



Un empresario agropecuario de éxito, es un productor que tiene visión de futuro, que identifica una oportunidad de negocio, la planifica y la hace realidad con su esfuerzo y dedicación. Es aquel, que haciendo uso de los mecanismos de apoyo con que cuenta, transforma una idea en una empresa, que genera ingresos y mejora su calidad de vida, la de su familia y sus trabajadores.

Colombia tiene gran cantidad de productos de origen agropecuario y agroindustrial que los mercados nacionales y externos, están interesados en adquirir. Por eso es necesario que el empresario agropecuario, conozca las oportunidades que tiene para entrar a competir y las formas en que es más fácil acceder a dichos mercados.

Marina es una productora que vende periódicamente las cosechas que produce su finca en el mercado del pueblo, como en este caso, que lleva un racimo de plátano. El dinero que consigue al vender su cosecha le da la posibilidad a Marina de comprar las cosas que necesita y que su finca no produce, como utensilios de aseo, insumos para sus cultivos, entre otras cosas.

Esto es algo que cada uno de nosotros hace cotidianamente, comprar, vender, intercambiar... y a eso le llamamos **hacer un negocio!**

Existen diferentes formas de **hacer un negocio** dependiendo de la cantidad de producción que se ofrece.

Miremos cómo Marina ha hecho sus negocios.





Inicialmente, Marina tenía una pequeña producción, así que para negociar en mejores condiciones, con los intermediarios y compradores, se unió con otros productores.

Ahora Marina tiene la posibilidad de hacer **negocios** más grandes y con otras tiendas, no sólo las de su pueblo, sino también de otras regiones del país, porque al tener una mejor cantidad de plátanos puede conseguir más clientes para venderlos, entonces los negocios que Marina hace son cada vez más importantes, llegan a más lugares y le dan mayores ganancias.



Veamos como sigue creciendo el negocio de Marina.



Como el negocio de Marina ha crecido, su producción, sus ventas y sus compras son cada vez más grandes y con más clientes. Marina podría ampliar su producción y comenzar a vender sus plátanos a otros países. Este tipo de negocios que productores como Marina podría realizar, ya se han dado antes en Colombia, y por eso queremos contarle qué tipo de acuerdos comerciales internacionales ha firmado nuestro país hasta el momento.



Colombia ha realizado acuerdos comerciales con otros países, definiendo una serie de normas para controlar y reglamentar los negocios que vendedores como Marina hacen con sus compradores. De esta forma, pueden beneficiarse y contar con apoyo para vender sus productos en el país con el que se haya realizado un acuerdo.

Miremos entonces cuáles son los principales acuerdos que tiene Colombia.

Algunos de los principales acuerdos son:

- 1.** Con la Comunidad Andina de Naciones (CAN): Este acuerdo está enfocado a una integración en todos los ámbitos políticos, sociales, económicos, medioambientales. Incluye a los siguientes países: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. **Para ver el perfil económico y comercial de estos países haga clic en el siguiente enlace:** <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/newsdetail.asp?id=6959&idcompany=7>
- 2.** El G-2, firmado entre Colombia y México, que busca ampliar mercados y diversificar exportaciones entre los países miembros mediante un programa de desgravación arancelaria con excepciones en el sector agropecuario y la definición de un conjunto de normas técnicas y de comercialización en este sector.
- 3.** Acuerdo de Libre Comercio entre Colombia y Chile - **ALC**. **Si desea conocer la Guía de exportación a Chile haga clic en el siguiente enlace:** <http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4072DocumentNo3447.PDF>

Colombia también puede llevar sus productos a Estados Unidos y a la Unión Europea, gracias a un sistema especial de preferencias arancelarias. Y con otros países, también se tienen acuerdos comerciales para algunos productos, siempre que estos cumplan con las características de calidad descritas en los protocolos.

