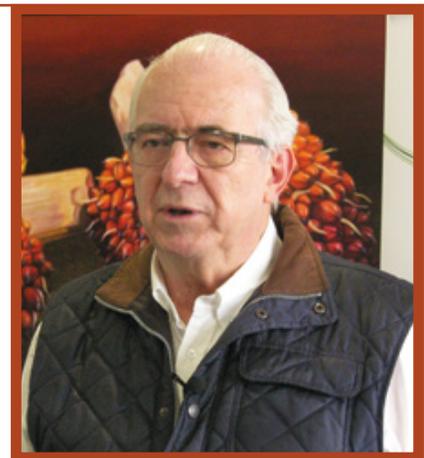


Palabras de instalación de Jens Mesa Dishington, Presidente Ejecutivo de Fedepalma



JENS MESA DISHINGTON

Presidente Ejecutivo de Fedepalma

Envío un cálido saludo a quienes de manera virtual nos acompañan en esta cuadragésima octava versión del Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite y de la Asamblea General de Fedepalma, y en la trigésima Sala General de Cenipalma.

En un momento único en la historia reciente, nos vemos enfrentados a una crisis que está poniendo a prueba la resiliencia de los estados, los sectores productivos, la sociedad civil y toda la institucionalidad que los soporta. Coyunturas, como la actual, conllevan a grandes cambios, pero, de igual manera,

pueden crear nuevas oportunidades para quienes tengan la capacidad de aprender de lo vivido y de adaptar su visión y su acción, no solo frente a las señales evidentes de la nueva realidad sino también buscando estar un paso adelante. Y qué mejor que estas sesiones para generar un espacio de diálogo respecto al futuro de la agroindustria de la palma de aceite en Colombia y en el mundo, en el que contemos con distintas perspectivas aportadas por diversos actores del ámbito público y privado, nacional e internacional.

Desempeño de la palmicultura

En el último año, el desempeño de la palmicultura ha tenido movimientos importantes en variables clave del sector. Tras un largo periodo de precios bajos, en el segundo semestre de 2019 empezó a verse una notoria recuperación, que infortunadamente se truncó por motivo de la pandemia y llevó nuevamente a una caída durante el primer semestre de 2020. En las últimas semanas reapareció la tendencia al alza y los pronósticos apuntan a que continuará así, siendo una buena nueva para el sector.

Por otra parte, la producción de aceite de palma crudo experimentó una tendencia decreciente durante todo el 2019, cerrando el año con una caída de 6,3 % respecto a 2018, con una producción de 1,5 millones de toneladas. Sin embargo, el 2020 inició con un aumento de la producción y durante los primeros 6 meses estuvo por encima de lo observado en 2018 y 2019, aproximadamente con un 8 % respecto al mismo periodo del año anterior, lo que indica una recuperación que creemos se va a mantener para el resto de la vigencia. Desde una perspectiva regional, vale la pena señalar que la producción en la Zona Norte palmera sigue pasando por un periodo de contracción, debido principalmente a la caída en Magdalena y Cesar, asociada en parte a los efectos de la problemática fitosanitaria y del déficit hídrico.

Pese a esto, el valor de la producción del aceite de palma crudo y de la almendra de palma, calculado en \$ 3,1 billones para 2019, sigue figurando con una contribución importante al PIB agrícola nacional, del 7,1 % y al PIB agropecuario, del 4,9 %.

Las ventas en el mercado local repuntaron en 2019, al representar el 54 % de la producción, situación motivada principalmente por mayores compras de la industria de aceites y grasas, y por una reducción en las importaciones provenientes de Ecuador, explicada por la grave crisis que vive la palmicultura de ese país. El sector palmero colombiano tiene, indudablemente, la capacidad de suplir la demanda de estos segmentos y la entrada de aceite de palma crudo de países vecinos es injustificada e innecesaria y genera graves distorsiones en el mercado nacional. Por su parte, las exportaciones siguen dirigiéndose en su mayoría al mercado de Europa y están concentradas en el aceite

de palma crudo, lo que nos hace persistir en el reto de posicionarnos y de diversificar nuestra canasta de exportación hacia productos con mayor transformación y valor agregado.

