

Palma de aceite: un propósito superior

Oil Palm: A Greater Purpose



LUIS FRANCISCO DANGOND LACOUTURE

Presidente de la Junta Directiva de Fedepalma

Hace poco un muy querido colega nuestro me hizo una pregunta sobre un proyecto que le consultaba: “¿Cuál es el propósito superior?” Y esa pregunta me puso a reflexionar sobre qué sería interesante decirles hoy, y pensé: ¿cuál es el propósito superior de la agroindustria de la palma de aceite en Colombia?

Lo primero que debemos preguntarnos es cuál es el propósito superior de la agricultura, y no cualquier agricultura, sino una agricultura sostenible. Siempre hemos escuchado aquella frase de Cicerón: “La agricultura es la profesión propia del sabio, la más adecuada al sencillo y la ocupación más digna para todo

hombre libre”, pero, ¿cuál es el propósito superior de la agricultura? La respuesta es generar bienestar social.

La agricultura sostenible genera bienestar social porque garantiza la seguridad alimentaria, erradica la pobreza y edifica las economías rurales locales y cuida el planeta. La palabra clave es: sostenible; no hay futuro posible que no pase por la sostenibilidad. Recientemente el astrofísico Stephen Hawking sentenció que la humanidad tiene 100 años para abandonar la Tierra y colonizar otros planetas. Espero que esté equivocado, pero revisemos ¿dónde estaremos en el año 2050?

¿Cuál es el propósito superior de la agricultura sostenible?

La primera razón: garantizar la seguridad alimentaria y atender los crecientes mercados

La seguridad alimentaria está directamente relacionada con garantizar los alimentos que requiere la población mundial.

¿Cómo crecerá la población mundial?

Desde el año 1900 hasta el 2000 la población mundial pasó de menos de 2.000 millones de personas a más de 6.000 millones. Según las Naciones Unidas, en un tercio de los 100 años del profesor Hawkins seremos 10.000 millones. ¡Alimentarnos será un gran reto!

Para alimentar a 2.000 millones de personas adicionales el mundo requiere producir un 60 % más de alimentos y ¡tres de cada cuatro personas vivirán en las ciudades! Las zonas rurales se están quedando solas. Como si fuera poco problema, la población se envejecerá. Hoy, las personas mayores de 60 años representan el 14 % de la población y en el año 2050 pasarán a ser cerca del 26 %.

La economía mundial

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) proyecta que la economía mundial crecerá por encima de 3 % anualmente, en promedio, hasta el año 2050. El tamaño de la economía se duplicará al año 2037 y se triplicará para 2050.

Los cambios en las tendencias demográficas y sociales, la rápida urbanización, las innovaciones tecnológicas, el cambio climático y la escasez de recursos (tierra, agua y energía), están cambiando el orden económico mundial. El tamaño de la economía china ya sobrepasó a la de Estados Unidos. Habrá que ver hacia la India, que sobrepasará a este último en 30 años. Pero también hay otras proyecciones menos evidentes: el PIB de Indonesia y México será superior al del Reino Unido y Francia. ¡Cambios importantes!

¿Qué va a comer la gente?

La importancia de los cambios demográficos y económicos radica en que estos determinan cuánto y qué tipo de alimentos vamos a consumir y, a partir de ello, la agricultura que necesitamos. Por eso se hace más interesante ver qué ha pasado y qué va a pasar con los hábitos de consumo. Hace 50 años, el mundo consumía 2.194 calorías diarias por persona, en promedio. Hoy, vamos rondando las 2.900 calorías diarias, es decir, comemos más. Pero también comemos otras cosas; la dieta ha pasado de granos y cereales a carnes, vegetales, frutas y aceites vegetales.

Miremos lo que ha pasado con la producción mundial de carnes en los últimos 50 años: la producción de carne de res alcanzó 70 millones de toneladas; la de carne de cerdo, 110 millones; la carne de pescados en estanques, o acuicultura, pasó de ser casi inexistente hace 50 años a estar hoy por encima de la producción de carne de res, con casi 80 millones de toneladas; y la carne de aves, pollo principalmente, llegó a cerca de 120 millones de toneladas, siendo líder indiscutible de la categoría.

