

PMP

Estudio de Mercado Semillas de Hortalizas en Italia

Abril 2013

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Milán - ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. Tabla de contenido

II. RESUMEN EJECUTIVO	4
1. Código y glosa SACH	4
3. Estrategia recomienda	4
3.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el producto	4
3.2. Recomendaciones para el proveedor nacional	4
4. Análisis FODA.....	5
III. Acceso al Mercado	6
1. Código y glosa SACH	6
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.	6
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.	6
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.	6
5. Regulaciones y normativas de importación	6
6. Etiquetados requeridos para ingreso al país.	8
7. Requerimientos de etiquetados.....	11
8. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros	11
IV. Potencial del Mercado	11
1. Producción local y consumo	11
2. Importaciones (<i>valor, volumen y precios promedio</i>) del producto últimos tres años por país.....	17
3. Centros de consumo y estacionalidad de demanda	21
V. Canal de Distribución y Agentes del Mercado	22
1. Estructura de comercialización.	22
2. Diagrama de flujo de importador, mayorista, minorista.	24
3. Poder de decisión compra y toma de decisión a lo largo de la cadena	24
4. Organismos certificadores aceptados o exigidos por importadores y retailers y legislación local	25
5. Agencias locales validadoras de certificaciones.	25
6. Etiquetados requeridos.	25
7. Marcas propias en retail	25
VI. Consumidor	26
1. Segmentos de consumo del producto.	26
2. Centros de consumo y estacionalidad de demanda	26
3. Conocimiento y preferencias de atributos diferenciadores por segmento	26
VII. Benchmarking (Competidores) y Tendencias	27

1. Principales marcas en el mercado	27
2. Segmentación de competidores.....	27
3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado.	27
4. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado.....	28
5. Posicionamiento de producto chileno en el mercado en comparación a competidores	28
6. Campañas MKT de competidores o producto local.	28
7. Organismos con influencia en determinación de tendencias y decisión de compra.....	29
VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado	30
IX.Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado ..	31
X.Fuentes de información.....	31

“El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.”

II. RESUMEN EJECUTIVO

1. Código y glosa SACH

Semillas de hortalizas.

2. Estrategia recomendada (en base a análisis FODA)

2.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el producto

Si bien los niveles de importación de semillas de hortalizas en Italia han caído en los últimos años, aún se mantiene una alta demanda interna por este producto. Cabe destacar, que esta baja en las importaciones se produce principalmente por la compleja situación económica que el país está experimentando, por lo cual, un repunte de su economía, reactivaría el comercio de este producto y el volumen de importación aumentaría.

Geográficamente, Chile tiene una posición que lo hace muy atractivo para abastecer a Italia en las épocas en donde no hay o baja su disponibilidad interna. Además, tiene condiciones climáticas excelentes para la producción de distintos tipos de semillas de hortalizas.

A esto se debe agregar que Chile goza de un alto prestigio en materia agrícola. Se reconoce como un país confiable y con instituciones rigurosas que cumplen con los altos estándares de calidad. Facilitando de este modo, que la entrada al mercado tenga un respaldo sólido.

2.2. Recomendaciones para el proveedor nacional

Es necesario que los proveedores nacionales enfoquen su producción de semillas de hortalizas a seguir incrementando la calidad de éstas, ya que el mercado italiano es sumamente exigente.

Además, es necesario que se generen vínculos con las empresas con preponderancia en el mercado, ya sea italianas como las internacionales, así como también, con las asociaciones gremiales (Assosementi). Recomendable es generar instancias de colaboración con universidades en el campo de la investigación científica.

3. Análisis FODA

		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer un producto de alta calidad y confiable • Generar lazos comerciales con actores relevantes del mercado • Aumentar la investigación, desarrollo tecnológico y la innovación en el sector 		<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de la semilla • Producción en contra estación • Bajo riesgo de contaminación • Diversidad climática favorable • Prestigio Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de desarrollo en el campo de la investigación • Falta de desarrollo en el campo tecnológico e innovativo
Factores Externos	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> • Alto costo de las semillas • Gran demanda interna y necesidad de abastecimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionarse como una alternativa viable y segura para la importación en respuesta a la contra estación 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de la inversión en investigación para la innovación y desarrollo tecnológico del sector.
	Amenazas <ul style="list-style-type: none"> • Mercado altamente exigente • Actual tendencia a la disminución en los niveles de importación • Mercado dominado por grandes empresas internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Al ofrecer un producto de calidad, es necesario generar vínculos con los agentes dominantes y organismos gremiales del mercado para favorecer la participación en el mercado local. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mostar que los agricultores nacionales han puesto énfasis en el campo de la investigación, demostrando los avances alcanzados en los últimos años.

|||. Acceso al Mercado

1. Código y glosa SACH

Código Sistema Armonizado Chileno SACH: 120991

Semillas de hortalizas.

2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.

Código Sistema Armonizado UE TARIC: 12099180

Semillas de hortalizas para la siembra, excluidas Semillas de remolacha de ensalada o de mesa (Beta vulgaris var. conditiva).

3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

Arancel General: 3,00%

Arancel Preferencial Producto Chileno: 0%

Arancel Preferencial Producto de Otros Países:

Corea Del Sur: 0%

Israel: 0%

Perú: 0%, (a partir del 1 de marzo de 2013)

Sudáfrica: 0%

Para mayor información sobre los aranceles impuestos por la Comunidad Europea, visitar:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=es&Taric=12099180&Expand=true&SimDate=20130430#1209918000

4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

No se han detectado para este producto.

5. Regulaciones y normativas de importación.

La importación de semillas de hortalizas en Italia, al igual que para toda la Comunidad Europea, está estrictamente regulada y articulada, de manera tal que se ha logrado asegurar que al interior del mercado se distribuyan exclusivamente semillas que cuenten con su respectiva certificación, garantizando de esta manera la

calidad de la producción, la fácil identificación en los distintos procesos productivos y favoreciendo, también, el desarrollo de la investigación científica en este campo.

La directiva general para la producción y comercialización de semillas de hortalizas es la 70/458/CEE. Esta, ha tenido distintas modificaciones y agregados en relación a los diversos procesos y fases productivas de las semillas. La normativa vigente referente a la comercialización de semillas de plantas hortícolas, corresponde a la directiva 2002/55/CE, la cual comprende las normas a adoptar para el proceso de importación de las semillas de hortalizas desde países externos a la UE.

La normativa para la comercialización indica que las semillas deben contar con:

- Registro oficial en el catálogo Nacional de Variedades
- Certificación oficial

En cuanto respecta el registro en el Catálogo Nacional de Variedades, para su comercialización en Italia, esta puede ser obtenida en algún estado miembro de la UE y así formar parte del Catálogo Comunitario. En caso contrario, debe efectuarse una solicitud por la empresa importadora inscrita en los registros italianos, y esta debe presentar la descripción de la variedad y la selección conservadora –muestra- de la variedad para su posterior análisis y controles.

Las semillas de hortalizas, deben satisfacer ciertas condiciones técnicas. Estos requisitos y condiciones, que variarán según la especie, corresponden a:

- Pureza mínima específica (% del peso)
- Contenido máximo en granos de otras especies de plantas (% del peso)
- Facultad germinativa mínima (% de semillas puras o de glomérulos)

Además, las semillas deberán contar con un grado de identidad y de pureza varietal, así como también, se indica que la presencia de enfermedades y organismos nocivos podrá ser permitida siempre cuando se mantenga a los límites establecidos.

Estas condiciones se pueden observar en detalle en el Anexo II de la directiva 2002/55/CE.¹

En cuanto a la certificación, la directiva 97/788/CE², en base al cumplimiento de las condiciones de calidad que muestran las prácticas realizadas por las distintas instituciones competentes en diferentes países externos a la Comunidad Europea, determinó que los controles realizados sobre las semillas ofrecen las mismas garantías que las prácticas realizadas al interior de los Estados miembros, por lo que, queda a la autoridad local competente la responsabilidad de los controles necesarios para la certificación de la semilla. En el caso de Chile, esta corresponde al Servicio Agrícola y Ganadero (SAG).

Existen además, normativas propias que regulan el mercado de las semillas en Italia. El Decreto Ministerial del 4 de Junio de 1997³, disciplina la comercialización de las distintas variedades de semillas para las cuales se ha presentado una solicitud de inscripción al catálogo nacional de variedades de especies, establece que, para la

¹ Directiva Consejo UE 2002/55/CE, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:193:0033:0059:ES:PDF>

² Directiva Consejo UE 97/788/CE, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:1997:322:0039:0043:ES:PDF>

³ DM 4-7-1997, <http://www.sementi.it/normative/DM-4-giugno-1997-nulla-osta-importazione-sementi.pdf>

importación de semillas desde países ajenos a la Comunidad Europea, es necesario que la empresa importadora solicite el Certificado de Importación en el Servicio Fitosanitario Regional competente donde dicha empresa tiene sede. Esta solicitud para la entrega de este certificado debe ir acompañada de una declaración de conformidad de semillas en la cual se especifique que las semillas que se quieren importar responden a los requisitos anteriormente descritos (el detalle de las especies que se someten a este decreto se encuentran en el Anexo I de la normativa).