Balance de las medidas gubernamentales para 2019-2020

Sin duda, el desempeño de nuestro sector está asociado en gran medida al entorno en el cual se desarrollan los negocios y esto, a su vez, se relaciona estrechamente con el rol del Estado y con las políticas públicas. Tras cerca de tres años bastante difíciles para la palmicultura, agravados por la falta de atención del gobierno del Presidente Juan Manuel Santos frente a las necesidades de nuestra agroindustria, el sector vio con optimismo la llegada del mandato nuevo, como una oportunidad para corregir el rumbo de las relaciones con las distintas entidades gubernamentales.

Desde la llegada de Iván Duque Márquez, como Primer Mandatario, Fedepalma presentó propuestas claras, orientadas a generar unas condiciones favorables para que la agroindustria de la palma de aceite pudiera seguir siendo el motor de desarrollo de muchas regiones de la ruralidad colombiana. Fue así como en enero de 2019, el Presidente, su Vicepresidenta y un amplio grupo de ministros y viceministros, en audiencia con los miembros de la Junta Directiva de Fedepalma, escucharon nuestros planteamientos, las preocupaciones y oportunidades del sector palmero, y el apoyo esperado del nuevo Gobierno.

Como resultado, se definió una agenda sectorial a partir de los compromisos anunciados ese día por el señor Presidente, que se resumen en:

- El aumento en el corto plazo en la mezcla de biodiésel a 12 % (B12) y al 15 % (B15) en el mediano plazo. De igual manera, la aplicación de una mezcla del 2 % (B2) a la gran minería, en un plazo de 12 meses y del 5 % (B5) en 18 meses.
- La universalización de las operaciones de estabilización del FEP Palmero a todas las ventas de aceite de palma en el mercado local, independientemente de su origen.
- Corregir las señales erróneas que desde el Ministerio de Minas y Energía se venían dando

hacia el mercado, a raíz de la aplicación de sus medidas para la fijación de los precios del biodiésel.

- El acompañamiento al despliegue de una estrategia de diplomacia comercial enfocada en el posicionamiento internacional del aceite de palma colombiano.
- El impulso a las iniciativas sectoriales de sostenibilidad, apoyando acciones como el desarrollo de un sello diferenciador de sostenibilidad país.

Tras dos años de mandato del Presidente Duque y, después de más de año y medio de haber acordado esta agenda, consideramos pertinente realizar de manera breve un balance de los logros y avances en torno a ella. En este sentido, resaltamos el respaldo recibido a través de los Ministerios de Agricultura y Desarrollo Rural, de Relaciones Exteriores, de Comercio, Industria y Turismo, y de Procolombia, para desplegar nuestra estrategia de posicionamiento de la palmicultura colombiana como un sector único y diferenciado por sus condiciones de sostenibilidad. Con este propósito, no solamente nos han apoyado los equipos ubicados en Colombia, sino que hemos contado con el concurso de las distintas embajadas en Europa y de varias oficinas comerciales del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y de Procolombia en los países de mayor interés para nuestros aceites de palma.

Esta labor en el ámbito internacional, también se ha orientado al seguimiento de las tendencias y decisiones de las instancias de gobierno de la Unión Europea, que potencialmente pueden afectar el comercio de nuestros productos hacia su principal destino de exportación, como ha sido el caso de las medidas asociadas con la Directiva de Energías Renovables II y con las inminentes acciones del denominado Pacto Verde Europeo. Frente a la Directiva, en particular, a la promulgación del Acto Delegado que determina los biocombustibles con riesgo de cambio indirecto de uso del suelo (ILUC, por sus siglas en inglés), venimos desarrollando de la mano del Gobierno acciones de defensa comercial en el ámbito multilateral y bilateral, para mitigar los impactos de estas medidas en el acceso al mercado europeo de biocombustibles.

Lamentablemente, en cuanto a los demás asuntos de la agenda, que revisten extrema relevancia para nuestro sector, ha habido pocos adelantos y aún no vemos resultados.

En cuanto al incremento de las mezclas del biodiésel de palma, en febrero de 2019 se avanzó con la expedición de la resolución que establece la mezcla obligatoria para la gran minería, con niveles a adoptar del 2 % y 5 % en marzo y septiembre de 2020, respectivamente.

Sin embargo, en cuanto a la mezcla nacional, desafortunadas circunstancias llevaron a un traspies en este camino. En septiembre de 2019 entró en vigor el aumento de la mezcla al 12 %, pero diferentes causas hicieron que la industria del biodiésel no pudiera asegurar la oferta para dicho porcentaje de mezcla y a una derogación del aumento a B12. Esto generó una crisis de confianza de los funcionarios del Gobierno con los actores de la cadena productiva, en especial con la industria del biodiésel, afectando también su relación con el sector palmero.