En cuanto a los aceites de origen vegetal la situación es aún más dramática. Pasamos de 47 millones de toneladas de aceites hace 50 años, de las cuales apenas 3 millones provenían de la palma de aceite, a 208 millones de toneladas, con una participación de la palma de aceite cercana a 62 millones de toneladas.

Para satisfacer nuestros cambios en dieta alimenticia, la agricultura debe producir las frutas, los vegetales y los aceites que consumimos los humanos, al igual que las tortas que consumen los animales que comemos. Lo anterior en un mundo con recursos limitados, lo cual exige la adopción de parámetros de consumo y producción en el marco de la sostenibilidad.

¿Qué va a exigir el mercado?

Por otra parte, no queremos más de cualquier cosa. Encuestas recientes, muestran que los consumidores regularmente eligen sus alimentos y productos con preferencia por aquellos etiquetados como “naturales”, “orgánicos” y “sostenibles”.

Es decir, al comprar están pensando: ¿es saludable esta comida?, ¿cuáles son sus ingredientes?, ¿cómo se produce y de dónde viene?

¿Cómo afecta la salud?

Las personas son conscientes que deben tener mayor actividad física y cambiar su dieta. Por eso el 75 % de los consumidores han incorporado dentro de sus hábitos de compra: *i)* leer las etiquetas para conocer el contenido, *ii)* pagar más por los alimentos “saludables” o por lo menos sin los ingredientes “indeseables”, y *iii)* preferir alternativas locales, naturales y orgánicas cuando es posible.

¿Cómo impacta al medio ambiente y las comunidades?

La segunda preferencia es un poco menos acentuada, pero va en crecimiento. Para ponerla en nuestro contexto y de rápido entendimiento, es nuestro “orangután”.

El reporte de sostenibilidad mundial de Nielsen nos dice que, en solo 3 años, del 2013 al 2015, pasamos de 50 a 66 % de consumidores dispuestos a pagar más por productos que tengan un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente; productos sostenibles. Si bien la confianza en la empresa y los beneficios del producto siguen mandando a la hora de decidir una compra, “que la empresa sea ambientalmente amigable” y “que tenga un compromiso socialmente responsable”, son las preferencias que más se han incrementado en los últimos años.

Puede que la gente no compre más si uno hace las cosas bien. Pero ciertamente la gente compra menos si las cosas se hacen mal y se afecta al medio ambiente o a las comunidades.

Barreras comerciales y “paracomerciales”

Los deseos de los ciudadanos no se quedan en meras opciones de cómo y dónde hacer mercado. Los gobiernos escuchan a sus ciudadanos. Hoy se han generado desde iniciativas “suaves”, como los programas que promueven la buena nutrición y la salud, hasta programas más fuertes, como los impuestos a ciertos productos o la eliminación de ciertos componentes. El azúcar y las grasas trans por mencionar dos ejemplos sobre salud. La resolución del Parlamento Europeo para el aceite de palma, para hablar del tema ambiental.

En resumen

Podemos concluir que los consumidores de hoy quieren transparencia en los alimentos que compran y consumen. No quieren ver productos con 25 ingredientes de nombres complicados. Quieren ingredientes simples, que les sean familiares y que les transmitan confianza y sensación de salud. Les interesa la procedencia de sus alimentos, cómo fue producido, quién lo produjo y la sostenibilidad de la cadena de suministro.

La segunda razón: contribuir a la erradicación de la pobreza (actividad noble)

La pobreza: el principal flagelo del planeta

Hace 40 años el 44 % de la población vivía con menos de USD 1,90 al día. Hoy, más de 766 millones de personas viven en la pobreza extrema, casi el 11 % de la población mundial. La pobreza sigue siendo el principal enemigo del planeta, y esta se concentra en las áreas rurales.

La agricultura contribuye a la erradicación de la pobreza

La agricultura contribuye al desarrollo. El 78 % de los pobres del mundo son familias rurales, cuyos ingresos dependen de esta actividad. La agricultura genera ocupación y empleo rural. Las explotaciones agrícolas familiares ocupan entre el 70 y el 80 % de la tierra agrícola, y 9 de cada 10 de dichas explotaciones están dirigidas por una persona o una familia.