Además, el importador debe contar con las siguientes autorizaciones:

- Autorización para el comercio de semillas
- Inscripción en el registro oficial de productores
- Autorización para el ejercicio de la actividad en el sector semillas

Si el importador presenta sólo la primera autorización indicada, puede importar solo confecciones que no pueden ser destinadas a tratamientos de elaboración o confección de otro tipo de semillas. En el caso que cuente con ambos documentos y con la inscripción, las semillas pueden ser destinadas a la incorporación de estos procesos productivos.

En cuanto al peso máximo de un lote y el peso mínimo de una muestra, se indican en el anexo III de la directiva 2002/55/CE.

Para mayor información sobre la normativa europea vigente, visitar:

www.eur-lex.europa.eu/es/index.htm

Para mayor información sobre la normativa italiana vigente, visitar:

<http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/59>

Para mayor información sobre el proceso de certificación, visitar:

www.sag.cl/ambitos-de-accion/certificacion-varietal-para-exportacion

Para mayor información sobre requisitos para la importación, visitar:

www.exporthelp.europa.eu

6. Etiquetados requeridos para ingreso al país.

Los envíos de semillas desde Chile hacia Italia, se someten a la legislación europea, de este modo, para garantizar una libre circulación de la mercancía, los empaquetados de semilla deberán contemplar particulares formatos en sus etiquetas.

A continuación, se presentan los distintos formatos de etiquetas de acuerdo a la categoría de semilla que se representa, clasificada según el tipo de etiqueta:

Etiquetas Adhesivas:



Pre Básica



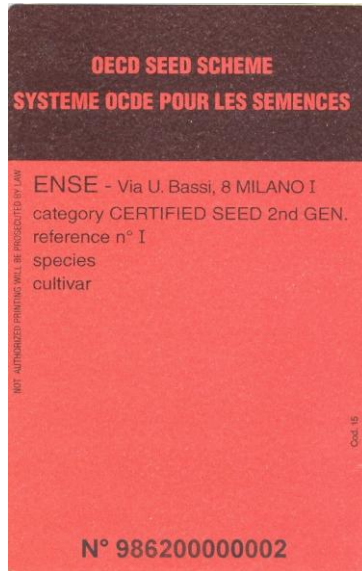
Básica



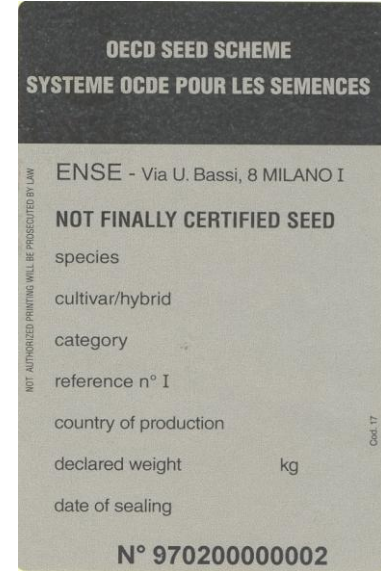
Certificada



Certificada



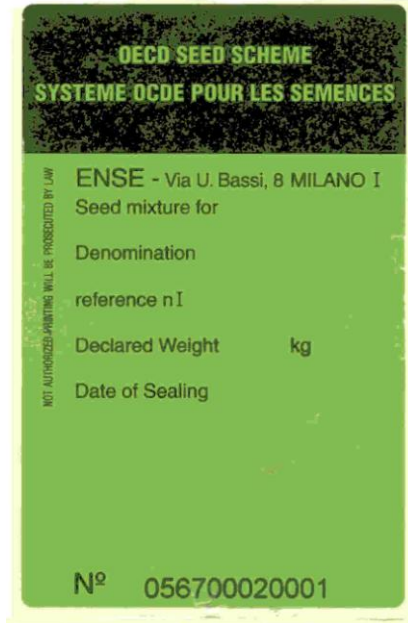
Reproducción



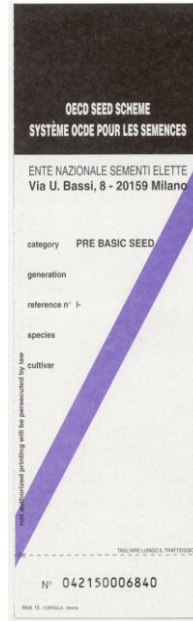
No Certificada

Etiquetas Adhesivas:

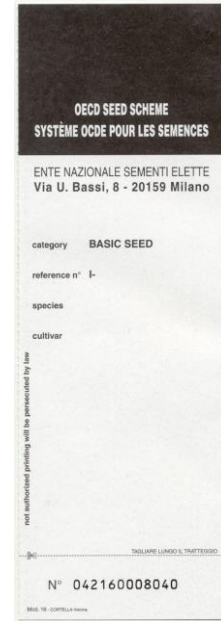
Etiquetas No Adhesivas:



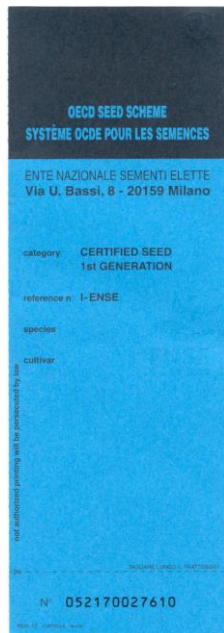
Mixta



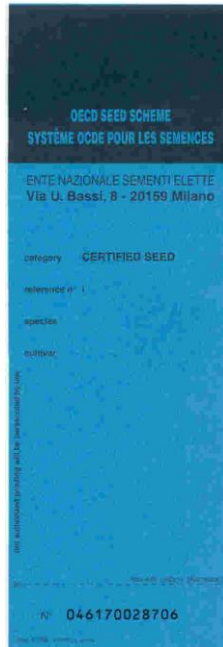
Pre-Básica



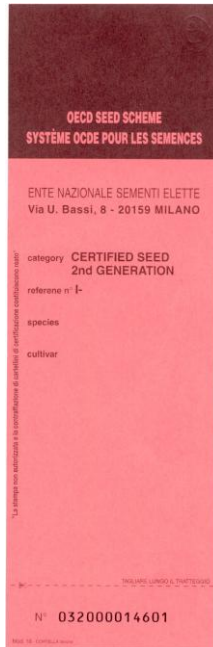
Básica



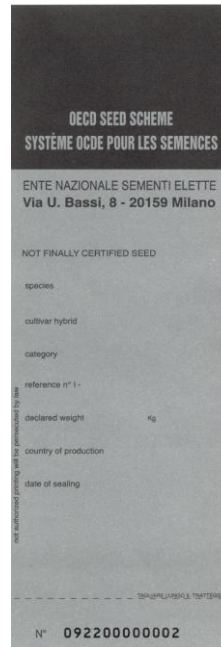
Reproducción



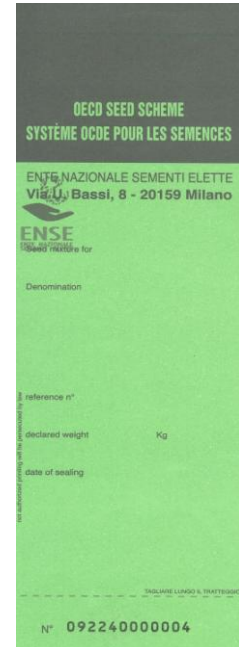
Certificada



2da Reproducción



No certificada



Mixta

Para mayor información sobre la certificación y etiquetado OECD, visitar: www.sag.cl/content/sistema-de-certificacion-oecd

7. Requerimientos de etiquetados.

En cuanto a las etiquetas para la importación, se establece que los envases deben estar provistos de un etiquetado del proveedor o inscripción de empresa. Además, deben contener información en una de las lenguas oficiales de la Comunidad Europea. (Anexo IV, Directiva 2002/55/CE.)

La etiqueta, debe contener la siguiente información:

1. Reglas y normas CE.
2. Nombre y dirección del responsable de la colocación de las etiquetas o su marca de identificación.
3. Campaña del cierre o del último examen de la facultad germinativa.
4. Especie, indicada al menos en caracteres latinos.
5. Variedad, indicada al menos en caracteres latinos.
6. Categoría para los pequeños envases. Se podrán marcar las semillas certificadas con las letras "C" o "Z", mientras que las semillas estándar con las letras "ST".
7. Número de referencia entregado por el responsable de la colocación de la etiqueta (para la semilla estándar).
8. Número de referencia que permita identificar el lote certificado (para la semilla certificadas).
9. Peso neto o bruto declarado o número declarado de granos puros con excepción de los pequeños envases de hasta 500 gramos.
10. En caso de uso de sustancias aditivas, indicación de su naturaleza así como la relación aproximada entre el peso de granos puros y el peso total.