Un análisis forense de lo sucedido, realizado a profundidad por la firma Cerrito Capital, corroboró lo que Fedepalma ha señalado desde un principio, que la causa de este déficit de oferta de biodiésel no fue el suministro del aceite de palma como materia prima, sino otras razones primordialmente asociadas a aspectos regulatorios, que conjugados con la recuperación de los precios internacionales llevaron a que los industriales del biodiésel no pudieran acceder al aceite de palma a los precios del mercado.

Son varios los aprendizajes que nos deja este episodio. Por una parte, la necesidad de disponer de mayor información relevante para el Programa de Biodiésel de manera oportuna y de realizar un monitoreo y análisis permanente de la misma. Por otra parte, la importancia de que el sector palmero, como uno de los principales actores impactados por este tipo de decisiones, juegue un rol más proactivo en el impulso al Programa Nacional de Biodiésel; y aquí hay que reiterar que este programa no puede estar asociado simplemente a una discusión de precios, sino que debe tener una visión integral que pondere los objetivos que se trazaron cuando se creó.

En lo referente a la corrección de las señales distorsionadas de mercado, en marzo de 2019 se realizó

un ajuste importante a la metodología del Fondo de Estabilización de Precios (FEP Palmero), específicamente en el indicador de referencia de paridad de importación del aceite de palma, estableciendo para la lectura de dicho indicador un acotamiento del 10 % en la aplicación del arancel. Si bien con esto se avanzó en la eliminación de la distorsión causada por las dos señales de precios en el mercado local, el resultado no fue el esperado por cuanto el Ministerio de Minas y Energía, de manera inconsulta y desatendiendo las observaciones de Fedepalma, decidió crear una franja para estabilizar el precio del biodiésel, con lo cual nunca estuvimos de acuerdo. Esta decisión terminó afectando la comercialización y se constituyó en una de las causas del mencionado episodio en septiembre de 2019 con la industria del biodiésel.

Por último, pero no menos importante, no ha sido posible materializar la universalización de las operaciones de estabilización del FEP Palmero, una medida que simplemente trata de nivelar la cancha estableciendo para todos la misma obligación que tienen hoy día los productores nacionales, al realizar sus primeras ventas, lo cual permite generar el efecto de estabilización del mercado del que otros actores también se están viendo beneficiados. Desde Fedepalma se han presentado sólidos argumentos técnicos y legales, y creemos firmemente que esta medida no solo tiene todo el fundamento legal, sino que contribuye a restaurar la equidad en el mercado local, en momentos en que el mayor esfuerzo lo vienen realizando los agricultores.

Y en relación con esto quiero hacer una reflexión. La gestión de Fedepalma, como entidad gremial que representa el interés general del sector palmero colombiano, se ha visto enrarecida por intereses particulares que han permeado la relación del gremio palmero con el Gobierno, desplegando acciones poco transparentes que contravienen el interés de la mayoría. Dada la importancia de que Fedepalma pueda cumplir cabalmente su rol de defensa y representación, es pertinente que el gremio aborde un debate interno sobre cómo sus miembros deben dirigir sus actuaciones cuando sus propósitos entran en conflicto con el interés general del sector.

Al Presidente y a su equipo de gobierno, queremos manifestarles nuestro agradecimiento por estar siempre con las puertas abiertas para conversar con el gremio palmicultor y por estar atentos a la búsqueda

de soluciones a las dificultades que afronta el sector. Por lo mismo, creemos que no podemos dejar inconcluso el desarrollo de esta agenda sectorial y, por el contrario, es pertinente analizar medidas complementarias en virtud de este escenario de pandemia, que le den prioridad a la defensa y al impulso de la producción nacional, tal y como viene ocurriendo en muchos países. Una vez más, la invitación es a pensar en cuál es el rol que queremos dar a la agroindustria de la palma de aceite frente al desarrollo social y económico de las regiones.

Desafíos y oportunidades futuros de la palmicultura colombiana

Por nuestra parte, sabemos que desde el sector privado tenemos que continuar haciendo lo que nos corresponde para afrontar los desafíos y aprovechar las oportunidades de seguir fortaleciendo nuestra palmicultura.