En muchos casos, las actividades agrícolas garantizan el autosostenimiento de la familia y en ellas se producen el 80 % de los alimentos del mundo.

La agricultura mejora cuando se integran grandes con medianos y pequeños

En la agricultura se capturan los beneficios para la prosperidad que nacen de los clústeres y del valor compartido. Esto es, cuando las empresas grandes trabajan con los campesinos y mejoran los métodos de cultivo, les proveen de asistencia técnica y les ayudan a mejorar la calidad de sus productos. Gracias a la integración y la colaboración, mejoran y se estabilizan los ingresos de los campesinos, y finalmente esto se expande a otras dimensiones de la comunidad.

Todos ganan más con un modelo de agricultura empresarial y agroindustrial que articule productores de pequeña, mediana y gran escala, con un enfoque de negocio, que sea competitivo, incluyente y sostenible.

El caso de Indonesia

Un ejemplo de superación de la pobreza es Indonesia, actualmente la cuarta economía asiática después de Japón, China y Corea del Sur. Hace 60 años, la agricultura representaba más del 50 % de su economía. Hoy no llega a ser el 16 %; no porque haya dejado de ser importante, sino por el desarrollo que logró en otros sectores como el manufacturero o el de servicios.

Sin embargo, es importante destacar que aún la agricultura emplea el 40 % de cerca de 260 millones de habitantes de Indonesia. Es decir, la agricultura, sin ser el que más produce, sigue siendo estratégico para el país que se encuentra en la senda del desarrollo y que se proyecta para ser no la 4ta economía asiática, sino la 4ta a nivel mundial.

En tercer lugar: debemos cuidar el planeta

La agricultura debe ser amigable con el planeta. Cuando esta se hace bien, retorna beneficios al suelo, a las fuentes hídricas y a la biodiversidad, contribuyendo así al cuidado del planeta.

Cambio climático

Así algunos notables líderes mundiales prefieran evitarlo, el cambio climático es una realidad. El año pasado por esta época hablábamos del Fenómeno El Niño más intenso de la historia reciente, con grandes pérdidas en producción y por supuesto pérdidas económicas.

Hoy estamos registrando inundaciones y derrumbes en amplias zonas del país afectadas por las intensas lluvias. El cambio climático es sin lugar a dudas un resultado de la deforestación y de la huella de carbono.

Deforestación

Cerca del 30 % de la superficie terrestre está cubierta por bosques. En los últimos 25 años se han perdido cerca de 130 millones de hectáreas. Aunque la pérdida anual ha venido disminuyendo, aún no deja de ser preocupante que el área de bosques siga en declive.

La importancia de los bosques reside en que absorben y almacenan carbono, se constituyen en hábitat para la biodiversidad, protegen el suelo y suministran agua limpia. Sin los bosques y sin su recuperación, solo podemos esperar efectos cada vez más dramáticos en cuanto al cambio climático.

Huella de carbono

La emisión de gases efecto invernadero sigue siendo la principal preocupación ambiental mundial y las actividades agropecuarias también aportan a dicha emisión de gases. La agricultura, la silvicultura y la ganadería aportan cerca de 12 billones de toneladas de CO₂ es decir, el 21 % del total de emisiones anuales. De eso, el 63 % proviene de actividades relacionadas con la ganadería o del manejo de sus desechos.

Adicionalmente, por el uso de energía de fuentes fósiles, la agricultura suma otras 700 millones de toneladas de CO₂ al año. Sumado a la deforestación que se hace para extender la frontera agrícola, no sorprende la presión que se ejerce para el desarrollo de una agricultura sostenible.

Recursos hídricos

La escasez de agua es uno de los principales efectos del cambio climático. A nivel global, 4 de cada 10 personas son afectadas por la escasez de agua potable. Además, 700 millones de personas en 43 países tienen escasez permanente y cerca de dos terceras partes de la población mundial viven en áreas en las que sufren de escasez por lo menos 1 mes al año.