Las dimensiones mínimas requeridas para las etiquetas es de 110mm x 67 mm.

8. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros.

Ministerio de Agricultura Italiano (Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali) - www.politicheagricole.it

Servicio Italiano de Aduanas (Agenzia delle Dogane) - www.agenziadogane.it/

Servicio Agrícola y Ganadero - www.sag.cl

IV. Potencial del Mercado

1. Producción local y consumo

Italia, a nivel internacional, es uno de los países con mayor volumen de mercado de semillas, siendo un importante productor y exportador de semillas de hortalizas. En una clasificación realizada por la Federación Internacional de Semillas ISF⁴ (International Seed Federation), para el año 2011, el país se ubicó en la novena

⁴ Informe ISF 2012, Estimated value of the domestic seed market in selected countries 2011
http://www.worldseed.org/cms/medias/file/ResourceCenter/SeedStatistics/Domestic_Market_Value_2011_Update.pdf

posición mundial de acuerdo a la estimación del mercado doméstico, con una cifra cercana a los 715 millones de USD.

Esta misma organización⁵, en su reporte realizado en el año 2012, muestra que Italia es el sexto país que mayores importaciones realiza, con un total de 5.856 toneladas, para esta variedad de semillas. Esta cantidad está estimada en 177 millones de USD, con lo cual, en este mismo contexto, se ubica en la quinta posición en la escala internacional.

PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES DE SEMILLAS DE HORTALIZAS (2012).

Pos.	PAIS	VALOR USD (MILL)	TONELADAS
1	HOLANDA	330	15.253
2	EE.UU.	318	15.562
3	MEXICO	215	1.728
4	ESPAÑA	195	6.462
5	ITALIA	177	5.856
6	FRANCIA	150	4.389
7	CHINA	114	7.769
8	TURQUIA	104	1.844
9	ALEMANIA	97	5.913
10	JAPON	94	4.793
	Otros	1.358	63.183
	TOTAL	3.152	132.752

Fuente: ISF, International Seed Federation

La producción local de semillas es de excelente calidad, lo que ha permitido a los empresarios italianos posicionarse como uno de los líderes en la industria. Esto se debe a la alta capacitación y conocimiento de los agricultores, al desarrollo tecnológico y de infraestructuras, y naturalmente a las condiciones climáticas favorables.

La multiplicación de semillas en Italia abarca más de 182.000 hectáreas, en donde las semillas de hortalizas cubren el 10% de la totalidad de la superficie destinada a la producción total.

Según datos mostrados por la organización Italiana de la industria de semillas - Assosementi -, la destinación de superficies para el proceso de multiplicación de esta variedad de semillas pasó de 19.374 hectáreas cultivadas en el 2010 a 18.872 hectáreas para el año 2012. Sin embargo, en un análisis más amplio, se destaca un fuerte crecimiento en la última década correspondiente al 70%, considerando que en el 2002 se destinaron sólo 11.112 hectáreas.

⁵ Informe ISF 2012, Import of seed for soling by country 2011
http://www.worldseed.org/cms/medias/file/ResourceCenter/SeedStatistics/SeedImports/Seed_Imports_2011.pdf

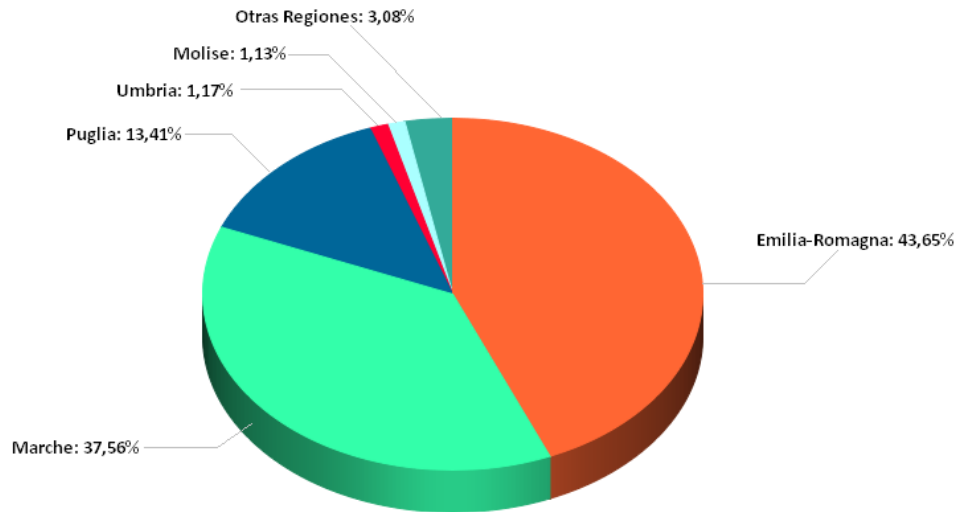
TOTAL SUPERFICIE DESTINADA A LA MULTIPLICACION SEMILLAS DE HORTALIZAS.



Fuente: ASSOSEMENTI, Associazione Sementiera Italiana

Según los datos presentados por Assosementi en marzo del presente año, las principales zonas geográficas donde se desarrolla este proceso se concentran en las regiones de Emilia-Romagna, Marche y Puglia.

CUOTAS DE PARTICIPACION REGIONAL EN SUPERFICIES DESTINADAS A LA MULTIPLICACION (2012).



Emilia-Romagna y Marche, lideran el sector con 8.200 y 7.000 hectáreas cultivadas respectivamente. La evolución de esta última es particularmente interesante ya que en ocho años las superficies destinadas a la multiplicación crecieron en un 260%, situación igualmente interesante que la de Puglia, que con más de 2.500 hectáreas ocupa el tercer puesto y en 10 años logró triplicar estas superficies. Umbria y Molise son las regiones que siguen, aunque

con cuotas muchísimo menores. Piemonte, a pesar de que también detenta una baja cuota de participación, logró aumentar sus áreas cultivadas en 28% en un periodo de dos años.

A continuación, se presenta el detalle de las superficies cultivadas para la multiplicación de semillas de hortalizas, medidas en hectáreas, en las distintas regiones para los últimos ocho años:

SUPERFICIES CULTIVADAS PARA LA MULTIPLICACION DE SEMILLAS DE HORTALIZAS.

REGION	2004	2006	2008	2010	2012
Emilia-Romagna	6.273	6.276	7.300	8.526	8.237
Marche	2.690	2.262	4.240	6.991	7.089
Puglia	811	860	1.739	2.402	2.531
Umbria	79	150	312	388	221
Molise	85	81	126	222	213
Piemonte	134	82	80	160	199
Abruzzo	2	6	126	187	163
Campania	46	19	51	389	127
Toscana	30	1	30	40	65
Lazio	0	8	8	60	9
Calabria	0	0		5	7
Veneto	0	135	0	0	6
Lombardia	8	0	1	4	3
Basilicata	39	14	11	0	2

Fuente: ASSOSEMENTI, Associazione Sementiera Italiana

Esta distribución está en gran parte determinada por los factores climáticos favorables que influyen en la distintas zonas geográficas, pero también, tal proceso de reproducción, está condicionado a factores socio económicos tales como los niveles de instrucción de los agricultores, la presencia de las adecuadas infraestructuras y niveles de inversión. A esto se debe agregar que cada región tiene su propia autoridad agrícola, la cual determina políticas y normas a seguir por los empresarios locales, con lo cual, las regiones que han dado mayor énfasis a la necesidad de los cultivos de semillas, han alcanzado sistemas organizativos acordes a las exigencias y una reglamentación adecuada.

Las principales especies, de este tipo de semillas, demandadas al interno del mercado para el proceso de reproducción, corresponden a las de cilantro, cebolla, rábano, arvejas y achicoria.

A continuación, se muestra el detalle del total de las superficies cultivadas, medidas en hectáreas, para las distintas semillas en los últimos años.

TOTAL SUPERFICIES CULTIVADAS PARA MULTIPLICACION POR TIPO DE SEMILLA DE HORTALIZA EN ITALIA.