Competitividad y sostenibilidad

En primer lugar, hay que continuar con los esfuerzos en cuanto a mejorar la competitividad sectorial, más aún en un entorno en el que la protección del sector es marginal, donde es importante recordar que el próximo año culmina el programa de liberación con los Estados Unidos.

Y en esa búsqueda de mayor competitividad, es imperativo seguir incrementando la productividad. En los últimos años hemos visto cómo la frontera de productividad en el cultivo se ha ampliado significativamente, lo que demuestra que hay una gran oportunidad de aumentar la eficiencia. Frente a esto, la labor de Cenipalma en la generación y transferencia de tecnologías y prácticas sigue cobrando relevancia. Un ejemplo claro de esto ha sido el hito de ofrecer el ácido naftalenacético (ANA) a los palmicultores productores de híbridos OxG, cuyo uso los está llevando a acercarse bastante a esa frontera de productividad que hemos mencionado. Con esta polinización artificial y la aplicación de las mejores prácticas agronómicas, es posible alcanzar más de 40 toneladas de fruta por hectárea y tasas industriales de extracción (TEA) de más de 27 %. En otras palabras, más de 10 toneladas de aceite por hectárea, 3 veces la actual productividad promedio país.

La sanidad de los cultivos sigue siendo un factor que afecta a muchos palmicultores y es objeto de gran preocupación para todo el sector, en especial por la situación que continúan enfrentando en el departamento del Magdalena con la Pudrición del cogollo (PC) y en los Llanos Orientales con la Marchitez letal (ML). Las afectaciones en estas zonas han llevado a una pérdida de áreas e incluso han forzado a que algunos palmicultores hayan migrado hacia otros cultivos y actividades. Por lo anterior, hay que continuar con los esfuerzos que se vienen realizando en términos de fitomejoramiento, manejo de plagas y enfermedades, y manejo agronómico.

Además, tenemos que fortalecer la generación de soluciones para incrementar la productividad laboral, siendo la mecanización un aspecto clave para ello. Resulta igualmente importante para aumentar la eficiencia del recurso humano, el fortalecimiento de las estrategias de formación y capacitación, para buscar el nivel de especialización y calidad que requiere esta agroindustria. Es por esto que debemos persistir en nuestra iniciativa de la academia de la palma, concebida como una solución que permitirá potenciar el rol del gremio palmicultor frente a las necesidades de formación, reconociendo y articulando el papel de otros actores del ámbito académico global, nacional y regional.

De igual manera, debemos trabajar por optimizar los costos de producción, incrementando la eficiencia en el uso de los recursos. Adicionalmente, existen oportunidades en términos de la eficiencia logística. El estudio, realizado por Imétrica en 2019, arrojó valiosas recomendaciones para fortalecer las capacidades logísticas de la agroindustria, de las cuales destacaríamos las siguientes: i) entender la operación de la cadena de suministro, identificando actores en los distintos eslabones y mejorando la comunicación y la articulación con ellos; ii) establecer planes de mejora a partir de la definición de indicadores y la medición de factores de eficiencia como tiempos y calidad, y iii) gestionar conjuntamente soluciones sectoriales con las empresas transportadoras, lo cual puede llevar a ahorros entre el 4 % y el 12 % del costo de transporte.

Y relacionado con esto, no podemos desconocer el efecto del costo-país en la competitividad de los sectores. Por ello, Fedepalma sigue con su labor de monitorear y participar en los espacios de construcción de las agendas de gobierno y planes de desarrollo de las

regiones, buscando que estos reconozcan las necesidades del sector productivo y mejoren las condiciones de infraestructura y la oferta de bienes públicos. En esta tarea ha sido fundamental el rol de nuestros Delegados Gremiales Regionales, quienes, en representación del gremio palmicultor, han ganado importantes espacios frente a los gobiernos departamentales y municipales, y ante distintas instancias público-privadas.

De cara a una mayor competitividad, también es fundamental seguir avanzando en la eficiencia, la calidad y en la agregación de valor. Frente a una mayor eficiencia, las plantas de beneficio deben propender por una escala que les permita un óptimo desempeño, tanto en el proceso industrial como en su capacidad de almacenamiento; a esto se suma la importancia de una adecuada financiación de inventarios y de planificar y aplicar unas buenas estrategias de comercialización.

En cuanto a la calidad, la normatividad nacional e internacional viene enfocándose, cada vez más, en aspectos como la inocuidad de los productos de la cadena agroalimentaria, lo cual va a demandar que la producción del aceite de palma se involucre más profundamente en la medición del impacto de las prácticas agronómicas y de beneficio del fruto en la presencia de cierto tipo de residuos y contaminantes como los MOSH, MOA y MCPD.

