies producidas.

El número de importadores colombianos no es muy amplio y algunos tienen características muy específicas:

- Cuentan con viveros propios para la comercialización o son representantes de empresas multinacionales.
- En general tanto importadores como distribuidores no encuentran la existencia de barreras para-arancelarias y están de acuerdo en que el proceso ante el ICA no es una limitante para la entrada o comercialización de los materiales.

La visión a futuro es poder abrir el mercado de exportación de paltas hacia USA, lo cual sería económicamente clave para los negocios de exportación, lo que conllevaría a aumentar sus cultivos de Hass, con el fin de poder cubrir la demanda. Si se concreta la apertura de mercado de las paltas a USA, se incrementarían considerablemente los proyectos agrícolas de nuevos establecimientos de huertos de palto, que requerirían de material de buena calidad tanto varietal como fitosanitaria

Es importante la incertidumbre al respecto de la legislación colombiana referente a las importaciones de material de propagación. Actualmente los requisitos establecidos por ICA para material de propagación chileno solo existen para material de frutilla Y arándanos. Dado lo anterior los actores de la industria viverística y productores colombianos se encuentran trabajando en conjunto con Chile, para avanzar en el establecimiento de requisitos para otras especies de importancia.

ASOCIACIÓN  
VIVEROS DE CHILE

## VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN RELEVANTES (LINKS).

1. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN): [www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co)
2. Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE): [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)
3. Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA): [www.invima.gov.co](http://www.invima.gov.co)
4. Instituto Colombiano Agropecuario (ICA): [www.ica.gov.co](http://www.ica.gov.co)
5. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: [www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co)
6. Cámara de Comercio de Bogotá: [www.ccb.org.co](http://www.ccb.org.co)
7. Ministerio de la Agricultura: [www.minagricultura.gov.co](http://www.minagricultura.gov.co)
8. Banco de la República: [www.banrep.gov.co](http://www.banrep.gov.co)
9. Superintendencia de Industria y Comercio: [www.sic.gov.co](http://www.sic.gov.co)
10. SOCIEDAD DE AGRICULTORES DE COLOMBIA [www.sac.org.co](http://www.sac.org.co)
11. ASOHOFRUCOL [www.asohofrucol.com.co](http://www.asohofrucol.com.co)
12. Corabastos [www.corabastos.com.co](http://www.corabastos.com.co)
13. IICA [www.iica.int](http://www.iica.int)

**AGV**  
ASOCIACIÓN  
VIVEROS DE CHILE



## ANEXO I

### Registro Fotográfico Misión Comercial Colombia

- Feria Internacional AgroFuturo 2014 Medellín Colombia 3-6 de Septiembre 2014
- Visita Vivero "Los Paltos" , Rio Negro, Medellín.



VIVEROS DE CHILE



- Visita Finca “Los Mejías” Exportadora WETSOLE, Rio Negro- Colombia.
- Visita Centro de Investigaciones Biológicas “SIB” Medellín- Colombia.