Conozcamos los productos que se pueden comercializar en los protocolos vigentes:



Protocolos Pecuarios Vigentes

País	Producto
Paraguay	Bovinos de reproducción, Semen, embriones de bovino
Venezuela	Pollitos en reproducción, huevo fresco, ovinos y caprinos en pie
Estados Unidos	Gelatina bovina, semen de equino
Perú	Equinos de competencia, toros de lidia, embriones de bovino, huevo fresco, carne de pollo, alimento para mascotas, bovinos de lidia a muerte, bovinos con destino a reproducción, carne bovina
Bolivia	Avena bebida láctea
México	Peces ornamentales

Fuente: ICA

Protocolos Pecuarios Vigentes

País	Producto
Argentina	Bovinos de reproducción, embriones
Brasil	Embriones de bovinos, semen de bovinos
Rusia	Carne bovina
Japón	Japón
Líbano	Bovinos para sacrificio
Marruecos	Mantequilla





Tailandia	Aceite de pescado
Ecuador	Patas de bovino
Jamaica	Lácteos
Rep. Dominicana	Lácteos
Bangladesh	Leche y productos lácteos

Fuente: ICA





Protocolos Agrícolas Vigentes

País	Producto
Estados Unidos	Arándanos, frutas de papaya fresca, pitahaya en rodajas
Perú	Algodón fibra, semilla de granadilla, bulbos de liatris, estolones de maralfalta, plantas de gerbera, semilla de arroz, cacao en grano, esquejes enraizados de gypsophila, semillas de cypres, semillas de eucalipto, semillas de acacias, plántulas in vitro de palma de aceite.
Argentina	Mango, flores de corte, pitahaya
Cuba	Cítricos, piña, sandía, melón
Costa Rica	Tomate, espárrago, curuba, feijoa, granadilla, papaya, pitahaya amarilla, uchuva, fruta fresca de piña, plátano-banano orgánico
Ecuador	Mora, tabaco, papa, cormos de malanga
Paraguay	Rosa, clavel, gypsophila, café verde, frutos de tomate de mesa
Brasil	Alstroemeria, clavel, rosa, feijoa, maracuyá granadilla, semillas de swinglea, semillas de palma

Fuente: ICA

Protocolos Agrícolas Vigentes

País	Producto
Rep. Dominicana	Flores de corte
Chile	Melón, champiñones frescos, frutos frescos de limón tahití
Panamá	Flores y follajes, frutas, hortalizas y productos refrigerados
Trin. y Tob.	Papa
Japón	Mango tommy atkins

Fuente: ICA





Como ve Colombia ha realizado diferentes acuerdos para que se puedan hacer negocios con otros países, respaldados por una estrategia que garantiza una competencia justa y mejores condiciones tanto para los compradores como para los vendedores.

Veamos entonces que pasa con los negocios de Marina.

Para que los negocios de Marina sigan creciendo, ella tiene que estar atenta a los cambios del mercado y como empresaria agropecuaria analizar:

- Las debilidades de su empresa: las cosas que tienen o que ofrecen otros productores y que ella no tiene, eso la hace poco competente.
- Las oportunidades de mercado: Puede pensar en desarrollar nuevos productos o mejorar su calidad, asistiendo a seminarios, cursos y ruedas de negocios, que le ayudarán a ser mejor una mejor empresaria.
- Las fortalezas de su negocio: aquellas cosas que puede ofrecer como valor adicional a sus productos y que la competencia no tiene, por ejemplo: Mi finca está cerca de una vía principal, tengo transporte propio, hago parte de una cooperativa que trabaja unida para mejorar la calidad y condiciones de pago, etc.
- Y las amenazas: aquellas situaciones que amenazan su producción, la calidad o la comercialización de sus productos, por ejemplo: importaciones de productos, competencia a menor costo, cambios climáticos, etc.



Al analizar estas situaciones, Marina puede tomar decisiones estratégicas frente a su negocio o puede vincularse a las organizaciones de cadenas productivas, para mejorar la producción y comercialización de sus plátanos.



Las organizaciones de cadena, las conforman los empresarios, los gremios y las organizaciones más representativas de la producción, transformación, comercialización y distribución de productos de origen agrícola, pecuario, forestal, acuícola y pesquero, así como los proveedores de servicios e insumos con la participación del Gobierno Nacional y los gobiernos locales y regionales.



Si quiere conocer los Acuerdos Sectoriales de Competitividad de las cadenas agropecuarias conformadas, haga clic en el siguiente enlace:

http://www.agronet.gov.co/www/docs_agronet/201021515584_9_CARTILLA_Cadenas_productivas_%202009.pdf

Usted ya sabe lo básico y puede observar muy bien las posibilidades que se están brindando al agro colombiano para fortalecer su presencia en el mercado nacional y ampliar el acceso a mercados externos, ahora lo invito a **'¡El agro a exportar!'**.