ESPECIE	2004	2006	2008	2010	2012
Cilantro	701	689	4.066	5.295	4.749
Cebolla	883	919	1.159	2.158	2.403
Rábano	1.153	1.510	1.558	1.882	1.614
Arveja	1.232	1.457	1.068	1.983	1.248
Achicoria	1.373	1.113	852	668	1.211
Espinaca	354	244	410	712	792
Coliflor	484	557	707	728	761
Zanahoria	297	326	599	877	723
Lechuga	478	317	527	619	608
Rúcula	254	227	254	393	561
Acelga	338	335	349	406	415
Nabo	340	366	399	314	407
Haba	441	260	462	675	363
Grabanzo	9	154	25	99	313
Cebollín	28	82	118	173	220
Puerro	160	156	200	248	218
Poroto	154	237	89	172	201
Eneldo	43	15	76	125	197
Pepino	112	110	117	161	192
Berro	37	16	16	268	134
Albahaca	58	102	115	158	122
Perejil	90	113	58	83	91
Endibia	145	41	65	105	77
Calabacín	66	33	48	71	75
Tomate	317	2	12	78	69
Apio	16	17	51	41	38
Zapallo	23	17	44	41	34
Hinojo	82	31	30	41	32
Pimiento	11	6	24	21	5
Ciboulette	1	38	49	3	4
Berenjena	4	2	2	3	3
Melón	2	1	2	1	0
Otras Especies	511	401	473	1178	992

Fuente: ASSOSEMENTI, Associazione Sementiera Italiana

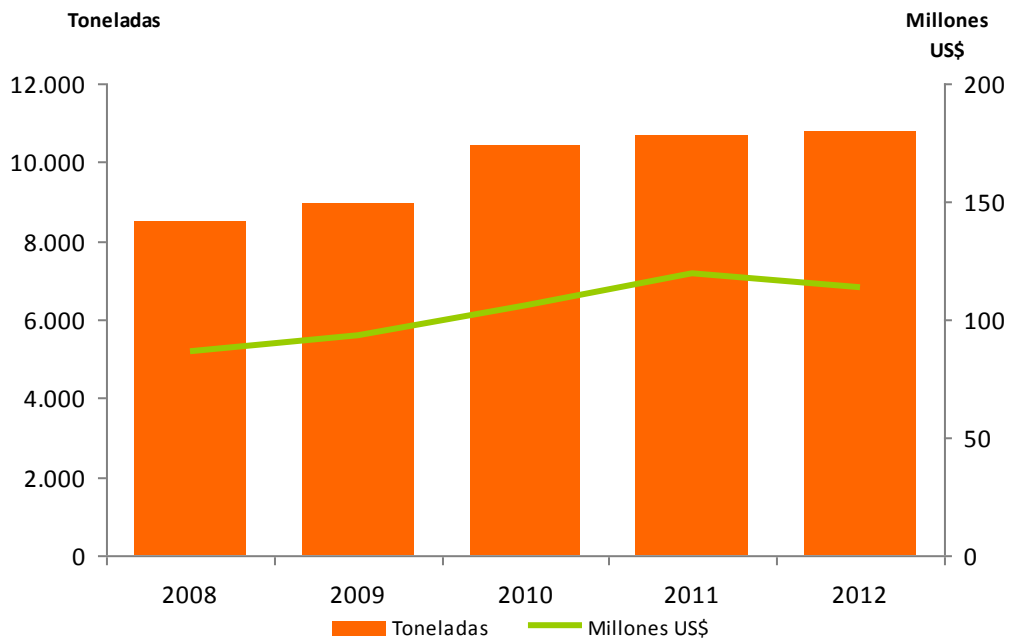
En cuanto al consumo de las semillas en el mercado doméstico, muestra una baja en los totales de terrenos destinados a la siembra cercana al 6%. Este efecto de contracción en el último período se atribuye al desempeño económico general mostrado en el último tiempo, que tuvo efecto principalmente por la crisis de la economía mundial.

La devaluación del Euro trajo por consecuencia una disminución en el poder de compra de los agricultores locales, situación que se vio acompañada del incremento importante del uso de los suelos a nivel local que permitieron un aumento sostenido en los niveles de exportación.

De este modo, el consumo de semillas de hortalizas tuvo una disminución y la siembra realizada a nivel nacional fue de una superficie total cercana a las 460.000 hectáreas. Mientras que, una parte importante de la producción local, tuvo como destinos mercados extranjeros.

A continuación se detallan el volumen, medido en toneladas, del total de las exportaciones italianas de semillas hortalizas en los últimos cinco años y su correspondiente valor, medido en USD.

EXPORTACIONES TOTALES DE SEMILLA DE HORTALIZA.



Fuente: ISTAT, Istituto Italiano di Statistica

Según los datos proporcionados por Assosementi, para el año 2011, el facturado total alcanzado en el proceso de multiplicación por las empresas agrícolas italianas alcanzó cifras superiores a los 62 millones de USD, realizadas principalmente bajo comisión de empresas extranjeras, donde principalmente tienen como destino siguiente el mercado Japonés y países del oriente y norte europeo.

2. Importaciones del producto últimos tres años por país. Principales competidores y participación de Chile en el mercado.

La balanza comercial del mercado italiano de las semillas de hortalizas ha experimentado una interesante evolución en la última década, pasando de un escenario en donde las importaciones superaban las exportaciones, en términos reales, a otro escenario en donde esta balanza muestra un superávit con un amplio margen.

La reducción en volumen de importación del producto se atribuye a la influencia que la crisis mundial tuvo sobre el mercado europeo, con particular agresividad en países como Italia.

Ante esta situación, cabe destacar que la proyección para la importación es auspiciosa en relación a que una recuperación de la actividad económica provocaría un rápido repunte en el nivel de comercio.

A continuación se detallan el volumen, medido en toneladas, del total de las importaciones italianas de semillas hortalizas en los últimos cinco años y su correspondiente valor, medido en USD.

IMPORTACIONES TOTALES DE SEMILLA DE HORTALIZA.



Fuente: ISTAT, Istituto Italiano di Statistica

Si bien las importaciones tuvieron una contracción en los volúmenes transados, en términos nominales estas registraron en el último período una tendencia al alza, impulsado principalmente por el incremento del nivel de precios.

Las importaciones totales de esta variedad de semilla, para el último año, ascendieron a una cifra cercana a los 168 millones de USD. Importante cuota de participación detentan Holanda y Francia, seguidos por China y Estados

Unidos respectivamente. Chile se ubica en el decimosegundo lugar en el nivel de participación de las importaciones italianas con el 0,4%.

A continuación, se presenta la información relativa de los principales países, en base al valor de las transacciones, a los que Italia recurre para sus importaciones de semillas de hortalizas.

ORIGEN DE PRINCIPALES IMPORTACIONES ITALIANAS DE SEMILLAS DE HORTALIZAS (USD).

Pos.	PAIS	IMPORTACIONES 2010 USD	IMPORTACIONES 2011 USD	IMPORTACIONES 2012 USD
1	HOLANDA	96.902.929	101.744.713	93.605.756
2	FRANCIA	34.741.894	36.477.783	42.912.540
3	CHINA	8.449.955	8.872.160	8.199.097
4	EE.UU.	7.740.446	8.127.199	8.157.472
5	ALEMANIA	2.356.250	2.732.227	2.806.089
6	UCRANIA	2.605.500	2.717.983	2.295.772
7	ESPAÑA	1.923.860	2.765.326	1.152.866
8	REINO UNIDO	837.313	828.440	880.599
9	TAILANDIA	732.867	746.253	833.528
10	VIETNAM	94.245	479.310	786.189
11	ISRAEL	1.245.897	1.644.108	719.693
12	CHILE	864.265	689.670	672.022
13	COREA DEL SUR	226.265	241.984	522.275
14	BRASIL	271.466	6.414	422.309
15	NUEVA ZELANDA	99.620	991.365	394.582
16	SUDAFRICA	314.809	287.970	344.411
17	JAPON	181.373	235.980	338.321
18	AUSTRIA	574.354	299.715	297.313
19	SERBIA	86.986	441.013	287.431
20	INDIA	812.356	864.999	284.300
	Otros	740.333	5.599.973	1.835.353
	TOTAL	160.322.316	176.794.585	167.747.918

Fuente: ISTAT, Istituto Italiano di Statistica

Es importante destacar que, no obstante para este caso las cifras monetarias determinan las cuotas de participación en el mercado, esta no tiene una estricta correlación con los volúmenes de semillas comercializados por las partes. Esta discrepancia se atribuye a los diferentes costos en los cuales se incurre al momento de compra con los diferentes países, al tipo de cambio, y también, a los diferentes precios que los tipos de semilla pueden tener en el mercado internacional.

Bajo este aspecto, Chile muestra un aumento importante en su volumen de exportaciones hacia Italia en un periodo de dos años, sin embargo, en este mismo arco de tiempo pasó de exportar 864.265 USD a 672.022 de la misma divisa.

A continuación, se presenta la información relativa de los principales países, en cuanto a volumen, a los que Italia recurre para sus importaciones de semillas de hortalizas.