Por otra parte, el 90 % de la energía mundial depende del agua y la agricultura consume el 70 % del agua dulce disponible. Producir requiere de muchos litros de agua: para producir un tomate, se requieren 13 litros de agua; para una papa, 25; una cerveza 75; una taza de café 140; un vaso de leche 200; una hamburguesa 2.400; y un buen pedazo de carne hasta 7.000 litros.

Cada cosa que producimos requiere agua limpia, un bien cada vez más escaso.

Conclusión

La globalización de la agricultura no se trata de producir cualquier cosa en cualquier lugar. Los países y las

comunidades deben producir según la aptitud local y cada vez hay una mayor responsabilidad por hacerlo donde mejor se pueda – donde exista disponibilidad de recursos escasos (agua y tierra), donde se den las mejores condiciones para la productividad – para así responder a los retos que trae producir los alimentos que el mundo necesita, con un impacto positivo en la erradicación de la pobreza y el cuidado del planeta.

Por qué la palma es ganadora frente a estos retos

100 años de la palmicultura comercial

El 18 de mayo el mundo palmero celebró 100 años de la primera plantación comercial de palma de aceite. Fue con un emprendimiento adelantado por el francés Henri Fauconnier, en la finca Tennamaram, en Selangor, Malasia, sentando las bases de lo que es hoy la Industria de la Palma de Aceite. Fauconnier también construyó la primera planta de extracción de aceite de palma en el mismo sitio, planta que hoy continúa funcionando.

En Colombia también estamos celebrando, ¡Este año nuestra organización gremial, Fedepalma, cumple 55 años!

El éxito de la palma

Durante 100 años, la palma ha podido demostrar sus bondades y ha podido superar varios retos.

Salud: producto natural

La palma de aceite es un producto natural y realmente una maravilla de la naturaleza. Los beneficios para la salud del aceite de palma son indiscutibles. Desde hace más de 30 años extensos estudios médicos han comprobado que las grasas saturadas asociadas a la palma de aceite no obstruyen las arterias, sino que son nutritivas y benéficas para la salud (Figura 1).

Además, se ha comprobado que el aceite de palma tiene 15 veces más carotenos que la zanahoria, es rico en antioxidantes, rico en vitamina E, y es el mejor aceite para la preparación de frituras debido a su resistencia a la temperatura. Adicionalmente, este producto no requiere de hidrogenación para convertirse en margarina, por lo que es libre de grasas trans.

Diversidad de usos

La palma de aceite está presente en el 50 % de los productos de consumo diario. Es un ingrediente común en margarinas, galletas, panadería, cereal, comida instantánea, champú, cosméticos, velas, detergentes, chocolate y helados. Además de ser el aceite vegetal más transado del mundo, con 65 % del comercio internacional, la palmicultura tiene otras áreas de influencia como la generación de energía o el uso de subproductos para compostaje o alimentación animal. Es una actividad que permite llegar a cero desperdicios con un aprovechamiento integral.

Figura 1. Aspectos nutricionales y beneficios para la salud humana del consumo de aceite de palma.

Fuente: presentación Luis F. Dangond Lacouture, XLV Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite.



Oleaginosa eficiente

La palma de aceite es, sin lugar a dudas, la oleaginosa más eficiente. Por cada hectárea cultivada en palma de aceite, se obtienen, en promedio, 4.700 kilos de aceite, versus 720 de aceite colza, 580 de aceite de girasol o 400 kilos de aceite de soya. Además, la palma de aceite es la especie oleaginosa que menos fertilizantes, pesticidas y energía requiere, con una amplia brecha frente a sus principales competidores (Figura 2).

El cultivo de la palma de aceite requiere de menos tierra para suplir la demanda mundial. El año pasado, la palma de aceite representó apenas 0,38 % del área total cultivable del mundo y, en cambio, aportó 39 % del total de la producción agrícola.

Sostenibilidad

Además de que ejerce menos presión sobre el uso de la tierra y el agua, la palmicultura es una opción importante para recuperar tierras degradadas y para atraer biodiversidad. La palma de aceite, a diferencia

de lo que muchos piensan, no es el cultivo que más ha causado deforestación. Lo superan la ampliamente la soya y el maíz.

