

Regulaciones europeas en sostenibilidad: una mirada desde los compradores internacionales

Documento elaborado por Ana Verónica González
Moncada, Especialista en Comercio de Fedepalma.

JAIME GONZÁLEZ TRIANA
Líder de Gestión Comercial y
Estratégica de Fedepalma



El 1 de junio, durante el I Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite, se realizó un taller sobre regulaciones europeas en sostenibilidad liderado por Jaime González Triana, Líder de Comercialización Sectorial, en el cual se socializaron las experiencias de tres compañías comercializadoras internacionales de aceite de palma (Cargill, Bunge Limited y Louis Dreyfus Company) y Solidaridad Latinoamérica, una ONG internacional que promueve y apoya las cadenas de valor agrícolas entre ellas la de palma de aceite. Igualmente, se tuvo la oportunidad de conocer las principales tendencias en materia de regulación y requerimientos del mercado europeo para la cadena de suministro del aceite de palma, los retos y las oportunidades para el sector palmero colombiano.

El taller inició presentando el panorama general de la evolución del área sembrada de palma (Figura 1) y

las ventas de aceite de palma en Colombia (Figura 2), señalando que en la medida en que ha venido creciendo la producción de aceite de palma, el país cuenta con una oferta exportable que requiere para su colocación un completo entendimiento, por parte de los palmiticultores colombianos, de los requerimientos que en materia de sostenibilidad están haciendo los mercados internacionales.

Así mismo, se destacó la importancia de los productos de la agroindustria de la palma de aceite como cuarto renglón de exportación dentro del agro, alimentos y bebidas en Colombia. Las exportaciones en 2021 de este sector sumaron USD 9.440 mills., siendo los principales: café (USD 3.092 mills.), flores y follajes cortados (USD 1.291 mills.), bananas o plátanos frescos o secos (USD 770 mills.), aceite de palma, palmiste y sus fracciones (USD 664 mills.) y azúcares y artículos de confitería (USD 506 mills.) (Figura 3).

Figura 1. Evolución histórica del área sembrada de palma de aceite en Colombia.
Fuente: Sispa-cifras a corte de 27/01/22

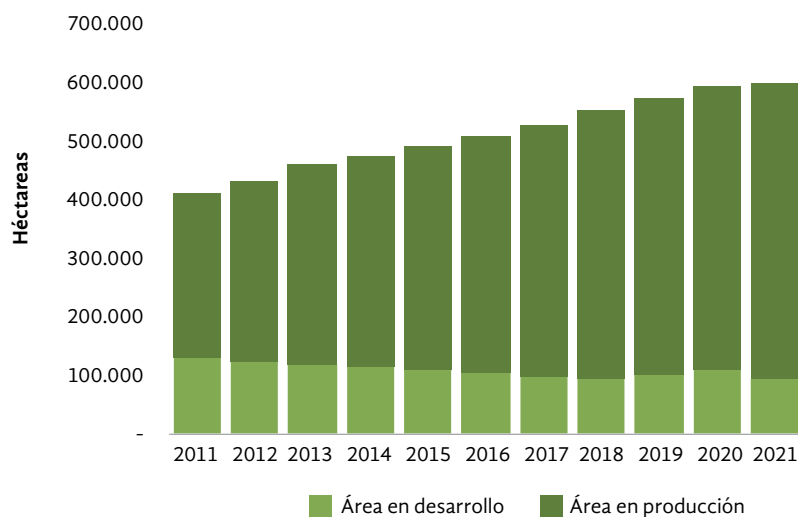


Figura 2. Evolución histórica de las ventas del aceite de palma en Colombia. Fuente: FFP

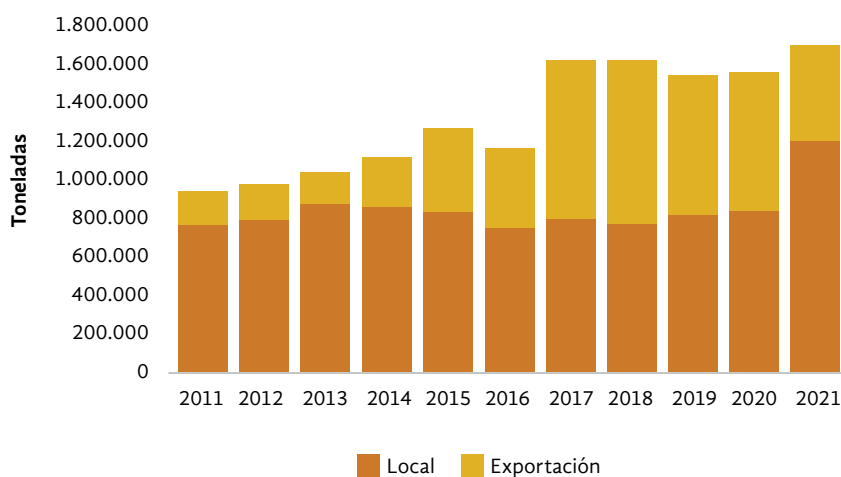
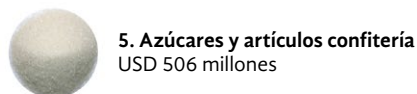
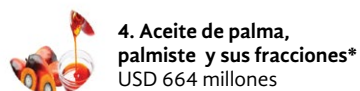
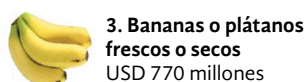
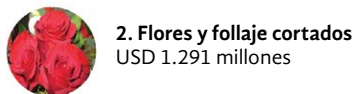


Figura 3. Los aceites de palma, palmiste y sus fracciones forman parte del *top 5* de las exportaciones de productos agropecuarios, alimentos y bebidas en 2021



Total agro
USD 9.440 millones

Fuente: DIAN-DANE. En el caso del café se incluyen las subpartidas 0901.11.10.00 y 0901.11.90.00 y en los demás productos se tienen en cuenta las exportaciones, según principales capítulos del arancel y principales partidas arancelarias. *Cálculos FEDEPALMA.

