

ESTRATEGIAS QUE GENERAN MAYOR COMPETITIVIDAD DEL ACEITE DE
PALMA PARA EXPORTAR DE COLOMBIA A ESPAÑA

LAURA MARÍA VILLAMIL CARDONA

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES E INTEGRACIÓN
ECONÓMICA
BOGOTÁ D.C.
2020

ESTRATEGIAS QUE GENERAN MAYOR COMPETITIVIDAD DEL ACEITE DE
PALMA PARA EXPORTAR DE COLOMBIA A ESPAÑA

LAURA MARÍA VILLAMIL CARDONA

Monografía para optar el título de
Especialista en Negocios Internacionales e Integración Económica

Orientador:

Desiderio López Niño
Docente Investigador

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES E INTEGRACIÓN
ECONÓMICA
BOGOTÁ D.C.
2020

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del Director de la Especialización

Firma del calificador

Bogotá D.C., julio de 2020

DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD

Presidente de la Universidad y Rector del Claustro.

Dr. Mario Posada García Peña

Consejero Institucional.

Dr. Luis Jaime Posada García-Peña

Vicerrectora Académica y de Investigación.

Dra. María Claudia Aponte González

Vicerrector Administrativo y Financiero

Dr. Ricardo Alfonso Peñaranda Castro

Secretaria General.

Dra. Alexandra Mejía Guzmán

Decano Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

Dr. Marcel Hofstetter Gascon

Directora especialización en Negocios Internacionales e Integración Económica.

Dra. Luz Rocío Corredor González

DEDICATORIA

A mis padres, quienes me han apoyado con su esfuerzo para cumplir este logro y me acompañaron dentro de este proceso.

AGRADECIMIENTOS

*Agradezco a Dios por darme la
disposición y sabiduría de seguir
llenándome de conocimiento, y a
mis profesores que me guiaron y
dieron las bases para cumplir esto.*

CONTENIDO

	Pág.
GLOSARIO	10
RESUMEN	13
INTRODUCCIÓN	15
1. OBJETIVOS	17
1.1. OBJETIVO GENERAL	17
1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
2. MARCO TEÓRICO	18
2.1. ROMBO DE LA VENTAJA NACIONAL	21
3. METODOLOGÍA	25
4. EXPORTACIONES DE ACEITE DE PALMA EN COLOMBIA	26
4.1. IMPORTANCIA DEL ACEITE DE PALMA EN COLOMBIA	27
4.2. PRODUCCIÓN DEL ACEITE DE PALMA EN COLOMBIA	28
4.3. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO NACIONAL Y LAS EXPORTACIONES	33
4.3.1. Mercado Doméstico	33
4.3.2. Exportaciones en Colombia	34
5. PREFERENCIAS DE CONSUMO Y NECESIDAD DEL ACEITE DE PALMA EN ESPAÑA	37
5.1. DEMANDA DEL ACEITE DE PALMA EN LA UNIÓN EUROPEA	37
5.2. USOS DEL ACEITE DE PALMA EN ESPAÑA	39
5.2.1. Biocombustibles en la Unión Europea	41
6. ESTRATEGIAS QUE GENEREN MAYOR COMPETITIVIDAD EN EL ACEITE DE PALMA	43
6.1. DESAFÍOS ESTRATÉGICOS	43
6.2. PRODUCTIVIDAD Y ENTORNO POLÍTICO	44
6.2.1. Investigación Agrícola	44
6.2.2. Inversión en Agricultura	45
6.2.3. Crédito y seguros agrícolas	46
6.3. RETOS AMBIENTALES	46
7. CONCLUSIONES	51
8. RECOMENDACIONES	52
BIBLIOGRAFÍA	53

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Figura 1. Participación de la producción de aceite de palma por municipios del Magdalena en el total del departamento, 2011.	29
Figura 2. Productividad de los principales departamentos del mundo.	30
Figura 3. Desarrollo del área sembrada con palma de Aceite en Colombia a través del tiempo.	31
Figura 4. Producción mensual de aceite de palma crudo.	32
Figura 5. Crecimiento de las exportaciones.	35
Figura 6. Distribución por país de destino de las exportaciones.	36
Figura 7. Distribución por país de destino.	38
Figura 8. Participación por país en la producción de biodiesel hasta el 2022.	42
Figura 9. Apoyo presupuestario y estimado de Apoyo General a Servicios en relación con las asignaciones presupuestarias total al sector.	44

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Producción de aceite de palma crudo por zonas.	32
Tabla 2. Países destino de las exportaciones del 2018.	34
Tabla 3. Consumo de biodiesel de palma en los mayores países productores, según fuentes nacionales.	40
Tabla 4. Contribución de la agricultura a las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).	48

GLOSARIO

ACEITE VEGETAL: como lo señala la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico¹, es el aceite de colza (canola), de soya, de girasol, de coco, de algodón, de nuez de palmera, de maní (cacahuate) y de palma, a excepción de Japón, donde el aceite de girasol es excluido.

BIOCOMBUSTIBLES: como lo señala la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico², son los combustibles que se producen a partir de biomasa, pueden ser sólidos, líquidos y gaseosos. Son sustitutos de los combustibles basados en el petróleo, como el bioetanol a partir de cultivos de caña de azúcar, cereales y otros cultivos ricos en almidón. Pueden utilizarse como componente de mezcla o sustituto de la gasolina.

COMBUSTIBLES FÓSILES: como lo señala la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico³ lo el carbón, el petróleo y el gas natural; los mismos se formaron hace millones de años a partir de los restos orgánicos dejados por plantas y animales muertos.

DIRECTIVA DE ENERGÍAS RENOVABLES (RED): “Directiva de la UE que legisla mandatos vinculantes de 20% para la proporción de energía renovable en la mezcla energética de todos los Estados Miembros para el año 2020, con un mandato específico de 10% para la proporción de energía renovable en los combustibles para transporte”⁴.

ETANOL: como lo señala la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico⁵, biocombustible producido a partir de materias primas agrícolas como el maíz y la caña de azúcar. Puede usarse como sustituto del combustible o como extensor de combustible en mezclas de petróleos.

¹ ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO -OCDE- OCDE-FAO Perspectivas Agrícolas 2013-2022. [Sitio Web]. Texcoco. MEX. Sec. Publicaciones, 23 Septiembre 2013. p. 243. [Consultado 9, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: http://dx.doi.org/10.1787/agr_outlook-2013-es.

² Ibid., p. 245.

³ Ibid., p. 35.

⁴ Ibid., p. 247.

⁵ Ibid., p. 248.

EXPORTACIÓN: como lo señalan Carreño y Mozo de la Victoria⁶, es el proceso en que sale mercancía del territorio aduanero nacional hacia otro país o a una zona franca.

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE PALMA FEDEPALMA: “agrupa y representa a cultivadores y productores de aceite de palma”⁷.

NORMA PARA LOS COMBUSTIBLES RENOVABLES (RFS Y RFS2): “Norma estadounidense que legisla el uso de combustible renovable en el sector del transporte de la Ley de Independencia y Seguridad Energéticas de 2007 (EISA). La RFS2 es una actualización del programa de la RFS para el año 2010 en adelante”⁸.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO: como lo señala la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico⁹, creada por el acuerdo de la Ronda Uruguay. Organización intergubernamental que legisla el comercio internacional, con el fin de negociar acuerdos de comercio y actúa para resolver diferencia.

PRODUCTIVIDAD: “es el valor de la producción por unidad de mano de capital o de mano de obra”¹⁰.

PRODUCTO INTERNO BRUTO PIB: conjunto de los bienes y servicios producidos en un país durante un espacio de tiempo, generalmente un año.

⁶ CARREÑO GÓMEZ, Susan Lorena y MOZO DE LA VICTORIA, Erika Andrea. Proyecto para la exportación de aceite de palma africana en el término Incoterm CIF hacia Holanda. [Repositorio Digital Unimagdalena]. Trabajo de grado. Diplomado en Educación Ejecutiva: Procedimientos Aduaneros y Comercio Exterior. Universidad del Magdalena. Facultad Ciencias Empresariales y Económicas, Santa Marta, 2013, p. 24. [Consultado 8, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <http://repositorio.unimagdalena.edu.co/jspui/handle/123456789/1044>.

⁷ Ibid., p. 24.

⁸ ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO -OCDE. Op.Cit., p. 250.

⁹ Ibid., p. 250.

¹⁰ PORTER, Michael E. Ser Competitivo: La ventaja competitiva de las naciones. 9 ed. Traducido de España; Revisor Técnico y Editor. Barcelona: Deusto S.A. Ediciones, 2017, p. 251. ISBN.

SUBSIDIOS A LA EXPORTACIÓN: como lo señala la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico¹¹, son los subsidios que se le dan a comerciantes con el fin de poder igualar la diferencia de precios del mercado nacional y del mercado mundial, como las restituciones de exportaciones de la Unión Europea.

VALOR: “capacidad de satisfacer o rebasar las necesidades de los clientes y de hacerlo eficientemente”¹².

VALOR SOCIAL: “altos beneficios sociales por dólar invertido”¹³.

¹¹ ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO -OCDE- OCDE-FAO Perspectivas Agrícolas 2019-2028. [Sitio Web]. Texcoco. MEX. Sec. Publicaciones, 23 Septiembre 2019. p. 251. [Consultado 9, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://doi.org/10.1787/7b2e8ba3-es>.

¹² PORTER. Op. Cit., p. 3.

¹³ Ibid., p. 4.

RESUMEN

En el presente documento se realiza una recopilación de literatura acerca del sector palmero en Colombia, reconociendo como este puede generar un efecto dentro de la economía del país mediante una revisión de documentación acerca de la productividad del aceite a través del tiempo y de la formulación de estrategias para generar una mayor competitividad. Se identifica la producción y exportación del aceite de palma en Colombia conociendo la importancia del sector en la agroindustria colombiana, en este caso de investigación se determinan las preferencias y la demanda del aceite dentro del país al cual se quiere exportar, España, y la importancia de este como materia prima para la producción de las energías renovables que hoy en día están reemplazando los combustibles fósiles.

Finalmente se plantean estrategias para un aumento de la competitividad, identificando las instituciones colombianas que apoyan la producción y exportación del aceite de palma. En las cuales identificamos que es necesario una nueva perspectiva en la inversión tecnológica e innovación del proceso de producción para una posterior exportación.

Palabras clave: estrategia, competitividad, productividad, exportación, Aceite de Palma.

ABSTRACT

This document compiles literature on the palm sector in Colombia, recognizing how it can have an effect on the country's economy through a review of documentation on oil productivity over time and the formulation of strategies to generate greater competitiveness. The production and export of palm oil in Colombia is identified knowing the importance of the sector in Colombian agribusiness, in this case of research the preferences and demand for oil within the country to which you want to export, Spain, and the importance of this as raw material for the production of renewable energies that today are replacing fossil fuels.

Finally, strategies are proposed to increase competitiveness, identifying the Colombian institutions that support the production and export of palm oil. In which we identify that a new perspective in technological investment and innovation of the production process is necessary for a subsequent export.

Key words: strategy, competitiveness, productivity, export, Palm Oil.

INTRODUCCIÓN

Colombia es el cuarto productor en el mundo y el primero en Latinoamérica dejando en una posición de ventaja al país en este tipo de mercado, a nivel mundial Indonesia y Malasia son los países que lideran la producción de aceite de palma. Es un sector que poco a poco ha estado en constante desarrollo generando mayor producción en los últimos años, por lo que es necesario analizar el potencial que se tiene para así poder abarcar la oferta de un país como España. ¿Qué estrategias se pueden desarrollar para generar mayor competitividad del aceite de palma para exportar a España?

Las potencias mundiales en la exportación de la industria de aceite de palma según Navarro, Saumeth y Ocampo, citados por Lugo Arias, Sáenz y Lugo Arias¹⁴ son Indonesia y Malasia, quienes en el tiempo mantienen su cantidad de producción y se da debido a que son países que implementan la estrategia Cournot – Cournot.

“Ahora bien, según estadísticas del Banco Mundial y el Centro de Comercio Internacional, en 2015, Indonesia obtuvo la mayor participación de las exportaciones mundiales de aceite de palma, con un 52,60%, seguido por Malasia con 32,49%, Países Bajos (3,68%), Papua New Guinea (1,47%), Alemania (1,25%), Guatemala (0,96%) y Colombia (0,92%) del total exportado”¹⁵.