ORIGEN DE PRINCIPALES IMPORTACIONES ITALIANAS DE SEMILLAS DE HORTALIZA (Toneladas).

Pos.	PAIS	IMPORTACIONES 2010 Toneladas	IMPORTACIONES 2011 Toneladas	IMPORTACIONES 2012 Toneladas
1	FRANCIA	891,1	1.664,8	1.770,9
2	HOLANDA	1.724,8	987,3	1.102,5
3	UCRANIA	886,3	949,1	806,0
4	CHINA	921,8	598,5	748,4
5	ALEMANIA	188,9	147,8	216,6
6	EE.UU.	151,4	267,1	182,5
7	NUEVA ZELANDA	33,2	269,5	104,1
8	INDIA	106,1	117,4	76,6
9	AUSTRIA	44,0	55,6	76,3
10	REINO UNIDO	55,3	74,1	71,9
11	CHILE	38,6	39,2	51,1
12	COREA DEL SUR	14,5	1,6	34,3
13	HUNGRIA	281,1	184,3	33,2
14	ESPAÑA	52,0	57,9	26,4
15	URUGUAY	1,7	0,0	24,3
16	BRASIL	14,8	0,2	20,7
17	MARRUECOS	0,0	0,0	20,0
18	DINAMARCA	8,5	47,6	18,8
19	SUDAFRICA	13,3	14,1	17,1
20	ESLOVENIA	42,7	6,9	13,7
	Otros	5.470,3	5.482,9	5.415,4
	TOTAL	5.760,3	5.763,9	5.514,3

Fuente: ISTAT, Istituto Italiano di Statistica

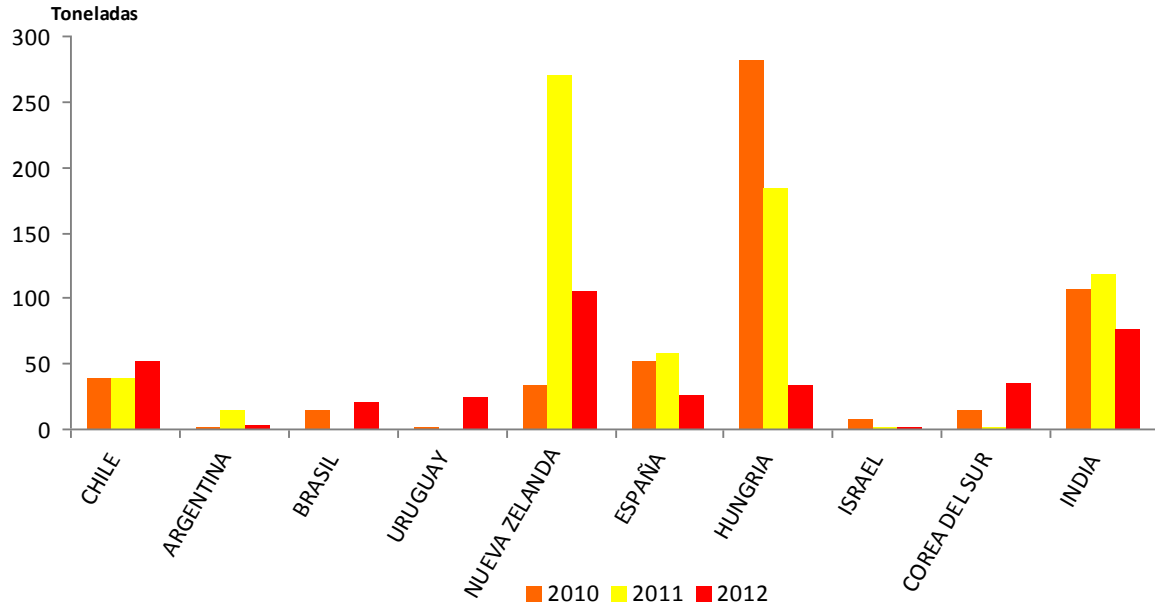
Chile, ha visto crecer sus exportaciones hacia Italia, en términos físicos, en un 32% en los últimos dos años. La tendencia de los niveles de importación en el último tiempo fue negativa, sin embargo, algunos países, como Chile, obtuvieron satisfactorios resultados. Interesante son los casos de algunos países del hemisferio sur con los cuales Chile, dada la estacionalidad de la producción, está en condición de directo competidor. Tanto Brasil como Uruguay, en un periodo de tiempo breve, lograron subir vertiginosamente sus niveles de comercio, pasando de un casi nulo intercambio comercial para el año 2011, a transacciones que involucraron más de 20 toneladas de esta clase de semillas para el año 2012. Nueva Zelanda en el año 2011 logró comercializar semillas por un valor casi 10 veces mayor al año anterior con cifras cercanas a los 1000 millones de USD, mientras que los niveles de Sudáfrica tuvieron una tendencia hacia al alza pero con un bajo margen.

En particular, el caso de Brasil, su alza en los niveles de comercio es atribuible a una revisión a la normativa fitosanitaria anteriormente existente, y a la introducción de elementos que la hacen más exigente.

Importante pueden ser las cuotas de mercado que grandes socios comerciales de Italia han cedido en el mercado, como consecuencia de la situación económica europea. Holanda redujo su volumen de exportación de semillas en más de 600 toneladas desde el 2010 al 2012 y China en 170 en el mismo periodo. India, también en el arco de dos años, redujo su exportación en más de un 30%. Todas estas reducciones, son interesantes en cuanto a que representan un espacio en el mercado que podría ser utilizado a beneficio de los productores nacionales.

En el gráfico que a continuación se presenta, se evidencian los volúmenes de importación realizados por Italia en los últimos tres años con los países que, por factores geográficos, climáticos y por la similitud en los niveles de transacción, se muestra como competencia para los productores nacionales.

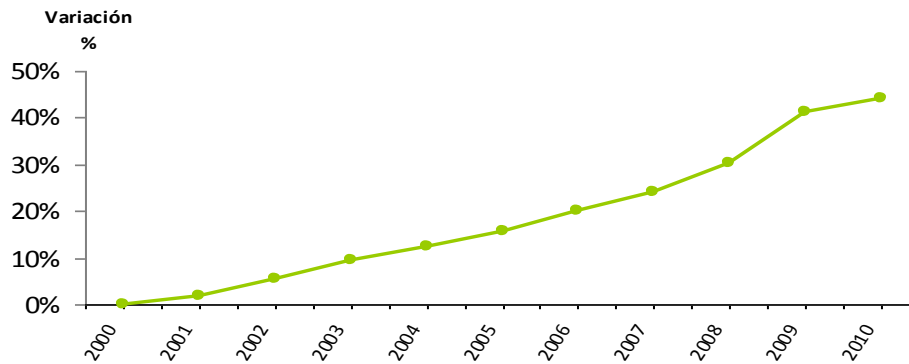
IMPORTACIONES DE SEMILLAS HORTALIZAS DESDE CHILE Y PAISES COMPETIDORES.



Fuente: ISTAT, Istituto Italiano di Statistica

En cuanto al nivel de precios, el Instituto Italiano de Estadísticas (ISTAT)⁶, en la investigación realizada en el 2011 en relación al comportamiento del mercado de las semillas, muestra la variación de los índices de precios en el mercado italiano evidenciando en detalle la evolución del precio de las semillas de hortalizas. De este modo es posible advertir que el costo de las semillas en la última década, medido en precios constantes, ha tenido siempre una tendencia hacia el alza, creciendo en un 44% en el período entre los años 2000 y 2010.

VARIACION REAL PRECIOS SEMILLAS HORTALIZAS.



