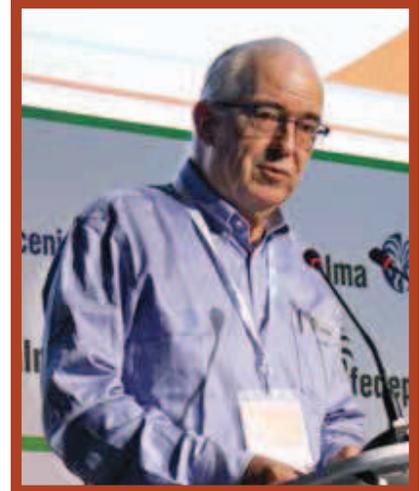


La palma de aceite en Colombia: una agroindustria dinámica y con gran potencial de desarrollo

Oil palm in Colombia: A Dynamic Agroindustry with Great Potential for Development



JENS MESA DISHINGTON

Presidente Ejecutivo de Fedepalma

En esta oportunidad, con el propósito de hacer énfasis en la necesidad de fortalecer la capacidad gerencial de las empresas palmicultoras para aumentar su productividad, agregar mayor valor y alcanzar mejores estándares de sostenibilidad y competitividad, el lema que enmarca nuestros eventos gremiales es “Gerencia para una palmicultura competitiva y sostenible”.

Este año nos acoge la ciudad de Santiago de Cali, punto cardinal por excelencia de nuestra mirada al Pacífico, de gente cálida y alegre, con pujanza y tradición empresarial y sede de las principales empresas palmeras que adelantan su actividad en Tumaco, Nariño, epicentro de la agroindustria de la palma de aceite de la Zona Suroccidental.

Esta zona palmera avanza en su proceso de recuperación luego de que la Pudrición del cogollo devastara, hace poco más de una década, buena parte de los cultivos de palma de aceite. Actualmente, esta región del país cuenta con cerca de 20.000 hectáreas sembradas y una producción de aceite de palma que ya alcanza las 34.000 toneladas, las cuales se dirigen en su mayoría a los mercados internacionales.

Para algunos, contar con palma en Tumaco es un milagro. Para otros, una muestra de resiliencia y tenacidad empresarial; en especial, si tenemos en cuenta que el resurgir de la palmicultura en ese municipio se ha adelantado en medio de un mar de adversidades, carencia de bienes públicos, ausencia del Estado,

crecientes y extensos cultivos de coca y una situación de orden público muy delicada, ocasionada por la permanente presencia de grupos armados al margen de la ley, entre otros asuntos.

El país

Enfrentamos como sociedad y como país un próximo cambio de gobierno. Estamos en la fase final del Gobierno Santos, luego de 8 años de mandato, del cual queda un balance bastante agri dulce.

En lo económico, el crecimiento de la economía colombiana apenas fue de 1,8 % el último año; la firma Standard & Poor's redujo la calificación crediticia del país a Triple B menos; la reforma tributaria de 2017 gravó de manera excesiva al sector empresarial y desmotivó la inversión; algunos consideran inminente el incumplimiento de la regla fiscal; y la competitividad país está cada vez más rezagada a la luz de indicadores como el *Doing Business*, que mide la facilidad para hacer negocios, en cuya última medición Colombia baja del puesto 53 al 59 entre un grupo de 190 países.

En lo social, los indicadores muestran una reducción en la línea de pobreza, el desempleo se ha mantenido en niveles cercanos a 10 %, la informalidad laboral ha disminuido a cerca de 50 %, aunque en las zonas rurales supera el 80 %. Además, la cobertura en educación ha mejorado en los últimos años. Sin embargo, existe una pérdida generalizada de confianza en las instituciones por cuenta de la creciente corrupción. Según Transparencia Internacional, Colombia bajó 6 puestos en el Índice de Percepción de Corrupción a nivel mundial en 2017, ocupando el lugar 96 entre 180 países que conforman dicha medición.