Más importante aún, la palma de aceite tiene un compromiso mundial con ser cada vez más sostenible. A diferencia de otros cultivos, cuenta con una certificación enfocada a demostrarlo: la RSPO.

El futuro de la producción de oleaginosas

Imaginemos un mundo sin incrementar la producción de palma de aceite. Si todos los aceites aportan su cuota el mundo requiere, en los próximos 10 años, incrementar la tierra cultivable en 70 millones de hectáreas, de las cuales 10 millones serían de palma de aceite.

Si no se siembran esas 10 millones de hectáreas, se requieren a cambio: 30 millones de hectáreas adicionales de colza o 40 de girasol. Si usamos solo soya, se requeriría la astronómica cifra de 100 millones adicionales de hectáreas de esta especie oleaginosa (Figura 3).

Figura 2. Eficiencia de los principales cultivos oleaginosos.

Fuente: presentación Luis F. Dangond Lacouture, XLV Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite.

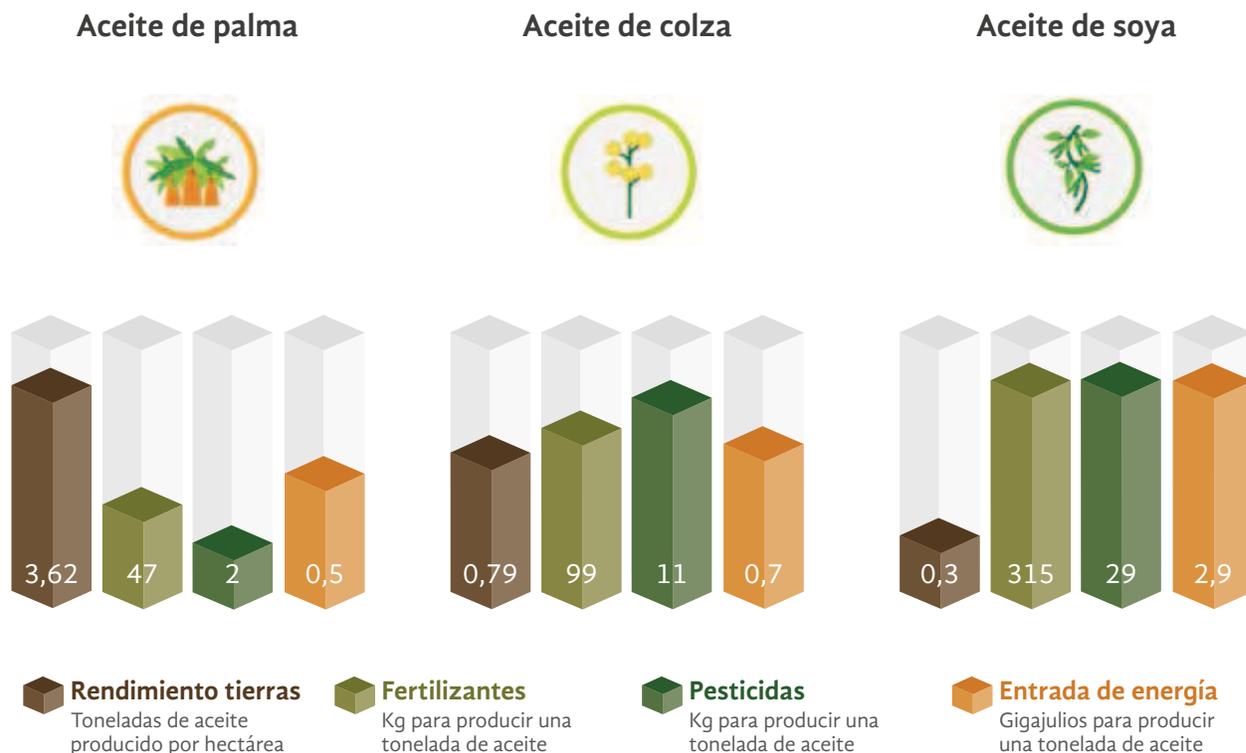
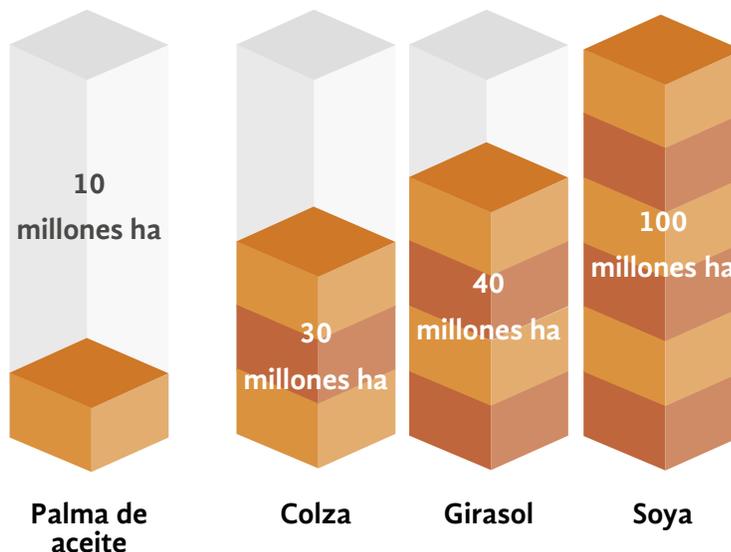