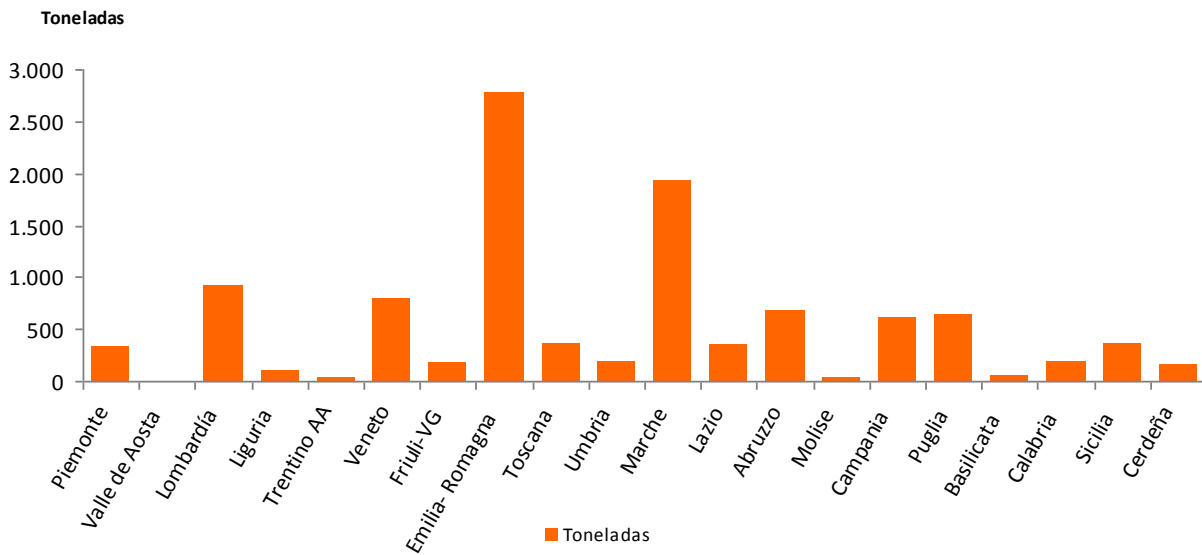
⁶ Informe ISTAT 2011, http://www3.istat.it/istat/audizioni/250511/Audizione_24maggio11.pdf

3. Centros de consumo y estacionalidad de demanda

Los principales centros de consumo de las semillas de hortalizas al interior de Italia, corresponden a Emilia-Romagna y Marche, ambas regiones líderes también en el proceso de multiplicación.

A continuación, según los datos presentados por el departamento de Agricultura y Zootecnia del Instituto Italiano de Estadísticas⁷, para el año 2010, se muestra el detalle por región de la distribución de semillas de hortalizas destinadas al consumo.

VOLUMEN DE SEMILLAS DE HORTALIZAS DISTRIBUIDAS POR REGION SEGUN EL CONSUMO (2010).



Fuente: ISTAT, Istituto Italiano di Statistica

En este análisis, las principales especies demandadas corresponden a las semillas de Arveja (4.733 toneladas), Haba (1.165 toneladas), Espinaca (581 toneladas), Lechuga (157 toneladas), Achicoria (147 toneladas), Acelga (133 toneladas).

Mayor información sobre el detalle del consumo de las especies de semillas de hortalizas se puede ver en el anexo del documento indicado.

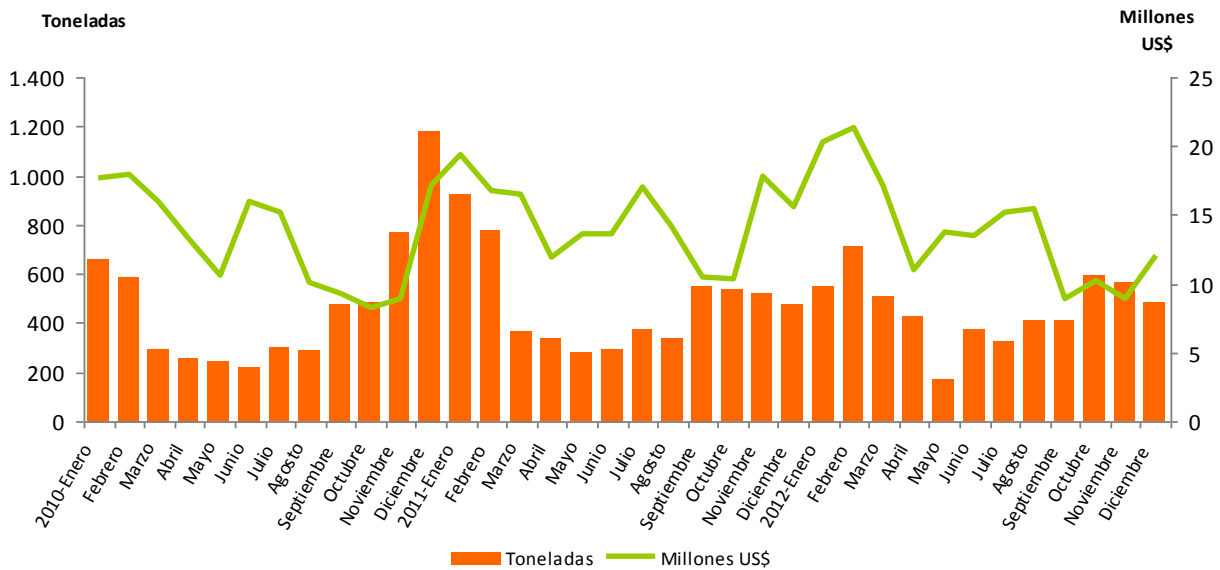
En cuando a las semillas de procedencia exterior distribuidas y destinadas al consumo⁸, se evidencia que en total fueron 4.742 toneladas, de las cuales 2.121 tuvieron como destino el norte de Italia, 1.469 toneladas la zona central, y 1.152 toneladas la zona sur y las islas de Sicilia y Cerdeña.

⁷ ISTAT, Departamento de Agricultura y Zootecnia. <http://agri.istat.it/jsp/dawinci.jsp?q=plM040000010000013000&an=2010&ig=1&ct=349&id=14A|3A|5A|87A|57A|54A|4A|56A>

⁸ ISTAT, Departamento de Agricultura y Zootecnia. <http://www.regione.vda.it/statistica/pubblicazioni/annuari/annuario2012/11/29.PDF>

En cuanto a la distribución anual de los volúmenes de la demanda, esta varía según el periodo estacional. Es así como la importación de semillas tiene sus mayores niveles en el periodo comprendido entre los meses de noviembre y febrero, tiempo en el cual, Italia experimenta una fuerte baja en las temperaturas dado a que se encuentra en la estación de invierno.

IMPORTACION MENSUAL DE SEMILLAS DE HORTALIZAS (2010-2012).



Fuente: ISTAT, Istituto Italiano di Statistica

V. Canal de Distribución y Agentes del Mercado

1. Estructura de comercialización.

El mercado de las semillas es un mercado altamente complejo, debido al gran número de fases productivas y a la gran cantidad de agentes que interactúan en él. El análisis de este mercado sugiere ser analizado en tres distintas dimensiones.

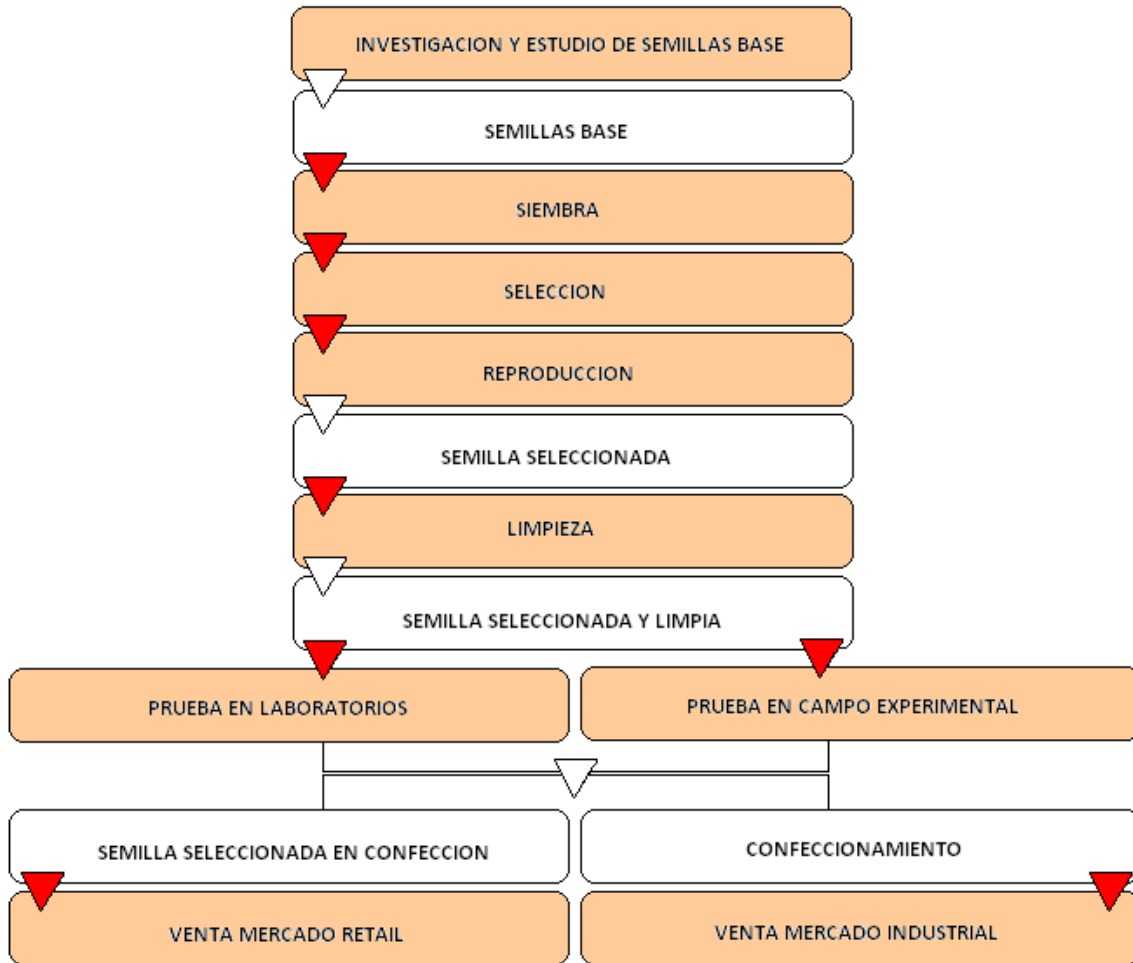
En primer lugar, se puede hacer una clasificación en términos de especie, es decir, en cuantos diversos tipos de especie de semilla se participa. Considerando que el mercado de las semillas de hortaliza comprende una gran diversidad de especies, los agentes pueden abarcar un número amplio o reducido de variedades en su portafolio.