Otro aspecto clave es el manejo del procesamiento de los híbridos OxG, pues si queremos aprovechar el potencial de este producto diferenciado, no es viable continuar mezclando indistintamente los frutos de dichos materiales con los de *E. guineensis*. El sector palmero colombiano ya no cuenta solo con dos aceites, ahora genera tres: el aceite de palma, el aceite de palmiste y el alto oleico, y así mismo hay que pensar en términos del procesamiento y la comercialización.

Respecto a la agregación de valor, debemos perseverar en el propósito de que nuestra agroindustria trascienda aguas abajo en la cadena de valor, de superar la dependencia del aceite de palma crudo como el producto principal que soporta el negocio palmero, para lo cual es fundamental la innovación y actuar colectivamente para generar alianzas empresariales que permitan sumar y hacer factible las inversiones requeridas. Esta visión de mayor agregación de valor está relacionada en gran medida con las posibilidades de la bioeconomía en nuestro sector y el

desarrollo de procesos innovadores de generación de nuevos productos.

Los flujos del comercio mundial de aceite de palma están concentrados en productos procesados. Mientras que en Malasia e Indonesia sus exportaciones de aceite de palma refinado, fracciones, biodiésel y oleoquímica, entre otros, representan cerca del 80 % de su oferta exportable y las de crudo apenas el 20 %, en el caso de Colombia ocurre todo lo contrario. Por el lado de la demanda, mercados como Estados Unidos y la Unión Europea concentran cada vez más sus importaciones en este tipo de productos que implican una mayor agregación de valor. En ese sentido, los invito a que trabajemos en el desarrollo del *Midstream* en la cadena de valor de la palma de aceite en nuestro país. Hoy en día tenemos una mayor escala, una experiencia consolidada como exportadores a granel y unos precios de exportación competitivos frente a referentes internacionales, que permiten prever que con una buena organización y una adecuada estrategia podemos avanzar en la internacionalización de nuestro sector productivo con la exportación de productos de mayor valor agregado.

Ahora bien, es un hecho la relevancia que tienen a nivel global la producción sostenible y el comercio y consumo responsables, al punto que para productos como el aceite de palma, la sostenibilidad se ha convertido en otro factor clave para su competitividad. Dado esto, es necesario seguir avanzando en consolidar nuestras condiciones de sostenibilidad, pues, además de la responsabilidad que todos los sectores productivos compartimos respecto al futuro del planeta, de esto dependerá el acceso y el valor del aceite de palma colombiano en muchos mercados.

Es por esto que, además de los esfuerzos que Fedepalma y Cenipalma han realizado para generar y transmitir modelos y prácticas sostenibles, que en gran medida han sido acogidos por los palmicultores, en 2018 recibimos el mandato del Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite de desarrollar nuestra estrategia de origen sostenible, para impulsar el Aceite de Palma Sostenible de Colombia, desarrollando las acciones y la institucionalidad que lo sustente.

Hoy en día, contamos con un Decálogo de Principios del Aceite de Palma Sostenible de Colombia, el cual refleja los atributos de sostenibilidad que nos van

a permitir respaldar nuestra promesa de valor de un aceite único y diferenciado. Estos atributos, a su vez, se despliegan en un conjunto de prácticas productivas, ambientales y sociales, que están siendo recogidas en una norma sectorial que sustentará el protocolo de verificación y el reconocimiento al origen sostenible del aceite de palma colombiano.

Con lo anterior, estamos avanzando hacia el desarrollo de un marco de autorregulación sectorial que oriente las actuaciones de los palmicultores y contribuya a garantizar esas condiciones que nos diferencian. La puesta en marcha de este tipo de acciones enfocadas en sustentar el origen sostenible del aceite de palma de Colombia demanda el fortalecimiento del ecosistema institucional palmero y la creación de un ente especializado que involucre la participación de distintos actores, brindando mayor confianza y transparencia a los clientes y grupos de interés claves para el sector. Esperamos que con el apoyo de todos nuestros agremiados y de distintos aliados públicos y privados, del ámbito nacional e internacional, podamos seguir recorriendo este camino.

Promover el consumo

Este es otro gran reto sectorial de los aceites de palma colombianos, tanto en el mercado nacional como en los de exportación.