Así mismo, el Acuerdo de paz con las FARC logró la terminación formal del conflicto con dicho grupo insurgente, pero su implementación ha estado afectada por cuestionamientos a la legitimidad del acuerdo, generando incertidumbre alrededor de la aplicación de justicia y de la reincorporación de los excombatientes a la vida civil, así como de su real desvinculación de los negocios ilegales, como el narcotráfico.

Las recientes elecciones del Congreso de la República, la reconfiguración de las bancadas de las dife-

rentes fuerzas políticas, tanto en Cámara como en Senado, así como los resultados de la primera vuelta de las elecciones presidenciales del pasado 27 de mayo, evidencian nuevos aires en el escenario político.

De la elección que hagamos los colombianos en la segunda vuelta presidencial dependerá nada menos que el modelo de sociedad que regirá nuestro país en los próximos años. Están en juego los principios que hemos construido poco a poco a lo largo de nuestra vida republicana; la democracia, el Estado de derecho, la economía de mercado, la libre empresa y la iniciativa privada están en riesgo.

En el caso del sector agrícola, se plantea la alternativa de adoptar un modelo obsoleto para el campo, de corte campesinista y asistencialista, versus un modelo moderno de agro empresarial y agroindustrial incluyente, con la vinculación de pequeños, medianos y grandes productores alrededor de proyectos productivos competitivos y rentables, apoyado en políticas públicas concretas y estables, y en una oferta de bienes públicos adecuada, con instituciones robustas para los asuntos del agro. Ante tal disyuntiva, gremios cúpula como la Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC) y el Consejo Gremial Nacional han manifestado abiertamente la importancia de apoyar la alternativa que ofrece las condiciones que requiere el desarrollo sostenible y competitivo del agro colombiano.

En lo que tiene que ver con las instituciones del sector privado, es importante señalar que contamos con una Sociedad de Agricultores de Colombia renovada, fortalecida, deliberante y con nuevos liderazgos. De igual forma, contamos con un Consejo Gremial Nacional reflexivo, propositivo, con la capacidad de defender los máximos intereses de la sociedad colombiana y con el firme propósito de impulsar la actividad económica y empresarial.

El sector palmero

La agroindustria de la palma de aceite registró un crecimiento de 42 % en 2017, la producción de aceites de palma y palmiste superó 1,7 millones de toneladas, los rendimientos ascendieron a cerca de 18 toneladas de fruto y 3,8 toneladas de aceite de palma por hectárea, ubicándose ligeramente por encima de la media mundial.

En lo que tiene que ver con la comercialización, las ventas al mercado local estuvieron por el orden de 807.000 toneladas, de las cuales 349.000 se destinaron al mercado tradicional, fundamentalmente de alimentos, incrementándose en cerca de 50.000 toneladas en relación con el 2016 y rompiendo la tendencia decreciente de los últimos 15 años. Para la industria de biodiésel se destinaron 460.000 toneladas de aceite de palma, gracias a la consolidación de la mezcla de biodiésel del 10 % (B10) en todo el país. Sin embargo, el desconocimiento de la realidad del mercado del aceite de palma por parte del Gobierno Nacional en la fijación de los precios del biodiésel, generó desorden y pérdidas para la cadena de la palma, especialmente para los productores de fruto, que ascienden a alrededor de 100.000 millones de pesos en los últimos dos años.

En lo que tiene que ver con el consumo local de aceite de palma, este alcanzó un millón de toneladas, lo que equivale a 20 kilogramos por habitante. No obstante, cerca de 200.000 toneladas de dicho consumo corresponden a importaciones de aceite de palma que Colombia no requiere, lo cual ha significado pérdida de participación de la producción nacional en el mercado local.

Por otra parte, en 2017, la agroindustria exportó cerca de 800.000 toneladas de aceite de palma, que equivalen a 50 % de su producción, evidenciando de manera clara que el futuro de esta actividad económica estará íntimamente ligado a la exportación. Como sector productivo, las exportaciones de aceites de palma fueron las segundas que más contribuyeron con el crecimiento de las exportaciones del agro, después del café.