En la segunda dimensión a través de la cual se puede analizar la participación de los agentes de mercado, corresponde al horizonte de mercado que tienen. Pueden participar a nivel de mercado local, nacional o internacional, y se puede enfocar en el mercado profesional o al uso particular.

El último aspecto, corresponde al proceso que se realiza y las fases en las cuales se participa. Las grande empresas generalmente desarrollan distintas fases del proceso de producción de las semillas, mientras que otros agentes, pueden limitarse a realizar solo una o pocas fases. Esto genera que existan distintas etapas en la comercialización de las semillas y sea efectuada en distintos niveles.

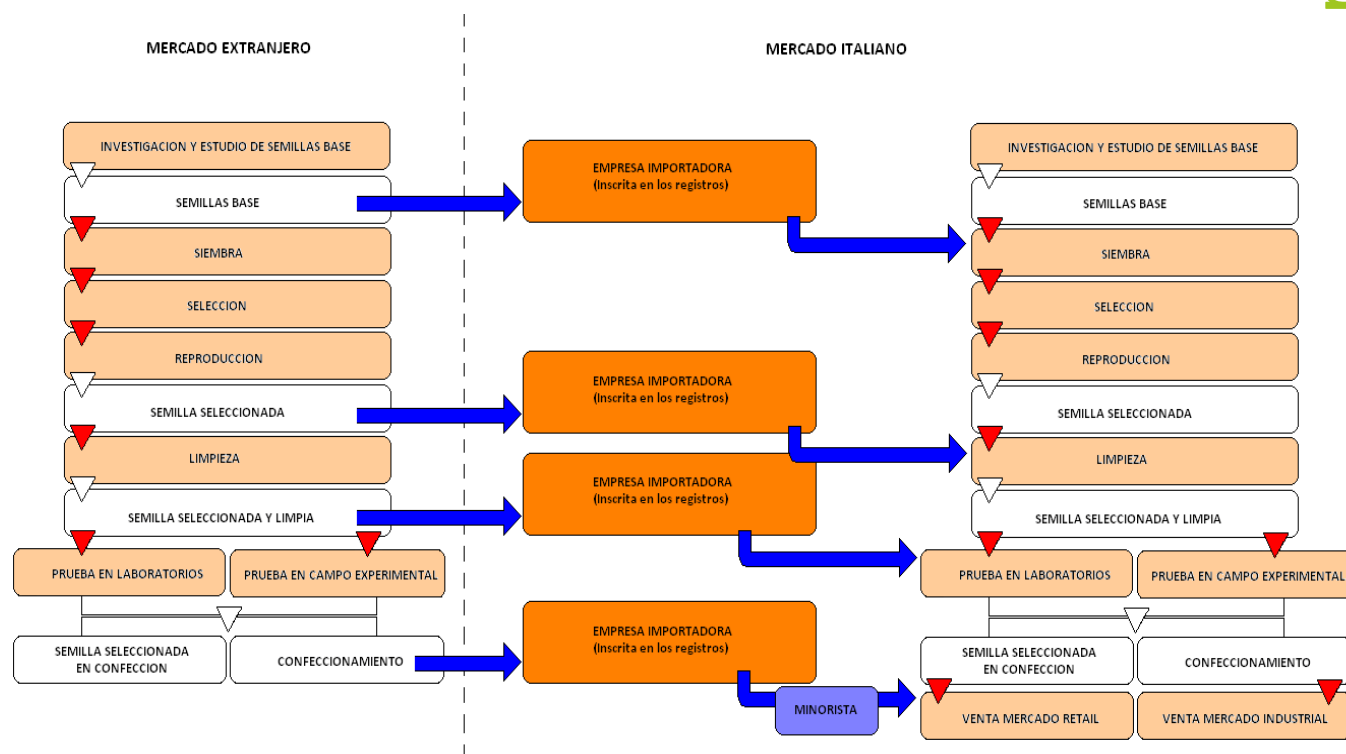
A continuación se presenta el esquema del proceso de producción y comercialización de las semillas.

FASES DEL PROCESO DE PRODUCCION DE LAS SEMILLAS.



2. Diagrama de flujo de importador, mayorista, minorista.

La legislación a la cual se somete el proceso de importación de semillas en Italia, establece que para introducir este producto en el mercado nacional, se debe realizar a través de una empresa inscrita en el registro nacional de empresas. Además, ésta debe contar con un registro propio de la actividad de importación y la correspondiente empresa a la cual fue cedida la mercadería ingresada.



El proceso de importación de semillas, sujeto a las limitaciones técnicas y a los correspondientes procesos de certificación, puede realizarse en cualquiera de las fases de producción de la semilla. Esta es realizada por la empresa inscrita en el registro nacional italiano, la cual, posteriormente, introducirá en las distintas fases de la producción.

3. Poder de decisión compra y toma de decisión a lo largo de la cadena.

Quienes controlan la mayor parte del mercado son las grandes empresas transnacionales. Estas, desarrollan procesos que abarcan diversas fases, las cuales principalmente se inician con la investigación científica y desarrollo de los productos. Estas son las que indican tendencias en cuanto a características del producto y precios a las cuales pueden ser comercializadas las semillas de hortalizas. Sin embargo, al ser un número

relativamente amplio de empresas, una empresa por sí sola no tiene la capacidad para influir directamente en el mercado.

4. Organismos certificadores aceptados o exigidos por importadores y retailers y legislación local al respecto.

La directiva 97/788/CE⁹ del Consejo Europeo, indica que para Chile, los controles oficiales y el proceso de certificación debe ser realizado a través del Servicio Agrícola y Ganadero (SAG). www.sag.cl

Entre las organizaciones privadas que, si bien no eximen de los controles y procesos de certificación de los servicios públicos, ofrecen servicios complementarios y de control de calidad, se puede mencionar el SGS (Société Générale de Surveillance). www.sgs.com/en.aspx

5. Agencias locales validadoras de certificaciones.

El organismo italiano encargado de efectuar los análisis de laboratorio, controles y la certificación oficial de semillas es el Instituto Nacional de Investigación para los Alimentos y la Nutrición (ENSE). www.ense.it

6. Etiquetados requeridos.

Para la introducción en el mercado al detalle, se establece que las etiquetas deben facilitar la siguiente información:

1. Especie
2. Variedad
3. Categoría
4. País de producción y servicio de control oficial
5. País de expedición
6. Importador
7. Cantidad de Semillas

7. Marcas propias en retail.

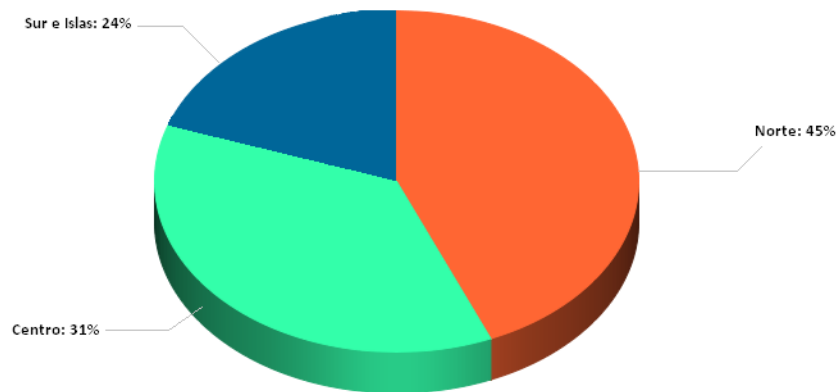
- SAIS Sementi
- Franchisementi
- ISI Sementi
- Ingegnoli

⁹ Directiva 97/788/CE, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:1997:322:0039:0043:ES:PDF>

VI. Consumidor

1. Segmentos de consumo del producto (segmentos demográficos, socioeconómicos, aspectos culturales, religiosos, étnicos, etc.).

