

# REVISTA NACIONAL DE Agricultura



## LO BUENO Y LO MALO DEL **2022** ¿CÓMO SE VE EL 2023?

**Veinte gremios afiliados a la SAC hacen un apretado balance del año que termina, atípico desde distintos puntos de vista, y se asoman al 2023.**

# Para todos los gustos



## “MI TIENDA DEL ARROZ”

### Sedes Bogotá:

\* Cedritos Cll. 140 N.º 11 - 58  
Centro comercial Puerta del Sol - local 13  
Cel. 310 338 04 79

\* Prado Veraniego, Cra. 47 N.º 132 – 12  
Tel. 60 1 5 217 111 – Cel. 310 418 7619

## Arroz del campo a su mesa

\* Fontibón Cll. 25D Bis A N.º 99 - 70  
Cel. 320 865 6653

\* Lucero Bajo, Cra. 17F N.º 69A - 32 sur  
Cel. 320 865 66 54

Conozca la ubicación de las 24 sedes de "MI TIENDA DEL ARROZ" en Colombia a través de:

[www.fedearroz.com.co/es/nuestros-productos/arroz-fedearroz](http://www.fedearroz.com.co/es/nuestros-productos/arroz-fedearroz)

**Mayor Información:** [mitiendabogota@fedearroz.com.co](mailto:mitiendabogota@fedearroz.com.co)

**Fedearroz Oficina Principal** Carrera 100 No. 25H - 55 Tel:60 1 425 1150



**FEDEARROZ**

FEDERACIÓN NACIONAL DE ARROCEROS



PÁG  
**6**

**CARÁTULA. Lo bueno y lo malo del 2022. ¿Cómo se ve el 2023?** Veinte gremios afiliados a la SAC hacen un apretado balance del año que termina, atípico desde distintos puntos de vista, y se asoman al 2023.



PÁG  
**18**

**ESPECIAL. Territorio Aguacate 2022.** Este evento reunió a más de 2.570 asistentes. Intervinieron noventa expertos de Colombia, México, Perú, Chile, Estados Unidos, Brasil, Alemania, Suráfrica, Francia y Holanda.



PÁG  
**19**

**ESPECIAL. Territorio Aguacate: El más completo evento de su género en A. Latina.** Se trató de una gran experiencia, materializada en conexiones, en oportunidades de negocio, en capacitación y en formación.



PÁG  
**23**

**ESPECIAL. Una mirada al contenido de Territorio Aguacate.** El clima, el agua, el suelo, las plagas, la competitividad, el mercado internacional y el papel de la mujer, fueron algunos de los temas desarrollados en este evento.

REVISTA NACIONAL DE  
**Agricultura** SAC

N° 1031 · Noviembre 2022

Publicación de la Sociedad de Agricultores de Colombia - SAC -, fundada el 15 de diciembre de 1871

Tarifa Postal Reducida No. 285 de Adpostal  
Licencia Mingobierno 0037-67

**Director**

Jorge Enrique Bedoya Vizcaya  
Presidente

**Comité Editorial**

Jorge Enrique Bedoya Vizcaya  
Daniela Henao Cardozo  
Hugo Aldana Navarrete

**Directora de Comunicaciones**

Daniela Henao Cardozo

**Editor**

Hugo Aldana Navarrete

**Publicidad**

Daniela Henao Cardozo

**Fotografía**

Archivo SAC

**Diseño y Diagramación**

Javier Enrique Nieto Díaz

**Impresión**

Legis S.A.

# CONTENIDO

**5**

**EDITORIAL.** Tiempos complejos

**6**

**CARÁTULA.** Lo bueno y lo malo del 2022. ¿Cómo se ve el 2023?

CÁMARA DE PROCULTIVOS  
DE LA ANDI  
FEDEPANELA  
ASOCOLFLORES  
ASOHOFrucOL  
ACOSEMILLAS  
PORKCOLOMBIA  
AGROBIO  
CONALGODON  
FEDEPAPA  
ASOCAÑA  
FEDECACAO  
AUGURA  
FEDEPALMA  
PROCAÑA  
FEDEARROZ  
FEDEACUA  
GRUPO DIANA  
ASOLECHE  
FEDERACAFÉ  
CORPOHASS



**TERRITORIO  
AGUACATE**  
MEDELLÍN 2022

**18**

**ESPECIAL.** Territorio Aguacate 2022

**19**

**ESPECIAL.** Territorio Aguacate: El más completo evento de su género en A. Latina

**23**

**ESPECIAL.** Una mirada al contenido de Territorio Aguacate



Se invita a las personas e instituciones interesadas en efectuar algún aporte de reflexión o investigación, a remitirlo al Comité Editorial. El material incluido en esta publicación no refleja necesariamente el pensamiento de la SAC, salvo que ello se haga explícito. Se puede reproducir el contenido de la **Revista Nacional de Agricultura**, citando la fuente. **SAC, Sociedad de Agricultores de Colombia** Calle 97A No.9-45, Oficina 301 Edificio Strategic 97 E · mail: [prensa@sac.org.co](mailto:prensa@sac.org.co) · [www.sac.org.co](http://www.sac.org.co) · Twitter: @SAColombia · Bogotá, D.C., Colombia



SOCIEDAD DE AGRICULTORES  
DE COLOMBIA  
FUNDADA EN 1871

## JUNTA DIRECTIVA 2021 - 2023

**Eduard Baquero López - Fedecacao**  
Presidente

**Gonzalo Moreno - Fenavi**  
Primer vicepresidente

**Julián Wilches - Clever Leaves**  
Segundo vicepresidente

PRINCIPALES	SUPLENTES	PRINCIPALES	SUPLENTES	PRINCIPALES	SUPLENTES
<b>Roberto Vélez</b> Federacafé	<b>María Aparicio</b> Federacafé	<b>Gabriel Harry</b> Augura	...	<b>Harold Eder</b> Manuelita	<b>Jaime Murra</b> Grupo Diana
<b>Nicolás Pérez</b> Fedepalma	<b>Catalina Restrepo</b> Fedepalma	<b>Augusto Solano</b> Asocolflores	...	<b>Julián Wilches</b> Clever Leaves	<b>Tatiana Pachón</b> Forest First
<b>Claudia Calero</b> Asocaña	<b>Alexander Carvajal</b> Asocaña	<b>Alejandro Estevez</b> Fedepapa	<b>Jorge Restrepo</b> Corpohass	<b>Fernando Rueda</b> Casa Toro	<b>Andrés Useche</b> Yara
<b>Gonzalo Moreno</b> Fenavi	<b>Fernando Ávila Cortés</b> Fenavi	<b>Alvaro Palacio</b> Asohofrucol	...	<b>Diego Carvajalino</b> Colinagro	... Fiduagraria
<b>Rafael Hernández</b> Fedearroz	<b>Rosa Lucía Rojas</b> Fedearroz	<b>José Zúñiga</b> Asbama	<b>Maria E. Saavedra</b> SAG-Valle	<b>Ma. Andrea Uscátegui</b> Agrobio	<b>Germán Anzola</b> Udca
<b>Jeffrey Fajardo</b> Porkcolombia	<b>Corina Zambrano</b> Porkcolombia	<b>Eduard Baquero</b> Fedecacao	<b>César Pardo</b> Conalgodón	<b>María Helena Latorre</b> Andi	...
		<b>Leonardo Ariza</b> Acosemillas	<b>César Augusto Pinzón</b> Fedeacua	<b>Andrea González</b> Asoleche	
		<b>Martha Betancourt</b> Procaña	<b>Carlos Mayorga</b> Fedepanela		

## MIEMBROS HONORARIOS

**Augusto Del Valle Estrada**  
**Ricardo Villaveces Pardo**  
**Jens Mesa Dishington**

## EQUIPO SAC

Presidente Ejecutivo <b>Jorge Enrique Bedoya Vizcaya</b>	<b>Paola Tamayo Assaf</b> Vicepresidenta de Asuntos Corporativos
Directora de Estrategia y Política Pública <b>Laura Cristina Medina Carrillo</b>	<b>María Camila Murcia Vergara</b> Asesora Económica y de Política Pública
Asesora Económica <b>Angie Carolina Segura Rodríguez</b>	<b>María Mercedes Gutiérrez Mendoza</b> Directora Administrativa y Comercial
Asistente Administrativa <b>Ana Emilce González Ortiz</b>	<b>Daniela Henao Cardozo</b> Directora de Comunicaciones

## 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, **Asohofrucol**. 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, **Conalgodon**. Corporación de Productores y Exportadores de Aguacate Hass de Colombia, **Corpohass**. Federación Colombiana de Acuicultores, **Fedeacua**. Federación Nacional de Arrozeros, **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, **Federacafe**. Federación Nacional del 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

**R**ecién estábamos empezando a vivir más tranquilos tras el éxito de la campaña mundial y local de vacunación contra la covid-19, la plena reactivación económica, la recuperación de millones de puestos de trabajo, cuando recibimos el 2022 con el impacto rezagado en los costos de producir alimentos derivado de la crisis de las cadenas de suministro a nivel global. Las perspectivas de la recuperación económica en el mundo y en nuestro país eran muy favorables y el optimismo era generalizado.

Sin embargo, el 23 de febrero Rusia decide invadir a Ucrania y a partir de ese momento y con el transcurrir de los días, se desinflaron las ilusiones mundiales de una rápida y sostenida recuperación económica tras el periodo más difícil de la pandemia que, además de muertes y enfermedad, desbarató el mercado internacional de los insumos que son necesarios para los animales y los suelos que nos dan a todos de comer. La seguridad alimentaria a nivel

# Tiempos COMPLEJOS

global entró en zona de riesgo y el índice de precios de alimentos de la FAO alcanzó niveles nunca antes vistos.

Allí se empezó a consolidar “la tormenta perfecta” que ha acompañado a la producción de alimentos durante prácticamente todo el 2022. Costos de insumos en dólares en niveles inimaginables; un fenómeno inflacionario a nivel global materializado también en nuestro país; y un incremento en la tasa de cambio que la llevó inclusive a niveles superiores a los \$5.000 pesos por dólar a mediados de noviembre, cuando habíamos iniciado el año alrededor de los \$4.000 e inclusive cuando llegó a ubicarse en su nivel más bajo (\$3.706) en la primera semana de abril del 2022.

Con una depreciación del peso superior al 20 %, un exceso de demanda en la economía evidente y una inflación incesante, la junta directiva del Banco de la República terminó el año con su octavo incremento de las tasas de interés, llevando así la tasa de la política monetaria de 3 % en enero, a 12 % al cierre de este 2022. Incrementos que derivaron en mayores costos del crédito para los productores de alimentos.

Y como si fuera poco, llegó un duro invierno que parece que puede extenderse hasta el primer trimestre del próximo año, según los pronósticos recientes del IDEAM. Sus afectaciones, conocidas por todos, complican aún más la vida de los productores y sus perspectivas para los primeros meses del 2023.

Si bien el mercado internacional de insumos ha presentado semanas espe-

ranzadoras en el último tramo del año, no se consolida un panorama alentador para el inicio del próximo.

Así las cosas, desde el sector agropecuario creemos que el Gobierno tiene una enorme oportunidad, no solo con el presupuesto aprobado por el Congreso para la siguiente vigencia fiscal, sino también con la tan anunciada adición presupuestal, para fortalecer los instrumentos que mitiguen y, por qué no, que resuelvan el impacto que ha tenido la tormenta perfecta que el agro ha vivido en este 2022.

El subsidio a la tasa de interés, el aseguramiento de la producción agropecuaria, el apoyo para el costo de los insumos, la recuperación y fortalecimiento de la red terciaria, entre otros, requieren presupuestos muy por encima de los que se tuvieron en el presente año.

Las perspectivas económicas globales para 2023 no son las mejores, y mientras se mantenga la invasión de Rusia a Ucrania, el costo de nuestros insumos es incierta. Y si la economía colombiana se desacelera y se reduce el consumo de los hogares sin tener certeza del comportamiento de los costos de producir comida, puede llevar al sector a un terreno bastante complejo.

Así pues, cerramos un 2022 en medio de una “tormenta perfecta” y recibimos el 2023 con gran incertidumbre. Menos mal el gobierno tiene los recursos para actuar y esperamos que, de manera decidida, si es necesario, los utilice por el bien del agro y de los consumidores colombianos. 🌱

# Lo bueno y lo malo del 2022

## ¿CÓMO SE VE EL 2023?



**Veinte gremios afiliados a la SAC hacen un apretado balance** del año que termina, atípico desde distintos puntos de vista, y se asoman al 2023.

El año que termina estuvo marcado por una suerte de hechos que perturbaron con fuerza la economía nacional. En el 2022, en efecto, se siguieron viviendo algunos coletazos de la pandemia del covid-19 y del paro nacional del 2021. Putin ordenó la barbaridad de invadir a Ucrania, con un costo enorme que está siendo asumido por muchos países en el mundo: incrementos en los precios de las materias primas para la fabricación de fertilizantes, lo mismo que en los del maíz, trigo y otros granos, por ser esas dos naciones, grandes abastecedoras del mundo. El encarecimiento inédito de los alimentos de la canasta familiar ayudó a empujar la inflación por encima de 12% año corrido, cuando en el 2021 llegó a 5.6%.

Igualmente, el dólar llegó a superar la barrera de los \$5 mil, con un efecto negativo sobre las importaciones de materias primas, bienes elaborados y productos con un importante componente importado, pero jugó en favor de los exportadores. La Niña, que convirtió al 2022 en uno de los más lluviosos, ha dañado extensas zonas agropecuarias del país y buena parte de su infraestructura de vías terciarias, con unos costos incalculables. Las amenazas de una recesión global siguen a la orden del día, y particularmente las de una abrupta caída en el crecimiento económico nacional, que pasaría de 8.1% en el 2022 a 0.7%-1.3% en el 2023. Y finalmente, la incertidumbre que continúa causando el nuevo gobierno entre el empresariado y los inversionistas extranjeros sobre el futuro de economía nacional.

Qué fue lo bueno y lo malo del 2022, y qué avizoran para el 2023, fueron las preguntas que les formulamos a todos los gremios afiliados a SAC. Estas fueron sus respuestas.





**CÁMARA DE PROCULTIVOS DE LA ANDI**

**María Helena Latorre**  
Directora Ejecutiva

**Lo bueno del 2022.**

**↑** La acción participativa de las comunidades agrícolas en los programas de Procultivos, la cual plasmó realidades de los núcleos productivos y perfeccionó el acompañamiento a los productores para los cambios en el manejo de cultivos. Lograr, en manos de los agricultores, cultivos más productivos, porque las cosechas tienen más rendimientos y mejores calidades. La integración de paquetes tecnológicos con insumos y bioinsumos en los cultivos de los beneficiarios de los programas, para alcanzar cosechas inocuas.

El acompañamiento a los empresarios afiliados a Procultivos en el monitoreo de inventarios para el abastecimiento de insumos. Demostrar que la apicultura y la agricultura son simbióticas y pueden trabajar juntas. El trabajo con las autoridades involucradas en el registro de los productos de nutrición y protección de cultivos, en el robustecimiento de la regulación para estos insumos. La consolida-

ción los programas Mentes Fértiles y CuidAgro con mayor cobertura de zonas y cultivos.

**Lo malo.**

**↓** La desinformación sobre las bondades de las tecnologías de protección y nutrición de cultivos. El desconocimiento de actores del agro en materia de los insumos para la protección y nutrición de cultivos, como ejemplo, la existencia en Colombia de trece plantas de producción. La satanización de productos para la protección de cultivos, que ha puesto en riesgo la oferta de insumos para combatir las plagas, enfermedades y malezas. El crecimiento del mercado ilegal de insecticidas, fungicidas, herbicidas y fertilizantes, especialmente la falsificación de estos productos.

**Cómo se ve el 2023.**

**23** Trabajar por y con las comunidades agrícolas como sujetos activos de la investigación, con acción participativa en la transformación de sus fincas. Fortalecer la agricultura sostenible, por la integralidad en los proyectos técnicos. Robustecer los programas para los productores del campo, con más temáticas que fortalezcan su negocio. Trabajo en desarrollo humano para aportar a la empresarización del campo. Fomentar los bioinsumos con el establecimiento de una plataforma regulatoria que garantice un portafolio más sólido de estos productos.



**FEDEPANELA**

**Carlos Fernando Mayorga**  
Gerente

**Lo bueno del 2022.**

**↑** Que, relativamente, los precios de la panela se hubieran mantenido, aunque, como es lógico, toca hacer la relación entre costos de producción y precios al productor. Considero que en ello ha influido mucho el trabajo que se ha venido haciendo para el fortalecimiento de las exportaciones, el ingreso de algunas organizaciones al mercado institucional, la proveeduría de algunas agroempresas paneleras a la industria de alimentos y el trabajo juicioso que vienen adelantando algunos de los productores para insertarse en el canal "horeca". Y definitivamente creo que algo muy importante y de lo mejor, han sido las campañas de promoción al consumo, gracias a las cuales garantizamos que este no se siga deprimiendo, como lo viene haciendo en estos últimos años.

**Lo malo.**

**↓** La inflación, el alza en los precios de los alimentos, el encarecimiento de los insumos, como efecto, entre otros, de la guerra entre Rusia y Ucrania. Todo esto ha causado

un impacto muy duro en nuestro sector en términos económicos, sobre todo por la subida del costo de los insumos, de la mano de obra y del precio los alimentos, factores que inciden de manera importante en los costos de producción. Creo que es un asunto que todavía tenemos que abordar y trabajar muy rigurosamente para que no se vayan a desestabilizar nuestras regiones paneleras.

**Cómo se ve el 2023.**

**23** Para el próximo año, vemos muchas expectativas frente a la mano de obra, que es muy escasa en el subsector, por lo que resulta importante que diseñemos las estrategias para que este factor no golpe tanto nuestra productividad. Igualmente, nos toca seguir trabajando los asuntos comerciales, y a la luz de lo que está planteando el nuevo gobierno, la gran tarea consiste en fortalecer nuestras asociaciones de productores, que vienen trabajando con Fedepanela en un esfuerzo muy fuerte en lo administrativo, en lo participativo y en lo comercial. Creo que en la medida en que sigamos desarrollando nuestro trabajo gremial, podremos consolidar esas asociaciones para que se conviertan en unos actores de transformación en los diferentes territorios paneleros del país.



## ASOCOLFLORES

**Augusto Solano**  
Presidente Ejecutivo

### Lo bueno del 2022.

 El regreso a la presencialidad le permitió al sector floricultor reencontrarse con los diferentes actores, nacionales e internacionales del sector. Esto, sumado a un gran esfuerzo realizado en materias de sostenibilidad, innovación, representatividad internacional y promoción nos permitió seguir consolidando la imagen de las flores de Colombia y continuar creciendo en exportaciones.

### Lo malo.

 La guerra en Ucrania, la desaceleración en el crecimiento de la economía mundial, la inflación en Estados Unidos y el problema del gas en Europa, que definitivamente elevaron los costos de producción, como es el claro ejemplo de los fertilizantes. Por otra parte, la disminución significativa de la capacidad de transporte aéreo de carga y el incremento de sus tarifas a escala mundial.

### Cómo se ve 2023.

**23** Un año lleno de retos para todos los países. Desde nuestro sector nos enfrentaremos a dos muy importantes. El primero, es sostener los 200 mil empleos formales, directos e indirectos que generamos, conservando nuestra competitividad, frente a los posibles cambios en los asuntos laborales que se avecinan. El segundo, es continuar liderando el trabajo en la sostenibilidad en el sector agrícola. La sostenibilidad en el 2023 va a jugar un papel determinante para la supervivencia de las empresas, y en la floricultura internacional será una regla de oro.



## ASOHOFRUCOL

**Álvaro Ernesto Palacio**  
Presidente

### Lo bueno del 2022.

 Para Asohofrucol, el año que termina deja la satisfacción de una labor realizada con todo el profesionalismo que caracteriza a la Asociación. Mediante los proyectos ejecutados fue posible atender a más de 21 mil agricultores, a través de diferentes iniciativas, las cuales alcanzaron un valor aproximado a \$43.000 millones.

Es de resaltar que, en el periodo enero-octubre del presente año, el sector hortofrutícola ha tenido una dinámica de crecimiento significativa en la exportación de varios productos. En términos de volumen, los productos exportados con mayor crecimiento fueron piña (226%), gulupa (59%), lima Tahití (32%) y uchuva (11%). En valor, se destaca el crecimiento de piña (72%), lima Tahití (69%), gulupa (19%) y uchuva (4%).

En valor, en el periodo señalado, las exportaciones de frutas y hortalizas, tanto frescas como procesadas, sumaron US\$529 millones, mientras que en volumen alcanzaron las 317.078 toneladas.

Por otro lado, se debe destacar la efectiva articu-

lación que logró la Asociación con entidades como el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Analdex, ICA, Agrosavia, gobernaciones, alcaldías y secretarías de Agricultura, entre otras, lo que hizo posible brindar un acompañamiento integral a los empresarios del campo colombiano, quienes recibieron asistencia técnica integral, transferencia de tecnología, fortalecimiento organizacional, agroinsumos y herramientas, lo que les permitió hacer más productivos sus agronegocios.