Como lo señalan Lugo Arias, Saéñz y Lugo Arias¹⁶, para entrar a competir, es necesario generar una mayor cuota de mercado ya que es un mercado con baja transformación industrial, es decir que la diferenciación del producto final es poca y se compiten con bienes homogéneos como lo es el mercado de aceite de palma. Aumentando la calidad del producto en el que se incrementa el rendimiento por hectárea, así como reduciendo los costos de producción se obtiene mayor competitividad. Colombia al tener el 1% del mercado mundial en este sector lo convierte en un país con potencial que puede ganar una ventaja para ser más competitivo frente a los países que llevan el liderazgo en exportaciones y así mismo poder ganar mercado frente a países que tiene cifras similares como lo son Guatemala, Nueva Guinea y Alemania.

¹⁴ LUGO ARIAS, Eikyn, SÁENZ ZAPATA, José y LUGO ARIAS, José. La productividad como determinante de la competitividad de las exportaciones de aceite de palma del departamento del Magdalena Colombia, 2007-2015. En: Saber, Ciencia y Libertad. [Base Académica]. Barranquilla. 1, enero, 2018. Vol. 13. Nro. 1. 2018. p. 146. ISSN 2382-3240. [Consultado 30, marzo, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/2088>.

¹⁵ Ibid., p. 146.

¹⁶ Ibid., p. 146.

Según FEDEPALMA, citada por Lugo Arias, Sáenz y Lugo Arias ¹⁷ el cultivo de Aceite de Palma es un sector importante en Colombia ya que en el 2015 generó divisas representadas en el 6,9% de valor del PIB de los cultivos permanentes y el 4,7% del valor del PIB agropecuario en Colombia, en el que el Magdalena hizo un aporte de más del 80% y además genera 146 mil empleos a nivel nacional.

Pero, aun así, a pesar de que es un país que cuenta con el clima adecuado para tener una producción en cantidades, muchos agricultores no poseen los recursos necesarios para poder ser parte de esta actividad y mucho menos, la exportación. Por esta razón, y para tener un mayor desarrollo económico fueron creadas instituciones encargadas de ofrecer apoyo, alianzas estratégicas y defender los intereses para lograr una mayor competitividad en la industria. Además, el cultivo de aceite de palma tiene ciertas desventajas para el ambiente ya que puede traer transformaciones negativas hacia la destrucción de este, por lo que es necesario certificar un producto sostenible.

El aumento de la demanda de aceite de palma a través del tiempo no es solo por ser un producto básico dentro de la cadena de alimentos, sino también por ser una buena materia prima para los biocombustibles los cuales hoy en día están resaltando al ser una energía renovable, sustituyendo los combustibles fósiles. En este sentido a partir de lo mencionado por Gutiérrez¹⁸ es que se adapta de buena forma el aceite de palma colombiano, al ser adaptable para la industria del biodiesel y al tener alta resistencia a la oxidación. Estas exportaciones también se dan gracias al acuerdo comercial con la Unión Europea que trae como beneficio el poder generar mayores exportaciones siendo este un bloque de mayor demandad de productos y servicios gracias a su población y a que posee un Producto Interno Bruto muy elevado.

En el documento vamos a encontrar los objetivos del trabajo, el marco teórico en el que nos apoyamos, la metodología con la cual se desarrolló, la investigación y el desarrollo temático de Estrategias que generen mayor competitividad del aceite de palma para exportar de Colombia a España. Se termina con unas conclusiones donde se da cuenta de los resultados y de las posibles líneas de investigación futuras.

¹⁷ Ibid., p. 147.

¹⁸ GUTIÉRREZ DELGADO, Ximena. El papel de Fedepalma y Procolombia en la competitividad de las exportaciones de aceite de palma africana de Colombia hacia Alemania después de la firma del Acuerdo Comercial con la Unión Europea. [Repositorio Digital E-doCUR]. Trabajo de Grado. Internacionalista. Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Facultad de Relaciones Internacionales, Bogotá D.C., 2016, p. 12. [Consultado 30, marzo, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/12364>.

1. OBJETIVOS

1.1. OBJETIVO GENERAL

Identificar estrategias que generen mayor competitividad del aceite de palma para exportar de Colombia a España.

1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las exportaciones de aceite de palma de Colombia.
- Conocer las preferencias de consumo y necesidad del aceite de palma en España.
- Establecer estrategias que generen mayor competitividad en la exportación de aceite de palma de Colombia hacia España.

2. MARCO TEÓRICO

De acuerdo a lo mencionado por Porter¹⁹, la competencia en el contexto de compañías que luchan por sus mercados, a organizaciones que responden a necesidades sociales y a países que enfrentan la globalización, es una de las fuerzas más importantes y fundamentales para evolucionar, por lo que es necesario el tener un valor superior por medio del desarrollo de estrategias. Para mantenerse prósperos los países deben competir, siendo un concepto que se utiliza en todos los sectores de la cultura, la educación, la atención sanitaria o la filantropía en la que existen necesidades crecientes pero escasos recursos. Se debe crear valor dentro de las organizaciones con el fin de competir dentro de los mercados, satisfacer las necesidades de los clientes por medio del valor que las represente y al igual los países deben ofrecer como emplazamientos de negocios.

Como lo señala Porter²⁰, para obtener una ventaja competitiva se debe tener un proceso muy enfocado, en el que las presiones y los retos influyan de manera positiva logrando una ventaja frente a los mejores competidores. Tomando como oportunidad tener fuertes rivales nacionales, proveedores dinámicos radicados en el país y clientes nacionales exigentes para el desarrollo de una ventaja que se mantenga.

Según Porter²¹, los factores más importantes de la competitividad son los costes de la mano de obra, los tipos de intereses, los tipos de cambio y las economías de escala; así mismo esta depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. Los directivos de las empresas buscan conseguir mayor apoyo oficial para determinadas industrias, con la tendencia a implementar varias políticas cuyo propósito sea promover la competitividad nacional, y el manejo del comercio exterior, pasando por la política para disminuir las medidas antimonopolistas.

Según el tema tomado en Porter²², para algunos, la competitividad nacional es un fenómeno impulsado por los tipos de cambio, los tipos de interés y el déficit. Pero a pesar de su déficit presupuestario han tenido un nivel de vida rápidamente crecientes en países como Japón, Italia y Corea del Sur. Otros casos como Alemania y Suiza que a pesar que tienen monedas que se revalorizan y a pesar de sus altos tipos de interés, Italia y Corea también tienen niveles de vida altos.

¹⁹ PORTER. Op. Cit., p. 3.

²⁰ Ibid., p. 244.

²¹ Ibid., p. 245.

²² Ibid., p. 248.

De acuerdo a Porter²³, el término también se relaciona con la mano de obra barata y abundante, pero se contradice con los casos de Alemania, Suiza y Suecia en que tienen salarios altos. Y finalmente también se ve relacionado con poseer gran cantidad de recursos naturales, pero existen países con recursos limitados que son altamente competitivos dentro del comercio internacional.

Como es señalado en Porter²⁴, una de las preocupaciones de los gobiernos y las industrias es la competitividad nacional, el cual es un concepto que aún no tiene una explicación convincente. “Lo que tiene mucha aceptación es el argumento de que es la política oficial la que impulsa la competitividad; como ejemplo está Japón en donde la proposición de objetivos, la protección, la promoción de las importaciones y las subvenciones, han impulsado los sectores del automóvil, del acero, de la construcción naval y de los semiconductores hasta destacar a nivel mundial”²⁵. La diferencia en las prácticas de gestión hace parte de la explicación de competitividad.

Según lo señalado por Porter²⁶, la productividad es el único concepto que representa la competitividad a nivel nacional, esta depende de las características de los productos y de la calidad, así como de la eficiencia que son producidos; siendo el factor fundamental que demuestra el nivel de vida de una nación a largo plazo, es la causa fundamental de la renta per cápita nacional. Un alto y creciente nivel de vida para sus ciudadanos es el objetivo principal de una nación, dependiendo de la productividad con la que se utilice la mano de obra y el capital para llegar alcanzarlo. El salario de los trabajadores se determina a partir de la productividad de los recursos humanos, así como el rendimiento que obtienen sus propietarios es determinado por la productividad con que se emplea el capital.

La mejora en la productividad de los sectores se debe hacer por parte de las empresas, mediante la mejora en la calidad de los productos modificando o adicionando algunas características, mejorando la tecnología o aumentando la eficacia de producción. De la habilidad de las empresas para lograr altos niveles de productividad y para incrementarla a medida que pasa el tiempo, depende el nivel de vida de una nación, por esto es necesario que las empresas se enfoquen a desarrollar las capacidades necesarias para entrar a competir en sectores avanzados más complicados y totalmente nuevos en donde la productividad es más alta. El continuo crecimiento de la productividad requiere que la economía se mejore así misma.

²³ PORTER. Op. Cit., p. 249.

²⁴ Ibid., p. 248.

²⁵ Ibid., p. 249.

²⁶ Ibid., p. 251.

Porter²⁷ menciona, que el comercio internacional y la inversión extranjera pueden ser de ayuda al potenciar la nación en sectores destacados en que las empresas son más productivas y en las que son menos, realizar importaciones así genera el crecimiento en la productividad. Pero por otro lado el comercio internacional y la inversión extranjera pueden traer desventajas ya que reta a los sectores de una nación a los niveles internacionales de productividad, y si no posee una ventaja en productividad que logre compensar la desventaja de nivel salarial respecto a las empresas rivales extranjeras, entonces su nivel de vida se verá amenazado.

La competitividad no significa la posibilidad de emplear a los ciudadanos con salarios bajos, sino el tipo de trabajo, lo que es decisivo para la prosperidad económica. Cuando la nación importa productos más producidos que las industrias nacionales no pueden producir competitivamente, así como un aumento de las exportaciones por un bajo nivel de salarios y una moneda débil, reduce el nivel de vida de la nación.

Como lo señala Porter²⁸, intentar explicar la competitividad a nivel nacional no es preciso porque no existe una teoría que la defina como tal, en consecuencia, no se debe poner atención a la economía en conjunto sino enfocarse en sectores y subsectores en concreto; comprendiendo el cómo y el por qué se crean conocimientos y tecnologías comercialmente viables. Mediante esfuerzos, se pretende una mejora en la productividad nacional, con el propósito de obtener una ventaja competitiva frente a los rivales a nivel internacional en los sectores y subsectores en específico, en los que los productos y los procesos se desarrollan y evolucionan para mejorar. Se debe entender los factores de la productividad y su tasa de crecimiento.

En el enfoque de los subsectores concretos de la industria en el que los países pueden ser potencia por diferentes características que poseen, se concentra la ventaja internacional. Se pueden ejemplificar en casos como el de las exportaciones alemanas de automóviles en donde lideran los automóviles de gama alta, mientras que las exportaciones coreanas las abarcan completamente los automóviles pequeños. Dentro de la nación se busca aquella característica representativa que diferencie y de acceso a sus empresas desarrollar y mantener una ventaja competitiva en los sectores de enfoque, es decir la ventaja competitiva de las naciones.

De acuerdo a Porter²⁹, en la teoría clásica las naciones llegan a la ventaja competitiva en los sectores especializados, basándose en los factores de

²⁷ PORTER. Op. Cit., p. 252.

²⁸ Ibid., p. 253.

²⁹ Ibid., p. 254.

producción: la tierra, el trabajo y los recursos naturales, se da un aprovechamiento de los factores que la nación tiene en abundancia; pero esta ha sido detenida en los sectores y países avanzados por la globalización de la competencia y por el impacto de la tecnología.

Por lo que una nueva teoría debe pasar de la ventaja comparativa a la ventaja competitiva de una nación. En esta se da un concepto más desarrollado de competencia refiriéndose a ella como dinámica y evolutiva, en la que se tienen en cuenta mercados segmentados, productos diferenciados, innovación de tecnología y economías de escala. Debe poder determinar el por qué en la implementación de ventajas que se basen en la calidad, en las características de los productos y en la innovación, algunas empresas de unas naciones son mejores que otras.

2.1. ROMBO DE LA VENTAJA NACIONAL

Porter³⁰ menciona, que está compuesto por cuatro factores amplios de una nación, son atributos que individualmente y como sistema componen el rombo de la ventaja nacional. Estos atributos son:

1. Condiciones de los factores: situación de la nación en el ámbito de producción, factores como la mano de obra especializada o la infraestructura para ser competitivo en un sector en concreto.

De acuerdo a lo mencionado en Porter³¹, en sectores en los cuales son destacados para el desarrollo de factores, las naciones triunfan. La ventaja competitiva se da por instituciones que desarrollan factores altamente dedicados a las necesidades en particular de un sector y se esfuerzan por mantenerlos y mejorarlos cada vez. Y así mismo, Porter³² indica que las desventajas pueden tomarse como ventajas, ya que ponen en alerta a las empresas, de una situación que se dará en otra nación por lo que da la oportunidad para que pueda innovar y adaptarse a la situación antes que la competencia en el extranjero.