Figura 3. Requerimientos en área sembrada para satisfacer la demanda de aceites vegetales en los próximos 10 años

Fuente: presentación Luis F. Dangond Lacouture, XLV Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite.



¡Claramente, sin palma de aceite el mundo pierde en sostenibilidad!

Cómo construir una palmicultura sostenible en Colombia

Palma de aceite de Colombia: única y diferenciada

En particular, la palmicultura colombiana se encuentra en condiciones favorables frente a los retos que nos plantea el mercado global y nacional. La palma colombiana es única y diferenciada.

Colombia tiene potencial para nuevas siembras

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés) estima que en 7 países (3 africanos y 4 latinoamericanos) se encuentra el 50 % de la tierra arable disponible para desarrollos agropecuarios del mundo; entre estos se encuentra Colombia.

Colombia, un país de 114 millones de hectáreas, cuenta con una frontera agrícola de 43 millones de hectáreas, de las cuales 21 millones son cultivables. De estas apenas 7,1 millones (16,5 %) se cultivan hoy día. El programa del Ministerio de Agricultura denominado “Colombia Siembra” ha impulsado las siembras en los últimos dos años ¡Pero aún falta mucho por hacer!

La deforestación no viene de la palmicultura

Hace un par de meses la Universidad de Puerto Rico publicó un documento titulado “Caracterización de la expansión de la palma de aceite para uso comercial en América Latina: cambio en el uso del suelo y comercialización”. Con una muestra analizada de 342.000 ha de palma de aceite en Latinoamérica, determinaron que el 79 % del área sembrada se realizó en tierras previamente intervenidas, principalmente en tierras dedicadas a la ganadería extensiva.

Colombia sobresale con sólo un 9 % de “zonas boscosas” afectadas; zonas que predominantemente eran fragmentos de bosque o bosques en recuperación; es decir, no eran bosques primarios.

La palmicultura aporta

En lo ambiental

Necesitamos mejorar la calidad del aire urbano: la contaminación del aire representó el 75 % de los costos totales en salud de los colombianos en 2015: \$ 15,4 billones en costos asociados a 10.527 muertes y 67,8 millones de síntomas y enfermedades.

El biodiésel de palma de aceite Colombiano puede y debe contribuir a mejorar la calidad del aire y reducir los gases efecto invernadero. Sabemos que este producto reduce en 83 % los GEI en comparación con el diésel de origen fósil. Si el proceso de extracción del aceite de palma incluye la captura del gas metano, la

reducción de gases sería de 108 %, generando además una significativa reducción del material particulado en los grandes centros urbanos.

Modelo de Inclusión Productiva

Nuestras Alianzas Productivas son responsables del peso alcanzado por los pequeños y medianos palmiticultores en la agroindustria. Los productores por debajo de 50 ha poseen el 84 % de las unidades productivas y el 12 % del área total sembrada en el país.

