

Entrevista

Sodiak, gigante de la protección de cultivos en Colombia, renueva su liderazgo para impulsar el crecimiento y aumentar su oferta de valor

Con dos décadas de trayectoria y un modelo de negocio poco convencional—basado en una red de distribuidores que son también accionistas—, Sodiak se prepara para dar un salto estratégico en su evolución.

La llegada de Jairo Maldonado a la gerencia general marca el inicio de una nueva etapa. Con experiencia en investigación, regulación y mercadeo, su apuesta se centra en fortalecer la innovación, desarrollar portafolios de mayor valor y activar un “ecosistema” que ya destaca por su escala y alcance en el país.

En conversación con Metroflor, Maldonado habla sobre el presente y el futuro de Sodiak, la importancia de tener un portafolio diferenciado e integral, los retos del sector floricultor y la oportunidad de construir valor a partir de un modelo que conecta industria, distribución y agricultor.

Metroflor: Bienvenido Jairo, Cuéntanos, ¿cómo te ha ido en Sodiak en estos primeros meses?

Jairo Maldonado: Muy bien. Estoy muy motivado y expectante. Llevo cuatro meses en la organización y he podido no solo entender el modelo de negocio, que es bastante particular, sino también empezar a plantear estrategias de crecimiento.

Sodiak cumple 20 años en 2026 y mi llegada coincide con un momento en el que la compañía necesita transformarse: identificar nuevos mercados, construir una oferta más diferenciada y desarrollar nuevas capacidades. En eso he estado enfocado desde el inicio: en cómo llevar a Sodiak al siguiente nivel.

Metroflor: ¿Cómo encontraste la compañía a tu llegada?

Jairo Maldonado: Encontré una organización con una gran excelencia operacional. Es una compañía liviana, con un conocimiento muy profundo del negocio de importación de plaguicidas, con relaciones sólidas con clientes y agricultores, y con una capacidad muy destacada para traer productos de alto valor.

Además, tiene un modelo de negocio único: sus canales de distribución son también sus accionistas, y todos ellos son distribuidores de Corteva.



Eso hace que la generación de valor no sea lineal, sino circular. Sodiak entrega valor a sus accionistas y, a su vez, recibe valor de ellos. Ese modelo ha sido clave para lograr una buena posición de costo en el mercado.

Metroflor: ¿Dónde ves las principales oportunidades de evolución?

Jairo Maldonado: Sodiak ha hecho muy bien su trabajo durante estos 20 años, especialmente en portafolios post-patente y en el posicionamiento de marcas, por ejemplo, en el mercado de flores. Tenemos productos muy reconocidos, como Misil-K, que han logrado una adopción importante.

Sin embargo, el mercado hoy exige más diferenciación. Ahí es donde veo la gran oportunidad: fortalecer la innovación, desarrollar propuestas de mayor valor y crecer en mercados como flores, aguacate y banano.

Misil-K es un muy buen ejemplo de hacia dónde queremos ir. Misil-K hace parte de nuestra línea de bioestimulación y está basado en la tecnología SikonBlend. Esa tecnología fue desarrollada y patentada por nuestro aliado Bioest, pero los registros son de Sodiak, así como las marcas. Eso nos permite construir una propuesta diferenciada, con propiedad sobre el posicionamiento en el mercado.

Los productos que queremos impulsar van más allá de lo transaccional: requieren desarrollo técnico, acompañamiento al agricultor y generación de demanda. Ese es justamente el tipo de portafolio que queremos seguir fortaleciendo.

Metroflor: ¿Qué implica esa estrategia en términos concretos?

Jairo Maldonado: Implica pasar de ser un importador eficiente a una compañía que construye soluciones.

Eso significa trabajar con moléculas diferenciadas, mezclas únicas o formulaciones de mejor desempeño.

Pero no es solo el producto. También es clave desarrollar capacidades para posicionarlo: generar demanda, capacitar equipos comerciales, trabajar con los agricultores y construir marca.

Metroflor: ¿Cómo están abordando ese proceso?

Jairo Maldonado: Hemos fortalecido la organización con un equipo de líderes de activación de demanda en todo el país. Ellos trabajan con nuestros canales distribuidores —que también son accionistas— para identificar oportunidades y posicionar mejor la oferta.

Paralelamente, estructuramos lo que llamo el “ecosistema Sodiak”, que es la base de nuestra estrategia. En esta estrategia, Sodiak actúa como un



orquestador y eso implica capacitar promotores, equipos comerciales y técnicos —que en su mayoría pertenecen a los distribuidores— para que comuniquen y transmitan esa propuesta al agricultor.

Nuestro objetivo es que el canal, que también es accionista, capture ese valor y venda mejor.

Metroflor: Para entender mejor el modelo, ¿cómo funciona en la práctica?

Jairo Maldonado: Sodiak importa y desarrolla productos, y se los vende a sus propios accionistas, que son los distribuidores. Ellos son quienes llegan al cliente final.

Metroflor: ¿Cuántos empleados tiene Sodiak?

Jairo Maldonado: Directamente somos ocho empleados, pero dentro del ecosistema hay más de 360 colaboradores, que pertenecen a los canales de distribución. Si uno mira la capacidad instalada —el número de bodegas, la flota de camiones, la cobertura geográfica y el talento humano— les puedo asegurar que es el ecosistema agrícola más grande del país. Esa es una de nuestras grandes fortalezas.

Metroflor: ¿Quiénes hacen parte de esos canales?

Jairo Maldonado: Nuestros distribuidores son Agral-ba, Coacosta, Conutrir, Hernández Hernández, Insa-grin, Agromark, Fitollanos y, en Cundinamarca y Boyacá, Soluciones Agrícolas y Pecuarias, que es clave para nuestra llegada al segmento de flores a través de **Agroinsumos El Condado**.