Continuamos trabajando para que los consumidores colombianos conozcan el aceite de palma, el aceite de Colombia, con sus atributos nutricionales y su versatilidad. Si bien sabemos que este es un proceso de largo aliento, ya estamos obteniendo avances con nuestra campaña Aceite de Palma 100% Colombiano. Los indicadores de recordación de la misma siguen aumentando y las más recientes investigaciones sobre los hábitos de consumo en los hogares muestran que el aceite de palma ha logrado diferenciarse en percepción dentro del segmento de mezclas vegetales, posicionándose como un nuevo jugador relevante en el mercado.

De igual manera, en virtud de la importancia del biodiésel, hay que seguir trabajando por avanzar respecto a las metas del Programa Nacional de Biodiésel. Desde sus orígenes, este planteó alcanzar una mezcla del 20 % (B20) y en la actualidad estamos

solo en la mitad; llegar a esa meta representa un mercado del orden de las 500 mil toneladas. Lograr esto es viable, países como Malasia e Indonesia vienen aplicando mezclas del 20 y 30 %, y en Colombia ya se han hecho pruebas de mezclas de 50 % y 100 %. De hecho, Fedepalma y Cenipalma fueron pioneros del Club de Biotanqueo, al utilizar una mezcla de B50 en los vehículos de la Presidencia Ejecutiva y de la Dirección General.

Esto último me lleva a una reflexión más: alcanzar las metas que nos proponemos demanda de todos los miembros del sector una actitud coherente y predicar con el ejemplo. Y es por esto que les pregunto: ¿estamos consumiendo el aceite de palma en nuestros hogares y empresas? ¿estamos dispuestos a ser pioneros en el uso de mayores mezclas en los vehículos que están vinculados con nuestra agroindustria? ¿estamos dispuestos a que todos y cada uno de nosotros sea un orgulloso embajador del aceite de palma?

Finalmente, en cuanto al mercado externo, que representa cerca de la mitad de las ventas totales, ya hemos mencionado las acciones que estamos desarrollando articuladamente con la estrategia de posicionamiento del sector palmero en Europa, basados en la diferenciación del aceite de palma sostenible de Colombia y de la mano con Procolombia, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la Cancillería, a través de las distintas embajadas. Para que esta genere los resultados esperados, recalamos en que es necesario continuar avanzando en mejorar nuestras condiciones de competitividad y de sostenibilidad, pero también desarrollar una estrategia distinta para llegar a los mercados internacionales, que implica conocer más a nuestros clientes, sus requerimientos y atenderlos adecuadamente. Si bien, la creación de las comercializadoras internacionales ha jugado un papel clave en facilitar la logística para llegar a dichos mercados, no podemos dejar toda la responsabilidad en sus manos, es importante que los productores se involucren más en entender los canales, la inteligencia de mercados, el mercadeo y el posicionamiento del producto.

Fortalecimiento institucional

Abordar todos estos desafíos y oportunidades no es tarea sencilla, siendo fundamental contar con una

institucionalidad sólida que oriente y acompañe los esfuerzos de los productores. Por esto, resaltamos la importancia de las instituciones del ecosistema palmero: Fedepalma, como entidad gremial que convoca, congrega y orienta a los palmicultores; Cenipalma, principal programa gremial de Fedepalma y responsable de las acciones de ciencia, tecnología e innovación del sector; y los instrumentos de la parafiscalidad, como son la cuenta especial del Fondo de Fomento Palmero y la cuenta especial del FEP Palmero, mecanismos claves para poner en marcha programas de fomento sectorial y contribuir a la estabilidad de las condiciones de comercialización de los aceites de palma.

Sea esta la oportunidad de resaltar que se cumplen tres décadas de la creación de Cenipalma por parte del gremio palmero, periodo en el cual se han generado valiosas soluciones y aportes a nuestra agroindustria. Para contribuir a preservar su memoria histórica, estamos próximos a entregar a los palmicultores el libro sobre la primera etapa del desarrollo de Cenipalma, con el que podremos recordar los pasos que se han dado y destacar los esfuerzos que, entre todos, hemos realizado para que esta organización cuente hoy día con un amplio posicionamiento. Y respecto a su más reciente transcurrir, en 2019 Cenipalma tuvo dos grandes logros: el reconocimiento de Colciencias como centro de investigación que forma parte del nuevo Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación; y la certificación de Great Place to Work por la excelencia en su ambiente laboral.