Los ataques a la sostenibilidad del aceite de palma en los mercados internacionales, principalmente en Europa, prendieron las alarmas del gremio y exigen de parte del sector mayores esfuerzos y avances para alcanzar la certificación RSPO y otras certificaciones de sostenibilidad, en la medida en que cerca de 70 % de las exportaciones de este sector se dirigen al viejo continente.

En el ámbito fitosanitario, hay avances en el tratamiento de diversas plagas y enfermedades que aquejan la palmicultura en las diferentes regiones del país. Pese a ello, siguen presentándose delicadas

afectaciones fitosanitarias en algunas zonas, como la PC-Hoja clorótica en el departamento del Magdalena y la Marchitez letal en los Llanos Orientales. Estas situaciones requieren, sin duda, toda la atención del gremio para ser superadas.

En materia de sostenibilidad, la Primera Gran Encuesta de Empleo Directo del Sector Palmero Colombiano, adelantada por Fedepalma en alianza con el DANE, señala que la productividad laboral de nuestra agroindustria en la fase de cultivo es de ocho hectáreas por trabajador. Además, generamos alrededor de 170.000 empleos con un nivel de formalidad que supera el 80 %. Situación que contrasta con el nivel de informalidad del empleo del sector agrícola colombiano que bordea 82 %.

La Federación

Fedepalma continúa trabajando de manera consistente en el logro de los cinco objetivos estratégicos sectoriales que enmarcan su gestión gremial, ellos son: mejorar el estatus fitosanitario, incrementar la productividad, optimizar la rentabilidad palmera, aprovechar oportunidades y mitigar riesgos del negocio, y fortalecer la institucionalidad para el sector de la palma de aceite. Al respecto, como parte de nuestra rendición de cuentas, estos eventos gremiales constituyen un escenario no solo para conocer los diferentes avances alcanzados en torno a cada uno de ellos, sino también para contar con sus apreciaciones.

Además, hemos venido fortaleciendo nuestra estructura e infraestructura con el propósito de robustecer la oferta de valor, de tal forma que esté acorde con los retos y las oportunidades que enfrenta esta agroindustria y permita atender de manera adecuada los requerimientos de nuestros afiliados. Este año, inauguramos la sede unificada de la Federación en la ciudad de Bogotá, donde Fedepalma y Cenipalma están trabajando con todo el compromiso y al servicio de los palmicultores.

En lo que tiene que ver con la proyección internacional del gremio, Fedepalma promovió la configuración del Consejo Latinoamericano de Cultivadores y Productores de Aceite de Palma, ConLAPalma, como un escenario de encuentro y unión entre los diferentes gremios que representan la palma de aceite

en Latinoamérica, buscando complementariedades y el desarrollo de acciones de beneficio común con la firme convicción de que unidos hacemos más.

Lo que viene...

Además de todo lo usual, entendiendo con ello la consolidación de las líneas de acción que actualmente está llevando a cabo Fedepalma para el logro de los objetivos estratégicos sectoriales, quisiera brevemente llamar su atención en relación con una serie de nuevas acciones y derroteros en los que considero debemos avanzar como sector.