2. Condiciones de la demanda: “naturaleza de la demanda del producto o servicio del sector en cuestión en el mercado interior”³³.

Como lo señala Porter³⁴, el mercado interior de las naciones en un sector en particular da una perspectiva más clara acerca de la demanda del producto y de las preferencias y necesidades de los compradores, esto lo que genera

³⁰ PORTER. Op. Cit., p. 259.

³¹ Ibid., p. 268.

³² Ibid., p. 269.

³³ Ibid., p. 259.

³⁴ Ibid., p. 259.

es una presión para innovar con mayor rapidez y llegar al desarrollo de ventajas competitivas que los destaquen a nivel internacional.

Como lo señala Porter³⁵, las empresas obtienen ventaja competitiva cuando los clientes del mercado interior son los más informados y exigentes, permitiendo tener una nueva vista de las empresas hacia las necesidades nuevas que se generen en el mercado. Los estimulan para mejorar, innovar, alcanzar altos niveles de calidad y así poder ingresar a mercados más exigente, por esta razón es mucho más importante la naturaleza de los clientes nacionales que los segmentos determinados de mercado que aborda la empresa. Este ambiente de la demanda interior apoya para la implementación de ventajas competitivas cuando un sector en una nación es más destacado que otros en el mercado interior que en el extranjero, ya que reciben un mayor enfoque a las empresas nacionales dando una menor prioridad a los segmentos menos deseables. Proporciona a los sectores más destacados a cumplir con retos difíciles mediante el uso de ventajas.

3. Sectores afines y auxiliares: según Porter³⁶, es la presencia o ausencia de sectores proveedores y similares que sean internacionalmente competitivos, en la nación. Porter³⁷ menciona, que los proveedores que son internacionalmente competitivos y se encuentran dentro de la nación, abastecen los recursos con más rapidez, a mejor precio y algunas veces son preferentes desarrollando ventajas para los sectores que hacen parte de la última fase del proceso productivo.
4. Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas: como lo señala Porter³⁸, hace referencia a como las empresas se crean, organizan y gestionan dentro de una nación, así como la naturaleza de su competencia interna.

De acuerdo a Porter³⁹, los métodos de dirección y de organización que se implementan en cada país y las fuentes de ventaja competitiva de cada sector llevan a definir la competitividad de un sector en concreto.

Como lo indica Porter⁴⁰, las naciones frecuentemente son competitivas en actividades que son altamente destacadas, de las que surgen los héroes de

³⁵ PORTER. Op. Cit., p. 271.

³⁶ Ibid., p. 259.

³⁷ Ibid., p. 273.

³⁸ Ibid., p. 259.

³⁹ Ibid., p. 276.

⁴⁰ Ibid., p. 277.

la nación, en la que el éxito depende en mayor parte del tipo de formación que eligen sus personas de talento, de su compromiso y esfuerzo.

De acuerdo a Porter⁴¹, los diferentes puntos del rombo como: la existencia de recursos para tener ventaja competitiva en un sector, la dirección en la que se enfocan en sus recursos y habilidades, las metas de los directivos y del personal de la empresa y lo más fundamental las coacciones sobre las empresas para innovar e invertir; influyen en él logro al éxito competitivo internacional, así como todo los puntos en conjunto.

Como lo señala Porter⁴², los vértices del rombo se complementan entre ellos conformando un sistema, en el que la rivalidad interior, fomenta mejoras en todos los determinantes; una buena y exigente rivalidad interior incita a la creación de factores dedicados. Y por otro lado, la concentración geográfica, eleva y engrandece la interacción de las cuatro fuerzas.

Porter⁴³ señala que las naciones son prósperas en sectores específicos a causa de que el entorno nacional es el más progresivo, dinámico y estimulante. Es por esto que ninguna nación logra la competitividad en todos los sectores ni en la mayoría de ellos, lo logrará en sectores en los cual se especialice y enfoque. Las diferencias de una nación en cultura, en valores, en historia, en instituciones y en economía es lo que genera diferentes patrones de competitividad para cada país y es lo que contribuyen todas ellas al éxito competitivo.

Porter⁴⁴ menciona que el Estado tiene un papel importante en la competitividad, es el acelerador y estimulador. Este debe apoyar a las empresas a que eleven sus propósitos y lleguen a niveles más altos de competitividad. “La influencia del gobierno en la competitividad es analizar el modo en que las políticas gubernamentales específicas inciden en las cinco fuerzas competitivas”⁴⁵.

Como lo indica Porter⁴⁶, la política de comercio exterior del Estado debe emplear la apertura de mercados en dónde se desee que la nación logre la ventaja competitiva, esta no puede responder únicamente a las quejas o estar solo para los sectores que

⁴¹ PORTER. Op. Cit., p. 260.

⁴² Ibid., p. 282.

⁴³ Ibid., p. 244.

⁴⁴ Ibid., p. 285.

⁴⁵ Ibid., p. 55.

⁴⁶ Ibid., p. 291.

generen mayor influencia, no debe estar pendiente solo de los sectores que generen dificultades.

Según Porter⁴⁷, dentro de la ventaja competitiva, la innovación hace un papel muy importante, esta surge de la presión que crean los consumidores y rivales, obligando a crear retos para que puedan enfrentar y no evitar. Para esto es necesario un liderazgo que no guie por la ruta más fácil cuando hay adversidades sino por una ruta en que se propongan nuevas metas que los pueda llevar a conseguir una ventaja competitiva y la mantengan. Esta surge del liderazgo que usa de buena forma las fuerzas del rombo para promover mejoras.

⁴⁷ PORTER. Op. Cit., p. 292.

3. METODOLOGÍA

La metodología implementada en la elaboración del presente documento, se llevó a cabo en tres sesiones, las cuales componen el tipo, enfoque y alcance de la investigación; las fuentes de información utilizadas y las actividades detalladas en el desarrollo del trabajo que demuestra el cumplimiento de los objetivos específicos ya determinados. Las sesiones son las siguientes:

- **Tipo de investigación:** La anterior investigación realizada para el cumplimiento del trabajo, hace referencia a una revisión documental, con el objetivo de hacer una búsqueda de información confiable a partir de fuentes verídicas relevantes. Se hace una recopilación de documentos para identificar la documentación útil, y así hacer uso de la información
- **Fuentes de información:** Para el hallazgo de documentación como base y respaldo en esta investigación, fue necesario el uso de información amplia y así poder abarcar los temas a desarrollar. Se hizo uso de tesis de especializaciones y pregrados, artículos científicos y bases de datos, en las que se destaca: Scielo, ScienceDirect, Google académico y Emerald Insight.
- **Actividades detalladas:** Con el fin de desarrollar el objetivo general, se tuvo en cuenta cierto procedimiento para así abordar cada uno de los temas que finalmente componen el total de la investigación. Inicialmente se hizo una revisión de una investigación previa sobre la competitividad del sector y sobre el modelo a desarrollar para llevar a cabo el desarrollo del trabajo. A continuación, se muestra el sector del aceite de palma en Colombia identificando la importancia que este representa para el país, la productividad a lo largo del tiempo y las exportaciones. En el capítulo siguiente se identifica la demanda del aceite de palma en España, y el principal uso de este como materia prima. Finalmente se nombran las certificaciones que son adquiridas para desarrollar un aceite de palma sostenible teniendo en cuenta las instituciones, así como algunos beneficios del sector y estrategias.

4. EXPORTACIONES DE ACEITE DE PALMA EN COLOMBIA

A continuación, se quiere contextualizar el sector del aceite de palma en la industria colombiana, se explica las generalidades del aceite para así entrar a representar la importancia de este sector en el país, la productividad que tenemos para este producto y finalmente abarcar el tema de las exportaciones de aceite de palma.

Para empezar, según Sula citado por Sierra Soto⁴⁸ el ciclo productivo de la palma de aceite comienza a los 3 años una vez plantada, y su madurez a los 8 años el cual corresponde al momento en el cual su nivel de producción es óptimo. Es una planta tropical que se da en climas cálidos, con un mejor desarrollo en suelos que tengan características como la retención de la humedad y en zonas de lluvia bien distribuidos durante el año.

De acuerdo a la Superintendencia de Industria y Comercio⁴⁹, para tener un cultivo adecuado se necesita de ciertas condiciones para que este se dé, los suelos deben ser profundos y bien drenados con una altitud de hasta 400m sobre el nivel del mar y con un pH de 4 a 7; la temperatura adecuada debe estar entre un rango de 22°C – 28°C; necesita grandes cantidades de agua con precipitaciones pluviales de 1.800mm en el transcurso del año. Por todas estas condiciones que se deben cumplir para un cultivo satisfactorio, el clima correcto para su plantación es cálido húmedo y cálido subhúmedo, esto pone en ventaja la ubicación geográfica de un país como Colombia, un país tropical.

Como lo señala Sierra Soto⁵⁰, en Colombia, el cultivo de palma de aceite es un producto de políticas gubernamentales clasificado como un factor de desarrollo tanto de la economía agraria como del país, por lo que ha tenido una expansión importante con cincuenta años de recorrido. Actualmente son cuatro zonas reconocidas en las que hay producción de aceite de palma con la mayor parte de productores asociados a Fedepalma. Aun así, la producción tiene temas de debate dentro del país para la sostenibilidad del sector que incluyen aspectos económicos, sociales y ambientales.

⁴⁸ SIERRA SOTO, Nelly Patricia. Exportación de Aceite de Palma y sus derivados. [Repositorio Digital UCC]. Trabajo de grado. Profesional en Comercio Exterior. Universidad Cooperativa de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Bogotá D.C., 2019, p, 5. [Consultado 8, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <http://hdl.handle.net/20.500.12494/17032>.

⁴⁹ SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SCI- Agroindustria de la Palma Africana: Diagnóstico de libre competencia. [Sitio Web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Documentos, 2010-201. p. 3. [Consultado 9, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://www.sic.gov.co/documentos-2011-ee>.

⁵⁰ SIERRA SOTO. Op. Cit, p. 5.

De acuerdo a Gutiérrez⁵¹, en Colombia los cultivos de aceite de palma se dan fácilmente en diferentes zonas del país teniendo un alto desarrollo productivo por lo que pasa a ser uno de los cultivos más importantes y dinámicos en la agricultura colombiana. Es un cultivo que abarca las necesidades nacionales de aceites y grasas como también tiene una gran influencia en el mercado internacional, con sus exportaciones y sus tendencias de desarrollo en el país lo convierten en el cultivo de mayor crecimiento en Colombia. Además, es una materia prima que se transforma en productos y subproductos en la industria alimenticia, oleo química, metalurgia y el biodiesel que hoy en día es un tema que toma mucha importancia por las energías renovables al ser sostenible y reducir las emisiones de Gases Efecto Invernadero en más del 83%. Por lo que cabe destacar lo importante que es el aceite de palma dentro de la industria en Colombia.

4.1. IMPORTANCIA DEL ACEITE DE PALMA EN COLOMBIA

Como lo señalan Carreño Gómez y Mozo de la Victoria⁵², una característica en la que se destacan los palmicultores colombianos es la exitosa experiencia productiva, tomándola como una de las principales fortalezas ya que, durante cuarenta años, han invertido en plantaciones e infraestructura, como la implementación de tecnologías y además constituido instituciones que tienen la función de servir al sector en temas de investigación y comercialización.

Colombia cuenta con una variedad de climas que benefician el cultivo de aceite de palma ya que es una planta tropical propia de climas cálidos, por lo que se establece este sector como uno de los mayores de la agroindustria colombiana teniendo el potencial para poder producir y exportar.

Sierra Soto⁵³ menciona que la palma de Aceite Africana fue traída por United Fruit Company en el año 1945 en la zona bananera del Magdalena, y desde 1957 se empezó a cultivar siendo una de las oleaginosas con mayor productividad. El cultivo actualmente se encuentra en 20 departamentos y 126 municipios del país con 528.238 hectáreas sembradas para el 2017 consolidando el sector, siendo el cuarto productor mundial y el primero en América, por lo que a futuro puede ser un sector muy destacado y productivo dentro del país.

De acuerdo a Sierra Soto⁵⁴, una diferencia del aceite de palma colombiano que lo caracteriza es que la siembra se lleva a cabo en tierra cultivable y no en reservas

⁵¹ GUTIÉRREZ DELGADO. Op. Cit., p. 15.

⁵² CARREÑO GÓMEZ y MOZO DE LA VICTORIA. Op. Cit., p. 31.

⁵³ SIERRA SOTO. Op. Cit., p. 6.

⁵⁴ Ibid., p. 6.

forestales, sin tener un impacto negativo en la fauna y flora del país, protegiendo el medio ambiente y mejorando la imagen a nivel internacional. Se han utilizado tierras dedicadas a la ganadería para la siembra del cultivo de palma, favoreciendo el medio ambiente ya que el cultivo requiere de una menor cantidad de recursos naturales que la ganadería, resguardando la futura tierra cultivable del país. En comparación de países como Malasia e Indonesia en que el proceso de siembra se da tomando tierras forestales.

En este sentido, a partir de lo mencionado por Sierra Soto⁵⁵, en la actualidad se implementan tecnologías y planes para la preservación del medio ambiente, ámbito que hoy en día se debe tener en cuanto para cualquier proceso de producción, por esto es que el cultivo de forma sostenible en Colombia genera competitividad y un buen posicionamiento.

Como lo señala Sierra Soto⁵⁶, en Colombia la entidad de FEDEPALMA (Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite) es la organización gremial de la agroindustria de la palma, en el cual su papel es apoyar a los agricultores en la evolución y la expansión del cultivo, en ofrecer variedad de posibilidades de negocio para triunfar en la industria por medio de la investigación, respaldando el sector laboral y con un progreso en la calidad de vida de los agricultores colombianos. Según este gremio, la agroindustria del aceite de palma en Colombia con una participación del 30,9% de la producción, ocupa el primer lugar en América y nuevamente se resalta que es el cuarto productor en el mundo con una participación del 2,51%. A continuación, con cifras más representativas, se demuestra la productividad destacada de Colombia en la agroindustria del aceite de palma.

4.2. PRODUCCIÓN DEL ACEITE DE PALMA EN COLOMBIA

En el 2011, se realizó un estudio de producción de aceite y se dio a conocer que “hay 14 municipios productores, con una producción de 170.000 toneladas en 38.886 hectáreas”⁵⁷, representando una productividad anual de 4,37 toneladas por hectárea. Los municipios con mayor producción de aceite de palma en el Magdalena son: “Zona Bananera (28,9%), El Reten (21,6%) y Aracataca (18,7%)”⁵⁸ abarcando casi el 70% de la producción del Magdalena. Durante el 2007-2015, fue el departamento y/o provincia que se posicionó en el tercer puesto a nivel mundial en la productividad. Esto se evidencia en la Figura 1.

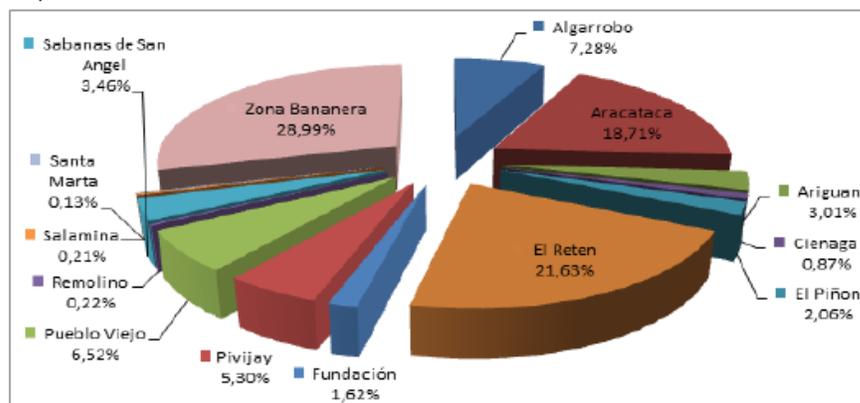
⁵⁵ SIERRA SOTO. Op. Cit., p. 6.

⁵⁶ Ibid., p. 7.

⁵⁷ LUGO ARIAS, SÁENZ y LUGO ARIAS. Op. Cit., p. 146.

⁵⁸ Ibid., p. 7.

Figura 1. Participación de la producción de aceite de palma por municipios del Magdalena en el total del departamento, 2011.



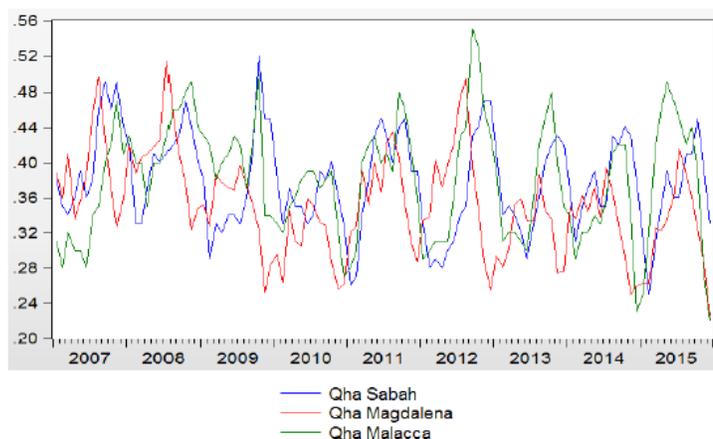
Fuente: FEDEPALMA Y SISPA citados por LUGO ARIAS, Elkyn, SÁENZ ZAPATA, José, LUGO ARIAS, José. La productividad como determinante de la competitividad de las exportaciones de aceite de palma del departamento del Magdalena Colombia, 2007-2015. En: Saber, Ciencia y Libertad. [Base Académica]. Barranquilla. 1, enero, 2018. Vol. 13. Nro. 1. 2018. pág. 152. ISSN 2382-3240. [Consultado 30, marzo, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/2088>.

Durante el periodo 2007-2015 entre los departamentos o provincias más productivos en el mundo, se destacan: Malacca, Sabah, Magdalena Colombia y Perak, en el que Magdalena obtuvo el primer puesto en el 2007, 2008 y 2012⁵⁹ alcanzando su máxima productividad de 0,50 toneladas por hectárea. Sin embargo, como lo señalan Lugo Arias, Sáenz y Lugo Arias⁶⁰, en el periodo de 2013-2015 se ve como se reduce la productividad tomando el tercer puesto y esto representa una supresión en la competitividad de las exportaciones. La Figura 2 representa este comportamiento.

⁵⁹ LUGO ARIAS, SÁENZ y LUGO ARIAS. Op. Cit., p. 146.

⁶⁰ Ibid., p. 146.

Figura 2. Productividad de los principales departamentos del mundo.



Fuente: FEDEPALMA y MALASIAN PALM OIL BOARD citados por LUGO ARIAS, Elkyn, SÁENZ ZAPATA, José, LUGO ARIAS, José. La productividad como determinante de la competitividad de las exportaciones de aceite de palma del departamento del Magdalena Colombia, 2007-2015. En: Saber, Ciencia y Libertad. [Base Académica]. Barranquilla. 1, enero, 2018. Vol. 13. Nro. 1. 2018. pág. 151. ISSN 2382-3240. [Consultado 30, marzo, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/2088>.

En el “2013 la producción de aceite de palma crudo alcanzó 1.039.786 t, lo que supuso un incremento de 6,8% respecto de las 973.770”⁶¹ toneladas producidas en 2012.

Como lo indican Hütze y Voge citados por Gutiérrez⁶², en el 2014 la producción y comercialización del aceite de palma excedió la del aceite de soya y de otros productos vegetales, con un porcentaje del 39% de la producción global de aceites. Esto se evidencia con las cifras de producción para el 2104 mencionadas por Fedepalma citada por Gutiérrez⁶³, las cuales fueron 1.109.586 toneladas de aceite, dejando a Colombia en el cuarto puesto de mayores productores y el primero en Latinoamérica. A continuación, en la Figura 3, se evidencia el contaste desarrollo a medida del tiempo que ha tenido la producción de aceite de palma.

⁶¹ GUTIÉRREZ DELGADO. Op. Cit., p. 15.

⁶² Ibid., p. 19.

⁶³ Ibid., p. 19.

Figura 3. Desarrollo del área sembrada con palma de Aceite en Colombia a través del tiempo.

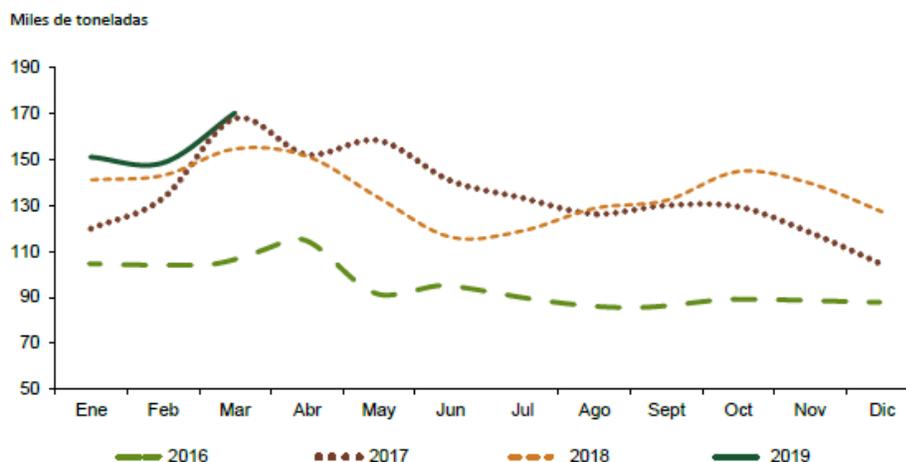


Fuente: FEDEPALMA Y SISPA citados por GUTIÉRREZ DELGADO, Ximena. El papel de Fedepalma y Procolombia en la competitividad de las exportaciones de aceite de palma africana de Colombia hacia Alemania después de la firma del Acuerdo Comercial con la Unión Europea. [Repositorio Digital]. Trabajo de Grado. Internacionalista. Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Facultad de Relaciones Internacionales, Bogotá D.C., 2016, p. 18. [Consultado 30, marzo, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/12364>.

En la Figura 4, se representa la producción de aceite de palma en el 2019 en el que Fedepalma⁶⁴ señala que el desarrollo es positivo y con respecto al 2018, un aumento de 31.034 toneladas interanual representado en un 7% del crecimiento. Adicional se da un crecimiento en las zonas del Centro y Suroccidental, las mismas del 2018 con un crecimiento superior al 14%.

⁶⁴ FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE PALMA DE ACEITE -FEDEPALMA- Balance económico del sector palmero colombiano en el primer trimestre de 2019. [Sitio Web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Boletín Económico, 19, junio, 2019. p. 1. [Consultado 8, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <http://web.fedepalma.org/boletin-economico-fedepalma>.

Figura 4. Producción mensual de aceite de palma crudo.



Fuente: FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE PALMA DE ACEITE - FEDEPALMA- Balance económico del sector palmero colombiano en el primer trimestre de 2019. [Sitio Web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Boletín Económico, 19, junio, 2019. p. 1. [Consultado 8, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <http://web.fedepalma.org/boletin-economico-fedepalma>.

En la Tabla 1, se representan estadísticamente la producción del aceite de palma en el primer trimestre del año, por zonas del 2016 al 2019, en el que evidenciamos un aumento de la producción cada año, teniendo porcentajes positivos de crecimiento. La zona con mayor producción en el año 2019, es la Oriental, zona que anualmente la cifra más elevada de producción, con un porcentaje de crecimiento del 4,7%. También se puede observar que la zona Central tuvo una elevada cifra de producción respecto al año anterior, representada en un porcentaje de 14,5% siendo el porcentaje más alto.

Tabla 1. Producción de aceite de palma crudo por zonas.

Zona	Enero - Marzo				Variación 18/19	
	2016	2017	2018	2019	Abs	%
Oriental	147.398	194.152	194.319	203.467	9.148	4,7 %
Central	96.605	128.213	131.594	150.639	19.046	14,5 %
Norte	65.561	93.912	103.388	103.517	129	0,1 %
Suroccidental	6.090	7.766	9.088	11.799	2.711	29,8 %
Total	315.654	424.043	438.389	469.423	31.034	7,1 %

Fuente: FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE PALMA DE ACEITE - FEDEPALMA- Balance económico del sector palmero colombiano en el primer trimestre de 2019. [Sitio Web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Boletín Económico, 19, junio, 2019. p. 2. [Consultado 8, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <http://web.fedepalma.org/boletin-economico-fedepalma>.

Por lo que ya teniendo en cuenta la producción tan potente del aceite de palma en Colombia, procedemos a conocer las exportaciones que este tiene y como es el mercado nacional.

4.3. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO NACIONAL Y LAS EXPORTACIONES

En esta sección se describe el uso del aceite de palma dentro del mercado nacional, sus usos dentro del mercado y las exportaciones por parte de Colombia hacia los principales proveedores.

4.3.1. Mercado Doméstico

Dentro del mercado interno de este sector las ventas de aceite de palma se dan para dos usos, por un lado, como materia prima de biodiesel y por el otro lado en el segmento de alimentos concentrados.

Según Fedepalma⁶⁵, en el mercado nacional las compras de aceite de palma tuvieron una disminución en la que tuvo lugar en las menores compras en los segmentos de biodiesel y de alimentos concentrados, y por otro lado se registró un nivel de compras constantes en la industria de aceites y grasas comestibles. Se representa en que, en el primer semestre del 2019, las ventas llegaron a 183.000 toneladas disminuyendo en un 2% respecto al mismo semestre en el año anterior. Esto fue consecuencia de que el FEP Palmero por parte del Ministerio de Minas y Energía no tuvo la mira en los precios de biodiesel, por lo que no se estudió el precio de venta para el aceite de palma, y en el segmento de concentrados el frijol de soya genero una mayor competitividad disminuyendo el posicionamiento del aceite de palma.

Como señala Fedepalma⁶⁶, las ventas que se dieron en el primer semestre del 2019 en comparación con el año anterior para la producción nacional al segmento de biodiesel, disminuyeron en un 4,4% con 4.500 toneladas por debajo llegando apenas a 100.100 toneladas, por lo que demanda nacional de biodiesel fue abastecida por la importación de aceite de palma de Ecuador y Perú, ya que se dio un aumento en la demanda pasando de 128.304 a 140.593 toneladas, según Fedecombustibles citado por Fedepalma⁶⁷ en un 10% en este periodo.

⁶⁵ FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE PALMA DE ACEITE –FEDEPALMA. Op. Cit., p. 2.

⁶⁶ Ibid., p. 2.

⁶⁷ Ibid., p. 2.

De acuerdo a Fedepalma⁶⁸, se logró el ingreso de la Gran Minería en mezclas del 2% y del 5%, como también se continuó en el trabajo de la búsqueda de una mezcla de biodiesel del 12%. Se continúa con la gestión de generalizar las operaciones del FEP Palmero a la totalidad de las ventas en el mercado interno independientemente de su origen.

4.3.2. Exportaciones en Colombia

Como lo señala Sierra Soto⁶⁹, en el 2018 las exportaciones de aceite de palma crudo y refinado tuvieron un crecimiento del 12,5% en comparación al año anterior, alcanzando las 857 mil toneladas. El 87% fueron exportaciones de aceite de palma crudo, y el restante exportaciones de aceite de palma refinado, fraccionado y productos procesados. Cabe resaltar que, para el aceite de palma fraccionado, los principales países productores entran a los mercados de productos de mayor valor agregado, como el caso de Estados Unidos que importa principalmente fracciones de palma, oleína y estearina, por lo que Colombia tiene un nuevo reto en este mercado.

El principal país destino de las exportaciones de aceite de palma crudo en el 2018, fue la Unión Europea, se pueden observar la repartición de los porcentajes en la Tabla 2.

Tabla 2. Países destino de las exportaciones del 2018.

País Destino	Porcentaje
Holanda	32%
España	21%
Alemania	6,3%
Brasil	15%
México	8%
Chile	2%

A partir de esto, Sierra Soto⁷⁰ menciona que es importante señalar las condiciones favorables que posee Colombia para el ingreso a estos mercados, pero que aun así enfrenta condiciones adversas para el posicionamiento en su principal destino, la Unión Europea.

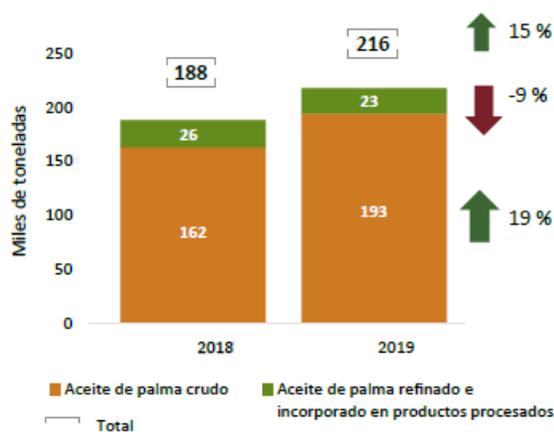
⁶⁸ FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE PALMA DE ACEITE –FEDEPALMA. Op. Cit., p. 4.

⁶⁹ SIERRA SOTO. Op. Ct., p. 18.

⁷⁰ Ibid., p. 18.

De acuerdo al DANE citado por Fedepalma⁷¹, durante el primer trimestre del 2019, los aceites y grasas de origen vegetal o animal, fueron el principal producto que contribuyó con una variación porcentual positiva. En este mismo periodo el 89% fueron las exportaciones de aceite de palma crudo, y lo demás fueron exportaciones de aceite de palma refinado e incorporado en otros productos elaborados, evidenciándolo en Figura 5.

Figura 5. Crecimiento de las exportaciones.



Fuente: DIAN citada por FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE PALMA DE ACEITE -FEDEPALMA- Balance económico del sector palmero colombiano en el primer trimestre de 2019. [Sitio Web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Boletín Económico, 19, junio, 2019. p. 5. [Consultado 8, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <http://web.fedepalma.org/boletin-economico-fedepalma>.

Así mismo los principales destinos de exportación fueron la Unión Europea, México, Brasil, República Dominicana y Chile, representados estadísticamente en la Figura 6. Como lo indica Fedepalma⁷², debido a las condiciones propicias para Colombia en los diferentes tratados de libre comercio vigentes, el 91% de las exportaciones colombianas de los productos de la palma de aceite, entran con condiciones preferenciales.

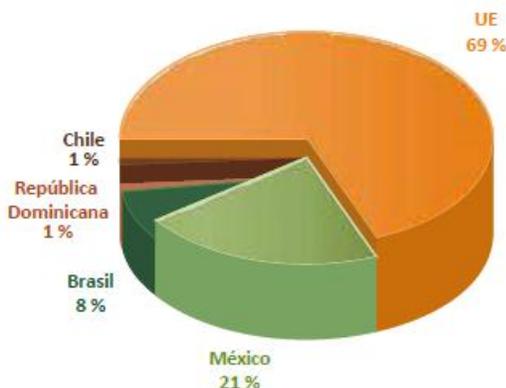
Con el fin de mantener en un futuro la demanda de la Unión Europea, ya que es el principal destino de las exportaciones de aceite de palma, ha sido la fijación de muchas “gestiones del gremio ante la vigencia de la Directiva RED II, y especialmente ante la promulgación del Acto Delegado que reglamenta dicha Directiva”⁷³.

⁷¹ FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE PALMA DE ACEITE –FEDEPALMA. Op. Cit., p. 5.

⁷² Ibid., p. 5.

⁷³ Ibid., p. 5.

Figura 6. Distribución por país destino de las exportaciones.



Fuente: DIAN citada por FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE PALMA DE ACEITE -FEDEPALMA- Balance económico del sector palmero colombiano en el primer trimestre de 2019. [Sitio Web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Boletín Económico, 19, junio, 2019. p. 5. [Consultado 8, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <http://web.fedepalma.org/boletin-economico-fedepalma>.

Como lo señala Sierra Soto⁷⁴, en el 2018 se dio un récord en la productividad del aceite de palma, con un crecimiento superior al 42% en comparación con el año anterior, por esto se toma como la agroindustria que señala mayor dinamismo en el comercio exterior del país, gracias a que Colombia posee una dotación adecuada de determinantes para el crecimiento del cultivo del aceite de palma. Esto también ofrece enormes oportunidades dentro del mercado externo para este sector. El mercado nacional presenta una expansión de forma competitiva, aun así, teniendo un buen consumo de aceite de palma.

Sierra Soto⁷⁵ menciona que resaltando la experiencia por el sector palmero y las políticas públicas usadas anteriormente para alcanzar ciertas cifras en Colombia, los palmicultores se han propuesto metas que realizando un estudio de la experiencia en los países que lideran las exportaciones de este segmento, son posibles de lograr y lo hace viable también la gran demanda del mercado. Poseemos tierras suficientes con condiciones agroclimáticas de ventaja, mano de obra y empresas con experiencia de cultivo, así como una organización institucional conformada, y con impulso de mejorar. Con un gran compromiso con la competitividad, se aspira pasar de 500 mil toneladas de producción a 3,5 millones en 20 años, aumentando el área sembrada a una tasa anual promedio sostenida del 8% e incrementar las exportaciones del 20% al 80% de la producción.

⁷⁴ SIERRA SOTO. Op. Ct., p. 23.

⁷⁵ Ibid., p. 23.

5. PREFERENCIAS DE CONSUMO Y NECESIDAD DEL ACEITE DE PALMA EN ESPAÑA

Es importante describir inicialmente la demanda de aceite de palma por parte de la Unión Europea ya que el principal destino de las exportaciones colombianas, por lo que cabe resaltar el consumo en general para luego enfocarnos en el consumo por parte de España, así como sus preferencias.

5.1. DEMANDA DEL ACEITE DE PALMA EN LA UNIÓN EUROPEA

El aumento de la demanda de aceite de palma a través del tiempo no es solo por ser un producto básico dentro de la cadena de alimentos, sino también por ser una buena materia prima para los biocombustibles los cuales hoy en día están resaltando al ser una energía renovable, sustituyendo los combustibles fósiles. Y en este sentido señala Gutiérrez⁷⁶, que se adapta de buena forma el aceite de palma colombiano, al ser propicio para la industria del biodiesel y al tener alta resistencia a la oxidación. Las exportaciones también se dan gracias al acuerdo comercial con la Unión Europea que trae como beneficio el poder generar mayores exportaciones siendo este un bloque de mayor demanda de productos y servicios gracias a su población y a que posee un producto interno bruto muy elevado.

El sector agroindustrial ha superado las oportunidades de negocio gracias a la firma del acuerdo comercial entre Colombia y la Unión Europea y todos los beneficios arancelarios que este conlleva. “Este acuerdo comercial es la oportunidad para que la oferta exportable colombiana crezca y se consolide en los mercados en los que tiene acceso y se exploren nuevos nichos”⁷⁷.

Según Pardo y Vargas⁷⁸, además la variedad que tiene este producto para usos en la industria agroalimentaria, la industria química, cosmética y producción de biodiesel lo vuelve muy atractivo para otros países. En el caso de la Unión Europea, para la importación de este producto existen ciertas certificaciones que respalden

⁷⁶ GUTIÉRREZ DELGADO. Op. Cit., p. 12.

⁷⁷ PROCOLOMBIA citado por PARDO MORENO, Christian Augusto y VARGAS GUINEA, Jessica Natalia. Comercialización de aceite de palma a Bélgica en el marco del TLC Colombia-Unión Europea. [Repositorio Institucional Uniagustiniana]. Trabajo de grado. Negocios Internacionales. Universidad Agustiniana. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Bogotá D.C., 2018, p. 11. [Consultado 30, marzo, 2020]. Archivo pdf. Disponible en: <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/923>.

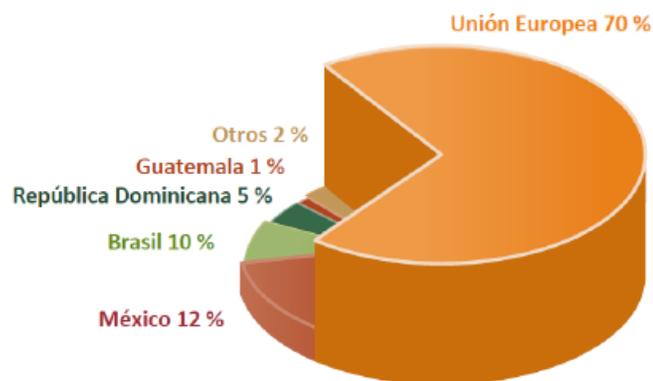
⁷⁸ PARDO MORENO, Christian Augusto y VARGAS GUINEA, Jessica Natalia. Comercialización de aceite de palma a Bélgica en el marco del TLC Colombia-Unión Europea. [Repositorio Institucional Uniagustiniana]. Trabajo de grado. Negocios Internacionales. Universidad Agustiniana. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Bogotá D.C., 2018, p. 11. [Consultado 30, marzo, 2020]. Archivo pdf. Disponible en: <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/923>.

una producción sostenible y que no genere efectos negativos en el medio ambiente, siendo los países que más importan productos agrícolas.

De acuerdo a Palacio⁷⁹, Jens Mesa quien es el presidente de la Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite (Fedepalma), indica que el sector palmero colombiano se afianza como uno de los más representativos en el 5 ámbito agropecuario ya que en esta industria se da el desarrollo de una gran cantidad de empresas en condiciones de formalidad. Es por esto que se apoya para señalar que después de la industria del café, el aceite de palma es el más elegido para colaborar a un buen desarrollo en las exportaciones agrícolas del país.

Como lo señala Palacio⁸⁰, las exportaciones de aceite de palma más características son hacia la Unión Europea, representando un 70%, como se evidencia en la Figura 7, en el que Alemania y Holanda obtienen un porcentaje significativo de este producto, convirtiéndolos en aliados comerciales estratégicos.

Figura 7. Distribución por país de destino.



Fuente: Fedepalma citada por PALACIO POVEDA, Miguel Ángel. Análisis documental sobre la comercialización internacional del aceite de palma y como inciden los cultivos ilícitos de coca, en 2012-2017. [Repositorio Digital UCC]. Trabajo de grado. Profesional en Comercio Internacional. Universidad Cooperativa de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas y Contables, Bogotá D.C., 2018, p. 4. [Consultado 30, marzo, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/6360>.

⁷⁹ PALACIO POVEDA, Miguel Ángel. Análisis documental sobre la comercialización internacional del aceite de palma y como inciden los cultivos ilícitos de coca, en 2012-2017. [Repositorio Digital UCC]. Trabajo de grado. Profesional en Comercio Internacional. Universidad Cooperativa de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas y Contables, Bogotá D.C., 2018, p. 4. [Consultado 30, marzo, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/6360>.

⁸⁰ Ibid., p. 20.

En la anterior figura se identifica la distribución por país de las exportaciones colombianas, los principales destinos. El caso es enfocado al destino de España, por lo que nos vamos a enfocar en las preferencias del aceite en este país, y los usos.

5.2. USOS DEL ACEITE DE PALMA EN ESPAÑA

Como lo señala la Fundación Española del Aceite de Palma Sostenible⁸¹, en el caso de España, es un país que no produce el aceite de palma por lo que transforman esta materia prima en otros productos y recuperan los costos con las exportaciones de estos productos derivados. Aproximadamente el 83 % es para uso industrial (biocombustibles), el 6,7% uso en la industria oleo química y alimentación y el 10,3% para uso en la industria alimentaria. En España el 100% de la venta de biocombustible es certificado por el esquema ISCC.

Según Gutiérrez⁸², gracias al acuerdo comercial con la Unión Europea en la que se pacta que no habrá arancel en el comercio de aceite de palma, favoreciendo así las exportaciones como materia prima principal para la producción de este biocombustible. De esta manera es ideal generar un uso beneficioso de los acuerdos comerciales. Gutiérrez⁸³ menciona que así mismo un aspecto que es definitivo en la competitividad, son las acreditaciones que cada vez deben ser más exigentes y determinantes puesto que es la forma de poder comercializar con otros países, siendo estos promotores del medio ambiente como lo son los europeos.

El acuerdo comercial con la Unión Europea en este enfoque de exportaciones a España es una de las estrategias más importantes al ser un bloque que importa gran cantidad de productos agrícolas. Siendo así “el Euro la segunda divisa más utilizada para transacciones comerciales y reservas bancarias, después del dólar estadounidense”⁸⁴.

⁸¹ FUNDACIÓN ESPAÑOLA DEL ACEITE DE PALMA SOSTENIBLE – Informe Económico del Aceite de Palma en España 2018. [Sitio Web]. ES. Sec. Descargas, 2018. p. 7. [Consultado 1, abril, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://aceitedepalmasostenible.es/descargas/>.

⁸² GUTIÉRREZ DELGADO. Op. Cit., p. 28.

⁸³ Ibid., p. 24.

⁸⁴ Ibid., p. 12.

Como lo indican Ruiz, Duque y Redonde,⁸⁵ entre lo pautado en el acuerdo, se da una relación comercial con un alto nivel de libertad, al suprimir barreras arancelarias y aduaneras y al implementar mecanismos que permitan el ingreso a la inversión, la protección de los derechos de propiedad intelectual y el apoyo mutuo. Además el desarrollo de certificaciones con el fin de preservar y favorecer la producción consolidando las relaciones comerciales.

De acuerdo a Salgado, García y Martín,⁸⁶ la fabricación de agro diésel es la principal actividad de destino para el aceite de palma como materia prima, siendo la segunda más utilizada después de la colza, y la Unión Europea se destaca por la producción de este siendo Italia, España y los Países Bajos los mayores productores europeos que se encargan de un 80% de la transformación Tabla 3. Estos tres países consumen un 38% dentro del producido total y el restante que corresponde al 62% lo utilizan los demás estados, por consecuente el consumo de aceite de palma es una cuestión europea.

Tabla 3. Consumo de biodiesel de palma en los mayores países productores, según fuentes nacionales.

	Cuota de aceite de palma en biodiesel	Cuota de aceite de palma en diésel	Biodiesel de palma consumido (1000 t)
Italia	59%	2,4%	559
Países Bajos	1,4%	0,1%	4
España	86%	3,3%	665

Fuente: SALGADO ARANDA, R; GARCÍA FERNÁNDEZ, F. J y MARTÍN GONZÁLEZ, F. J. Europa sigue utilizando Aceite de Palma en los motores diésel. En: Transport & Environment. [Base Académica]. 2016. p. 1. [Consultado 4, abril, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://www.transportenvironment.org/publications/archive/2016>.

El uso de aceite de palma en la Unión Europea para la producción de biodiesel “creció un 2,6% hasta los 3,35 millones de toneladas”⁸⁷ de 2014 a 2015 en el que empleó un 46% de la palma importada. Así mismo, el “uso total de aceite creció un 1,6% hasta alcanzar los 7,3 millones de toneladas”⁸⁸.

⁸⁵ RUIZ TAMAYO, David, DUQUE GÓMEZ, Cristian Camilo y REDONDE RAMÍREZ, Marlen Isabel. El TLC con la Unión Europea y sus implicaciones en el sector agrícola colombiano: El tratado. En: Revista de Investigación de la Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío EAM. [Base Académica]. Armenia. 2017. Vol. 9. Nro. 1. 2017, p. 45. ISSN 2215-7794. [Consultado 1, abril, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://app.eam.edu.co/ojs/index.php/sinapis/article/view/4>.

⁸⁶ SALGADO ARANDA, R; GARCÍA FERNÁNDEZ, F. J y MARTÍN GONZÁLEZ, F. J. Europa sigue utilizando Aceite de Palma en los motores diésel. En: Transport & Environment. [Base Académica]. 2016. p. 1. [Consultado 4, abril, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://www.transportenvironment.org/publications/archive/2016>.

⁸⁷ Ibid., p. 2.

⁸⁸ Ibid., p. 2.

La producción de biodiesel en la Unión Europea es un sector muy importante ya que influye en el cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad, por lo que es importante resaltar este segmento.

5.2.1. Biocombustibles en la Unión Europea

De acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico,⁸⁹ la demanda de biocombustibles se mantiene por la demanda mundial que existe a causa de los precios despreciables de la energía, igualmente por la mezcla obligatoria.

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico⁹⁰, para la producción de los biocombustibles existe una demanda alta en el uso de materias primas agrícolas y a largo plazo. Se prevé que aumente la producción mundial de etanol aproximadamente en un 70% y se espera que los principales productores sigan siendo Estados Unidos, Brasil y la Unión Europea. Así mismo para una futura producción de biocombustibles se espera que las materias primas participen con una producción mundial de: caña de azúcar (29%), aceite vegetal (15%) y cereales secundarios (12%).

Como lo señala la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico⁹¹, debido a políticas vigentes como la Norma estadounidense para los Combustibles Renovable (RFS2) y la Directiva de Energías Renovables (RED) implementadas en Estados Unidos y la Unión Europea es que se da la demanda y la producción de biodiesel.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico,⁹² menciona que debido a la implementación de políticas específicas, el uso de aceites usados, el sebo y otras materias primas para la producción de biodiesel, aumentan. Para los próximos 10 años, el uso de aceite vegetal como materia prima permanecerá sin cambio.

En la Figura 7, se representan los porcentajes de participación de los principales países para la producción de biodiesel en el 2022.

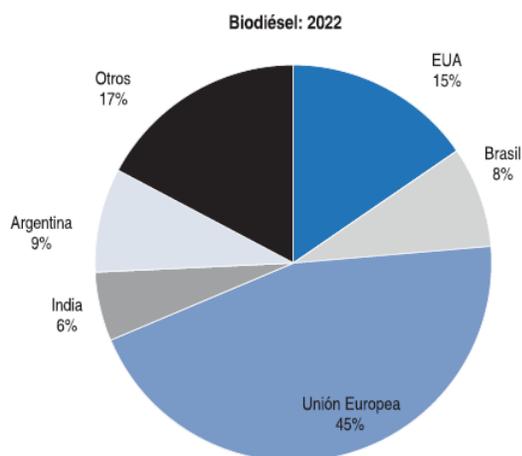
⁸⁹ ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO -OCDE- (2019-2028). Op. Cit., p. 220.

⁹⁰ ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO –OCDE- (2013-2022). Op. Cit., p. 49.

⁹¹ Ibid., p. 49.

⁹² ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO –OCDE-(2019-2028). Op. Cit., p. 154.

Figura 8. Participación por país en la producción de biodiesel hasta el 2022.



Fuente: ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO - OCDE- OCDE-FAO Perspectivas Agrícolas 2013-2022. [Sitio Web]. Texcoco. MEX. Sec. Publicaciones, 23 Septiembre 2013. p. 243. [Consultado 9, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: http://dx.doi.org/10.1787/agr_outlook-2013-es.

Como lo señala la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico⁹³, desde el 2020, se exige que, en el transporte, al menos el 10% de energía se base en combustibles renovables. Esto fue dictaminado en el 2010, por la Directiva de Energías Renovables de 2009 (RED) en la que está basada la legislación de la Unión Europea requiriendo esta medida a sus países miembros. De igual forma en junio de 2018 se implementó un nuevo marco de conformidad con la Directiva 2018/2001 en el que se acordó aumentar la meta a 14% de biocombustibles para 2030 con límites nacionales a los biocombustibles a base de cultivos alimentarios y de forraje.

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico⁹⁴, a futuro se estima que el uso total de energía, de diésel y de gasolina en el sector del transporte disminuya, con la espera que para el 2028, la Unión Europea siga siendo la región productora de biocombustible más grande del mundo, disminuyendo los porcentajes de producción mundial de 36% a 30%. Y “el porcentaje de fuentes de biocombustible avanzado se elevarán del 15% al 22%”⁹⁵.

⁹³ ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO -OCDE- (2019-2028). Op. Cit., p. 225.

⁹⁴ Ibid., p. 226.

⁹⁵ Ibid., p. 226.

6. ESTRATEGIAS QUE GENEREN COMPETITIVIDAD EN EL ACEITE DE PALMA

En este capítulo se procede a describir los diferentes retos que debe enfrentar el sector palmicultor colombiano para el logro de una mayor competitividad en los mercados, se resaltan las diferentes estrategias.

6.1. DESAFÍOS ESTRATÉGICOS

De acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico⁹⁶, los gobiernos han implementado ciertas políticas públicas para alcanzar objetivos en materia de política agrícola, para el apoyo del crecimiento sostenible de la productividad y una mayor inclusión, estos se plantearon a partir de la variabilidad del contexto socioeconómico y político, así como su propia perspectiva. Dentro de estas metas esta, una mayor productividad que está directamente relacionada con la competitividad, seguridad alimentaria, sostenibilidad ambiental, ingreso de los pequeños productores a los mercados y mayores ganancias el comercio exterior.

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico⁹⁷, la forma en la que el gobierno brinda apoyo a los productores varía mucho en toda la región, en varios países, el apoyo al productor es bajo representando la competitividad de la agricultura en la mayoría de los países y una posición de exportación neta relacionada.

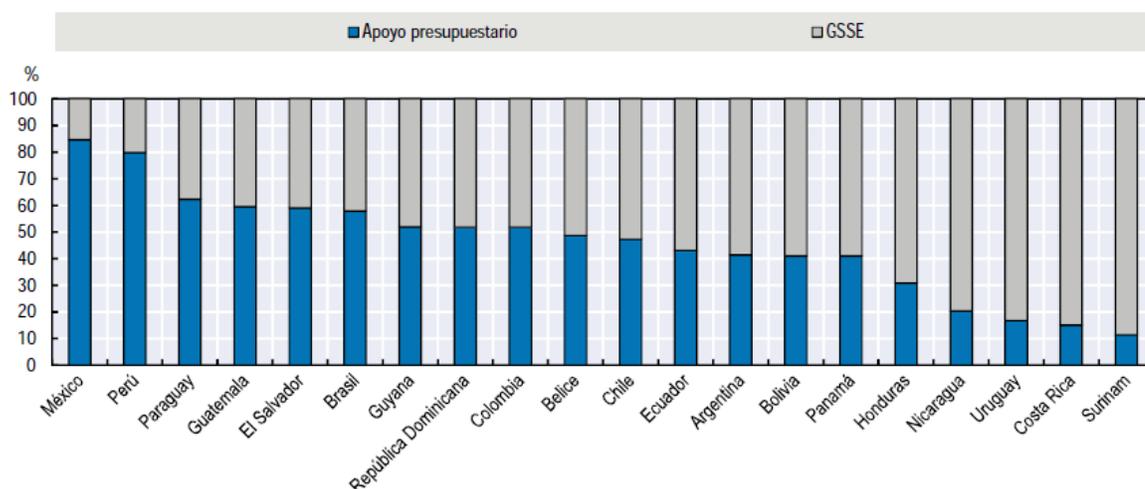
Como lo indica la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico⁹⁸, En algunas ocasiones los programas de mucho dinero utilizados para la inversión en el área agrícola no son valorados o lo hacen de una forma que no es la adecuada, por lo que se genera la intriga de si estas políticas públicas formuladas están logrando los resultados esperados o si sencillamente no se interpretan correctamente los resultados. Por lo que es importante diagnósticos y evaluaciones adecuados en la asignación de inversiones en el área agrícola, por esto, cuando los gobiernos poseen presupuestos restringidos es esencial modificar la evaluación de políticas públicas en un proceso institucional. Podría resultar un proceso largo el infundir una “cultura de evaluación”, pero en algunos países como México y Chile han avanzado mucho en este aspecto siendo beneficioso, por lo que podría ser una experiencia útil en demás países. En la Figura 8 se representa el apoyo presupuestario al sector agrícola en algunos países durante el periodo 2015-2017.

⁹⁶ ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO -OCDE- (2019-2028). Op. Cit., p. 103.

⁹⁷ Ibid., p. 103.

⁹⁸ Ibid., p. 104.

Figura 8. Apoyo presupuestario y estimado de Apoyo General a Servicios en relación con las asignaciones presupuestarias totales al sector, 2015-2017 o último año disponible.



Fuente: ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO - OCDE- OCDE-FAO Perspectivas Agrícolas 2019-2028. [Sitio Web]. Texcoco. MEX. Sec. Publicaciones, 23 Septiembre 2019. p. 104. [Consultado 9, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://doi.org/10.1787/7b2e8ba3-es>.

6.2. PRODUCTIVIDAD Y ENTORNO POLÍTICO

De acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico⁹⁹, es necesario que la productividad agrícola siga incrementándose de manera sostenible para así mismo, mantener la competitividad en los mercados mundiales. Por esta razón se debe exigir un enfoque adecuado de recursos a la investigación agrícola, las inversiones en el sector, los mercados crediticios, una mejora en el uso de políticas públicas y seguros para los productores.

6.2.1. Investigación Agrícola

Como lo menciona la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico¹⁰⁰ En los países latinoamericanos, la inversión en la investigación agrícola se incrementó de manera constante, logrando el objetivo de las Naciones Unidas de por lo menos 1% del PIB agrícola. Son varios los retos por enfrentar y las

⁹⁹ ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO -OCDE- (2019-2028). Op. Cit., p. 105.

¹⁰⁰ Ibid., p. 106.

mejoras en este aspecto. En primer lugar, los países deben implementar estrategias de progresión para los científicos debido a que en el año 2012 y 2013 el 40% de los investigadores de temas agrícolas correspondían a personas entre los 50 y 60 años.

En segundo lugar la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico¹⁰¹, menciona que es necesario implementar métodos eficaces para una mejor combinación y reforzar la unión para superar los complejos mecanismos institucionales en los que se realiza la investigación agrícola.

En este sentido, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico¹⁰², señala que por último, es indispensable obtener ayuda con mecanismos de financiamiento, como los fondos gubernamentales competitivos y los impuestos a la producción y exportación que ya se implementan en algunos países pueden servir como modelo para desarrollar con base en experiencias.

6.2.2. Inversión en Agricultura

Como lo señala la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico¹⁰³, para un aumento en la productividad y la competitividad en los mercados mundiales, se necesita mayor inversión orientada a los aspectos relevantes de la investigación agrícola, y además inversión en infraestructura, servicios de extensión y apoyo a los pequeños productores para que sean incluidos. La inversión pública muchas veces no es favorable por las prioridades de los gobernantes, además está sujeta a los ciclos económicos de las naciones, en conclusión, la inversión en la infraestructura tiende a ser baja en el gasto público total, aun así, en las dos últimas décadas en Colombia, la inversión en infraestructura más específicamente el mantenimiento tuvo un aumento del 8,5% anual.

De acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico¹⁰⁴ Muchas veces la falta de inversión y de mejora en la infraestructura, se puede convertir en obstáculos para el desarrollo del sector agrícola, como las carreteras rurales, la logística y las instalaciones de infraestructura portuaria. De 137 países la mayor parte de los latinoamericanos se encuentran por debajo de la calificación media de infraestructura, en el cual Colombia se encuentra en el puesto 87 significando la falta de inversión en este segmento. Por lo que cabe resaltar que no

¹⁰¹ ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO -OCDE- (2019-2028). Op. Cit., p. 106.

¹⁰² Ibid., p. 106.

¹⁰³ Ibid., p. 106.

¹⁰⁴ Ibid., p. 107.

se puede dejar de un lado un tema que está relacionado con la mejora en la competitividad.

Como lo indica la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico¹⁰⁵, la inversión pública también tiene influencia en el apoyo a los pequeños productores familiares, como es el caso de la baja tasa de uso de tierras con los climas adecuados para el cultivo en el que los servicios de extensión son débiles, por lo que una buena opción a implementar serían las escuelas de campo de los agricultores, para adquirir un buen conocimiento y realizar buenas prácticas de siembra.

Los gobiernos también deben ofrecer un entorno adecuado para la inversión privada, son elementos importantes los derechos de propiedad, la realización de contratos, la mejora de regulaciones y tributación, los mercados laborales con buen funcionamiento y las instituciones del mercado financiero

6.2.3. Crédito y seguros agrícolas

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico¹⁰⁶ indica, que poseer planes de crédito y seguros que subsidien a los diversos productores son necesarios para la inversión del sector privado. El acceso de los pequeños productores a los servicios financieros fue afectado por que implica un riesgo mayor, costos de operación más altos para los bancos, y esto se debe a la disminución de la participación como proveedores directos de servicios crediticios por parte de los gobiernos. Para alcanzar una productividad agrícola sostenible son indispensable los planes de crédito y seguros a largo o a corto plazo.

6.3. RETOS AMBIENTALES

Los desechos de este cultivo se reutilizan como abono, como combustible de calderas, etc., sin producir desechos que tengan efectos negativos en el medio ambiente. “La fruta de palma se usa en un 35%, para 2017 la producción de fruto de palma de aceite fue de 8. 8.037.274 toneladas, mostrando una variación positiva del 42,5 %, respecto de las 5.640.594 producidas en 2016, lo que indica un aumento en 2.396.681 toneladas”¹⁰⁷.

¹⁰⁵ ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO -OCDE- (2019-2028). Op. Cit., p. 107.

¹⁰⁶ Ibid., p. 107.

¹⁰⁷ PARDO MORENO, Crhistian Augusto y VARGAS GUINEA, Jessica Natalia. Comercialización de aceite de palma a Bélgica en el marco del TLC Colombia-Unión Europea. [Repositorio Institucional Uniagustiniana]. Trabajo de grado. Negocios Internacionales. Universidad Agustiniiana. Facultad de

Existen entidades colombianas que tienen como propósito, generar una mayor competitividad en la producción de aceite de palma a nivel internacional mediante la innovación de infraestructura y promoviendo un producto debidamente certificado.

De acuerdo a Gutiérrez¹⁰⁸, el programa Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) tiene como fin estudiar la tierra de cultivo y además investigar si los productos son originarios de zonas de conflicto o grupos ilegales tanto en la extracción de palma como en la producción de aceite, para ser certificados. Una de las empresas más importantes del sector es Indupalma S.A. que tiene como función realizar un cultivo y producción sostenible en Colombia, pero aun así son necesarias políticas efectivas que reduzcan o acaben en su totalidad con la vinculación de la violencia con los cultivos de palma.

Como lo señala Gutiérrez¹⁰⁹, el tema ambiental en los cultivos de aceite de palma es de gran problemática por los efectos negativos que estos pueden llegar a generar en diferentes áreas rurales del país como la tala de bosques, el daño de ecosistemas naturales y el deterioro de los suelos ya que absorbe una gran cantidad de nutrientes cambiando este sin dejar posibilidad para cultivos en el futuro. En Colombia se han visto afectadas zonas en el Litoral Pacífico. Pero además hay puntos favorables como la captura de CO2 aumentando las plantaciones de bosques donde son perceptibles especies animales y vegetales dentro de la misma planta. En la Tabla 4, se representa el efecto de la agricultura en algunos países en el medio ambiente.

Gutiérrez¹¹⁰, menciona que el Estado y organizaciones ambientales promueven la certificación de la palma sostenible al cuidado del medio ambiente tomando como referencia el estándar internacional ISO 1400, para generar responsabilidad en las empresas productoras y extractoras. Estas acreditaciones deben ser cada vez más estrictas para tener una comercialización más fácil hacia el exterior.

Ciencias Administrativas y Económicas, Bogotá D.C., 2018, p. 12. [Consultado 30, marzo, 2020]. Archivo pdf. Disponible en: <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/923>.

¹⁰⁸ GUTIÉRREZ DELGADO. Op. Cit., p. 22.

¹⁰⁹ Ibid., p. 23.

¹¹⁰ Ibid., p. 23.

Tabla 4. Contribución de la agricultura a las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

	Contribución de la agricultura a las emisiones nacionales totales de GEI (%)	Proporción de la tierra de cultivo (% de la agricultura total)	Proporción de la ganadería (% de la agricultura total)
Argentina	44.3	52.9	47.1
Colombia	38	58	49.2
Costa Rica	37	59.4	40.6
El Salvador	22	49.5	50.5
Granada	0.02	75	25
México	12.3	50.2	49.8
Nicaragua	11.9	53.1	46.9
Perú	19	49.6	50.4
Uruguay	75	44	56

Fuente: Banco Mundial /CIAT citado por ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO -OCDE- OCDE-FAO Perspectivas Agrícolas 2019-2028. [Sitio Web]. Texcoco. MEX. Sec. Publicaciones, 23 Septiembre 2019. p. 111. [Consultado 9, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://doi.org/10.1787/7b2e8ba3-es>.

Como lo señala Gutiérrez¹¹¹, Fedepalma es una institución encargada de promover el aceite de palma colombiano en el medio internacional teniendo como eje principal, la competitividad a través de la investigación y la producción. Promueve las prácticas adecuadas para esta actividad así como la profesionalización de los trabajadores mediante capacitaciones que impulsan programas técnicos y tecnológicos a través del SENA.

Para los países europeos son muy importantes los derechos laborales por lo que la vinculación de Fedepalma al RSPO los garantiza estableciendo ciertos criterios como remuneración, empleo de menores y creación de sindicatos y términos de contratación.

Gutiérrez¹¹² indica, que Procolombia tiene como función promover las exportaciones, el turismo, la Inversión Extranjera en Colombia y la Marca País. Genera vínculos de conexión a través de conferencias, seminarios o ferias internacionales con el fin de tener una transferencia de información más fácil.

“David Ricardo define ventajas comparativas como elementos diferenciadores basados en factores de producción, que influyen directamente en la productividad”¹¹³.

¹¹¹ GUTIÉRREZ DELGADO. Op. Cit., p. 62.

¹¹² Ibid., p. 52.

¹¹³ GÓMEZ PARADA, Edgar Javier y GONZÁLEZ SARMIENTO, Gustavo. Comportamiento del aceite de palma de Colombia en los principales mercados de exportación. En: Revista Lebrét. [Base Académica]. Bucaramanga. Enero-Diciembre. Nro. 7. 2015, p. 284. ISSN 2145-5996. [Consultado 4, abril, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://doi.org/10.15332/rl.v0i7.1528>.

Como lo menciona Gómez y González¹¹⁴, cada empresa crea ventajas sobre las otras utilizando adecuadamente los factores disponibles para la exportación de los bienes por lo que estas ventajas comparativas muestran el desempeño en el mercado internacional a través del tiempo. En cada nación existen sectores más competitivos que otros a nivel nacional como internacional y esto se logra creando estrategias para obtener ventajas sobre los demás competidores y así permanecer dentro del mercado internacional. “El concepto de competitividad tiene sus orígenes en la teoría económica, relacionada con el comercio internacional”¹¹⁵.

Para esto es necesario tener en cuenta la calidad en los procesos de producción, medida como la certificación RSPO, así como la responsabilidad ambiental que conlleva las plantaciones, la conservación de recursos naturales y el compromiso de una mejora continua en las técnicas de las áreas claves de la actividad. En la producción de palma es esencial el cuidado a los cultivos para que no generen impactos negativos en el medio ambiente y no se desaproveche el mayor rendimiento en tierras que tienen las condiciones de siembra.

De acuerdo a Lugo Arias, Sáenz y Lugo Arias¹¹⁶, para obtener una mayor competitividad a nivel internacional se debe optar por aumentar la productividad por hectárea a través de adquirir el conocimiento adecuado sobre este tipo de plantaciones para no ir a incurrir en uso de terrenos que no son aptos, así como trae efectos beneficiosos para el desarrollo del país con la generación de más empleos e ingreso de divisas al país.

Según Gutiérrez¹¹⁷, el gobierno junto con la Federación han promovido alianzas entre productores y palmicultores con el fin de generar mayor integración y mitigar la falta de recursos para los costos de producción. “Igualmente existe la promoción de la Inversión Extranjera Directa (IED) de las exportaciones y la inversión nacional con la reducción de impuestos y aduanas, a través de la constitución de zona francas especiales o uniempresariales para proyectos agroindustriales; incentivos fiscales, con la extensión y deducción de impuestos sobre la renta, y exención de IVA para maquinaria y equipos importados¹¹⁸”.

¹¹⁴ GÓMEZ Y GONZÁLEZ. Op. Cit., p. 285.

¹¹⁵ Ibid., p. 284.

¹¹⁶ LUGO ARIAS, SÁENZ y LUGO ARIAS. Op. Cit., p. 156.

¹¹⁷ GUTIÉRREZ DELGADO. Op. Cit., p. 27.

¹¹⁸ Ibid., p. 27.

Como lo señala la CIFOR¹¹⁹, a través de alianzas, el Gobierno nacional trato de disminuir la pobreza en el campo y agregar valor a las cadenas agroindustriales. El modelo de desarrollo consistía en realizar una adecuada distribución de ingreso en zonas rurales, aumentar la inclusión de pequeños agricultores al mercado a su vez mejorar el uso de tecnología para así generar reducción en los costos y mayor productividad. Al desarrollar este modelo se busca una mejora en la competitividad del agro.

Gutiérrez¹²⁰ menciona, que así como también se cuenta con alta capacidad de refinación produciendo un aceite altamente puro para la producción de biodiesel y al realizar estas dos actividades conjuntas en una empresa, se reducirán los costos. En Colombia existen ciertas empresas dedicadas tanto a refinación como a producción de aceite tales como: Alianza Team, Hacienda las Flores, Manuelita, entre otras.

¹¹⁹ CENTER FOR INTERNATIONAL FORESTRY RESEARCH -CIFOR-. Políticas, mercados y modelos de producción: Un análisis de la situación y desafíos del sector palmero colombiano. [Sitio Web]. Bogor. INDO. Sec. Publicaciones, 2015. p. [Consultado 2, abril, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <http://www.cifor.org/knowledge/publication/5658/>.

¹²⁰ GUTIÉRREZ DELGADO. Op. Cit., p. 28.

7. CONCLUSIONES

A partir de la demostración de la producción que tiene Colombia en términos de aceite de palma, es fácil evidenciar que es un país con una gran potencia de cultivo, con los pisos trópicos en los que la cosecha se da fácilmente. Además, es el cuarto país que más produce a nivel mundial, así mismo posee una ventaja para favorecer las exportaciones de aceite de palma ya que tiene todas las propiedades y características necesarias. Las exportaciones de aceite de palma en Colombia son favorables en la economía del país, y como se puede ver con los datos estadísticos, en los últimos años se da un aumento de estas exportaciones. Es un sector el cual genera un buen desarrollo dentro del ámbito agrícola si se sabe sacar provecho de este. Con lo cual se evidencia que se cumplió el primer objetivo específico.

Se identifica el consumo de aceite de palma dentro de la Unión Europea, específicamente en España en la que se usa para productos alimenticios una parte y demás como materia prima para la producción de biocombustibles, que hoy en día es de gran importancia debido a la sostenibilidad y al medio ambiente. La Unión Europea, es quienes ya están desarrollando proyectos para las energías renovables, por lo cual es muy importante tener en cuenta que en el momento de querer exportar hacia estos países, es importante llevar a cabo los cultivos de forma sostenible sin afectar el medio ambiente. Con lo cual se da cuenta del logro del segundo objetivo específico.

Igualmente, en el documento se observó el desarrollo de las estrategias para obtener una mayor competitividad en la exportación del aceite de palma se deben tener en cuenta factores como la productividad y el entorno político, lo cual afectan el desarrollo del sector. Por lo que fue posible identificar los desafíos estratégicos a implementar para poder ser competitivos dentro del mercado. La inversión en agricultura es fundamental para poder mejorar los procesos y los costos, innovando en la producción. Es fundamental un apoyo financiero por parte del gobierno, teniendo en cuenta que es un sector que puede generar un desarrollo económico en el país y que además hoy en día es útil en la producción de energía renovable.

RECOMENDACIONES

La producción y exportación del aceite de palma en Colombia es importante que a medida que pase el tiempo se mantenga en investigación para así generar estadísticas de como este sector va influyendo dentro de la economía del país. El consumo dentro de España también es importante para conocer las preferencias y el uso que se le está dando, como en la producción de biocombustibles.

El desarrollo en las inversiones por parte del país a un sector como este es de gran importancia mantener en investigación para poco a poco identificar el avance en el desarrollo sostenible para el cultivo y las nuevas tecnologías que se implementan para la producción.

BIBLIOGRAFÍA

CARREÑO GÓMEZ, Susan Lorena y MOZO DE LA VICTORIA, Erika Andrea. Proyecto para la exportación de aceite de palma africana en el término Incoterm CIF hacia Holanda. [Repositorio Digital Unimagdalena]. Trabajo de grado. Diplomado en Educación Ejecutiva: Procedimientos Aduaneros y Comercio Exterior. Universidad del Magdalena. Facultad Ciencias Empresariales y Económicas, Santa Marta, 2013, p, 80. [Consultado 8, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <http://repositorio.unimagdalena.edu.co/jspui/handle/123456789/1044>.

CENTER FOR INTERNATIONAL FORESTRY RESEARCH -CIFOR-. Políticas, mercados y modelos de producción: Un análisis de la situación y desafíos del sector palmero colombiano. [Sitio Web]. Bogor. INDO. Sec. Publicaciones, 2015. p. [Consultado 2, abril, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <http://www.cifor.org/knowledge/publication/5658/>.

FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE PALMA DE ACEITE - FEDEPALMA- Balance económico del sector palmero colombiano en el primer trimestre de 2019. [Sitio Web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Boletín Económico, 19, junio, 2019. p. 12. [Consultado 8, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <http://web.fedepalma.org/boletin-economico-fedepalma>.

FUNDACIÓN ESPAÑOLA DEL ACEITE DE PALMA SOSTENIBLE – Informe Económico del Aceite de Palma en España 2018. [Sitio Web]. ES. Sec. Descargas, 2018. p. 107. [Consultado 1, abril, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://aceitedepalmasostenible.es/descargas/>.

GÓMEZ PARADA, Edgar Javier y GONZÁLEZ SARMIENTO, Gustavo. Comportamiento del aceite de palma de Colombia en los principales mercados de exportación. En: Revista Le Bret. [Base Académica]. Bucaramanga. Enero-Diciembre. Nro. 7. 2015, p. 283-305. ISSN 2145-5996. [Consultado 4, abril, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://doi.org/10.15332/rl.v0i7.1528>.

GUTIÉRREZ DELGADO, Ximena. El papel de Fedepalma y Procolombia en la competitividad de las exportaciones de aceite de palma africana de Colombia hacia Alemania después de la firma del Acuerdo Comercial con la Unión Europea. [Repositorio Institucional E-docUR]. Trabajo de Grado. Internacionalista. Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Facultad de Relaciones Internacionales, Bogotá D.C., 2016, p. 85. [Consultado 30, marzo, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/12364>.

LUGO ARIAS, Elkyn, SÁENZ ZAPATA, José y LUGO ARIAS, José. La productividad como determinante de la competitividad de las exportaciones de aceite de palma del departamento del Magdalena Colombia, 2007-2015. En: Saber, Ciencia y Libertad. [Base Académica]. Barranquilla. 1, enero, 2018. Vol. 13. Nro. 1. 2018. p.

145-163. ISSN 2382-3240. [Consultado 30, marzo, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/2088>.

ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO - OCDE- OCDE-FAO Perspectivas Agrícolas 2013-2022. [Sitio Web]. Texcoco. MEX. Sec. Publicaciones, 23 Septiembre 2013. p. 340. [Consultado 9, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: http://dx.doi.org/10.1787/agr_outlook-2013-es.

ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO - OCDE- OCDE-FAO Perspectivas Agrícolas 2019-2028. [Sitio Web]. Texcoco. MEX. Sec. Publicaciones, 23 Septiembre 2019. p. 348. [Consultado 9, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://doi.org/10.1787/7b2e8ba3-es>.

PALACIO POVEDA, Miguel Ángel. Análisis documental sobre la comercialización internacional del aceite de palma y como inciden los cultivos ilícitos de coca, en 2012-2017. [Repositorio Digital UCC]. Trabajo de grado. Profesional en Comercio Internacional. Universidad Cooperativa de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas y Contables, Bogotá D.C., 2018, p. 34. [Consultado 30, marzo, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/6360>.

PARDO MORENO, Crhistian Augusto y VARGAS GUINEA, Jessica Natalia. Comercialización de aceite de palma a Bélgica en el marco del TLC Colombia-Unión Europea. [Repositorio Institucional Uniagustiniana]. Trabajo de grado. Negocios Internacionales. Universidad Agustiniana. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Bogotá D.C., 2018, p. 42. [Consultado 30, marzo, 2020]. Archivo pdf. Disponible en: <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/923>.

PORTER, Michael E. Ser Competitivo: La ventaja competitiva de las naciones. 9 ed. Traducido de España; Revisor Técnico y Editor. Barcelona: Deusto S.A. Ediciones, 2017, p. 816. ISBN.

PROCOLOMBIA citado por PARDO MORENO, Crhistian Augusto y VARGAS GUINEA, Jessica Natalia. Comercialización de aceite de palma a Bélgica en el marco del TLC Colombia-Unión Europea. [Repositorio Institucional Uniagustiniana]. Trabajo de grado. Negocios Internacionales. Universidad Agustiniana. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Bogotá D.C., 2018, p. 42. [Consultado 30, marzo, 2020]. Archivo pdf. Disponible en: <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/923>.

RUIZ TAMAYO, David, DUQUE GÓMEZ, Cristian Camilo y REDONDE RAMÍREZ, Marlen Isabel. El TLC con la Unión Europea y sus implicaciones en el sector agrícola colombiano: El tratado. En: Revista de Investigación de la Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío EAM. [Base Académica]. Armenia. 2017. Vol. 9. Nro. 1. 2017, p. 42-58. ISSN 2215-7794. [Consultado 1, abril, 2020].

Archivo en pdf. Disponible en:
<https://app.eam.edu.co/ojs/index.php/sinapis/article/view/4>.

SALGADO ARANDA, R; GARCÍA FERNÁNDEZ, F. J y MARTÍN GONZÁLEZ, F. J. Europa sigue utilizando Aceite de Palma en los motores diésel. En: Transport & Environment. [Base Académica]. 2016. p. 5. [Consultado 4, abril, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://www.transportenvironment.org/publications/archive/2016>.

SIERRA SOTO, Nelly Patricia. Exportación de Aceite de Palma y sus derivados. [Repositorio Digital UCC]. Trabajo de grado. Profesional en Comercio Exterior. Universidad Cooperativa de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Bogotá D.C., 2019, p, 25. [Consultado 8, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <http://hdl.handle.net/20.500.12494/17032>.

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO -SCI- Agroindustria de la Palma Africana: Diagnóstico de libre competencia. [Sitio Web]. Bogotá D.C. CO. Sec. Documentos, 2010-201. p. 9. [Consultado 9, julio, 2020]. Archivo en pdf. Disponible en: <https://www.sic.gov.co/documentos-2011-ee>.