Metroflor: ¿Cuentan con una línea bio?

Jairo Maldonado: Claro que sí, y es fundamental. El mercado está cambiando: desarrollar nuevas moléculas es cada vez más costoso y las soluciones biológicas vienen creciendo con fuerza.

En Sodiak tenemos la línea Sodiak Bio, con tecnologías como SikonBlend, enfocadas en bioestimulación, biocontrol y biofertilización. Son productos diferenciados que requieren mucho desarrollo técnico y trabajo cercano con el agricultor.

Metroflor: Cambiando de tema, ¿qué aprendizajes de tu trayectoria consideras clave para este rol?

Jairo Maldonado: He trabajado en investigación, regulación y mercadeo, y si hay algo transversal a todo eso es la importancia de trabajar con personas.

El gran aprendizaje ha sido cómo alinear equipos diversos hacia un objetivo común. Esa capacidad de cons-

truir trabajo en equipo es lo que realmente permite ejecutar cualquier estrategia.

Metroflor: Desde tu experiencia, ¿cuáles son los principales retos del sector floricultor hoy?

Jairo Maldonado: Es un momento complejo. El dólar y el aumento del salario mínimo han presionado los márgenes de la industria.

El reto es mejorar la eficiencia, pero también gestionar bien el talento humano. Este es un sector profundamente dependiente de las personas, en su mayoría mujeres cabeza de hogar, y ese es un diferencial que hay que cuidar.

Metroflor: El elemento humano es cada vez más relevante...

Jairo Maldonado: Total. Aquí hay una pregunta clave: ¿cómo nos ve el consumidor de flores a nivel mundial? Y la respuesta es que no está viendo solo un producto, sino algo que fue cultivado, cuidado y cortado por personas.

A diferencia de otras industrias, aquí no son robots los que hacen el trabajo. Son manos humanas las que cortan la flor, arman el bouquet y lo preparan para llegar al consumidor. Y eso tiene un valor emocional muy importante.

Una persona en Estados Unidos, por ejemplo, cuando elige entre flores, un chocolate o un peluche, muchas veces también está valorando ese componente: que detrás hay una historia, hay personas.

Ahí se genera una dualidad interesante. Por un lado, hay presión en costos; por el otro, ese mismo factor humano es el que diferencia el producto y le agrega valor.

El reto es encontrar ese equilibrio: ser eficientes sin perder ese componente humano que hace especial a la flor colombiana. Y ahí todos tenemos una responsabilidad, no solo los productores, sino también los proveedores.

Metroflor: ¿Cómo puede Sodiak aportar en ese contexto?

Jairo Maldonado: Debemos ofrecer soluciones eficaces y costo-eficientes, pero también alineadas con el bienestar de las personas y el cuidado del medio ambiente.

Hoy no basta con pensar en el ingrediente activo; hay que considerar el impacto integral, incluyendo certificaciones y estándares internacionales como Global GAP y Rainforest.



SIKON CobreZinc FERT®

Cuando la estructura se convierte en defensa

- Mayor actividad sobre hongos y bacterias.
- Ideal para programas de rotación.
- Incrementa actividad fotosintética.
- No genera resistencia.
- No es fitotóxico.
- Formulación líquida.





Jairo Maldonado, Myriam López y Angélica María Pardo durante la entrevista.

Metroflor: ¿Qué impacto están viendo por factores globales como el bloqueo del Estrecho de Ormuz?

Jairo Maldonado: Ha tenido impacto en toda la industria. Muchos insumos dependen de la industria petroquímica y hubo incrementos cercanos al 20% en ingredientes activos. También hay presión en los fletes marítimos.

En *commodities* como glifosato o mancozeb veremos efectos más claros. Esperamos que en flores el impacto sea menor porque se trata de productos más especializados.

Metroflor: Para cerrar, ¿qué productos o líneas te gustaría destacar?

Jairo Maldonado: A mí me gusta hablar de la oferta completa, pero hay casos muy representativos como Lorsban.

Es una marca con más de 50 años de trayectoria, muy reconocida en el mercado desde Dow y luego con Corteva. Hoy nosotros tenemos los derechos para la región andina, pero no se trata simplemente de continuar con el mismo producto.

Actualmente contamos con una formulación basada en fenitrothion, que mantiene la eficacia y el desempeño que el agricultor espera, pero con un mejor perfil toxicológico y ambiental. Eso es clave en un mercado cada vez más exigente.

Además, hay un contexto importante: cuando se prohibió el clorpirifos en Colombia, quedó un vacío en el mercado, especialmente en el control de plagas como la hormiga arriera. Muchos productores recurrieron a soluciones informales o sin registro.

Ahí es donde entra Sodiak con Lorsban: ofrecemos una alternativa efectiva, con respaldo técnico, con registro y alineada con las exigencias actuales. Eso no solo recupera un mercado, sino que también le da tranquilidad al agricultor.

Y ese es el tipo de valor que queremos construir: no solo traer productos, sino ofrecer soluciones que realmente respondan a las necesidades del mercado, con eficacia, seguridad y sostenibilidad.

Desde Metroflor, le deseamos a Jairo Maldonado muchos éxitos en esta nueva etapa al frente de Sodiak, en un momento clave tanto para la compañía como para el sector.

El reto no es menor: consolidar una propuesta de valor que vaya más allá de la eficiencia en la importación y logre diferenciarse a través de la innovación, el desarrollo técnico y la cercanía con el agricultor, apalancándose en un ecosistema que ya destaca por su alcance y capacidad en el país.



Metroflor-agro

✓ Alcance

✓ Credibilidad

✓ Ventas

3503684686 - 3202716417

metroflor@gmail.com