- Frente al nuevo gobierno, una activa participación del gremio en la construcción del nuevo Plan Nacional de Desarrollo.
- Es fundamental adelantar consensos en relación a una política pública clara para el desarrollo de energías renovables y ponernos al día en el programa de incremento de la mezcla local de biodiésel de palma a 20 % (B20).
- Establecer un programa de exportación de biodiésel de palma, aprovechando la competitividad de la materia prima, la capacidad instalada excedentaria de la industria de biodiésel y la demanda insatisfecha de biocombustibles en países de Europa, Estados Unidos y Perú, entre otros.
- Consolidar la estrategia sectorial de los Núcleos Palmeros para que se constituyan en verdaderos canales de los servicios de la Federación y en nodos para elevar la productividad, competitividad y sostenibilidad de la agroindustria palmera nacional.
- Desarrollar un modelo que permita que pequeños y medianos productores encuentren en la agroindustria de la palma oportunidades de bienestar en las zonas más afectadas por el conflicto, como alternativa para la sustitución de cultivos ilícitos.
- Adelantar un Programa de Aceite de Palma Sostenible de Colombia, con el propósito de aunar esfuerzos públicos y privados, de tal forma que la sostenibilidad de la palma de aceite sea un propósito nacional, con el apoyo y la participación del Gobierno Nacional, especialmente para los pequeños y medianos productores.
- Impulsar un Programa de Autorregulación de la industria palmera colombiana con el fin de lograr que los actores de la cadena de valor de la palma de aceite en nuestro país tengan la idoneidad suficiente y cumplan con las exigencias que enfrenta una agroindustria como esta en un mundo globalizado.
- Promover el consumo de aceite de palma en Colombia a través del desarrollo de una campaña de promoción y una marca origen que diferencie nuestro aceite de sus sustitutos y competidores, con el propósito de recuperar nuestra participación en el mercado local de aceites y grasas comestibles.
- Desarrollar una estrategia internacional que permita una mayor presencia institucional y un mejor posicionamiento del aceite de palma colombiano en los mercados del exterior, especialmente en Europa, donde existen crecientes cuestionamientos acerca de la sostenibilidad de esta agroindustria.
- Impulsar la creación de una institución, Escuela o universidad palmera, con el fin de fortalecer la capacitación técnica de la mano de obra y elevar la productividad laboral de la agroindustria. Esto se hace necesario en un sector como el nuestro, intensivo en mano de obra, en el que los principales competidores (soya, girasol y canola) cuentan con altos niveles de mecanización.
- Avanzar en la cadena de valor de la palma de aceite a través de un programa de investigación y desarrollo en temas de valor agregado (aguas abajo) del aceite de palma, con Ceni-palma como el “host” de dicho programa y la cofinanciación de otros actores de la cadena.
- Consolidar la comercialización de los servicios técnicos y los productos desarrollados por Ceni-palma, con el fin de que el sector palmero mejore su estatus sanitario, incremente su productividad y alcance una mayor competitividad.

- Consolidar ConLAPalma, con el propósito de fortalecer la institucionalidad palmera de Latinoamérica, aunar esfuerzos y hacer sinergias de cara a los retos que enfrenta la agroindustria en los mercados internacionales.
- Liderar de la mano del Gobierno Nacional la participación de Colombia en el Consejo Mundial de Países Productores de Aceite de Palma (CPOPC), para adelantar una agenda de diplomacia internacional que mejore la imagen de la agroindustria de la palma en el mundo.
- Impulsar condiciones de política pública favorables para la actividad palmera, de tal forma que productores y empresarios encuentren incentivos para consolidar y proyectar su negocio y aprovechar las oportunidades de mercado que brinda un producto con tanta versatilidad como el aceite de palma.

Finalmente, es importante señalar que Colombia tiene alrededor de 23 millones de hectáreas de tierra con diferentes grados de aptitud para el cultivo de la palma de aceite dentro de la frontera agrícola, sin ocasionar deforestación; actualmente utilizamos no más del 2,3 % de ese potencial. Al respecto, el sector cuenta con la tradición empresarial, la institucionalidad gremial, el conocimiento y la tecnología de Cenipalma y la creciente demanda mundial de aceite de palma para adelantar un crecimiento rentable, sostenible y responsable de la cadena de valor de la palma de aceite y así poder jugar un mayor rol en el concierto agrícola internacional.

Esperamos que la agenda que tenemos preparada para ustedes en el marco de estos eventos gremiales resulte de su mayor agrado y provecho.

¡Muchas gracias y bienvenidos!