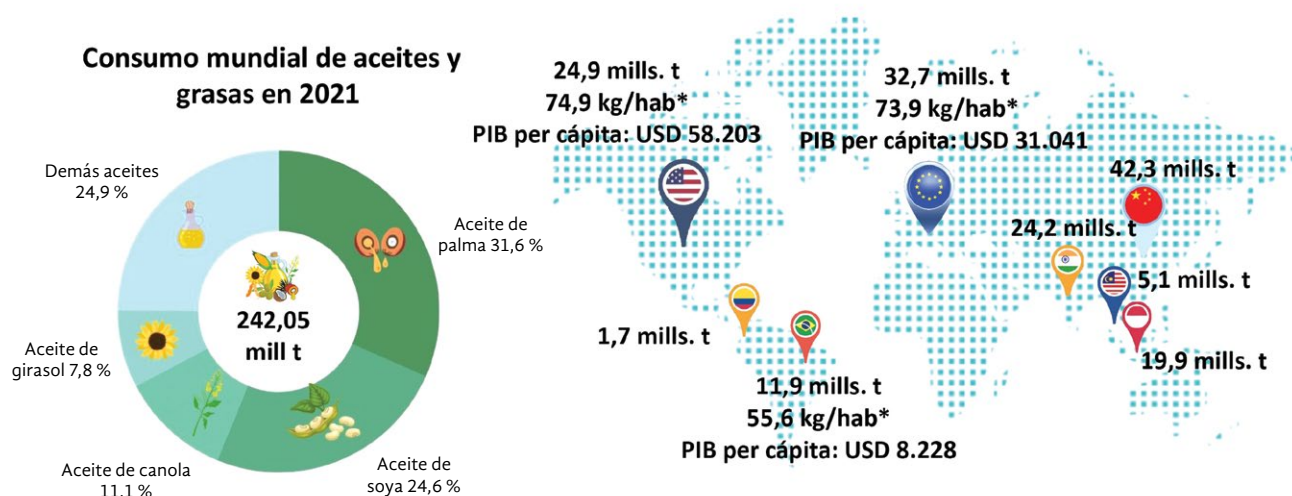
En cuanto al consumo mundial de aceites y grasas, en 2021 se alcanzó los 242 millones de toneladas, siendo el de palma (31,6 %) el principal aceite consumido a nivel mundial, seguido por el de soya (24,6 %), el de canola (11,1 %) y el de girasol (7,8 %). Al analizar este aspecto a nivel global, se observa que el principal consumidor de aceites es China, seguido por la Unión Europea y Estados Unidos. Particularmente, en el caso del aceite de palma colombiano requiere especial atención entender los requerimientos en los mercados de la Unión Europea y los Estados Unidos, en la medida en que el primero de ellos es actualmente el principal destino de sus exportaciones y, en el caso del segundo, representa una oportunidad para el sector, ya que contamos con ventajas de acceso y logística a ese mercado y su demanda de aceite de palma ha venido creciendo en los últimos años. Ambos mercados, con una capacidad de compra importante debido a que su ingreso per cápita es alto, al igual que el número de habitantes que los componen (Figura 4).

Teniendo en cuenta que la Unión Europea es el principal destino de las exportaciones colombianas de aceite de palma, Fedepalma viene trabajando de la mano del Gobierno Nacional; específicamente con los Ministerios de Agricultura y Desarrollo Rural y de Comercio, Industria y Turismo, así como con la

Oficina Comercial del Gobierno de Colombia ante la Unión Europea (UE), y Misión Permanente de Colombia ante la Organización Mundial del Comercio (OMC); para hacer un seguimiento permanente a las normativas de este continente que puedan afectar la comercialización de aceite de palma a este mercado, como es el caso de las disputas comerciales de Malasia e Indonesia con la UE en el Órgano de Solución de Controversias de la OMC. Esto con el propósito de brindarle al Gobierno los elementos que permitan defender los intereses de la palmicultura colombiana en esos mercados.

Finalmente, se presentó a los asistentes al taller las diferentes iniciativas que en materia de sostenibilidad están adelantando los mercados internacionales, tales como la propuesta de la Comisión Europea sobre comercio de bienes libres de deforestación, la normativa de energía renovable de la UE, el ReFuelEU Aviation y la ley forestal de Estados Unidos. Haciendo énfasis en que este tipo de normativas que están en discusión hacen parte de los compromisos que tanto la Unión Europea como Estados Unidos tienen en materia de descarbonización de sus economías y reducción de gases efecto invernadero, que implican que las cadenas de suministro de productos agrícolas como el aceite de palma deben cumplir para acceder a esos mercados.

Figura 4. Para el aceite de palma colombiano es fundamental contar con un acceso real a los principales mercados de aceites y grasas en el mundo



Fuente: Oil World/Banco Mundial-PIB per cápita 2020 (USD a precios constantes de 2010). *Año agrícola 20/21F