Esta institucionalidad nos ha permitido mantener abiertos los canales de comunicación y discusión con instancias gubernamentales, nacionales y territoriales, y con otros actores del sector privado, al facilitar la labor de representación gremial y defensa en los distintos ámbitos relevantes para la operación del sector palmero. También ha ayudado a generar alianzas y acceder a nuevas fuentes de recursos que potencien el desarrollo de nuestros programas y proyectos. Al respecto, aprovecho para resaltar la reciente suscripción del Acuerdo de Cofinanciación con IDH y el lanzamiento del proyecto “Aceite de Palma Sostenible de Colombia, Paisajes Sostenibles Zona Norte-Magdalena y Cesar”, el cual contribuirá al desarrollo de la estrategia de Aceite de Palma Sostenible de Colombia, con un enfoque de

paisaje. Este proyecto se enmarca en el Memorando de Entendimiento firmado por Fedepalma, Cenipalma e IDH en octubre de 2019 y estamos seguros de que ayudará a generar muchas más oportunidades de alianzas para nuestro sector.

Estos compromisos también se han gestado con actores del orden regional. En febrero de 2019, se logró la aprobación del proyecto “Desarrollo de un sistema integrado de manejo agronómico para el cultivo de la palma como respuesta a los efectos de la variabilidad climática en el departamento del Cesar”, iniciativa desarrollada por Fedepalma, Cenipalma y la Gobernación del Cesar, con recursos provenientes del Fondo de Ciencia, Tecnología e Innovación (FCT) y del Sistema General de Regalías (SGR).

Contar con altas capacidades en el recurso humano y en infraestructura, ha contribuido a transferir de mejor manera las tecnologías y prácticas, y a articular los esfuerzos en las regiones. Por esto, Fedepalma ha apoyado a Cenipalma en el desarrollo de su objetivo misional con la adquisición de los terrenos y la construcción de la infraestructura adecuada para su operación en los campos experimentales, ubicados en las cuatro zonas palmeras. Dentro de los hitos a resaltar para el 2019, se encuentra la construcción y dotación del Módulo de Laboratorios en el C. E. Palmar de las Corocoras, finalizando así la II etapa de este campo.

Un ejemplo de ello fue la respuesta oportuna, organizada y unida del sector palmicultor cuando se desencadenó la crisis por el COVID-19, que llevó a mitigar riesgos críticos y a que todos hiciéramos el mejor esfuerzo por cuidar a nuestros trabajadores, familias y comunidades, garantizando la continuidad de la actividad palmera y el abastecimiento de este producto, tan importante para la canasta familiar de los colombianos.

Esto muestra la pertinencia de seguir trabajando de una manera organizada, articulada y con las capacidades requeridas. En este sentido, estamos viendo la importancia de seguir evolucionando y fortaleciendo el ecosistema institucional palmero con organizaciones especializadas que desempeñen nuevos roles, que hoy día, no han sido desarrollados de la manera como lo requiere el sector. Por un lado, como ya se mencionó, la implementación de la autorregulación sectorial para la sostenibilidad y del esquema de validación y

reconocimiento del origen sostenible, requiere de una institución que genere la confianza y aceptación que demandan los *stakeholders* que determinan la dinámica del mercado e inciden en la reputación sectorial.

De otra parte, se necesita un mayor impulso a la iniciativa de la academia de la palma. Su importancia no solo se ha resaltado al interior de sector, sino que, hace más de un año, el propio el Presidente Duque, en estos eventos gremiales, resaltó esta idea y nos instó a ponerla en marcha. Hay que reconocer que en este tiempo hemos avanzado poco al respecto, por lo cual debe dársele una mayor prioridad dentro de la agenda de la Federación a partir de ahora. Con esto se pretende diseñar una institución que, de la manera más ágil y eficiente, facilite desempeñar esos nuevos roles y generar un mayor valor a los palmicultores.

Por su parte, Fedepalma y Cenipalma continúan dando a sus acciones un enfoque estratégico soportado en procesos eficientes. En 2019 se aprobó por parte de la Junta Directiva de Fedepalma, el direccionamiento Estratégico 2019-2023, definiendo la ruta de la organización para los próximos cinco años, de cara a responder mejor a los retos del sector. La Federación ha mantenido su certificación en calidad bajo la norma ISO 9001:2015 y se dio inicio a un proyecto de transformación organizacional basado en procesos, para que estos últimos sean más ágiles, simples y flexibles, haciendo más productivo el trabajo de la Federación. Las mejoras en la gestión de nuestra Unidad de Servicios Compartidos han llevado a garantizar la calidad de trabajo, optimizando el uso de recursos, lo que se refleja en ahorros importantes para los últimos cinco años. Por otra parte, Fedepalma también viene avanzando en la implementación de mejores prácticas laborales enfocadas en el mejoramiento del ambiente en el trabajo, lo que le permitió obtener en 2019 resultados muy favorables en la valoración realizada por Great Place to Work.