El año pasado, en este mismo congreso, el entonces Director del Departamento Nacional de Planeación (DNP) introdujo el concepto del “dividendo palmero”. Nada distinto a mostrarnos cómo la palma había traído desarrollo económico y bienestar en las regiones.

Lo resumió en tres grandes conceptos:

- el valor agregado per cápita en los municipios palmeros con conflicto es un 30 % superior al de los municipios no palmeros con conflicto.
- el beneficio del dividendo palmero se magnifica en municipios de conflicto con entorno de desarrollo incipiente.
- el crecimiento de empleo palmero ha sido 2,4 veces superior al crecimiento de empleo nacional.

Territorios de paz y prosperidad

La palma ha generado desarrollo y paz en territorios afectados por el conflicto, generando más de 140.000 puestos de trabajo directos e indirectos. Ahora el sector tiene la oportunidad de contribuir con su modelo inclusivo durante el postconflicto.

En la última reforma tributaria se crearon incentivos tributarios para cerrar las brechas de desigualdad socioeconómica en las zonas más afectadas por el conflicto, denominadas ZOMAC.

Al respecto, resulta pertinente señalar que la palma de aceite:

- Mejora las condiciones sociales y económicas en sus zonas de influencia.
- Fomenta la colaboración y la sinergia por medio de las Alianzas Productivas y los Núcleos Palmeros.

- Propende por la preservación de los recursos naturales, la biodiversidad, la restauración de áreas de alto valor de conservación.
- Se encuentra comprometida con la adopción de los más altos estándares internacionales de sostenibilidad.

Sostenibilidad y trazabilidad

Con el 12 % de la producción de aceite, 6 empresas certificadas, 13 más en proceso de implementación de la RSPO y la primera compañía a nivel mundial certificada RSPO *Next*, estamos recorriendo el camino correcto para mostrarle al mundo que somos distintos y que nuestra palmiticultura es sostenible.

Tenemos cómo responder a lo que exigen cada vez más los compradores y consumidores.

Cada quien tiene sus retos y responsabilidades

Señores, tenemos que invertir ahora para alimentar las ciudades del mañana. El crecimiento de la población mundial urbana requiere de un gran compromiso por parte de la agricultura y de la producción de alimentos, así como de la generación de impactos positivos en la comunidad rural y pobre. Necesitamos producir alimentos donde es más viable producirlos y luego moverlos hacia los consumidores, donde más se necesitan. Los empresarios palmeros tenemos nuestra tarea: invertir de manera competitiva y sostenible.

El Gobierno juega un papel importante. Siempre debemos poner sobre la mesa lo que esperamos del Gobierno Nacional y de los gobiernos locales. Podría hacer un listado interminable de demandas insatisfechas, pero creo que nos va mejor manifestando lo fundamental: Colombia es un Estado Social de Derecho en el cual se garantiza la propiedad privada, la libre competencia y la libertad de empresa, así reza nuestra Constitución Política.

Para asumir los retos enunciados se requiere de bienes públicos, infraestructura, seguridad física, seguridad jurídica, estabilidad en las reglas de juego, especialmente en cuanto a la propiedad privada.

Por su parte, Fedepalma invierte para el futuro. Además de lo anterior, requerimos de un gremio fortalecido institucionalmente, con proyección, con

conocimiento superior, presto a la defensa y representación de nuestros intereses. Un gremio fuerte, mejora el valor de nuestras inversiones.

¿Cómo nos estamos preparando para el futuro?

Con estrategia

Repensando el sector realizamos un trabajo de prospectiva que adelantó la firma *The Breakthrough*, con el apoyo de Bancoldex, y hoy tenemos mejor conocimiento de la competitividad de la palma colombiana, de sus fortalezas, debilidades y sus oportunidades.

Entendimos la importancia de la agregación de valor, en el *upstream*, el *midstream* y el *downstream*. En cada uno de los eslabones de la cadena hay oportunidades y retos. También entendemos mejor nuestro papel gremial de apoyar al Gobierno en el diseño e implementación de una política industrial adecuada para el crecimiento de nuestro sector.