Los segmentos de consumo de las semillas se clasifican por zonas geográficas, las cuales son norte, centro y sur del país. A continuación se muestra la respectiva distribución del consumo al interior de Italia.



Fuente: ISTAT, Istituto Italiano di Statistica

2. Centros de consumo y estacionalidad de demanda.

Las principales regiones de consumo de las semillas de hortalizas son principalmente Emilia-Romagna y Marche con el 26% y 18% respectivamente. Las siguen Lombardía con el 9%, Veneto 7% y luego Abruzzo, Campania y Puglia con el 6% cada una.

El periodo de mayor demanda corresponde al periodo comprendido entre los meses de noviembre y enero, meses en los cuales Italia se encuentra en la estación de invierno.

3. Conocimiento y preferencias de atributos diferenciadores por segmento.

La semilla de hortaliza debe cumplir con ciertos parámetros de calidad. Es por esto que todas las semillas de hortalizas deben contar con la certificación “estándar” la cual se obtiene con la superación de parámetros específicos. Al ser un producto relativamente homogéneo en cuanto a la calidad, no existen mayores aspectos diferenciadores más allá del origen geográfico que tenga la semilla, el origen de las empresas que intervinieron en las fases de producción previas y el precio de transacción que estas puedan tener en las distintas fases.

VII. Benchmarking (Competidores) y Tendencias

1. Principales marcas en el mercado.

- Syngenta Seeds
- Monsanto
- Nunhems
- Rijk Swaan
- Enza Zaden
- Franchisementi
- ISI Sementi
- Anseme
- Blumen
- Med Hermes

2. Segmentación de competidores.

La segmentación se puede realizar de acuerdo a tres variables. En primer lugar, se pueden clasificar de acuerdo a la diversidad de semillas presentes en el portafolio de la empresa, es decir, cuantos tipos distintos de semillas de hortalizas comercializan.

En segundo lugar, la segmentación se puede realizar de acuerdo al nivel de mercado en el cual operan. Esta puede ser a nivel local, regional, nacional o internacional.

En tercer lugar, se puede clasificar de acuerdo a la fase en la cual operan, que pueden ir desde el proceso de investigación hasta la fase final de venta al detalle.

El mercado italiano está dominado principalmente por grandes grupos de capitales extranjeros, tal es el caso de Syngenta o Monsanto. Estas empresas abarcan variadas fases del proceso y operan con la gran variedad de especies de semillas de hortalizas.

Los productores locales, a pesar de su elevada instrucción, no están en grado de competir a la par con estas grandes transnacionales, por lo cual, se limitan a cumplir específicas o limitadas fases del proceso.

3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado.

Los atributos de diferenciación corresponden principalmente a:

- Calidad (todas las semillas deben superar rigurosos exámenes de calidad).
- Precio
- Disponibilidad
- Variedad

4. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado (*tablas comparativas e imágenes en lo posible*).

Los precios CIF promedios de importaciones realizadas durante los últimos tres años por Italia, desde Chile y sus competidores, son los siguientes:

PRECIO PROMEDIO DE IMPORTACIONES ITALIANAS DE SEMILLA DE HORTALIZA POR TONELADA (USD/Toneladas).

PAIS	PRECIO 2010 (USD/ton)	PRECIO 2011 (USD/ton)	PRECIO 2012 (USD/ton)
CHILE	22.390,3	17.593,6	13.151,1
ARGENTINA	24.537,0	28.689,0	31.665,0
BRASIL	18.342,3	32.070,0	20.401,4
URUGUAY	7.362,0	0,0	1.162,0
SUDAFRICA	23.669,9	20.423,4	20.141,0
NUEVA ZELANDA	3.000,6	3.678,5	3.790,4
INDIA	7.656,5	7.368,0	3.711,5
COREA DEL SUR	15.604,5	151.240,0	15.226,7

Fuente: ISTAT, Istituto Italiano di Statistica

5. Posicionamiento de producto chileno en el mercado en comparación a competidores.

Las semillas con origen chileno gozan de prestigio de acuerdo a las ventajas climáticas que se presentan en su producción, la estabilidad institucional y rigurosidad del Servicio Agrícola Ganadero, y la posición geográfica en la que se encuentra, favoreciendo así la posibilidad de producción en contraestación.

6. Campañas MKT de competidores o producto local.

La semilla tratada como input productivo para el cultivo tiene un tratamiento distinto al de las semillas destinadas a la venta en el retail, es por eso, que las estrategias de marketing desarrolladas por las empresas cambian según la fase en la que operan.

En este análisis de la semilla, visto como input, las empresas orientan su política de marketing desarrollando:

- Alta investigación y constante innovación
- Relaciones estratégicas a lo largo de la cadena de producción
- Apoyo técnico permanente a sus clientes
- Publicidad en ferias agrícolas
- Orientación a la disponibilidad estacional y variedad

7. Organismos con influencia en determinación de tendencias y decisión de compra.

- Assosementi
- European Seed Assosiation
- International Seed Federation
- Food and Agricoluture Organization
- Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali

Además, entre las empresas líderes en el sector a nivel mundial con capacidad para marcar tendencias, se encuentran:

- Monsanto
- Syngenta
- Vilmorain
- Bayer
- Rijk Zwaan
- Bejo
- Enza
- Takii

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

Para el director del departamento de estudios de Assosementi, Chile está muy bien posicionado por tres motivos fundamentales. El primero corresponde a las condiciones climáticas que el país presenta, el cual es muy variado e incluye un clima mediterráneo. El segundo, a la seriedad tanto política como comercial que muestran las instituciones, y en tercer lugar, la ventaja de encontrarse en el hemisferio sur. Estos tres factores, determinan que Chile tenga una ventaja por sobre algunos competidores directos, abriendo posibilidades para su crecimiento en el mercado interno de semillas.

Si bien manifiesta que la gran parte de las empresas italianas que operan en el mercado no cumplen con las condiciones para poder desarrollar una externalización de sus procesos, sí existen algunas que pueden realizarlo y vislumbra que en el corto plazo pueden desarrollarse importantes flujos comerciales en este campo.

Otra visión es la entregada por el Decano Facultad de Agronomía Universidad de Milán, quien considera que el mercado de semillas es muy diversificado y complejo, y además está en gran parte dominado por las transnacionales holandesas, norteamericanas y francesas. Es por esto, que las estrategias responden a políticas internacionales y no locales. En cuanto a la idea de que desde Chile se efectúen envíos de semillas en respuesta a la contraestación para efectos de la reproducción, se muestra escéptico ya que los agentes italianos que participan en el mercado local en las diferentes etapas del proceso de producción y ventas de las semillas, no estarían en grado de desarrollar un plan de externalización del proceso de multiplicación. Además, Italia es un país que se ofrece para efectuar este proceso a comisión de países terceros y no ve viable una compra de semillas por parte de Italia para su posterior reventa.

Sí considera que en Chile, por factores climáticos, seriedad institucional y disponibilidad de insumos, puede ser un mercado que pueda continuar abasteciendo al mercado local. Considera también que en cuanto a desarrollo tecnológico existe un gap en relación a la agricultura europea pero es optimista en que en el mediano plazo esta brecha será más estrecha.

Al final de su análisis, manifiesta que Chile podría aumentar su participación en el mercado de las semillas a través del proceso de pruebas en el campo experimental, ya que dada la diversidad climática presente en Chile, esta podría ser una ventaja en cuanto existen los factores necesarios para el análisis en los diversos territorios.

IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

En base a la investigación realizada, la Oficina Comercial de Milán recomienda que las estrategias a considerar para aumentar la cuota de participación del producto nacional en el mercado italiano de semillas de hortalizas, debe orientarse a:

- Participación en ferias y eventos agrícolas con fines de mostrar e informar sobre el producto nacional y posicionar el País como productor de semillas de alta calidad.
- Aumento en los niveles de investigación, innovación y desarrollo del producto, desarrollando instancias de colaboración con universidades en el campo de la investigación científica.
- Generar mayores vínculos con las empresas locales y extranjeras con presencia en el mercado y con las asociaciones gremiales (Assosementi).

X. Fuentes de información

Servicio Agrícola y Ganadero: www.sag.cl

Instituto Nacional de Investigación para los Alimentos y la Nutrición: www.ense.it

Ministerio de Agricultura: www.politicheagricole.it

Asociación Italiana de la industria de semillas www.sementi.it

Instituto Italiano de Estadísticas: www.istat.cl

Export – HelpDesk: www.exporthelp.europa.eu

Eur-Lex, información derecho UE: www.eur-lex.europa.eu

Federación Internacional de Semillas: www.worldseed.org

Documento elaborado por: Gino Corcione Santibáñez

Supervisado por: Alberto Gorgone