A esto se suma el robustecimiento de la estructura y políticas de gobierno corporativo, en aras de garantizar la ética y la transparencia en las acciones de la administración y de los órganos de gobierno de la institucionalidad palmera. En este sentido, en 2019 se conformó el Comité de Auditoría y se hizo una revisión pormenorizada de cada uno de los componentes y principios del modelo que sustenta el Sistema de Control Corporativo. En 2020, se dio inicio al proyecto de revisión

integral de la estructura de gobierno corporativo, y se continuará con la formalización del programa de ética y cumplimiento de Fedepalma.

Lo anterior ha contribuido a mejorar la solidez de Fedepalma y Cenipalma y, al manejo eficiente, responsable y transparente de los Fondos Parafiscales Palmeros. No obstante, no podemos bajar la guardia ni restar esfuerzos en este sentido, pues son muchas las necesidades de los productores y sus demandas respecto a las iniciativas y servicios a cargo de esta institucionalidad. Los recursos disponibles cubren con estrechez las prioridades de la inversión requerida y cada reducción que enfrentamos compromete los avances hacia el logro de las metas sectoriales. En una coyuntura como la actual no se trata de pedir más sino de mantener y aprovechar al máximo lo que se destina a los programas y proyectos de interés para el sector. Cada peso invertido en la institucionalidad rinde sus frutos y con creces. El indicador de beneficio/costo de la gremialidad refleja que, por cada peso aportado por los palmicultores, el retorno hacia el sector es de 33 pesos.

Prospectiva de la agroindustria de la palma de aceite

Para finalizar, quisiera hacer algunas reflexiones sobre la relevancia de pensar en la agroindustria de la palma de aceite en un horizonte de largo plazo. En el desarrollo sectorial e institucional es primordial tener una visión, el conocimiento de la historia y la perspectiva del futuro.

Entre 1998 y 2000, hace ya más de dos décadas, hicimos este ejercicio pensando en un escenario de la palmicultura al 2020. En este lapso, la producción de aceite de palma a nivel mundial se cuadruplicó,

en tanto que en Colombia el área sembrada pasó de 150.000 a 560.000 hectáreas y la producción se triplicó, aumentando en más de 1 millón de toneladas de aceite de palma crudo. Hoy en día esta visión 2020 se ha agotado, por lo cual estamos iniciando un ejercicio para evaluar lo que ha ocurrido en este periodo y los aprendizajes de ese trabajo, con el fin de generar unos lineamientos que nos ayuden a construir una nueva perspectiva sectorial, la cual podría llegar a pensarse para un horizonte de unos 30 años, equiparable a la duración de un ciclo productivo en la palmicultura.

La invitación es a que, de nuevo, pensemos prospectivamente en lo que queremos y en lo que puede llegar a ser la palmicultura colombiana, en un entorno global con tendencias prometedoras, aunque retadoras, para los aceites y grasas vegetales. Este análisis va a ser primordial para tener una visión que siga orientando nuestras acciones y para continuar construyendo, con el concurso de todos, un futuro promisorio.

Hemos resaltado varios de los desafíos y oportunidades para el sector palmero colombiano que demandan enormes esfuerzos por parte de los empresarios, el gremio y el Gobierno, pero todos estos esfuerzos se justifican a la luz del potencial de esta agroindustria y del rol que puede llegar a jugar en la economía del país y en el desarrollo de las regiones.

Quisiera terminar reiterando que el destino de esta agroindustria lo tenemos los empresarios palmeros en nuestras manos, el sector tiene enormes oportunidades y desafíos y tenemos que estar a la altura de ellos. Para esto, se requiere pensar en grande, no dejar de soñar, pues solo el trabajo duro, a la luz de una visión y una inspiración compartida, nos llevará a un futuro exitoso. En palabras de Víctor Hugo, “No hay nada como un sueño para crear el futuro”.

Bienvenidos.