Socializando el modelo agroindustrial

“El Agro empresarial y la Agroindustria son el camino” es una iniciativa con la firme creencia acerca del gran potencial que tiene el sector agrícola en Colombia, y en la necesidad de aprovecharlo a través de un modelo de agricultura empresarial y de agroindustria incluyente con un marco de políticas públicas robustas.

El objetivo de los talleres regionales y el foro nacional realizados en 2016, y de los foros regionales de 2017, es convencer a empresarios, Gobierno y gremios que se debe contar con una política activa e integral que apoye y financie la innovación y modernización del campo. La industrialización y conexión de las cadenas de valor, de manera incluyente, generarán oportunidades de negocio, empleo, ingresos, divisas, seguridad alimentaria y energética, y bienestar para la población.

Conociendo al consumidor

Respondiendo al clamor de los palmeros que en este Congreso aprobó en los lineamientos de inversión el fomento al consumo, la Federación está adelantado un análisis profundo del mercado y del conocimiento del consumidor de aceites y grasas. Queremos explorar y conocer el mercado de aceites comestibles,

identificando los elementos de mayor y menor agrado, los procesos de elección, compra y uso, así como las variables y atributos relevantes que determinan su escogencia.

En ese contexto general, entender la percepción particular del aceite de palma, su imagen y posicionamiento y los hábitos de compra son un factor imprescindible. Esta es la base fundamental para salir con fuerza al mercado y diseñar las campañas de mercadeo que veremos muy pronto promocionando el aceite de palma y sus bondades. Estamos ante una excelente oportunidad de dar a conocer nuestro producto, ponerlo en las góndolas y cambiar la cara del mercado de aceites y grasas en nuestro país.

Innovación, tecnología y conocimiento

En investigación y desarrollo estamos dando pasos gigantes. Estamos construyendo dos nuevos campos experimentales. En Fundación, Magdalena, se construye el Campo Experimental Palmar de La Sierra, y en los Llanos Orientales, en Paratebuena, el Campo experimental Palmar de Las Corocoras. Con estos nuevos campos Cenipalma expande y complementa su oferta tecnológica en respuesta a cada una de las problemáticas propias de la palmicultura colombiana.

El manejo de agua, de plagas y enfermedades, la nutrición y agronomía, y la biología y el mejoramiento genético, nos proveen un paquete integral de prácticas, innovación, ciencia y tecnología para responder a nuestras necesidades actuales y futuras.

Capital humano

También estamos pensando en nuestro mayor capital gremial: nuestra gente. La nueva sede en la ciudad de Bogotá, que recibiremos próximamente, ubicada en el Centro Empresarial Pontevedra, es un paso importante en la consolidación de una Federación moderna y profesional que atrae y retiene el mejor capital humano, fomenta el trabajo en equipo y colaborativo y reduce los costos de operación. Este proyecto se encuentra en uno de los polos de desarrollo de la ciudad. En un lote de más de 14.500 metros, la prestigiosa empresa de construcción Amarillo construye un edificio de 15 pisos, 194 oficinas y toda la dotación que hoy requiere un proyecto de oficinas de primer orden. Fedepalma estará en los pisos 14 y 15,

con un espacio suficiente para alojar a los funcionarios que se encuentran en Bogotá.

Hacer las cosas bien y pensar en el futuro

El rol más importante de los órganos de dirección es velar por que las cosas se hagan bien, y pensar en el futuro. Por eso, estamos fortaleciendo el gobierno corporativo y la gestión en general de la Junta Directiva y la administración de Fedepalma. Buscamos una cultura colaborativa, decisiva, inquisitiva pero cimentada en los valores que apreciamos. Estamos comprometidos con la efectividad y el desempeño

general de la Junta Directiva, la evaluación de los miembros de la administración, y con planes de sucesión que propendan por un gremio moderno y acorde a las necesidades de la palmicultura del mañana. Aprovecho para invitarlos a ver estos proyectos, y otros tantos, que ustedes encontrarán en los detallados informes de gestión que juiciosamente pone Fedepalma a nuestra disposición.

En nombre de la Junta Directiva y la Administración de la Federación, les damos la más cordial bienvenida al cuadragésimo quinto Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite.