

REVISTA NACIONAL DE
Agricultura



SAC

SOCIEDAD DE AGRICULTORES
DE COLOMBIA
FUNDADA EN 1871

GESTIÓN
EL TRABAJO
DE JUNIO

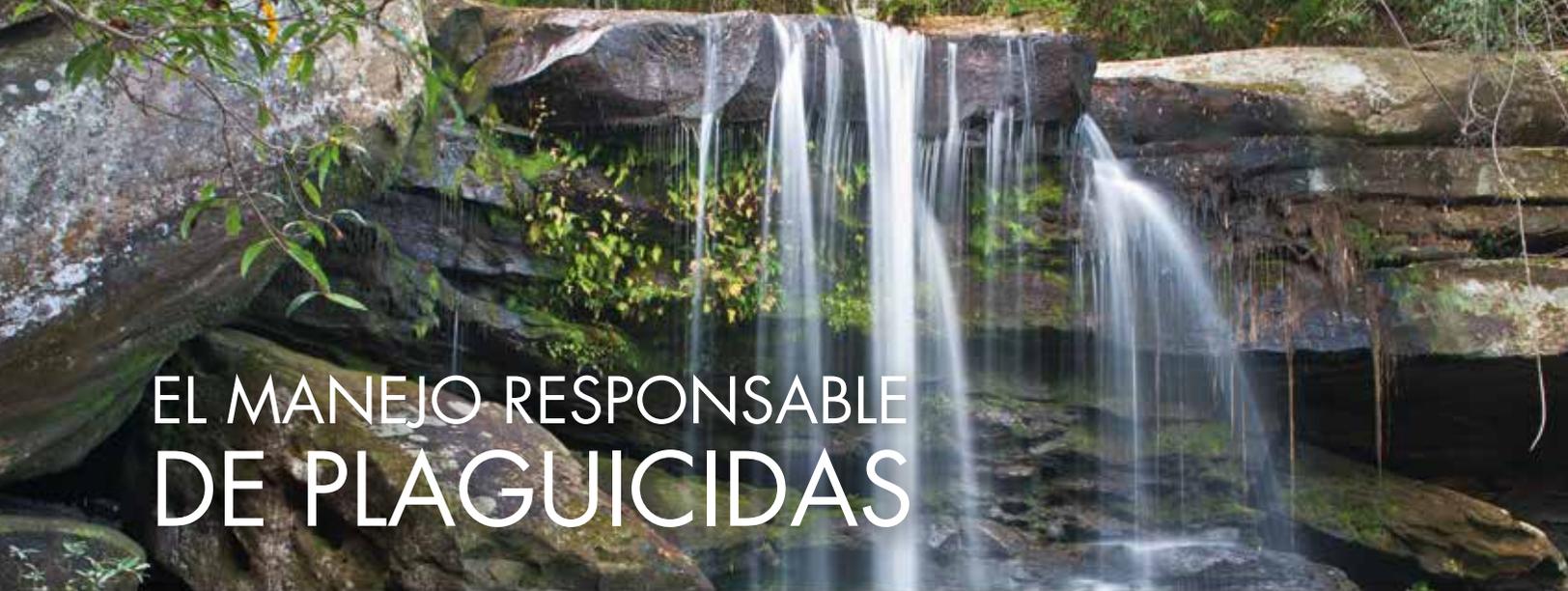
ENTREVISTA
RSE, UNA
FORMA DE
VALORIZAR
LAS EMPRESAS

HECHOS
TENEMOS
POLÍTICA
NACIONAL DE
EMPRENDIMIENTO

Después de 32 años

JENS MESA D.
DEJA LA PRESIDENCIA
DE FEDEPALMA

Su retiro se producirá en agosto, cuando asuma su remplazo,
Nicolás Pérez Marulanda. Entrevista de María Isabel Díaz Olave.



EL MANEJO RESPONSABLE
DE PLAGUICIDAS



PROTEGE
LOS CULTIVOS



SIN PONER EN RIESGO
LA VIDA

LEA COMPLETAMENTE LAS ETIQUETAS DE LOS PRODUCTOS ANTES DE APLICARLOS



FEDEARROZ - OFICINA PRINCIPAL Cra. 100 #25H 55 Bogotá,
T. 4251150 ext 370/375
DEPARTAMENTO DE GESTIÓN AMBIENTAL
www.fedearroz.com.co



FEDEARROZ
FEDERACIÓN NACIONAL DE ARROCEROS



PÁG
6

CARÁTULA. Después de 32 años, Jens Mesa Dishington deja la Presidencia de Fedepalma. La organización designó en su remplazo a Nicolás Pérez Marulanda, quien asumirá en agosto.



PÁG
12

GESTIÓN. El trabajo de junio. Importantes avances mostró el desempeño de la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos de la SAC, en distintos frentes de acción. Hay nueva vicepresidenta.



PÁG
14

HECHOS. Tenemos Política Nacional de Emprendimiento. Este esfuerzo dispondrá de un presupuesto de \$212.961 millones y deberá estar ejecutado en el 2025. Las recomendaciones para el Ministerio de Agricultura.



PÁG
22

ENTREVISTA. RSE, una forma de valorizar las empresas. Cada vez más inversionistas y accionistas, creen que sus dineros están más seguros en compañías comprometidas con la sociedad y el medio ambiente.

Director

Jorge Enrique Bedoya Vizcaya
Presidente

Comité Editorial

Jorge Enrique Bedoya Vizcaya
Paola Tamayo Asaf
Alejandro Vélez Goyeneche
María Isabel Díaz Olave
Hugo Aldana Navarrete

Directora de Comunicaciones

María Isabel Díaz Olave

Editor

Hugo Aldana Navarrete
haldana@sac.org.co

Publicidad

Alirio Aguilera
mercadeosac@gmail.com

Fotografía

Archivo SAC
Freepik

Diseño y Diagramación

Javier Enrique Nieto Díaz

Impresión

Legis S.A.

CONTENIDO

5

EDITORIAL. Y la revisión de la CAN, ¿qué?



18

HECHOS. Podemos venderle leche y derivados a Japón

20

DÍA DEL CAMPESINO.

Caracterización del campesino colombiano

26

ACTUALIDAD. Mayo: Por bloqueos, el campo pierde \$3.6 billones

27

SAC 150 AÑOS. Segunda Guerra Mundial casi quiebra a la SAC

28

SAC 150 AÑOS. La SAC detrás de la telefonía rural

29

ACTUALIDAD. Crédito para jóvenes emprendedores

32

ACTUALIDAD. El agro colombiano, en los planes de PepsiCo

36

EMPRENDEDORES. Siembra Viva, un emprendimiento social



SAC
SOCIEDAD DE AGRICULTORES
DE COLOMBIA
FUNDADA EN 1871

Jorge Enrique Bedoya Vizcaya
Presidente

Paola Tamayo Asaf
Vicepresidenta de Asuntos Corporativos

Alejandro Vélez Goyeneche
Vicepresidente técnico

JUNTA DIRECTIVA 2019 · 2021

Gabriel Harry Hinestroza
Presidente

Eduard Baquero López
Primer vicepresidente

Tatiana Pachón Ramirez
Segundo vicepresidente

PRINCIPALES

Roberto Vélez
Federacafé

Jens Mesa
Fedepalma

Claudia Calero
Asocaña

Gonzalo Moreno
Fenavi

Rafael Hernández
Fedearroz

Jeffrey Fajardo
Porkcolombia

SUPLENTES

María Aparicio
Federacafé

Ma. del Pilar Pedreira
Fedepalma

Mauricio Iragorri
Asocaña

Jorge Alberto Quintero
Fenavi

Rosa Lucía Rojas
Fedearroz

Corina Zambrano
Porkcolombia

PRINCIPALES

Alvaro Palacio
Asohoffrucol

Alejandro Estevez
Fedepapa

Gabriel Harry
Augura

Augusto Solano
Asocolflores

José Zúñiga
Asbama

Eduard Baquero
Fedecacao

Leonardo Ariza
Acosemillas

Carlos Mayorga
Fedepanela

SUPLENTES

...

Jorge Restrepo
Corpohass

...

...

Ma Eugenia Saavedra
SAG-Valle

César Pardo
Conalgodón

César Augusto Pinzón
Fedeaucua

Martha Betancourt
Procaña

PRINCIPALES

Tatiana Pachón
Forest First

Harold Eder
Manuelita

Juan A. Moncada
Vecol

Carlos Rebolledo
Corteva

Ma. Andrea Uscátegui
Agrobio

Juan Sebastián Bargans
Asoleche

SUPLENTES

Julián Wilches
Clever Leaves

Jaime Liévano
Aliar

Fernando Rueda
Casa Toro

Diego Carvajalino
Colinagro

Germán Anzola
Udca

María Helena Latorre
Andi

MIEMBROS HONORARIOS

Augusto Del Valle
Ricardo Villaveces Pardo

AFILIADOS

Asociación Colombiana de Semillas y Biotecnología, **Acosemillas**. Asociación de Biotecnología Vegetal Agrícola, **AgroBio**. Agropecuaria **Aliar S.A.** Asociación de Bananeros del Magdalena y La Guajira, **Asbama**. Asociación de Cultivadores de Caña de Azúcar de Colombia, **Asocaña**. Asociación Colombiana de Exportadores de Flores, **Asocolflores**. Asociación Hortofrutícola de Colombia, **Asohoffrucol**. Asociación Colombiana de Procesadores de Leche, **Asoleche**. Asociación de Bananeros de Colombia, **Augura**. **Bolsa Mercantil de Colombia S.A.** Cámara de la Industria para la Protección de Cultivos, **Cámara Procultivos-Andi**. **Casa Toro** Automotriz S.A. **Clever Leaves**. **Colinagro S.A.** Confederación Colombiana de Algodón, **Conalgodón**. Corporación de Productores y Exportadores de Aguacate Hass de Colombia, **Corpohass**. **Corteva** Agriscience. Federación Colombiana de Acuicultores, **Fedeaucua**. Federación Nacional de Arroceros, **Fedearroz**. Federación Nacional de Cacaoteros, **Fedecacao**. Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite, **Fedepalma**. Federación Nacional de Productores de Panela, **Fedepanela**. Federación Colombiana de Productores de Papa, **Fedepapa**. Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, **Federacafé**. Federación Nacional de Avicultores de Colombia, **Fenavi**. Sociedad Fiduciaria, Filial del Banco Agrario de Colombia, **Fiduagraria**. **Forest First** Colombia S.A. **Grupo Diana**. **Manuelita** S.A. Asociación Colombiana de Porcicultores, **Porkcolombia**. Asociación Colombiana de Productores y Proveedores de Caña de Azúcar, **Procaña**. Sociedad de Agricultores y Ganaderos del Valle del Cauca, **SAG-Valle del Cauca**. Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales, **Udca**. Empresa Colombiana de Productos Veterinarios, **Vecol**. **Yara** Colombia S.A.

Jorge Enrique Bedoya Vizcaya

Presidente SAC

@jebedoya

Y LA REVISIÓN DE la CAN, ¿qué?

El 06 de diciembre del 2019, el Presidente de la República, en el Congreso de Fedearroz, se comprometió con el sector agropecuario a presentar en la CAN, durante el año (julio 2020-julio 2021) que Colombia tendría la Presidencia *pro tempore* de este mecanismo de integración, un documento para que se renueven las herramientas comerciales y las herramientas de producción agropecuaria a la luz de las necesidades de hoy.

A pesar del firme compromiso del Presidente Duque, ese año se pasó, y no pasó nada en el interior de la CAN en materia de la imperiosa necesidad de revisar el sistema de integración comercial andino para el sector agropecuario.

Como fue nuestro compromiso con el Gobierno, trabajamos con nuestros afiliados una propuesta que fue discutida en múltiples reuniones con los Ministerios de Comercio y Agricultura a partir de septiembre del año 2020. Posteriormente, nuestra propuesta fue socializada con representantes del sector privado de otros sectores de la producción no agropecuaria para disipar dudas sobre su ámbito de aplicación. Y a pesar de que en múltiples reuniones con funcionarios de todos los niveles de decisión insistimos en el compromiso del Presidente en este tema, y en la necesidad imperiosa de actuar en el marco de la CAN, el tiempo pasó, Colombia entregó la Presidencia *pro tempore* a Ecuador y desafortunadamente seguimos en las mismas en la relación comercial con los países andinos, particularmente con Ecuador y Perú.

En el periodo 2017-2020 la balanza comercial agropecuaria para Colombia siempre ha sido negativa. Nuestras exportaciones promedio anual han sido de US\$429 millones y nuestras importaciones alcanzan la cifra de US\$976.000 millones (promedio anual). Dentro de los productos que más importamos de los países de la CAN se encuentran las grasas y aceites animales o vegetales, las preparaciones de carne-pescado, azúcar y arroz. Nuestro fuerte exportador se concentra en azúcar y artículos de confitería, grasas y aceites y preparaciones alimenticias. Como es conocido por todos, en productos como el azúcar, el arroz y el aceite de palma siempre hemos tenidos serias diferencias con los demás países de la CAN.

En el caso del Perú, las importaciones (US\$287 millones promedio anual 2017-2020) desde ese país a Colombia se han concentrado principalmente en aceite de palma y soya, café, productos de panadería, azúcar y arroz. Este último producto no presentaba importaciones hasta el 2019, año en el que importamos US\$19.9 millones, y en 2020 (en plena pandemia) llegamos US\$34 millones. No deja de resultar paradójico que el Perú, en el 2020, importó más de 315 mil toneladas de arroz provenientes de Uruguay, Brasil y Tailandia, entre otros. Pero vaya y busque que nuestro arroz entre a ese mercado.

Con Ecuador, las importaciones (US\$436 millones promedio anual 2017-2020), se han concentrado en preparaciones, conservas y harina de pescado, aceite de palma, arroz y azúcar. En el caso del arroz, 99% de las exportaciones ecuatorianas de ese producto llegan a nuestro mercado, y como dijo la Ministra de Agricultura de ese país a un medio de comunicación el pasado 15 de julio, Ecuador busca fortalecer las exportaciones de arroz a Colombia en un intento por colocar el excedente de producción y defender su precio en el mercado interno. Y mientras allá no entra nuestro arroz para lograr el mismo propósito, aquí tenemos las puertas abiertas para el arroz de esos dos países.

Por supuesto esto no se trata de cerrar el comercio, como se lo hemos dicho al gobierno. Se trata de que exista un verdadero comercio bilateral, con pragmatismo, que entienda las sensibilidades de lado y lado y que se enfoque en estacionalidades y otras figuras que beneficien a todos los países. Es decir, que responda a las realidades del 2021 y no a las de 1969.

Es importante recordar que el acuerdo de la CAN y sus medidas parten de la base de la existencia de una Unión Aduanera, lo que implica tener un arancel externo común, el cual en la práctica no existe y que en el caso de productos de nuestro sector se ha vulnerado por cuenta de los tratamientos individuales de los países. Adicionalmente, la salvaguardia especial agropecuaria, mecanismo de defensa comercial, al NO ser aplicable en la práctica a los países considerados de menor desarrollo relativo de la CAN: Bolivia y Ecuador (sí, ¡Ecuador!), resulta discriminatoria y contraria a los fines del acuerdo.

Y a propósito de este tema, ¿cómo es posible que los “*tratamientos preferenciales a favor de Bolivia y Ecuador*”, definidos en mayo de 1969 y consagrados en el Artículo 3 del Acuerdo de Cartagena, nunca se hayan ajustado? Dejando a Bolivia de lado, ¿será que Ecuador luego de más de cincuenta años de “*integración*”, debe seguir siendo considerado de menor grado de desarrollo? ¿Será que en su posible entrada a la Alianza del Pacífico, apoyada por el Gobierno de Colombia, Ecuador también argumentará y le garantizarán un “*menor grado de desarrollo*” ventajoso para sus intereses comerciales?

La imposición por parte del Ecuador de una salvaguardia a las importaciones de azúcar provenientes de Colombia en enero de 2018, y que fuera acertadamente cuestionada por Colombia y posteriormente denegada por la Secretaría General de la Comunidad Andina en mayo de 2018, derivó en que al día siguiente de su levantamiento por parte de Ecuador (20 de noviembre del 2018), este país impusiera nuevamente una salvaguardia claramente restrictiva y contraria al ordenamiento jurídico de la CAN.

Y luego de ya casi tres años en los que el Gobierno Nacional ha buscado que esta medida se levante, el ordenamiento jurídico andino no deja sino un panorama desalentador. Por ser una medida que impone uno de los dos países con menor grado de desarrollo, la competencia para agendar y definir la suerte de esta medida es la Comisión de Ministros de Comercio de la CAN, para lo cual no solo se necesite que la Presidencia la agende, sino también que se discuta y se someta a votación donde no puede haber ningún voto negativo. ¿Y adivinen qué? Ecuador a partir del pasado 17 de julio tiene la Presidencia *pro tempore* de la CAN. ¿ustedes creen que agendará, discutirá y votará positivamente una medida que tumbaría la restricción impuesta por ese país a nuestras exportaciones de azúcar?. Claro que no.

A este Gobierno le queda a un año, y con la llegada de la nueva Ministra de Comercio y su equipo de Viceministros, el compromiso del Presidente con el sector en el 2019 debe ser una realidad. Queremos ver que nuestro Gobierno además de realizar una férrea defensa del interés comercial del campo colombiano, logre que el comercio agropecuario andino sea verdaderamente bilateral. Y claro, que el apoyo político que le están dando a Ecuador para entrar a la Alianza del Pacífico no vaya a ser gratuito y derive por el contrario en beneficios reales para nuestro país y nuestro sector. ✎

Luego de treinta y dos años de liderazgo

Jens Mesa Dishington

DEJA LA PRESIDENCIA
EJECUTIVA DE FEDEPALMA



 Jens Mesa Dishington.

Su retiro se producirá en agosto, cuando asuma su **reemplazo, Nicolás Pérez Marulanda.**

Entrevista de María Isabel Díaz Olave.

Revista Nacional de Agricultura: *¿Cómo le fue al gremio palmero en el 2020 y qué medidas implementaron, de una parte, para cumplir con los protocolos de bioseguridad, y de otro, para seguir trabajando y estar del lado de los productores del campo colombiano?*

Jens Mesa Dishington: Lo más importante es recordar que la actividad agrícola hay que entenderla como de muy largo plazo, y en la que también hay que prepararse para enfrentar ciclos buenos, regulares y malos. Nosotros, en el sector de la palma de aceite, tuvimos un par de años muy difíciles, previos a la pandemia, y estábamos comenzando una recuperación económica cuando vino esta situación. En el segundo trimestre del 2020 realmente se cerraron muchos mercados, cayó la demanda, colapsó por momentos la comercialización y, de alguna forma, creo que para nuestro sector fue fundamental la organización que hemos venido teniendo a través de muchos años.

Por ejemplo, ante el cierre del mercado de biodiésel en Colombia, que es muy significativo para nuestra producción, además del mercado alimentario, con esa caída en la demanda, consecuencia del cierre que tuvo toda la economía, empezamos a tener grandes volúmenes de producción sin poderlos colocar, lo que desesperó a los productores y nos obligó a buscar clientes en el exterior, a

activar una logística complementaria a la de exportación que desarrollamos, a agilizar la operación de barcos que estaban por llegar a Colombia y, en definitiva, pudimos evolucionar bien con eso, y fue algo muy positivo.

Por otra parte, nuestro foco central estaba en cuidar la vida de todos nuestros colaboradores, así como la operación productiva, para lo cual se activaron protocolos desde Fedepalma y Cenipalma, trabajando de la mano con las empresas ancla de los núcleos palmeros, para demorar la llegada de este virus a nuestros trabajadores, cosa que efectivamente se ha podido lograr y por esto tenemos un buen balance de la situación.

R.N.A.: *¿Y cómo les ha ido a Fedepalma y a sus afiliados en lo que va corrido de 2021?*

J.M.D.: Los cuatro primeros meses de este año, previo a esta situación de agitación que se ha vivido en Colombia, para el sector palmero colombiano fueron muy interesantes por los buenos precios internacionales. Hemos tenido una reactivación en la demanda local, en el mercado alimentario y en el mercado de biodiésel muy positiva, que a las empresas les ha permitido comenzar a recuperarse de ese golpe que se había recibido en el 2018 y en el 2019, que fueron de precios internacionales históricamente bajos.

Esta situación actual que afrontan las regiones, unas más que otras, donde hay dificultades para la movilidad, para trabajar, para llevar los insumos, entregar los productos de nuestra agroindustria; en fin, para cumplir con nuestros compromisos comerciales, tanto en Colombia como en el exterior, duele muchísimo y realmente afecta a todos los colombianos, especialmente a los más vulnerables.

R.N.A.: *Y en esa línea, doctor Mesa, ¿cómo han impactado en el sector palmero esta serie de bloqueos a las carreteras, que ya cumplieron más de un mes?*

El nuestro es **un sector bastante empresarial, de inversionistas** que están en otras actividades de la economía colombiana, asegura Jens Mesa.



J.M.D.: El balance es muy diverso, porque como nos movemos en una geografía bastante amplia, tenemos zonas donde ha habido alguna tranquilidad y otras totalmente paradas, bloqueadas, y donde no se ha podido trabajar absolutamente nada. El impacto no es homogéneo en el sector, pero realmente por lo que hemos venido cuantificando, estamos hablando ya de pérdidas de ventas y de afectación de los flujos de caja, de alrededor de \$150.000 millones, además del perjuicio que esto va a tener en productividad, porque los ciclos de fertilización no se han podido llevar a cabo y, en otros casos, también empezamos a perder fruta que habrá que, una vez se coseche, enterrarla porque ya no estará en condiciones de poderla procesar para extraerle el aceite.

R.N.A.: *Hablando de cosas más amables, uno de los temas más destacados para Fedepalma es la sostenibilidad. ¿Cuál es esa apuesta del gremio que*

Usted preside en cuanto al uso y cuidado de los recursos naturales?

J.M.D.: La agroindustria de la palma de aceite en Colombia se viene desarrollando de forma bastante diferente a algunas otras realidades que a veces por las redes sociales o por algunas notas de prensa se muestran, pero que corresponden a otros escenarios, no al colombiano. El nuestro es un sector bastante empresarial, de inversionistas que están en otras actividades de la economía colombiana y que han visto que sembrar en el campo puede ser también para ellos una alternativa.

Este sector se caracteriza por la adopción de buenas prácticas en los distintos frentes, tanto en lo ambiental como en lo social, y eso en el ámbito internacional ha llamado mucho la atención.

El balance de nuestro país en este sector es muy positivo, reconocido no solo



Siempre, la mujer ha sido uno de los pilares de Fedepalma.

local, sino internacional, lo que nos ha llevado a acuñar un lema que dice “*El aceite de palma colombiano, es único y diferenciado*”, porque a partir de la construcción de una sostenibilidad ambiental y social, queremos entregarles a nuestros clientes un producto en las mejores condiciones, calificado y con valor agregado.

Cada día más, las empresas y los consumidores están reclamando conocer cuál es la verdad que hay alrededor de cómo se producen los distintos productos que llegan a su mesa. De ahí también el interés de nuestro sector de que haya amplio conocimiento, completa trazabilidad de nuestros productos en toda su cadena de producción, y hemos trabajado muy fuerte en temas ambientales. Entonces, el crecimiento del sector en Colombia no implica deforestación, por lo menos para la agricultura o las economías legales.

R.N.A.: *Desde siempre, la mujer rural, la mujer palmicultora, ha sido también uno de los pilares de Fedepalma, y ese es un trabajo, digamos, visionario, porque solo hasta hace muy poco el mundo y Colombia han puesto los ojos en la mujer rural ¿En ese sentido, qué estrategias han implementado y cómo vienen trabajando con la mujer palmera?*

J.M.D.: En el caso del sector palmero colombiano hemos sido líderes en los negocios inclusivos con pequeños campesinos, en zonas muy difíciles como María La Baja, en el departamento de Bolívar; en el Catatumbo, Norte de Santander, en la zona de Tumaco, en el sur de Bolívar y en el Magdalena Medio, entre otros lugares, y esos modelos inclusivos, que llamamos *Alianzas Productivas Estratégicas*, les han permitido a muchos pequeños y medianos agricultores incursionar en esta agroindustria de manera organizada y productiva y, por lo tanto, algo que nos

“

Mesa Dishington: El sector palmicultor colombiano ha sido **líder en los negocios inclusivos con pequeños campesinos.**

”

sorprendió enormemente es que muchas cabezas de familia eran mujeres, con unas historias de vida realmente muy difíciles, fruto de esa violencia en muchos de los territorios. Por eso organizamos el Programa de Mujer Palmera, para destacar ese esfuerzo y esa labor tan importante que tiene la mujer en muchas de estas comunidades, y que gracias a esa tenacidad, que muchas de ellas han demostrado, han sacado adelante familias completas y han ayudado a tener mejores comunidades y mejores territorios.

R.N.A.: *En abril, el país recibió la noticia de que el gobierno nacional aumentó las mezclas obligatorias de alcohol carburante hasta llegar a 10%, y de biodiésel, de 10% a 12%. ¿Esta era una petición en la que Usted había venido insistiendo?*

J.M.D.: A comienzos de la primera década de este siglo, Colombia inició un programa de biocombustibles realmente muy ambicioso, importante en términos económicos, ambientales, energéticos, tanto en alcohol carburante a partir de la caña de azúcar, como de biodiésel a partir del aceite de palma. Ambos biocombustibles han contribuido a mejorar la calidad del combustible derivado del petróleo. Desde un inicio, el programa arrancó apuntándole a llegar en el mediano plazo a una mezcla de 20%. Actualmente, llegamos a 12%, gracias a que el gobierno del presidente Duque tomó las decisiones para subir la mezcla.

Creemos que Colombia tiene que seguir esta senda de subir los biocombustibles a 20%, y en el caso de la palma de aceite, estamos seguros de que el país podría apostarle, desde ahora, a un programa de 30%.

R.N.A.: *¿Cómo le va al sector palmero colombiano en el campo internacional?*

J.M.D.: Nos ha ido bien. Nuestro mayor mercado es Europa, seguido por Brasil, México y otros de América. La

calidad de nuestro producto, la frescura y la oportunidad para el suministro, nos han ido posicionando muy bien en el concierto internacional. Igualmente, la sostenibilidad, que es algo por lo que muchos de nuestros compradores prefieren el aceite de palma colombiano, y de ahí la apuesta que hemos desarrollado desde el sector para que podamos contar con un Sello de Sostenibilidad País, que nos facilite la exportación y la venta a los productores colombianos de manera más sencilla, con más facilidades.

R.N.A.: *¿Y a nivel interno, cómo nos va?*

J.M.D.: El aceite de palma es el aceite de los colombianos porque es el único producido localmente. Somos el principal aceite en la canasta de aceites y grasas en Colombia. Participamos en el mercado alimentario, en el segmento de aceites vegetales de cocina y margarina, y somos prácticamente la materia prima de todas las margarinas en Colombia. Nuestro producto está presente en otras grasas especiales, en sustitutos para heladería y chocolatería, e igualmente en el mercado de artículos de aseo, como jabones, detergentes, cosméticos y otros, pero también en los biocombustibles. Entonces, la canasta de productos que utilizan el aceite de

palma o sus derivados es muy amplia, cada vez mayor y seguramente seguirá creciendo a futuro, por las tendencias del mercado, que cada día va incorporando más usos y plazas.

R.N.A.: *Usted es una de las voces autorizadas del sector agropecuario, luego de treinta y dos años en la Presidencia Ejecutiva de uno de los gremios más importantes y más consolidados del agro en nuestro país. Hace más de tres décadas, cuando Usted llegó a este cargo, ¿cómo estaba el sector palmero y qué retos se planteó para la mejora y transformación del mismo?*

J.M.D.: Ha sido un largo pero productivo periodo en Fedepalma, cosa que me alegra, me llena de orgullo, junto con un equipo de personas, tanto de la Federación, como de productores, que han permitido que grandes cosas hayan pasado y estén pasando en esta agroindustria.

Simplemente, como para ilustrar la magnitud de algunos de los cambios, cuando yo llegué a la Presidencia Ejecutiva nuestro sector tenía menos de 100 mil hectáreas cultivadas; hoy en día, estamos en alrededor de 600 mil. La producción era de alrededor de 150 mil toneladas de aceite de

palma; hoy, estamos hablando de 1.7 millones toneladas de aceite, todo lo cual se refleja también en el empleo, que ha pasado de 25-30 mil a cerca de 200 mil actualmente, entre directos e indirectos.

A finales de los ochenta, a mi llegada a Fedepalma, el modelo de negocio, desarrollado todo sobre el mercado local, prácticamente se había agotado, bien porque el sector empezó a tener excedentes de producción con los que no sabían qué hacer y porque en Colombia se empezó a anunciar y se formalizó todo el cambio hacia la apertura económica, la implicaba mucha más competencia con el exterior, y en la que sectores como este no estaban suficientemente preparados ni tenían claro cómo iba a ser ese escenario.

Por otra parte, estábamos afectados por una enfermedad que nadie sabía qué era pero que mataba las palmas y había borrado completamente plantaciones en varios países de Latinoamérica, frenando el desarrollo de la palmicultura en distintos lugares.

Para la época, Fedepalma tenía pocas capacidades, era un gremio muy pequeño, pero esos retos que se nos pre-



sentaron en el momento, nos obligaron a desarrollar unas capacidades y, por lo tanto, decidimos que había necesidad de hacer mayores inversiones en ciencia, tecnología e innovación, fue así como creamos el Centro de Investigación de Palma de Aceite, Cenipalma, que fue una realidad poco tiempo después y que hoy está posicionado como un centro de talla internacional, posicionado muy bien en Colombia y en los contextos Latinoamericano y mundial de la palmicultura. Gracias a su trabajo, se han ido desarrollando conocimientos, prácticas, tecnologías, que han permitido que los inversionistas tengan la confianza de seguir avanzando. En lo comercial, pasamos de no exportar ni un kilogramo de aceite a exportar cerca de la mitad de la producción que hoy tenemos. Así que, en síntesis, el sector ha construido una historia de éxito, con mucho esfuerzo y afrontando los desafíos.

R.N.A.: *Doctor Mesa, Usted es conocido como un hombre de gremio, de asociatividad, de trabajo en equipo. ¿Por qué cree que lo gremial ha sido ese pilar del desarrollo palmero y además del desarrollo agropecuario?*

J.M.D.: Nosotros hemos venido desarrollando una visión fundamentada en que para tener éxito se necesita una combinación de factores en varios frentes: a nivel micro, hay necesidad de tener buenos productores y buenos empresarios; a nivel macro, necesitamos un buen gobierno, un buen entorno macroeconómico, legal en todo sentido, para que esas condiciones productivas en las que los empresarios trabajan, acompañen los esfuerzos que se están haciendo. Pero hay un punto, entre ese nivel micro del empresario y el macro del gobierno, que es lo sectorial, en el que estamos los gremios. Ahí también es fundamental que haya una buena tarea, entidades sólidas, organizadas, con capacidades adecuadas para enfrentar los desafíos y hacerse cargo de esas iniciativas que un empresario individualmente no



El sector ha podido, **a pesar de muchos desafíos y con mucho esfuerzo**, construir una historia de éxito: Jens Mesa.



puede realizar, pero que tampoco está en el nivel de los bienes públicos generales en los que trabaja el gobierno.

En la medida en que Fedepalma se ha especializado en eso y se ha orientado a que los empresarios y los productores se dediquen a lo que les toca, llamando la atención y orientando al gobierno para que se focalice en lo que también le toca, pues creo que ha habido una buena amalgama entre esos tres niveles, produciendo los resultados que hoy tenemos.

R.N.A.: *Y en ese sentido, este año que la Sociedad de Agricultores de Colombia cumple sus primeros 150 años, ¿cuál es su mensaje con ocasión de este aniversario?*

J.M.D.: Yo siempre me he sentido muy orgulloso de la SAC, he estado por más de treinta años en su Junta Directiva, y nos ha tocado vivir momentos buenos y otros realmente muy duros y difíciles. Yo quisiera tener una SAC mucho más fortalecida a la de hoy, y realmente creo que, a futuro, ese debería ser uno de los programas al que todos le apostáramos.

Ustedes hablan de los primeros 150 años de la SAC, y creo que estamos en una sociedad en la que nos acostumbramos a actividades de corto vuelo, en la que rápidamente cualquier cosa que se

hace, incluso las buenas, las queremos dejar de lado. Tener un gremio de 150 años como la SAC es un activo para el país, para la agricultura de Colombia y desde luego para todos los afiliados que hacemos parte de ella. Por lo tanto, aprovecho para invitar a todos los miembros de la Sociedad de Agricultores de Colombia y a todos los agricultores a rodearla y a apoyarla.

R.N.A.: *Doctor Mesa, como decimos los periodistas, “la chiva” de esta entrevista es que en pocos meses Usted deja la Presidencia Ejecutiva de Fedepalma. ¿Cómo ha sido y será esa transición?*

J.M.D.: Creo que las cosas se están haciendo de la forma como corresponde, con la gestión y el nivel de maduración y de fortaleza que hoy tiene Fedepalma. A comienzos del 2020, previo a la pandemia, yo le anuncié a la Junta Directiva que creía que era el momento de comenzar a mirar una sucesión, porque pues este año yo iba a cumplir treinta y dos al frente de los destinos de la organización, y porque al final del 2021 cumpliré sesenta y cinco años, y pensaba que era importante hacer una transición para tener nuevos roles y enfrentar esta nueva etapa también en mi vida y en la vida de Fedepalma, de otra manera.

En eso hemos estado, y el pasado mes de abril, la Junta Directiva designó a Nicolás Pérez Marulanda como nuevo presidente ejecutivo, quien llegará a hacer su proceso de inducción y empalme a partir del 15 de junio. Estaremos en eso en los próximos meses, de tal manera que ya Fedepalma pueda contar con un nuevo presidente ejecutivo y yo comenzar a mirar también otros horizontes. Quiero también darme esa oportunidad porque le he dedicado un tercio de mi vida a esta organización. Me siento muy contento y satisfecho con los resultados obtenidos, pero también la vida tiene su dinámica y hay que enfrentar estas etapas como se debe, y creo que lo estamos haciendo de la mejor forma. 🌱

El ICA declaró la región de Urabá libre de Fusarium Raza 4 Tropical

En el marco de las actividades y el proceso oficial de vigilancia específica efectuado por un periodo de ocho años consecutivos, con cobertura del 80 al 90% del área sembrada en banano y plátano en la región de Urabá, el Instituto corroboró la ausencia del hongo *Fusarium R4T*; por esta razón, y cumpliendo la aplicación de los parámetros de la Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias (NIMF) No. 4, el Instituto declaró la región del Urabá como libre de la Marchitez por *Fusarium R4T*.

Lo anterior, mediante Resolución ICA 095026 de 2021, en la cual también se establecen las medidas fitosanitarias para el mantenimiento del área libre declarada.

Las actividades realizadas en la región de Urabá que permitieron su declaratoria como área libre de *Fusarium R4T*, fueron la vigilancia fitosanitaria y análisis de muestras vegetales en laboratorios del ICA, aplicación de medidas de bioseguridad en las fincas, implementación de puestos de control localizados en vías principales de la región, donde se realiza inspección del material vegetal y desinfección de vehículos, implementación de centros de lavado y desinfección de vehículos localizados en vías comunitarias entre fincas.

Así mismo, se realizaron talleres de capacitación a productores, trabajadores de fincas y comunidad en general, en reconocimiento de los síntomas asociados a la marchitez de las musáceas y sobre las medidas preventivas para evitar el ingreso de *Fusarium R4T* a las áreas productivas. Los conductores de camiones de carga también reciben información sobre la importancia de transportar material vegetal sano para evitar la propagación de este hongo. Todo lo anterior, conserva una trazabilidad documental para su verificación.

El área libre de *Fusarium R4T* declarada en la región de Urabá, comprende los municipios de Arboletes, Apartadó, Carepa, Chigorodó, Necoclí, San Pedro de Urabá, San Juan de Urabá y Turbo en el departamento de Antioquia, y los municipios de Acandí, Belén de Bajirá, Carmen del Darién, Riosucio y Unguía en el departamento de Chocó.

Esta declaratoria es el producto del trabajo en equipo entre el ICA, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Agrosavia, Augura, el sector productivo regional y otras entidades y autoridades locales tales como Policía Nacional, Ejército Nacional con quienes se han articulado las medidas fitosanitarias sobre *Fusarium R4T* en la región de Urabá.

El ICA y el Ministerio de Agricultura trabajan con el gremio productor con el fin de proteger el presente y futuro de más de 50 mil hectáreas de banano y plátano de exportación y asegurar cerca de 120.000 empleos directos e indirectos que genera en la región este importante renglón de la economía del país.

La producción de banano en esta región del país representa un área sembrada de 35.440 hectáreas, con exportaciones por 71,7 millones de cajas al año por valor de US \$585 millones.

El ICA continúa trabajando con el sector productor para mejorar la condición fitosanitaria de los productos agrícolas y facilitar su ingreso a los mercados del mundo.

El ICA trabaja en permanente actualización de su estatus fitosanitario en los principales sistemas agrícolas de Colombia, de esta manera, mantiene 8 áreas libres de plagas de alto impacto, que se suman a la presente área de Urabá como libre *Fusarium R4T*. Así mismo; y a 2022, declarará 5 nuevas áreas libres en sistemas agrícolas y forestales.

Tenga en cuenta...

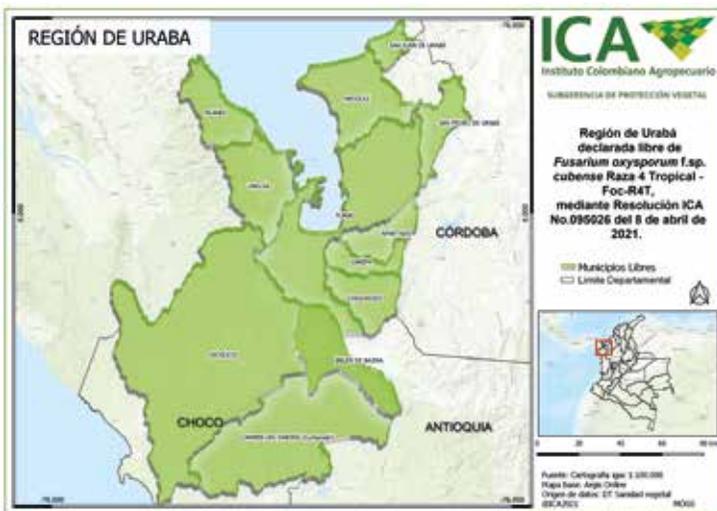


-El ICA acata estrictamente la Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias (NIMF) No. 4 la cual contiene los requisitos para el establecimiento de áreas libres de plagas.

-El banano y el plátano ocupan el tercer lugar de importancia en el sector agrícola del país, originando el 35.97% de las exportaciones y generando el 12% del empleo en el sector agropecuario.

-En julio de 2019, el ICA puso en marcha el Puesto de Mando Unificado (PMU) Regional Urabá, para articular la implementación de las estrategias de protección fitosanitaria en relación con *Fusarium oxysporum f.sp. cubense raza 4 tropical*.

-Este PMU cuenta con la participación de la Policía Nacional, DITRA, Migración Colombia, Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (AGROSAVIA), las Secretarías de Agricultura Municipal de la región, el SENA, CORPOURABÁ, representantes de los productores de plátano de mercado nacional, CENIBANANO, administración de aeropuertos Enrique Olaya Herrera de la ciudad de Medellín y Antonio Roldán del municipio de Carepa y Capitanía de puertos.



Para mayor información visite www.ica.gov.co



El campo
es de todos

Minagricultura





El trabajo de junio

Importantes avances mostró **el desempeño de la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos** de la SAC, en distintos frentes de acción.

Junio fue un mes en el que la Vicepresidencia de Asuntos Corporativos de la SAC, con el apoyo de todos los afiliados a la institución, avanzó de manera considerable en el desarrollo de acciones y revisión de asuntos importantes que tienen incidencia directa sobre los productores agropecuarios.

En primer lugar, se resaltan los avances y resultados de los convenios que actualmente viene administrando la SAC:

Convenios

- En lo que tiene que ver con el convenio suscrito entre la SAC y el Banco de Desarrollo de América Latina, CAF, cuyo propósito es promover el encuentro entre proyectos de agronegocios y sus fuentes de financiación, se inició el desarrollo del segundo objeti-

vo específico. Para ello, la SAC suscribió una alianza con la firma Innpactia, plataforma que facilita el acceso a fuentes de financiación de proyectos de impacto social, e inició un proceso de fortalecimiento de capacidades de sus afiliados en formulación y gestión de un plan de financiación de sus proyectos. Adicionalmente, a través de esta alianza, la SAC busca desarrollar mecanismos que permitan superar los cuellos de botella que sufren tanto los que buscan fuentes de financiación para sus proyectos agropecuarios, como los que sufren las entidades financiadoras que están buscando proyectos agropecuarios en los cuales invertir, y de esta manera, facilitar el encuentro entre las partes.

- Así mismo, en el marco de la alianza entre la SAC con Usaid y ACADI/Voca, que busca fomentar y reconocer el

rol de la mujer en el campo y en el desarrollo de actividades productivas sostenibles. Las mujeres han adelantado procesos reflexivos que demuestran un cambio de comportamiento e impacto en sus entornos, gracias a los resultados de las anteriores capacitaciones recibidas con el programa Decido Ser Poderosa. Por ello se puede avanzar con este grupo en acciones o puesta en marcha de objetivos específicos. A la fecha, de las ciento setenta y dos mujeres objetivo del programa, cien han participado en los talleres 1-2 de Decido Ser Poderosa, y se han retirado dos.

Vacunación contra el covid-19

Se destaca la gestión en el proceso de agilización del Plan Nacional de Vacunación contra el Sars-CoV-2, que se hará a través de la participación del sector privado. En lo corrido del mes, se llevaron a cabo más de seis sesiones de trabajo con la Andi y se enviaron comentarios para los proyectos normativos que reglamentan el esquema de colaboración que está en marcha con el gobierno. Respecto al primer lote de vacunas (1.1 millones de dosis), se tiene confirmación de la compra del biológico por parte de ciento siete empresas del sector agropecuario, para beneficio de más de 30.630 trabajadores. Para el segundo lote, hay confirmadas treinta y dos empresas que aplicarán vacunas a más de 6 mil trabajadores. En total, al 29 de junio, se tiene una relación de ciento cuarenta empresas del sector con más de 37 mil trabajadores beneficiarios.

Seguimiento legislativo

El 21 de junio del 2021, el trámite en el Congreso terminó con el siguiente balance:

Número de proyectos que pasan a sanción presidencial: **8** (Flexibilización laboral, Entornos alimentarios, Gas combustible, Delitos ambientales, Tejido empresarial, Trabajo en casa, Estatutaria

de justicia, Transición energética). Proyectos de interés para la SAC, archivados o retirados: **93**. Proyectos de interés para la SAC que continúan trámite: **67**.

Se revisaron y enviaron comentarios a importantes iniciativas, como el proyecto que busca fomentar y dar seguridad jurídica al Seguro Agropecuario y a la iniciativa que reglamenta el financiamiento a través de recursos de cartera sustitutiva para el sector. De manera particular, se realizaron tres sesiones con los afiliados, para revisar los impactos de la aprobación y eventual sanción presidencial del Proyecto de Ley, “*por medio del cual se sustituye el Título XI de los delitos contra los recursos naturales y el medio ambiente, de la Ley 599 del 2000, se modifica la Ley 906 del 2004 y se dictan otras disposiciones*”.

Adicionalmente, desde el punto de vista normativo, se revisaron y enviaron comentarios al proyecto de la resolución “*Por la cual se establecen los requisitos especiales para la importación, adquisición, y aplicación de las vacunas contra el Sars-CoV-2 por personas jurídicas de derecho privado o personas jurídicas con participación pública que se rijan por el derecho privado y para la recepción de donación de estas vacunas*”, y al proyecto de decreto “*Por el cual se reglamentan las alianzas estratégicas prioritarias con personas jurídicas de derecho privado de las que trata el Artículo 2 de la Ley 2064 del 2020 y se dictan otras disposiciones*”.

Financiamiento y otros servicios

Se avanzó en la definición de agendas uno a uno, entre afiliados de la SAC y la Asobancaria, para el desarrollo de capacitaciones de educación financiera, a través del programa Finca, el cual busca mejorar el acceso al sistema de crédito formal por parte de los productores, atendiendo las necesidades particulares de cada sector. Se llevaron a cabo sesiones de trabajo con Casa Toro, Fedepalma y Fedearroz. De manera complementa-

ria, se abrió un espacio en la *web* de la SAC, llamado ¡Hay Futuro para el Campo!, en el que todos los afiliados y productores agropecuarios pueden tener acceso centralizado a la oferta de productos y servicios para el sector. Inicialmente, se tiene acceso al aula virtual del Banco Agrario y al portafolio de servicios de Agrosavia. El *link* de acceso es <https://sac.org.co/hay-futuro-para-el-campo/>

Ambientales

En desarrollo de la Agenda Ambiental, se llevó a cabo una reunión con el equipo de trabajo del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, para hacer seguimiento a las actividades que

se han ejecutado en marco del Acuerdo Sectorial suscrito. Así mismo, se sostuvo una reunión con el equipo de trabajo de la Dirección de Asuntos Ambientales Sectorial y Urbana, Daasu, relacionada con el formato para el registro de iniciativas de economía circular y el reto Innpulsa; se revisó el acta de protocolización de la Mesa Nacional para el Aprovechamiento de Biomasa Residual, y se participó en el evento que se transmitió por YouTube el 24 de junio.

Representación institucional

El equipo de la Vicepresidencia apoyó al presidente de la SAC, en los consejos y juntas directivas del ICA, Finagro y el Sena. ✨

La nueva vicepresidenta de Asuntos Corporativos

La abogada de la Universidad del Rosario, Paola Tamayo Asaf, ha sido nombrada vicepresidenta de Asuntos Corporativos de la SAC. Reemplaza a Catalina Sandoval Tristancho, ahora miembro asociado de la Línea de Impuestos de Ernst and Young, para quien van nuestros reconocimientos y gratitud por su dedicación y compromiso durante todo el tiempo que estuvo con nosotros.



Tamayo Asaf, con una especialización en Derecho de los Negocios y una maestría en Economía de las Políticas Públicas, de la misma universidad, viene de trabajar en el despacho del Viceministerio de Energía, en el Ministerio de Minas y Energía, donde acompañó al ministro y al viceministro en asuntos de interés nacional. Además, tiene sólida experiencia en materia legislativa, pues contribuyó, desde la Unidad de Trabajo Legislativo del senador Alejandro Corrales (2018-2020) y del representante Telésforo Pedraza (2010-2014), en

asuntos de relacionamiento institucional, seguimiento normativo, elaboración y discusión de propuestas de política pública y elaboración de conceptos jurídicos de diferentes proyectos de ley.

De igual manera, Paola Tamayo, estuvo en la Federación Colombiana de Aseguradores, Fasecolda, donde integró el equipo de la Vicepresidencia Jurídica, atendiendo múltiples asuntos jurídicos, de política pública y relacionamiento institucional

¡Bienvenida!



TENEMOS POLÍTICA NACIONAL DE **Emprendimiento**

Este esfuerzo, que **dispondrá de un presupuesto de \$212.961 millones**, deberá estar ejecutado en el 2025. Aquí, las recomendaciones para el Ministerio de Agricultura.

Colombia ya cuenta con una Política Nacional de Emprendimiento, cuyo objetivo es “*generar condiciones habilitantes en el ecosistema emprendedor para la creación, sostenibilidad y crecimiento de emprendimientos que contribuyan a la generación de ingresos, riqueza y aumentos en la productividad e internacionalización empresarial*”. Su formulación se hizo por medio de Documento Conpes 4011, expedido en noviembre 30 del 2020.

La Política Nacional de Emprendimiento, que dispondrá de un presupuesto de \$212.961 millones, deberá estar ejecutada en el 2025, y en su implementación participarán instituciones como los departamentos Administrativo de la Presidencia de la República, para la Prosperidad Social y Planeación Nacional, y los ministerios de Comercio, Agricultura, Trabajo, Tecnologías de la Información y Educación, entre otras.

Son cinco los objetivos de dicha política, a saber:

- 1) Fortalecer el desarrollo de habilidades y fomentar una cultura emprendedora** para mejorar las competencias de los emprendedores, las capacidades productivas y de crecimiento de sus negocios.
- 2) Mejorar el acceso y la sofisticación de mecanismos de financiamiento** para apoyar a los emprendimientos en sus diferentes etapas de crecimiento e incentivar la consolidación de un ecosistema de inversión y financiación, con énfasis en el emprendimiento.
- 3) Fortalecer las redes y las estrategias de comercialización** para facilitar el intercambio de experiencias, acceso a mercados y sinergias en el ecosistema emprendedor.

4) Facilitar el desarrollo tecnológico y la innovación en los emprendimientos, para fortalecer su potencial de crecimiento y competitividad en los mercados actuales.

5) Fortalecer la arquitectura institucional para lograr una oferta pública articulada, eficiente, oportuna y basada en evidencia, que brinde condiciones habilitantes al ecosistema emprendedor.

En el Conpes 4011, se identifican las grandes talanqueras que encuentran los emprendimientos, las cuales hay que remover para que estos “*puedan contribuir verdaderamente al desarrollo económico y social del país, a través de la innovación, las mejoras en productividad, la internacionalización y la generación de ingresos y riqueza*”. Entre dichos obstáculos, para cuya remoción se establecen las correspondientes líneas de acción, se mencionan:

Insuficientes habilidades, competencias y cultura para el emprendimiento. Debilidad en habilidades blandas y cultura de emprendimiento. Carencia de habilidades duras para el emprendimiento. Inadecuado acceso e incipiente desarro-

llo de mecanismos de financiamiento. Pocas alternativas de financiamiento para la etapa de descubrimiento. Insuficiente financiamiento en etapas de crecimiento inicial. Incipiente sofisticación de los mecanismos de financiamiento en etapa de crecimiento acelerado. Dificultad en la comercialización y acceso a mercados. Limitado desarrollo tecnológico e innovación en el emprendimiento. Incipiente innovación en los emprendimientos. Débil institucionalidad de apoyo al emprendimiento. Desarticulado apoyo institucional para el emprendimiento.

El diagnóstico

Reproducimos a continuación apartes correspondientes a algunos hallazgos que hacen parte del capítulo del diagnóstico de los emprendimientos en Colombia:

- Rezago importante en la utilización de tecnologías de la información por parte de los emprendedores, micronegocios y microempresas, lo que se incrementa en las unidades productivas del sector rural. La Encuesta de Micronegocios muestra que 89.7% de los micronegocios encuestados no utilizan dispositivos electrónicos, cifra que asciende a 98.5% en centros poblados y rural disperso. El acceso al celular presenta mejores resultados, con 61,5% a nivel nacional, 67.7% en las cabeceras municipales y 46.5% en los centros poblados y la zona rural dispersa. En cuanto al acceso a internet, la encuesta muestra que 76.1% de los micronegocios en el nivel nacional no utilizan este servicio, mientras que en las cabeceras municipales corresponde a 69.1% y en los centros poblados y rural disperso a 92.7%.
- Los emprendimientos del país adolecen de bajos niveles de adopción tecnológica e innovación. Estudios muestran que más de 80% de las empresas del país usan tecnologías o procesos que están disponibles hace más de cinco años en el mercado, lo

“
El **inadecuado acceso al financiamiento** es uno de los obstáculos que enfrentan los emprendimientos.”

cual evidencia una baja renovación tecnológica. Además, casi 80% de los emprendedores afirmaron que sus empresas ofrecían productos similares a los de la competencia. Aunado a lo anterior, la carencia de capital humano altamente calificado limita los procesos de emprendimiento innovador.

- La institucionalidad de apoyo al emprendimiento en el país carece de condiciones suficientes para consolidar un ecosistema promotor del crecimiento y aumentar la internacionalización y la innovación. Las causas principales de esta situación son: a) Las fallas de coordinación entre las

entidades del gobierno nacional para articular la oferta institucional para el emprendimiento; b) las deficiencias en la focalización, perfilamiento y atención oportuna del emprendimiento; c) la falta de información para el diseño y evaluación de políticas públicas, y d) los costos y demoras en los procesos de cierre e insolvencia empresarial que limitan la experimentación rápida y a bajo costo.

- En Colombia, no se promueve suficientemente una cultura de emprendimiento, en particular la relacionada con incentivar el crecimiento, la sostenibilidad, la innovación y la internacionalización. Además, aunque los emprendedores se consideran ambiciosos, 28% de los colombianos afirmaron tener temor al fracaso a pesar de considerar que hay oportunidades y un ambiente favorable para el emprendimiento, lo que revela una reducida tolerancia al riesgo.
- El inadecuado acceso al financiamiento es uno de los obstáculos que enfrentan los emprendimientos para crecer e innovar. En Colombia, los emprendedores encuentran dificultades en el acceso a fuentes de financiamiento, tanto en la fase de arranque como en las fases de estabilización y crecimiento.



Aunque los emprendedores se consideran ambiciosos, 28% de los colombianos afirmaron tener temor al fracaso.



RECOMENDACIONES PARA EL MINAGRICULTURA

- Desarrollar e implementar una estrategia para fomentar la mentalidad y cultura emprendedoras, que incentive aspectos como la proactividad, el aprendizaje en la experimentación, la identificación de soluciones y oportunidades.
- Formular e implementar una estrategia de fortalecimiento a emprendimientos de subsistencia e inclusión.
- Diseñar e implementar un esquema de oferta de servicios modulares para empresarios y emprendedores que requieran fortalecimiento en capacidades contables, gerenciales, financieras, negociación, mercadeo y gestión del financiamiento.
- Diseñar y desarrollar estrategias para la implementación de un enfoque de competencia de habilidades en los programas de emprendimiento que promuevan la distribución de habilidades y responsabilidades en equipos multidisciplinarios.
- Diseñar e implementar estrategias de formación de nuevos gestores de inversión ángel y fondos de capital emprendedor, para fomentar este tipo de instrumentos de financiación para el emprendimiento.
- Diseñar e implementar mecanismos para la organización de redes microempresariales que propicien alianzas de cooperación, economías de escala, encadenamientos productivos, contacto con empresas ancla, suma de capacidades productivas, mecanismos alternativos de financiamiento propios y la participación asociativa en compras públicas.
- Robustecer una estrategia de internacionalización de los emprendimientos, orientados a los mercados externos, que podrán incluir procesos de incubación y aceleración en los principales ecosistemas de emprendimiento del mundo.
- Diseñar e implementar una estrategia para el fortalecimiento de incubadoras y aceleradoras en el país, que permita aumentar la oferta de apoyo a los emprendimientos, especialmente a los de base tecnológica.
- Elaborar y proponer cambios en el marco regulatorio, que propicien el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad.
- Establecer planes para la simplificación y virtualización de los trámites de cierre y liquidación de empresas y su incorporación a la Ventanilla Única Empresarial (VUE).
- Si bien la industria microfinanciera es un vehículo para romper obstáculos de financiamiento, especialmente en las zonas rurales, las restricciones en monto por desembolso (25 s.m.l.v.) y plazo (habitualmente a corto plazo), hacen difícil la financiación de activos productivos. Una estrategia para solucionar esto han sido alternativas para pequeños emprendedores rurales, como El Campo Emprende y Apoyo a Alianzas Productivas; sin embargo, esta oferta pública es insuficiente para cubrir la demanda de recursos por parte de los pequeños empresarios y productores rurales.
- Diferentes programas de capital semilla se ofrecen actualmente en el país, a través del Departamento de Prosperidad Social, los ministerios de Agricultura y Comercio, el Sena e Innpulsa, entre otros. Sin embargo, existen cuellos de botella en el otorgamiento de dicho capital en cuanto a los tiempos y la eficiencia de los procesos de selección de beneficiarios, evaluación de planes de negocio, formalización de contratos y de entrega oportuna y condonación de los recursos.
- Entre las alternativas de financiamiento más apropiadas en la etapa de crecimiento acelerado de emprendimientos innovadores se encuentran los fondos de capital emprendedor (*venture capital*) y los fondos de capital privado (*private equity*). Sin embargo, el país presenta un incipiente desarrollo y una baja utilización de estos dos medios.

- Los emprendedores en Colombia carecen de capital social suficiente para que sus iniciativas sean exitosas. El capital social, cuando es bajo, reduce el intercambio de experiencias, el acceso a nuevos mercados y la conexión en el ecosistema emprendedor.

Qué hacer

Entre las acciones que específicamente plantea la Política Nacional de Emprendimiento, aparecen:

- En promoción del acceso y la sofisticación de mecanismos de financiamiento para el emprendimiento, se definen dos líneas de acción de apoyo a los emprendimientos en sus diferentes etapas de crecimiento para incentivar la consolidación de un ecosistema de inversión y financiación con énfasis en el emprendimiento. La primera consiste en mejorar el acceso y generar alternativas de financiamiento en etapas tempranas del emprendimiento. La segunda, trata de sofisticar y aumentar las alternativas de financiamiento en etapas de crecimiento inicial de los emprendimientos (...).

El Ministerio de Agricultura revisará los instrumentos de financiamiento en el sector, dirigidos a emprendimientos asociativos o individuales en etapa temprana, con el fin de elaborar una propuesta técnica para el ajuste o desarrollo de nuevos mecanismos de financiamiento alternativo para esta población.

- Impulsar la conformación de redes de apoyo entre los emprendedores y fortalecer las sinergias entre las redes del ecosistema de emprendimiento. El DPS, con el apoyo de los ministerios de Comercio y Agricultura, acompañará el proceso de articulación para las agendas de encuentros, intercambio de experiencias y redes de emprendimiento entre unidades productivas y de ellos con diferentes actores.
- Promover un esquema de atención integral y articulado para el desarrollo de emprendimientos. Organizar la institucionalidad con roles y competencias claras, con miras a apoyar el emprendimiento es apremiante para consolidar un entorno habilitante para este (...) El Ministerio de Agricultura elaborará un análisis de la oferta programática en emprendimiento rural de las entidades adscritas y vinculadas al sector de agricultura y desarrollo

El Ministerio de Agricultura **revisará los instrumentos de financiamiento en el sector**, dirigidos a emprendimientos asociativos o individuales en etapa temprana.

rural, con el fin de implementar una propuesta de intervención articulada e implementar una estrategia de despliegue territorial para dar a conocer la oferta institucional en emprendimiento rural. Esta acción iniciará en el 2021 y finalizará en el 2022.

- Implementar instrumentos de caracterización que permitan identificar el perfil emprendedor y el potencial productivo y comercial de las iniciativas productivas (...) La Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, elaborará una definición de emprendimiento y empresa de mujeres, y desarrollará mecanismos de recolección y análisis de información para su medición e impacto. Esta acción iniciará en 2021 y finalizará en 2023. 🌱

- REVISORÍA FISCAL
- AUDITORÍA DE ESTADOS FINANCIEROS BAJO NIIF IFRS
- AUDITORÍA INTERNA
- AUDITORÍA EXTERNA
- AUDITORÍA FORENSE
- AUDITORÍA DE ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS
- AUDITORÍA Y ASESORÍA TRIBUTARIA Y CAMBIARIA
- OUTSOURCING CONTABLE, FINANCIERO Y DE NÓMINA

Carrera 17 # 150 -52
Oficina 202
Bogotá-Colombia

PBX
(57-1) 755 17 06

mycauditores.com.co



M&C
Auditores y Consultores

PODEMOS VENDERLE

leche y derivados a Japón

A mediados del pasado mes, la industria láctea nacional recibió la magnífica noticia de que Japón había aprobado la admisibilidad para la leche y derivados lácteos colombianos. El logro se alcanzó luego de un intenso trabajo

mancomunado entre el Ministerio de Agricultura, el Instituto Colombiano Agropecuario, ICA, el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Inviva, y Asoleche, en el marco de la llamada “*diplomacia sanitaria*”.

Una nueva oportunidad **se le abre al sector agropecuario colombiano** en ese exigente y competido mercado.

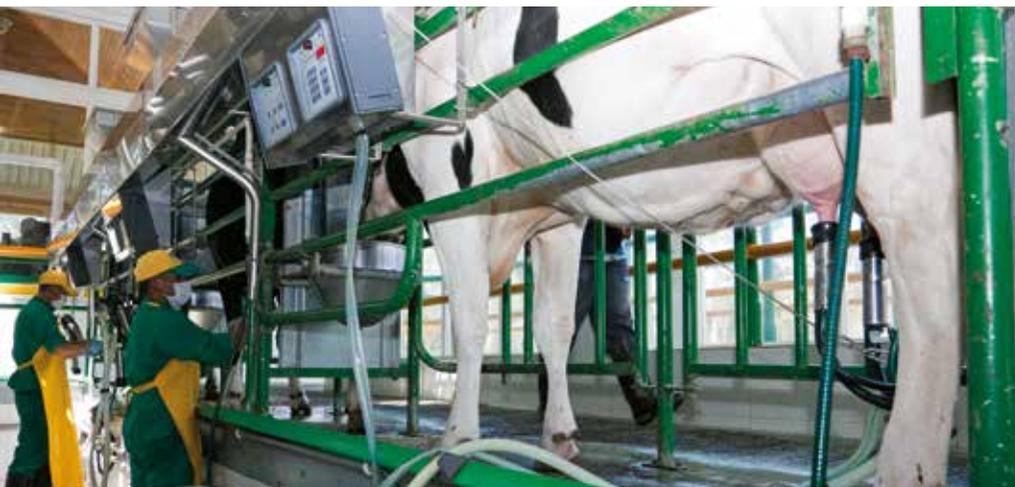
Juan Sebastián Bargans, presidente ejecutivo de Asoleche, dijo que de acuerdo con la información disponible y con base en las partidas liberalizadas en el Acuerdo de Asociación con el país asiático, se han abierto cupos de 10 toneladas para el ingreso de dichos productos al mencionado mercado.

Según los ministerios de Sanidad, Trabajo y Bienestar y Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón, “*los productos lácteos colombianos deberán haber sido elaborados con leche cruda obtenida de animales clínicamente sanos. La leche cruda utilizada en la elaboración de los derivados, procederá de rebaños que no estaban infectados ni supuestamente infectados con el virus de la fiebre aftosa, al momento de la recolección de la misma. Los productos deberán haber sido procesados en condiciones sanitarias, según las leyes y regulaciones de Colombia, que al menos son equivalentes a las leyes y regulaciones de Japón*”.

¿Pero, exactamente, qué podemos exportar al mercado japonés? El presidente ejecutivo de Asoleche responde que de acuerdo con las partidas arancelarias liberalizadas (040310211, 04031021, 040620100 y 040620200), existen oportunidades para yogur congelado, con adición de azúcar u otro edulcorante, en envases inmediatos, con un contenido no superior a 10 kilogramos; yogur congelado, en envases inmediatos, con un contenido no superior a 10 kilogramos; queso rallado o



 Juan Sebastián Bargans



La producción de leche y derivados lácteos colombianos se hace con base en criterios iguales a los de Japón.

granulado procesado, y queso rallado o granulado no procesado.

“Pero creemos que los yogures congelados y los quesos rallados o granulados son los productos que más pueden llamarles la atención a los consumidores japoneses”, manifestó el dirigente gremial.

Al preguntársele por las principales dificultades que seguramente van a tener que enfrentar las empresas colombianas para llegar y quedarse en el mercado japonés, Juan Sebastián Bargans respondió que es posible concluir que, en este momento, los

niveles de liberalización del Acuerdo de Asociación, no sitúan a la industria láctea colombiana en una posición que le permita competir en igualdad de condiciones ante la apertura de los mercados. En efecto –explicó–, de noventa y tres partidas –relevantes para el sector lácteo–, negociadas en el marco de dicho acuerdo, únicamente las referenciadas han sido liberalizadas en favor de la industria láctea colombiana.

“En ese orden de ideas, creemos que las principales dificultades que tendrán las empresas colombianas para llegar y permanecer en el mercado japonés,

es la insuficiente liberalización de mercados que permita a nuestros empresarios penetrar el mercado japonés y lograr su posicionamiento en el mismo”, dijo.

Al referirse a este importante logro, el director general del Invima, Julio César Aldana Bula, manifestó que *“según lo indicado por las autoridades sanitarias de Japón, la producción de leche y derivados lácteos colombianos se realiza con base en criterios iguales o mejores que los de ese país, ratificando la calidad del sistema de inspección de Colombia, en cabeza del Invima, lo que garantiza la inocuidad de los productos exportados”*. Y agregó que se deberán adelantar los procesos de inspección y posterior emisión de los certificados sanitarios para la exportación de dichos productos, empleando los modelos acordados entre las autoridades de dos países.

Por su parte, Deyanira Barrero León, gerente general del ICA, afirmó que *“seguimos avanzando con la admisibilidad de productos colombianos que favorecen el crecimiento económico del país. Agradecemos el compromiso de todos los actores del sector agropecuario y el apoyo de la Cancillería y Embajada de Colombia en Japón. El ICA no para y continuaremos trabajando juntos por el campo”*. 🌾

Yogures congelados y los quesos rallados o granulados pueden llamarles la atención a japoneses.



Caracterización

DEL CAMPESINO COLOMBIANO

Encuesta del Dane **descubre cosas interesantes de esta población**, las cuales constituyen insumos para la construcción de políticas públicas.

Para conmemorar el Día del Campesino (4 de junio) es bueno detenernos en algunos de los interesantes hallazgos de la última Encuesta de Cultura Política, en cuanto se refiere al aparte correspondiente a la primera *Caracterización de la población campesina de Colombia*.

El trabajo, realizado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Dane, se aplicó en el 2019 “entre 43.156 personas de dieciocho años y más con ciudadanía colombiana (que expandidas corresponden a 34 millones de personas), en 19.795 hogares de todo el territorio nacional”. Sus resultados fueron dados a conocer en marzo del año pasado, cuando el país entraba a la pandemia del covid-19.

¿El objetivo de la caracterización de la población campesina? “Generar información estadística estratégica que permita caracterizar aspectos de la cultura política colombiana, acumulación de capital social, participación en

escenarios comunitarios y confianza, basados en las percepciones y prácticas de los ciudadanos sobre su entorno político y social, como insumo para diseñar políticas públicas dirigidas a fortalecer la democracia y la convivencia pacífica colombiana”.

Entre las principales variables contempladas en el citado ejercicio se mencionan: pertenencia de la población campesina a grupos u organizaciones; conocimiento de mecanismos de participación ciudadana; aspectos y características que asocian las personas con la democracia; percepciones y valoraciones que tiene la población sobre el sistema democrático, atención al ciudadano, corrupción y capital social.

HALLAZGOS



43.6%

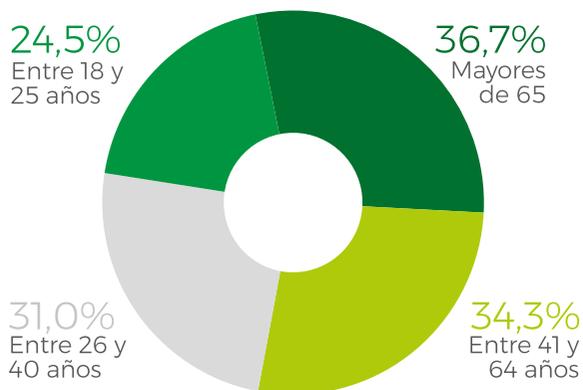
de los varones encuestados se consideran campesinos, y **55.8%**, no.

33.8%

de las mujeres encuestadas se consideran campesinas, y **29.9%**, no.



DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR EDAD



57% De las **mujeres** que se autorreconocen como campesinas invierten la mayor parte de su tiempo en los oficios del hogar.

80% De los **hombres** que se autorreconocen como campesinos dedican la mayor parte de su tiempo al trabajo.

77% De los encuestados manifestó haber votado en la elecciones presidenciales del 2018 (**77.9%** hombres, y **77.7%** mujeres).



Educación media
El máximo nivel educativo alcanzado por las **personas entre los 18 y 40 años** de edad es la educación media.



Posición ideológica
Izquierda (**9.7%**), centro (**34.7%**), derecha (**33.3%**), no sabe/no informa (**22.4%**).

Educación básica primaria
La mayoría de **los adultos entre 41 y 56 años** de edad solo terminaron educación básica primaria.

Importancia que le dan los campesinos a vivir en un país democrático: nada importante (**4.0%**), indiferente (**14.7%**), muy importante (**77.5%**).

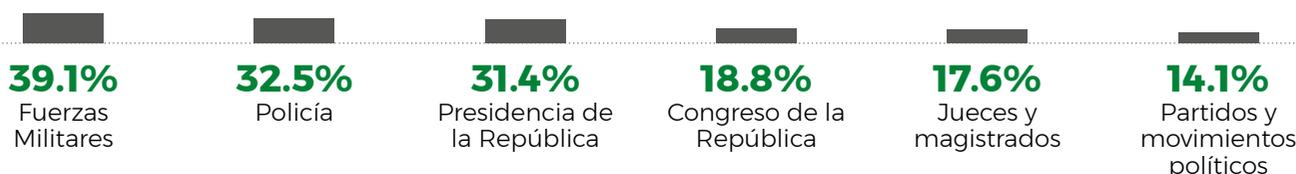


Grupos o asociaciones
21.2% de la población que dijo ser campesina aseguró pertenecer a una organización o grupo. La junta de acción comunal es la organización más común (**8.4%**).



La democracia
35.2% Colombia es un país democrático.
51.9% Medianamente democrático.
12.9% No democrático.

LA CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES



RSE

UNA FORMA DE VALORIZAR LAS EMPRESAS

Cada vez más inversionistas y accionistas, creen que **sus dineros están más seguros en compañías comprometidas** con la sociedad y el medio ambiente. Entrevista.



 Sergio Rengifo Caicedo.

Sergio Rengifo Caicedo, director ejecutivo del Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible, Cecodes, dice que son muchas las iniciativas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), que empresas y organizaciones gremiales de los sectores agropecuario y agroindustrial vienen adelantando en el país. Para este experto, el campo ofrece la gran ventaja de que se presta para trabajar en el modelo de negocios inclusivos.

Revista Nacional de Agricultura: *¿Cuál es la definición de RSE con la que Usted se siente más identificado?*

Sergio Rengifo Caicedo: La que más me gusta es la de la ISO 26000: La responsabilidad que tienen las organizaciones, frente a los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente. Responsabilidad que debe ir acompañada de un comportamiento ético y económico para contribuir al desarrollo sostenible y al bienestar de la sociedad.

Finalmente, lo que hay que tener en cuenta cuando se habla de RSE son los tres pilares estratégicos que se deben trabajar y que cada uno de ellos vaya interconectado con los demás. La clave está en buscar el balance ecológico, el progreso social y el crecimiento económico.

R.N.A.: *¿En qué momento en el mundo se comienza a ver la necesidad de que las empresas sean socialmente responsables?*

S.R.C.: La RSE viene de tiempo atrás, por allá de 1972, a partir de inquietudes de tipo ambiental que llegaron al Club de Roma y a las Naciones Unidas, y cobra fuerza a través de la Agenda 21, acuerdo para promover el desarrollo sostenible, que fue aprobado en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, que tuvo lugar en 1992 en Río de Janeiro. Fue en Europa donde las empresas

comenzaron a abordar el concepto de RSE, que después llega a los países en desarrollo, donde se aplica de acuerdo con sus realidades específicas. En la última década, este asunto ha venido avanzando de manera más rápida, gracias al interés que ha despertado entre grupos que deciden, como lo son los accionistas y los inversionistas, que ahora tienen en su foco la responsabilidad corporativa y la sostenibilidad.

A medida que el tiempo pasa y los desafíos globales impactan cada vez más a los negocios, los países y los individuos, la RSE ha tomado fuerza. La crisis climática, la creciente desigualdad y la pérdida de la biodiversidad son asuntos que antes se veían como lejanos, pero que se han convertido en una preocupación generalizada. Esto origina más movimientos sociales y ambientales a los cuales las empresas tienen que adelantarse para ser sostenibles a largo plazo. Y esto es lo que buscamos en Cecodes. Queremos invitar a las empresas a ser líderes, a transformar los sistemas, a ser exitosas y a inspirar a otras organizaciones por medio de su compromiso.

R.N.A.: *¿Cuáles son los principales principios que rigen la RSE?*

S.R.C.: Los principios son bastantes, pero la ISO 26000 me gusta mucho porque puso a las empresas a ser transparentes y a rendirles cuentas a sus diferentes grupos de interés. Para mí, la base de todos los asuntos de la RSE y la sostenibilidad son el gobierno corporativo y el comportamiento ético. Conocer y entender a los diferentes grupos de interés y mantener un diálogo constante es lo que permitirá cumplir con los principios de la sostenibilidad bajo los pilares sociales, ambientales y económicos.

Pero también están los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los Principios Rectores de los Derechos Humanos, las guías para empresas multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE, los



La RSE es una estrategia de negocio que les permite a las empresas ser competitivas. Sergio Rengifo.

Principios de la Cámara de Comercio Internacional, los códigos de ética, y los principios de reporte de la Iniciativa de Informe Global, GRI (por sus siglas en inglés), entre otros. Estos principios han llevado a la homogeneización de los estándares en asuntos de sostenibilidad, y con ellos, todos los actores pueden trabajar por un objetivo común.

R.N.A.: *¿Cómo terminaron involucradas las empresas en la RSE?*

S.R.C.: Porque los desafíos y las urgencias del mundo han cambiado. Antes, cuando uno hablaba del cambio climático, lo miraban como si fuera un

extraterrestre; hoy, todos se refieren al fenómeno y les piden acciones a los gobiernos y al sector privado. Por otro lado, porque hay un empresariado cada vez más consciente de la importancia de las buenas prácticas, que está inspirando a otros empresarios a que entren al mundo de la RSE. Es un hecho, que cuando el presidente o el gerente de una compañía le habla a otro sobre las bondades de este concepto, son altas las posibilidades de que este último se decida a adoptarlo. La RSE es una estrategia de negocio que les permite a las empresas ser competitivas, y el tiempo ha demostrado que el beneficio es real en todas las áreas, en reputación e imagen, así como en la búsqueda de inversionistas y nuevos negocios.

R.N.A.: *¿Por qué se dice que la RSE es una forma de hacer negocios?*

S.R.C.: Yo diría que es la única forma de hacer negocios, especialmente, en situaciones como las que ha planteado la pandemia del covid-19. Hacer buenos negocios, sorteando los riesgos sociales y ambientales, a través de un buen gobierno corporativo, hace que las empresas puedan adelantarse a los riesgos y actuar frente a los desafíos, sin necesidad de introducir cambios improvisados. En la actualidad, hay muchas empresas, grandes y pequeñas que es-

“
Rengifo Caicedo:
**Queremos invitar
a las empresas
a ser líderes,** a
transformar los
sistemas, a ser
exitosas.

”

tán siendo contratadas y buscadas por el mercado nacional e internacional por la competitividad que ha generado su trabajo en sostenibilidad y por la diferenciación que lo anterior les permite tener en el mercado.

R.N.A.: *La RSE no es un asunto que solo involucra a las grandes empresas...*

S.R.C.: Ese es un gran paradigma que tenemos que resolver. Si yo concibo un negocio, cualquiera que sea, este debe tener viabilidad financiera, y para ello tengo que pensar en toda la cadena de valor que hace parte de mi empresa. Si es una compañía de alimentos, debo conocer al agricultor que trabaja la tierra y sus prácticas empresariales, para asegurar que ese alimento que estoy ofreciendo es sostenible desde su plantación. Así mismo, debo conocer a mis distribuidores para saber cómo es su trabajo. Los consumidores y la sociedad harán veeduría de estos procesos, y los gobiernos los regularán.

Lo anterior es un ejemplo de cómo todos en el mundo tenemos un papel importante en la consecución de la sostenibilidad. Es un asunto de todos: cualquier error que se cometa en términos de responsabilidad social, afectará a toda la cadena y por ende a la sociedad y a nuestro planeta.



Con la RSE, las empresas ganan reputación, beneficios económicos, diferencial competitivo y visibilidad.



R.N.A.: *Son evidentes los beneficios de la RSE para la sociedad y el país, ¿pero en concreto qué ganan las empresas con la aplicación de este concepto?*

S.R.C.: Las empresas ganan reputación, beneficios económicos, diferencial competitivo, visibilidad ante inversionistas responsables, atracción y retención del talento y reconocimiento nacional e internacional por su compromiso.

R.N.A.: *¿Entonces, las empresas se valorizan, se vuelven atractivas para los inversionistas cuando se comprometen con la RSE?*

S.R.C.: Sí. En los últimos años, los inversionistas han estado más activos en la conversación de la sostenibilidad porque se han dado cuenta de que sus dineros estarán más seguros en empresas comprometidas a futuro con la base de los negocios y su pilar principal: la sociedad y el medio ambiente. En Cecodes, trabajamos con el PRI, organización mundial que reúne a los inversionistas comprometidos con los principios de inversión responsable, y son ellos quienes están “mandando la parada” para que el sistema financiero se transforme y tenga un propósito enfocado en la responsabilidad social. Seguimos uniendo fuerzas a través de estas alianzas que nos permiten dar cuenta de los beneficios de trabajar en estos temas.

R.N.A.: *Y hablando del sector agropecuario, ¿en América Latina, en qué países se ven los mayores avances en RSE?*

S.R.C.: En esta parte del mundo, los países más avanzados en sostenibilidad y RSE son Colombia, Brasil y México. Ecuador y Argentina también muestran avances importantes. En Colombia, hemos sido ejemplo en la región, prueba de lo cual es el liderazgo que ha venido ejerciendo Cecodes desde el 2007, cuando trajimos el concepto de “negocios inclusivos” al país, involucramos en él a distintos sectores e hicimos alianzas con otras regiones para promoverlo, puesto que nos permite ponerle fin a la pobreza y cumplir con muchos ODS adicionales desde el agro.

R.N.A.: *¿En Colombia, desde cuándo hay esfuerzos en RSE por parte de los sectores agropecuario y agroindustrial?*

S.R.C.: En Colombia, se viene trabajando desde hace muchos años en RSE en el agro. Podemos ver muchos ejemplos de sectores agrícolas y organizaciones gremiales muy importantes como la SAC, Fedepalma, Asocolflores, Fedepalma y Fedearroz, que vienen trabajando en proyectos e iniciativas muy bien estructuradas dentro del

marco conceptual de la sostenibilidad. Están, por ejemplo, el Sello Flor Verde, de Asocolflores, para certificar a aquellos cultivadores que han cumplido determinados objetivos que parten de estándares internacionales, y las Mesas Redondas de RSE, de Fedepalma.

Son muchas iniciativas que las empresas vienen abordando, y la gran ventaja del agro es que se presta para trabajar el concepto de negocios inclusivos, el cual pone a producir a los pequeños agricultores cosas que se les van a comprar. Con esta y más iniciativas, seguimos siendo líderes y modelo en la región.

R.N.A.: *¿Qué es lo más difícil que encuentran las agroempresas para entrar a la RSE, si sabemos que estas se diferencian mucho de las de los demás sectores productivos?*

S.R.C.: Lo más difícil para cualquier empresa es comenzar, es el análisis o diagnóstico de cómo se involucra con el medio ambiente y la sociedad. Hacer este proceso es el primer paso para conocer que cualquier sector tiene la posibilidad de ser exitoso a través del concepto de sostenibilidad. Así mismo, cada empresa tiene sus propios retos, según el contexto en el cual está su negocio. La invitación que le hacemos a cualquier agroempresa es a conocer casos de buenas prácticas, conversar con pares sobre el tema, y comenzar a dar los primeros pasos, asegurándose de que en un futuro este será su diferencial y podrá ser parte de una conversación mundial que ya viene tomando cabida en todos los sectores.

R.N.A.: *¿Hay muchos fracasos en las agroempresas, cuando de implementar la RSE se trata?*

S.R.C.: Más que hablar de fracasos, hay que hablar de oportunidades. Cuando hablamos de agroempresas, pues las hay grandes y pequeñas, y dependiendo de los territorios, las realidades y los obstáculos, las oportu-

nidades son distintas. Lo importante es darles a conocer a estas empresas que el marco de sostenibilidad es una hoja de ruta estratégica para manejar y trabajar negocios. Necesitamos transferirles conocimiento científico y práctico a las empresas del sector agropecuario, para que ellas mismas, a través de la experiencia, entiendan que este es un *plus* y un diferencial respecto al mercado. Para Cecodes, esta es la forma como se deben hacer negocios: aprender de los obstáculos permite tomar fuerzas para marcar la diferencia.

R.N.A.: *¿Por qué algunos dicen que el concepto de RSE está siendo malinterpretado en Colombia y que realmente no existen compañías socialmente responsables en el país?*

S.R.C.: La sostenibilidad ha sido confundida por muchos años con la filantropía, con la entrega donaciones, con la plantación de árboles y con la ayuda a distintas causas sociales y ambientales. En Colombia, un país marcado por el conflicto, hemos traducido la RSE como una ayuda a la sociedad y al medio ambiente. Es hora de seguir los pasos de las grandes empresas que ya han recorrido este camino y encontrado los puntos clave en los que la RSE se convierte en parte esencial de la estrategia de negocio.

R.N.A.: *¿Cuál ha sido el impacto de la pandemia del covid-19 en los esfuerzos de RSE de las agroempresas nacionales?*

S.R.C.: La pandemia ha causado impactos en todos los sectores y en todos los aspectos de la vida de los seres humanos. Uno de ellos es la conciencia de que no podemos seguir manejando nuestra economía y nuestros negocios como lo veníamos haciendo en años pasados. Tenemos que cambiar y transformar de raíz los sistemas que hemos establecido a lo largo del tiempo. Por esta razón, se puede ver cómo la pandemia pudo impulsar los



¿QUÉ ES CECODES?

El Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible, Cecodes, es una asociación de empresas, un centro de pensamiento, que tiene el propósito de facilitar y orientar al sector empresarial en la implementación de prácticas que permitan el equilibrio entre los objetivos económicos, sociales y ambientales. Es una organización mundial llamada el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), que reúne a más de las doscientas empresas más grandes del mundo, y en la que se crean herramientas de empresas para las empresas, las cuales desde Cecodes se adaptan para el contexto colombiano y la sostenibilidad empresarial de nuestros asociados.

esfuerzos que ya se venían haciendo en el agro a escala de tecnología e innovación, y cómo dio pie para que aquellas empresas que ya habían comenzado este camino se fortalecieran, mientras que aquellas que no, probablemente desaparecieran. El covid-19 ha traído impactos en la economía, la pobreza y el hambre, pero nos ha permitido entender que hay que actuar ahora, si queremos ser sostenibles. 🌱

POR BLOQUEOS,

el campo pierde

\$ 3.6 billones

La cifra, correspondiente al último mes, es de la cartera de Agricultura, que también revela que **hay 1.4 millones de familias campesinas amenazadas económicamente.**

Prácticamente para cerrar el triste e indignante capítulo del bloqueo a carreteras, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural dio a conocer un informe sobre las pérdidas y afectaciones que el citado hecho le ocasionó al campo colombiano durante mayo. La cosa es grave: las pérdidas contabilizaron \$3.6 billones, hay 1.8 millones de empleos rurales en riesgo, y 1.4 millones de familias campesinas están amenazadas económicamente.

Pero además, según el titular de dicha cartera, Rodolfo Zea, en el último mes, se puso en riesgo la seguridad alimen-

taria del país, por la afectación a las operaciones de las veintinueve centrales mayoristas de Colombia. A este hecho se suma el encarecimiento de los costos de los agroinsumos, especialmente para los productores pecuarios, afectados por el represamiento, en el puerto de Buenaventura, de 378.375 toneladas de maíz, trigo, torta de soya y granos en general, lo que encareció el precio de los alimentos balanceados en 10%, solo durante el citado mes. En cuanto a las exportaciones de agroproductos, se proyecta una reducción de 30% (cerca de US\$196 millones), con café, banano, aguacate, tilapia y azúcar como los primeros afectados.

» CAÑA DE AZÚCAR. Están en riesgo 286.962

empleos. Más de 115 mil toneladas de azúcar, 14 millones de litros de alcohol y 27 millones de kilovatios de energía eléctrica se han dejado de producir. Las pérdidas superan los \$498.500 millones.

» AVICULTURA. Hay más de mil productores afectados, y más de 120 millones



de aves en riesgo de muerte por falta de alimento. Son más de 30 mil toneladas de pollo y 180 millones de huevos lo que hay represado y en riesgo de perderse por no poder llegar a los canales de distribución.

» PORCICULTURA. Los departamentos más afectados son Valle del Cauca y Meta,

en donde se tiene en riesgo un inventario de 3.750.000 cabezas, que consumen 4.250 toneladas diarias de alimento. Hay 80 mil empleos en peligro.

» ACUICULTURA

Están en riesgo cerca de 50 mil empleos, y ya se han perdido 3.200. No se han podido transportar cerca de 15 mil toneladas de pescado, y se han dejado de sembrar 30 millones de alevinos. La producción represada en las fincas representa cerca de \$70.000 millones.

» **GANADERIA BOVINA.**
El sacrificio ha disminuido en **cerca de 211 mil cabezas**, unas 50 mil toneladas de carne en canal.

IMPACTO POR SECTORES

ARROZ.

Imposibilidad de movilizar unas 464 mil toneladas de arroz *paddy*, correspondientes a Casanare y el Ariari, lo que ha causado escasez en el centro del país, y está poniendo en riesgo la cosecha del segundo semestre del 2021 (2.5 millones de toneladas de *paddy verde*), y 375 mil empleos.



CAFÉ.

Grandes dificultades para llegar a Buenaventura. Se dejaron de exportar unos 700 mil sacos (más de US\$190 millones o más de \$700.000 millones).

» SECTOR LÁCTEO.

Más de 321 mil pequeños productores de leche y sus familias han sido afectados. Al 4 de junio, se han dejado de acopiar cerca de 47 millones de litros de leche, con pérdidas cercanas a \$50.000 millones.

» CACAO.

En Arauca, hay represadas unas **1.200 toneladas de cacao**, con pérdidas estimadas en \$9.000 millones.



FRUTAS Y HORTALIZAS.

En el Huila, unas 8.104 toneladas no pudieron llegar a los consumidores colombianos.



SAC 150 AÑOS

No. 5

SOCIEDAD DE AGRICULTORES DE COLOMBIA 1871 - 2021

2 Págs.

Segunda Guerra Mundial

CASI QUIEBRA A LA SAC

Nuestra institución **se estaba quedando sin para los tintos**, como consecuencia de la crisis fiscal que dicho conflicto ocasionó en el país.

“Causas exclusivamente relacionadas con la guerra mundial, que terminó en los últimos meses del año pasado, y con la pavorosa crisis fiscal que esa misma guerra produjo en el país por la reducción de la Renta de Aduanas, determinaron la situación excepcionalmente precaria en la que se hallaba nuestra institución, cuando tuvisteis a bien honrarme con la altísima distinción de nombrarme Presidente de la Sociedad”. Con estas palabras comienza el informe a la Asamblea General, que presentó Cesáreo A. Pardo, al término de 1919.

Cita entre las razones del descalabro económico del país, la caída de los precios del café y de otros productos industriales, la baja del cambio y la disminución de las exportaciones. Ante esto, los agricultores “soportaban una situación de dificultades, de zozobras y de abatimiento, que solo pudo contrarrestar y vencer su carácter perseverante y energía de recios y probados luchadores”.

Las cosas se complicaron para la SAC cuando el gobierno decide suspender

la subvención mensual que le giraba para atender los gastos, lo que obligó a los empleados a buscar, contra su voluntad, ingresos en otras ocupaciones, desatendiendo así el cumplimiento de las labores de la institución.

La situación no podía ser más complicada. “Exhausta la caja de la Tesorería, y gravada esta con un pasivo de relativa importancia, se habían suspendido hasta los necesarísimos servicios de luz y de teléfono, en momentos en que a diario se cobraban

también al Señor Secretario Tesorero, cuentas de imprenta y de otros suministros que era imposible satisfacer”.

Por fortuna, el fin de la guerra le dio paso al resurgimiento industrial y comercial del país, y la SAC pudo volver a respirar. Cesáreo A. Pardo reconoce que en la recuperación de la institución fue decisivo el trabajo del consocio Rafael Flórez, nombrado secretario. “Su consagración de todos los días y de todas las horas al servicio de la Oficina, unida a sus capacidades, a su interés y acierto en el desempeño del cargo, me permite rendiros un informe excepcionalmente satisfactorio sobre la marcha y el desarrollo de la Sociedad”, se lee en el informe. ✎





LA SAC, DETRÁS DE LA telefonía rural

Hace ciento catorce años (1907), el país dio los primeros pasos para crear en el país una red telefónica rural, que comunicara la capital de la República con fincas de los municipios cundinamarqueses de Fusagasugá, Viotá y El Colegio. La idea, que surgiera de algunos miembros de la SAC, fue apoyada, inicialmente, con la creación de una junta encargada de adelantar las averiguaciones pertinentes, al frente de la cual fue designado Carlos E. Caballero.

Sin pérdida de tiempo, este asociado “pidió a Londres los datos indispensables para realizar la iniciativa prontamente”. Diez años después (1917), y luego de haber tenido que superar múltiples obstáculos, se había conseguido comunicar telefónicamente con Bogotá

a diecinueve haciendas de Fusagasugá, Viotá y Anapoima, según lo registra la **Revista Nacional de Agricultura**, correspondiente a junio del citado año, en un artículo de Jesús del Corral, su director, por ese entonces.

La primera de dichas haciendas en contar con el novedoso servicio (1914), fue El Chocho, localizada en Fusagasugá, de propiedad de Carlos E. Caballero y su hermano Ángel María.

“Tres años después, para completar la obra, los hacendados cuyos nombres ponemos al final, resolvieron en buena hora comisionar al señor don Jorge Herrera Tanco a fin de que hiciera tender líneas por la cordillera del Subia, con el objeto de comunicar,

por ramales, dieciocho haciendas más, situadas en Viotá y Anapoima (15 en el primer municipio y 3 en el segundo)”, dice Jesús del Corral.

Apunta el director de esta revista, que seguramente a estos hacendados se unirán otros prontamente, con lo cual las condiciones del campo mejorarán de manera sustancial. Y aprovecha la oportunidad para formular algunas oportunas y valiosas consideraciones:

“Lo conveniente que sería para el país desalojar de la mente de los gobiernos, la idea errónea de que el servicio de telégrafos debe constituir una renta pública, o al menos producir lo suficiente para cubrir los gastos que demanda. Mientras esa idea esté en acción, no será posible establecer la comunicación fácil, barata y cumplida que requiere un país para ensanchar su agricultura, su comercio y, sobre todo, la comodidad de los ciudadanos. Es ella la causa eficiente de los obstáculos que surgen para establecer redes telefónicas por cuenta de los particulares, pues el gobierno teme la competencia que ellas puedan hacerle al telégrafo.

“Si por el contrario, el gobierno, en vez de temer competencias (...), se preocupa por reemplazar el telégrafo por el servicio telefónico, que es más práctico y de mayor trascendencia (reemplazo hecho lentamente, se entiende, porque la tarea, dadas las distancias enormes, exige el transcurso de muchos años), hará una obra de progreso verdaderamente trascendental. Por los mismos postes por donde va la línea telegráfica, puede ir también el alambre del teléfono (...).

“Si al gobierno le fuera dable hacernos la merced de comunicar telefónicamente la capital con los pueblos principales de Cundinamarca, verbigracia, y permitiera la conexión de líneas entre las haciendas y los pueblos, por cuenta de los particulares, tendríamos que acudirían inmediatamente centenares de hacendados a hacer tender por todas partes el alambre redentor (...).” ✎

CRÉDITO PARA jóvenes emprendedores

El Banco Agrario comienza a **financiar proyectos productivos de estudiantes** de último semestre o egresados de carreras técnicas o tecnológicas agropecuarias. Dispone de \$15.000 millones.



 Francisco Mejía Sendoya

El mes pasado, el Banco Agrario lanzó una novedosa línea de crédito, creada especialmente para financiar proyectos y emprendimientos agropecuarios o agroindustriales de estudiantes de último semestre o egresados de carreras técnicas o tecnológicas agropecuarias, así como de ingenierías afines. Los créditos cubren hasta la totalidad de los costos directos de los proyectos, y tienen plazos hasta de treinta y seis meses, si son para capital de trabajo, y de sesenta meses si son para inversión, así como periodos de gracia de hasta de doce meses.

“Para esta línea de crédito hemos destinado inicialmente \$15.000 millones, pero esperamos que esta bolsa se pueda seguir ampliando, de acuerdo con la buena disponibilidad de recursos que tiene el Banco Agrario, y atendiendo las instrucciones que hemos recibido del presidente Iván Duque, de seguir ampliando el acceso al crédito para los jóvenes de Colombia”, dijo a esta revista el presidente de la institución financiera, Francisco Mejía Sendoya.

Esta línea consta de tasas que van desde IBR -1.1% para el caso de proyectos agropecuarios, ya que existe una línea subsidiada por el Ministerio de Agricultura para este tipo de emprendimientos. Para el caso de proyectos agroindustriales, se espera llegar a una tasa del IBR +8.5%, gracias a la destinación de recursos para tasas compensadas de aliados como



Innpulsa Colombia, entidad líder y con toda la experiencia en el apoyo al emprendimiento, así como de algunas alcaldías y gobernaciones.

Se ha establecido que el monto máximo de crédito para proyectos agroindustriales en el que estén asociados mínimo dos estudiantes es de hasta \$80 millones, y para un estudiante no asociado, hasta \$60 millones. Ahora bien, para proyectos agropecuarios (sector primario), el monto máximo para estudiantes asociados es de \$40 millones, y para un estudiante solo, de \$30 millones

Según el Banco Agrario, para aplicar a esta nueva línea, el interesado debe estar entre los dieciocho y veintiocho años de edad, haber terminado materias o ser egresado de alguna carrera técnica o tecnológica

agropecuaria o de ingenierías o cualquier otra carrera técnica, y demostrar que va a aplicar sus conocimientos en un proyecto agropecuario o agroindustrial. La solicitud del crédito, es fácil y virtual: se hace ingresando a la página *web* del Banco (www.bancoagrario.gov.co), botón "*Solicita tu crédito*".

Con este esfuerzo, el gobierno nacional busca que los jóvenes de todos los estratos sociales puedan participar en la reactivación económica del país, con proyectos viables técnica y financieramente.

"A través de esta línea de crédito nuestros jóvenes podrán cumplir sus sueños y convertir sus conocimientos en proyectos de vida, un apoyo sin precedentes para la juventud colombiana", expresó Mejía Sendoya en la ceremonia de lanzamiento virtual de esta iniciativa. Estuvieron presentes

VOCES EN TORNO AL CRÉDITO PARA EMPRENDEDORES

Presidente Iván Duque: "Como gobierno siempre hemos querido que las nuevas generaciones de Colombia vivan en un país donde puedan soñar y hacer realidad todos sus anhelos. Creemos en sus capacidades, en su talento, en su fuerza transformadora".



Ministro de Agricultura, Rodolfo Zea: "Es importante resaltar que el Banco Agrario está prestando a aquellas personas que por primera vez solicitan un crédito, y en este caso, solo se exige la presentación de un proyecto y un flujo de caja, sobre el cual se basa la decisión del crédito".



Dolly Montoya, rectora de la Universidad Nacional: "Acompañamos y celebramos esta iniciativa porque se enmarca en las expectativas que hoy reclaman los jóvenes".



Ignacio Gaitán, presidente de Innpulsa Colombia: "Vamos a ofrecer el acompañamiento y los recursos para que muchos de esos proyectos de emprendimiento en los sectores de agronegocios y agroindustria, tomen vuelo, se desarrollen y se aceleren, sumando así a la transformación de cada una de sus regiones".



Con este esfuerzo, el gobierno busca que los jóvenes de todos los estratos sociales puedan participar en la reactivación económica del país.

“

Los jóvenes universitarios o técnicos **que no cuenten con un predio para desarrollar un proyecto productivo**, pueden asociarse con un campesino: Francisco Mejía.

”

el presidente Duque y el ministro Zea de Agricultura, acompañados de la rectora de la Universidad Nacional, Dolly Montoya; el presidente de

Innpulsa Colombia, Ignacio Gaitán, y del director del Sena, Carlos Mario Estrada.

De acuerdo con el presidente del Banco Agrario, ya se están recibiendo solicitudes para esta línea de crédito que espera se convierta en permanente. Manifestó que *“se estima beneficiar a la mayor cantidad de jóvenes que presenten sus proyectos bien estructurados y que tengan impactos positivos en el desarrollo de los sectores agropecuario y agroindustrial del país”*.

Al preguntársele si se van a privilegiar los proyectos de jóvenes que vivan o quieran radicarse en las zonas rurales, el funcionario respondió que con estos créditos se van a beneficiar jóvenes tanto rurales como urbanos. Como el Banco Agrario cuenta con cobertura nacional, explicó, no es impedimento

el domicilio del solicitante. Y puso un ejemplo: los jóvenes universitarios o técnicos que no cuenten con un predio para desarrollar un proyecto productivo, pueden asociarse con un campesino. De esta forma, el campesino aporta la tierra y el joven pone sus conocimientos para el desarrollo del emprendimiento, logrando así el acceso a la financiación que requieren, con tasas muy blandas.

Finalmente, Francisco Mejía dijo que *“el apoyo a los jóvenes ha sido una prioridad del Banco Agrario. Atendiendo las instrucciones del presidente Iván Duque, en el 2020 desembolsamos \$164.746 millones a jóvenes rurales, para un crecimiento de 35% con respecto al 2019. En el 2021, con corte a abril, se desembolsaron \$81.455 millones, 129% más que en el cuatrimestre del año anterior”*. 📌

UNIVERSIDAD DE
LA SALLE

¡Estudia en una de las mejores universidades del país!

**Pregrado en Administración
de Agronegocios**

8 SEMESTRES

**Especialización en Gerencia
de Empresas Agropecuarias**

2 SEMESTRES

**Maestría en
Agronegocios**

4 SEMESTRES

INSCRIPCIÓN **GRATUITA** | BECA DEL **10%**



ESCANÉAME Y
CONOCE MÁS

EDUCAMOS PARA PENSAR, DECIDIR Y SENTIR



Esta empresa busca **augmentar sus compras de productos nacionales y seguir apoyando a los agricultores** a través de distintas acciones. La SAC participa.

EL AGRO COLOMBIANO, EN LOS PLANES DE **PepsiCo**

PepsiCo, multinacional que en Colombia es conocida por productos como Margarita, DeTodito, Natuchips, Manimotito, Doritos y Cheetos, Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker, Tropicana y SodaStream, anunció recientemente el programa de Agricultura Positiva, y dio a conocer las metas globales para el 2030. Colombia figura en estos dos frentes.

En cuanto al programa de Agricultura Positiva, la compañía pretende mejorar el sustento de más de 250 mil personas en todo el mundo, y con ello reducir en 3 millones de toneladas las emisiones de gases de efecto invernadero para finales de la presente década.

¿Pero de qué se trata el citado programa? Como compañía agroindustrial que es, PepsiCo lo que busca con esta iniciativa es abastecerse de productos agrícolas e ingredientes, para acelerar la agricultura regenerativa y fortalecer las comunidades agrícolas en las que opera, responde Luisa Lindo, gerente de Asuntos Corporativos para la Región Andina, quien cita las tres metas que la compañía se ha fijado hacia el 2030 con tal propósito:

a) Adoptar y expandir la implementación de prácticas agrícolas regenerativas en 2.8 millones de hectáreas en todo el planeta, mediante el uso de materia orgánica y cultivos de cobertura, que permiten



 Luisa Lindo.

mejorar la fertilidad del suelo, controlar la aparición de plagas e incrementar la biodiversidad. En este frente, la compañía continuará extendiendo su red mundial de granjas de demostración, la cual creció en más de trescientas cincuenta el año pasado, de las cuales siete se abrieron en Argentina, Brasil y México. En Colombia hay tres de ellas. (Ver recuadro).

Para los próximos años, PepsiCo se propone replicar estos esfuerzos en los demás países de la región, con sistemas de riego más eficientes, digitalización y prácticas tecnológicas de nueva generación.

b) Mejorar los medios de vida de 250 mil personas de la agrocadena de suministro y en las comunidades en las que la compañía opera, incluyendo el empoderamiento económico de las mujeres. El trabajo se centrará en comunidades agrícolas más vulnerables.

En Colombia, esta compañía –principal comprador de papa y plátano industriales–, seguirá avanzando en este objetivo, mediante alianzas con socios estratégicos, en la implementación de programas como Mujeres, agua y reconciliación (papa) y Las manos detrás de Natuchips (plátano). Ver recuadro.

c) Tener un abastecimiento sostenible para el ciento por ciento de los ingredientes clave, incluyendo no solo cultivos de origen directo (papa, maíz, avena y naranja), sino también los cultivos de terceros (aceites vegetales y cereales). Desde el 2020, los cultivos de origen directo de PepsiCo son producidos ciento por ciento de forma sostenible en veintiocho países. A escala mundial, casi 87% de estos se

“
En Colombia,
**esta compañía
es el principal
comprador** de
papa y plátano
industriales.

obtienen de forma sostenible, a través del programa SFP. En Latinoamérica, 98% de los suministros de papa están certificados por este programa, el cual recurre a las mejores prácticas sociales, medioambientales y económicas.

Finalmente, dice Luisa Lindo, entre los componentes del programa de Agricul-

tura Positiva de PepsiCo está el concepto de “centros de innovación alimentaria”, que fue lanzado en enero pasado, junto con el Foro Económico Mundial y varios aliados de los sectores público y privado. Dichos centros se utilizarán para identificar los cuellos de botella de la cadena de valor, permitir el intercambio de información y ofrecer soluciones a escala para beneficiar a los sistemas alimentarios locales, mediante el uso de tecnologías e innovaciones agronómicas. En Colombia se abrirá uno de estos centros a finales del presente año.

“Cualquier plan para hacer frente a los desafíos urgentes que enfrenta el sistema alimentario mundial debe contemplar la agricultura, fuente de alimentación para miles de millones de personas y herramienta clave para lidiar con el cambio climático y la desigualdad”, dijo Ramón Laguarta, CEO de PepsiCo.



Cincuenta y dos madres cabeza de familia se benefician de Las Manos Detrás de Natuchips.



PEPSICO EN EL CAMPO COLOMBIANO

En Colombia, los esfuerzos de esta multinacional por favorecer a comunidades rurales y abastecerse de materia prima se han materializado en los programas Mujeres, Agua y Reconciliación y Las Manos detrás de Natuchips, así como en la apertura de granjas de demostración.

Mujeres, agua y reconciliación fue creado en el 2016 para vincular a cultivadoras de papa en Boyacá, como proveedoras de PepsiCo. El programa, que cuenta con alrededor de cuarenta mujeres líderes y un centenar de beneficiarios directos, fue diseñado según las necesidades identificadas en el territorio y se desarrolla bajo cuatro ejes de trabajo fundamentales: 1) el reconciliador, que busca recomponer relaciones y crear vínculos de colectividad, 2) el resignificador del rol de la mujer, e impulsor de la participación de nuevas generaciones en los procesos del campo, 3) el ambiental y el de manejo del agua, y 4) el del fortalecimiento de las capacidades y habilidades organizacionales y técnicas para la producción de papa y su comercialización con altos estándares de calidad. El programa ha sido reconocido por Pacto Global, la Fundación Andi y los Premios Latinoamérica Verde, entre otros

“En países en desarrollo, las mujeres representan casi la mitad de la mano de obra agrícola y trabajan a menudo sin formación, herramientas adecuadas y derechos sobre sus tierras. Según la FAO, si tuvieran el mismo acceso a los recursos que los hombres, podrían aumentar el rendimiento de sus cultivos entre 20 y 30%, reduciendo el número de personas con hambre en el mundo en hasta 150 millones. La inserción de la mujer en el agro es indispensable, no solo otorga una ventaja comercial competitiva en términos de crecimiento y prosperidad, sino que también genera un importante impacto a escalas económica y social. En PepsiCo, reconocemos su valor, su determinación y su talento”, señaló Paula Santilli, CEO de PepsiCo Latinoamérica.

Por su parte, el programa **Las manos detrás de Natuchips** ha impulsado el fortalecimiento de asociaciones de productores de plátano del Eje Cafetero, a través asistencia técnica, fortalecimiento empresarial, infraestructura y auxilios para educación de sus hijos, entre otros. Este esfuerzo ha beneficiado a más de doscientos productores de plátano y cincuenta y dos madres cabeza de familia, que trabajan en plantas de pelado. El programa ha



 Ramón Laguarda.



 Paula Santilli.



FINAGRO

Financiamos TODO
lo que usted requiera para:

- Producción
- Comercialización
- Transformación
- Servicios de apoyo
- Actividades agropecuarias y rurales



Alivios a deudores del sector agropecuario

Con la **Ley 2071 de 2020** y la expedición del **Decreto 596 de 2021**, el Gobierno Nacional busca aliviar las deudas de productores que han presentado alguna afectación ajena a su control y como resultado, han tenido inconvenientes con el pago de sus obligaciones financieras.

Comuníquese con los canales de información que **FINAGRO** tiene disponibles:



Agrolínea nacional
018000 912 219

www.finagro.com.co



finagro@finagro.com.co



314 329 2434

recibido varios reconocimientos como el Premio Andesco de Sostenibilidad y el Premio Transformadores de RedEAmérica.

Con relación a la transferencia de tecnología, PepsiCo ha abierto tres **granjas demostrativas** en Boyacá y Cundinamarca, enfocadas al cultivo de la papa. En ellas se han puesto en marcha prácticas de agricultura regenerativa con diferentes herramientas y áreas de foco, como el uso de agua y su optimización a partir de sistemas de riego; el monitoreo del ambiente, a partir de estaciones climáticas que permiten tomar mejores decisiones a lo largo del cultivo, y el monitoreo de plagas, a través de drones, entre otras herramientas, las cuales permiten asegurar mejores cosechas con un gran rendimiento, calidad y productividad.

¿Falta mucho para que PepsiCo se abastezca totalmente de la producción nacional agropecuaria? Para la producción de sus marcas, la compañía depende de materias primas de primer nivel, que en su mayoría vienen del campo nacional.

Así, por ejemplo, las principales materias primas (la papa y el plátano), son de origen ciento por ciento nacional, con compras de 80 mil y 24 mil toneladas, respectivamente, lo que convierte a esta empresa en el comprador número uno en el país.

“Si bien predomina en su gran mayoría la materia prima local, aún existe un porcentaje que importamos, ya sea por razones comerciales o por las variedades que utilizamos. El compromiso con el campo colombiano y la prioridad de la producción nacional es clave para nosotros; sin embargo, estamos abiertos a seguir buscando alternativas en el exterior para casos puntuales, aprovechando nuestra escala global, que a su vez nos permite ofrecer otras variedades a nuestros consumidores para seguir desarrollando productos innovadores, de excelente sabor y alta calidad”, asegura Luisa Lindo.

Con relación al **centro de innovación alimentaria** que abrirá PepsiCo en Colombia, la idea es poner las innovaciones tecnológicas a disposición de la transformación de los sistemas alimentarios, para para que puedan alcanzar un mejoramiento de eficiencia, sostenibilidad, inclusión, nutrición y salud. En tal sentido, el Foro Económico Mundial, la sociedad civil, incluida PepsiCo, el Centro Internacional de Agricultura Tropical, Ciat, y la SAC, están impulsando la creación de dicho centro como una plataforma de asociación neutral, precompetitiva y multiactora. Su lanzamiento está previsto para los próximos meses.



El campo es de todos

Minagricultura



ISO 9001



SC 5828-1



Siembra Viva

UN EMPRENDIMIENTO SOCIAL

En Antioquia, **este emprendimiento busca gente "con capacidad de asombro"** para que dé el salto a la agricultura orgánica. Próximamente estará en Cundinamarca.

Siembra Viva es una singular empresa concebida con dos fines: facilitarles a sus cultivadores vinculados la transición de la agricultura convencional a la agricultura orgánica, en un contexto de regeneración de la tierra y de certificación, y ofrecerles a consumidores de Medellín la posibilidad de hacer mercado por el novedoso sistema de suscripción, a través de una tienda virtual.

La idea surgió hace ocho años, cuando a raíz del nacimiento de su hija, Diego Benítez Valencia, socio fundador y director general de la compañía, quiso que fuera alimentada con productos que no contuvieran agrotóxicos. Pero se encontró con que la oferta orgánica prácticamente no existía en ese momento en la capital antioqueña.

Así, empezó a crear el concepto de una plataforma tecnológica que pudiera acercar al cultivador de agricultura orgánica a un mercado que iba a ser

llamativo, y paulatinamente, pudo entender que con una integración vertical era posible romper las barreras más importantes que les impiden a los pequeños cultivadores pasarse a esta "nueva" forma de producción. Claro que la cosa no fue fácil. *"Convencer a los agricultores de las bondades de la agricultura orgánica fue uno de los retos iniciales más importantes para la empresa, porque las malas experiencias que ellos han tenido a lo largo de su vida los ha vuelto muy desconfiados. Ellos prefieren ver para creer"*, dice este administrador de negocios.

Para sortear esta desconfianza, Siembra Viva –emprendimiento con ánimo de lucro pero de carácter social–, tiene dos formas de aproximarse a los agricultores reacios. Una, ofreciéndoles un negocio, en el cual se les garantiza la compra de sus productos a precios remunerativos, se les presta una asistencia técnica y se les suministran los insumos requeridos para hacer la transición a la agricultura

orgánica. Dos, proponiéndoles que no ocupen toda la finca, sino que arranquen con 2.500 metros cuadrados, superficie a partir de la cual se comparan los rendimientos y la rentabilidad de los cultivos tradicionales con los de tipo orgánico.

Según Benítez Valencia, así, *"con burro amarrado"*, como ellos dicen, las cosas se han facilitado, y de siete productores con los que arrancaron, trabajan hoy con treinta, aunque han logrado impactar a más de ochenta en los siete años de vida de la empresa. Para el segundo semestre del presente año, otros seis agricultores harán parte de la red de Siembra Viva.

En la actualidad, la superficie total vinculada a este emprendimiento llega a 15 hectáreas, de las cuales ya hay 10 certificadas y 5 van a entrar al proceso de conversión a la agricultura orgánica. Las fincas se encuentran en los municipios de Santa Elena, La Ceja, La Unión y Rionegro.

Siembra Viva maneja más de cuarenta productos que hacen parte de la canasta familiar en este segmento de los alimentos: zanahoria, remolacha, rábano, espinaca, rúgula, lechuga, tomate, fresa,

etc. Con este portafolio tan amplio se busca impedir la especialización, para que haya rotación de cultivos, lo cual es ampliamente benéfico en la agricultura regenerativa. En la práctica, cada cultivador maneja entre siete y diez hortalizas diferentes.

En cuanto a los requisitos de ingreso que la empresa les exige a los agricultores que quieren hacer parte de su red, Diego Benítez cuenta que estos deben estar lo más cerca posible a la planta de poscosecha, localizada en el municipio de Santa Elena (donde también se encuentra la Escuela de Sembradío); ofrecer un mínimo de 2.500 metros cuadrados efectivos para los cultivos, y asumir durante los primeros seis meses, un costo de \$250 mil mensuales por concepto del acompañamiento, el cual cubre dos visitas mensuales de nuestro equipo técnico, para garantizar la transición de la agricultura convencional a la orgánica,



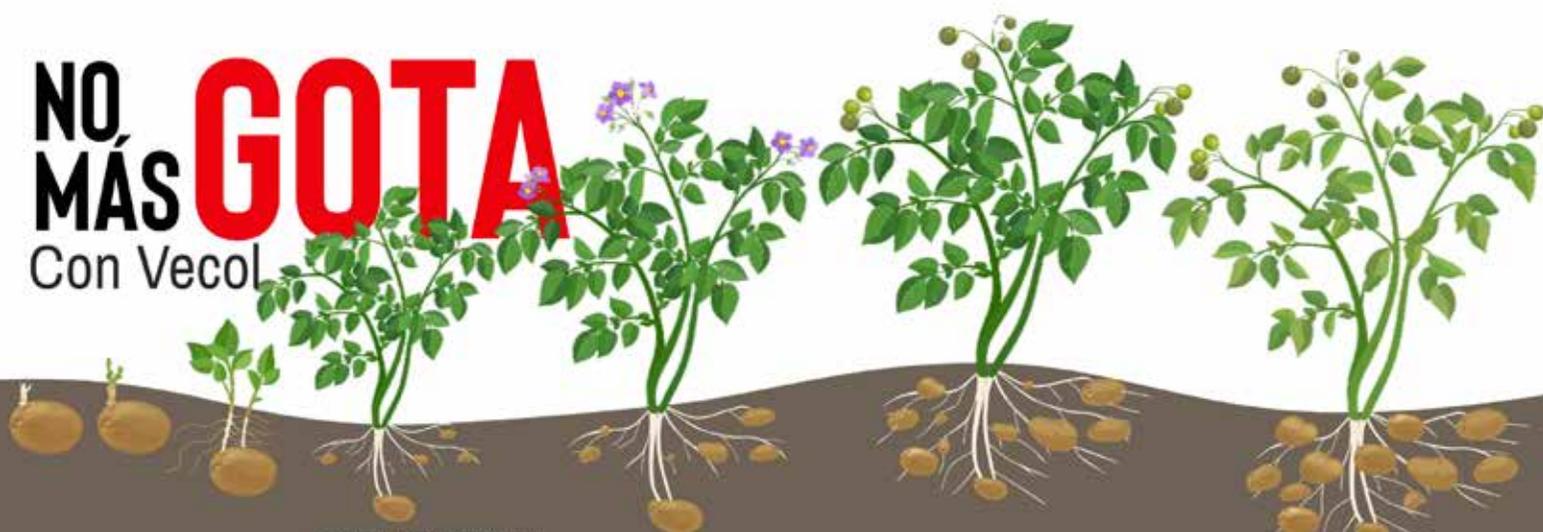
Diego Benítez Valencia.

nica, y luego de la primera cosecha, se pasa a una visita al mes. En este acompañamiento está incluida la plataforma tecnológica (en WhatsApp), por medio de la cual los productores se comunican con el equipo técnico y se llevan todos los registros de las actividades propias del cultivo, gracias a lo cual la empresa consigue garantizar la trazabilidad completa de los productos y puede hacer un acompañamiento mucho más efectivo en el proceso de certificación

Este empresario explica que el valor del mencionado acompañamiento le es descontado al productor cuando se le paga la entrega de sus despachos. *“A este servicio lo llamamos acompañamiento, porque al agricultor le enseñamos a hacer los bioles o abonos foliares orgánicos y el compostaje, así como a seguir todo el proceso de la trazabilidad. Cuando se cierra el ciclo de un cultivo, nosotros le reportamos al productor el*

NO MÁS GOTAS

Con Vecol



EMERGENCIA

DESHIERBA Y APORQUE

FLORACIÓN

MADUREZ

COSECHA



Propineb Vecol 70% WP
Fungicida para el control de gota. Actúa por contacto en uno o más puntos de la cadena de síntesis del hongo.
Dosis: 1.6 Kg/Ha



Propixanil Vecol 76% WP
Fungicida de efecto preventivo y de post-infección en incubación del hongo. Además posee actividad sistémica local, mejorando su efecto, especialmente en periodos de alta presión de la enfermedad
Dosis: 2kg/Ha



Propimorf Vecol 600 SC
Fungicida con acción sistémica local de protección prolongada. Su acción antiespirulante reduce significativamente el potencial de re-infección. Controla enfermedades de oomicetos en cultivos de papa.
Dosis: 1.0-1.2 L/Ha



Mancozeb + Cymoxanil Vecol 72% WP
Fungicida de efecto preventivo y de post-infección cuando el hongo está en incubación. Además posee acción sistémica local, lo cual mejora su efecto, especialmente en periodos de alta presión de la enfermedad.
Dosis: 2kg/Ha



Avenida Eldorado #82-93
Línea Gratuita:
018000 918320
info@vecol.com.co
Bogotá | Colombia



La empresa se propone encontrar nichos de mercado para congelados de brócoli, fresa y mora en Europa y Estados Unidos.

costo y la utilidad obtenida, para que él comprenda su negocio, algo en lo cual falla el pequeño cultivador”, dice.

Por la particularidad del negocio, al comienzo se pensaba que quienes se vincularan a él iban a ser jóvenes, porque supuestamente ofrecen menos resistencia al cambio, pero lo cierto es que Siembra Viva tiene adultos mayores que se han adaptado sin problema al concepto de agricultura orgánica y a la tecnología. Y, claro, en su red de proveedores también hay mujeres, entre otras razones, porque según Benítez Valencia, la idiosincrasia del oriente antioqueño indica que son ellas las responsables de las huertas.

“En todo caso”, explica este empresario, “lo que buscamos es gente interesada en hacer las cosas de manera distinta y que sea receptiva al cambio. Por eso, las deserciones que hemos tenido son de personas que aprenden pero se casan con lo que aprendieron y después no aceptan cosas nuevas, lo cual es una desventaja, puesto que la agricultura orgánica es cambiante en materia de tecnología. En pocas palabras, lo que buscamos es gente con capacidad de asombro”.

Al referirse al comportamiento de las compras de hortalizas, comenta que en los inicios la empresa tuvo un crecimiento exponencial: doce o trece veces

entre el 2014 y el 2016, pero ya en 2016-2018, comenzaron ver una estabilidad en el crecimiento, atribuible a la entrada de más competidores al mercado, algunos de los cuales ofrecen productos que no tienen certificación orgánica pero que se venden como tales.

En la búsqueda de oportunidades en el negocio de los productos saludables y respetuosos de la Naturaleza, el año pasado, nació Mercaviva, empresa que se encarga, no solo de la comercialización de las hortalizas y verduras de Siembra Viva, sino de una amplia canasta de cuarenta y dos productos, entre los cuales aparecen frutas, huevos, alitas de pollo, arepas, hamburguesas artesanales, panes, bizcochos, helados, chocolates, pizzas, pastas, harinas, pa-

ñales, lavalozas, etc. Mercaviva es una compañía nueva, con socios distintos, que busca ofrecerles a los consumidores del área metropolitana de Medellín unas mayores opciones de compra por internet, pero no bajo el sistema de suscripción, que fue clausurado.

¿Qué hay en los planes futuros de Siembra Viva? Según Benítez Valencia, la empresa le apunta, de un lado, a ofrecer ensaladas prelistas de verduras, lavadas y desinfectadas, para aprovechar la experiencia que tuvo con el montaje de máquinas dispensadoras de este tipo de productos, que no funcionó porque en Colombia aún no existe la cultura de almorzar con una ensalada. De otro, a encontrar nichos de mercado, inicialmente, para congelados de brócoli, fresa y mora, en Europa y Estados Unidos.

Pero ya en el inmediato futuro, esta empresa llegará en julio al mercado de Bogotá, a través de tiendas especializadas de Gastronomy Market, gracias a una alianza con Superfoods.com, y de algunos Carulla, inicialmente con productos cultivados en Antioquia, y a partir del próximo año, con hortalizas y verduras producidas en el municipio cundinamarqués de Subachoque. *“Gracias a una alianza que hicimos con la Red de Productores Agroecológicos de Subachoque, vamos a crear allí, en el segundo semestre del presente año, la primera ciudadela donde ayudaremos a cultivadores de la región a hacer la transición a la agricultura orgánica”, revela.*

Siembra Viva es un negocio que nació en la incubadora de ideas de Ruta N., en Medellín. En el 2013, obtuvo dos premios de la revista *Dinero*, uno al mejor proyecto en impacto social, y el otro por su trabajo en el campo de la sostenibilidad. Desde entonces, la empresa ha estado vinculada a inversionistas, tanto de fondos de inversión de impacto como de ángeles de inversionistas, que quieren contribuir a las causas orgánica y social. Siembra Vida es, además, Empresa B desde el 2017.

Siembra Viva
**llegará en julio
al mercado
de Bogotá,** a

través de tiendas
especializadas.



SOCIEDAD DE AGRICULTORES
DE COLOMBIA

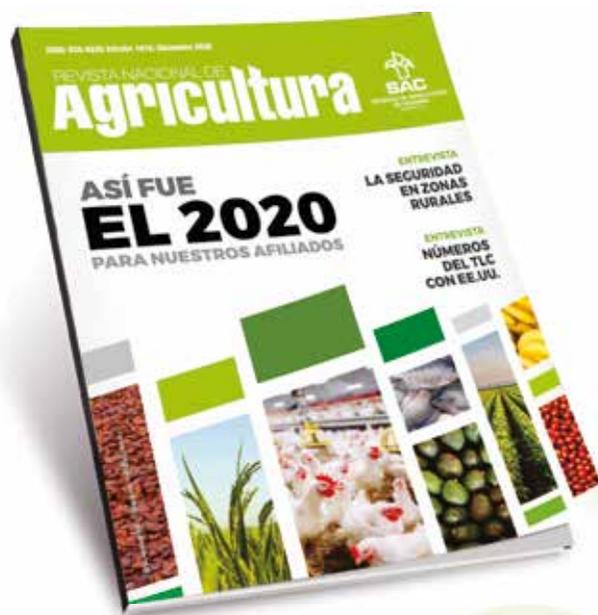
FUNDADA EN 1871

REVISTA NACIONAL DE Agricultura

Paute con
nosotros

La **Revista Nacional de Agricultura** expone y analiza los temas de economía, de desarrollo rural y de la coyuntura de la actividad agropecuaria.

Se publica, a su vez, en la página web de la SAC (**www.sac.org.co**), con una permanencia de dos años, lo que aumenta de manera significativa el número de lectores que verán su publicidad.



TARIFAS

Ubicación	1 Edición	2 a 3 ediciones - 5%	4 a 7 Ediciones - 10%	8 a 11 ediciones - 20%
Contraportada exterior	\$ 4.675.000	\$ 4.441.000	\$ 4.208.000	\$ 3.740.000
Portada Interior	\$ 4.155.000	\$ 3.948.000	\$ 3.740.000	\$ 3.324.000
Página impar	\$ 3.532.000	\$ 3.355.000	\$ 3.179.000	\$ 2.826.000
Página par	\$ 2.597.000	\$ 2.467.000	\$ 2.338.000	\$ 2.078.000
1/2 página horizontal impar	\$ 2.078.000	\$ 1.974.000	\$ 1.870.000	\$ 1.662.000
1/2 página horizontal par	\$ 1.870.000	\$ 1.777.000	\$ 1.683.000	\$ 1.496.000
Doble página	\$ 6.235.000	\$ 5.924.000	\$ 5.612.000	\$ 4.988.000
Publirreportaje una página impar	\$ 4.155.000	\$ 3.948.000	\$ 3.740.000	\$ 3.324.000
Publirreportaje doble página	\$ 7.272.000	\$ 6.908.000	\$ 6.545.000	\$ 5.818.000
Inserto	\$ 2.500.000	\$ 2.375.000	\$ 2.250.000	\$ 2.000.000

* (entregado por el pautaante)

Tiraje: 2.500 ejemplares • **Periodicidad:** mensual

La **Revista Nacional de Agricultura** circula entre miembros de las juntas directivas de las instituciones y empresas afiliadas a la SAC, agroempresarios, otras organizaciones gremiales, ministerios, agencias del gobierno, gobernaciones, centros de pensamiento, universidades, cuerpo diplomático, medios de comunicación.

www.sac.org

CONTÁCTENOS

Alirio Aguilera
Cel: 310 214 9748
Fijo: (1)3573863
mercadeosac@gmail.com

REVISTA NACIONAL DE
Agricultura



SOCIEDAD DE AGRICULTORES
DE COLOMBIA
FUNDADA EN 1871



¡Acompañenos **publicitariamente**
en este esfuerzo editorial!