### Lo malo.

 Aunque el sector rural se ha convertido en un jalonador de la economía nacional, aún falta más tecnificación del campo; son indispensables mejores vías de acceso para que los agricultores puedan sacar sus productos al mercado a un precio razonable; recursos para apoyar las certificaciones de los predios en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), así como también para investigación, manejo fitosanitario e infraestructura para poscosecha, riego, entre otros factores.

### Cómo se ve el 2023.

**23** Debido al precio del dólar, el 2023 se proyecta como un buen año para la exportación de frutas y hortalizas, por lo cual, los cultivadores deben prepararse y producir bajo los estándares de calidad de los mercados a los que se proponen llegar. También se proyecta como un año, en el cual más productores se van a sumar a la implementación de Agricultura Tropical, debido a que ya se ha demostrado su eficacia en el cuidado del medio ambiente, inocuidad de las frutas y hortalizas, y reducción de costos de producción, entre otros factores.



## ACOSEMILLAS

**Leonardo Ariza**  
Gerente General

### Lo bueno del 2022.

 Un esfuerzo importante de Acosemillas se orientó en continuar fortaleciendo el mensaje de uso de semilla de calidad como factor determinante en la producción agropecuaria, mediante talleres a productores del sector de diferentes zonas del país, como Valle del Cauca, Llanos Orientales, Zona Cafetera y Costa Atlántica. Así mismo, realizamos capacitaciones a estudiantes de carreras afines al sector agropecuario, en universidades como la Nacional de Colombia, la de Nariño y Uniminuto. Otro logro fue alcanzar el retiro del proyecto de Acto Legislativo No. 004, que pretendía modificar, por tercera vez, el Artículo 81 de la Constitución, con el fin de prohibir el uso de semillas genéticamente modificadas (OGM). Junto con Agrobio, establecimos una estrategia de defensa sobre el uso de la biotecnología en Colombia, hasta lograr el retiro de esta iniciativa.

### Lo malo.

 Este fue un año de muchos cambios

a escalas política y social. La elección de un gobierno de ideología de izquierda, ha traído consigo cambios legislativos –como los propuestos en la reforma tributaria–, cambios constitucionales y otros proyectos normativos que indirectamente, sumado al panorama internacional, han incidido en los altos niveles de inflación, tasas de interés y depreciación del peso, entre otros factores, como el incremento de los costos de las importaciones y por ende en la inflación. Todo esto se ve reflejado en los altos precios de los alimentos y la energía, así como en los precios de los productos manufacturados y, consecuentemente, sobre la demanda doméstica, despertando incertidumbre entre los consumidores y los inversionistas.

### Cómo se ve el 2023.

**23** Para el 2023, desde Acosemillas, continuaremos apostándoles a la coexistencia de saberes, a la implementación de diferentes sistemas productivos que permitan la consolidación y el fortalecimiento de un Sistema Nacional de Semillas, así como a la defensa de la propiedad intelectual para reducir los altos índices de piratería de semillas. Estamos dispuestos a colaborar en la construcción de acuerdos que nos permitan garantizar la existencia de todos los modelos productivos que aportan a la soberanía y seguridad alimentaria del país.



## PORKCOLOMBIA

**Jeffrey Fajardo López**  
Presidente

### Lo bueno del 2022.

 Este fue un año de récords para la porcicultura colombiana, con resultados de gran importancia para el sector agropecuario y la economía en general, como son el aumento de la producción, hasta llegar a 525 mil toneladas; el incremento estimado de un kilogramo en el consumo per cápita, para llegar a 13; un 8.6% de crecimiento en el PIB agropecuario, y el buen resultado que se tiene frente a la principal competencia: el producto importado. A pesar del mayor ingreso de producto importado de todos los tiempos, no se vio afectada la comercialización de la producción nacional.

Este año también nos deja un balance muy positivo con la realización de nuestro Congreso Internacional PorkAméricas, que marcó un hito en el sector porcícola, posicionándose como el evento gremial más importante de la región en su género

### Lo malo.

 Es innegable el impacto de la creciente inflación, que deteriora la capacidad adquisitiva de

los hogares, así como el efecto de la devaluación de nuestra moneda. Estos fenómenos afectan los costos de producción, que también tuvieron un incremento histórico durante este año: a noviembre, el IPP de alimento balanceados, del Dane, fue de 28.14%, cuando años atrás no superaba 5%.

A escala internacional, el conflicto Rusia-Ucrania cambió el comportamiento del mercado de materias primas, energía y combustibles, teniendo como resultado mayores riesgos de recesión mundial que, después de una pandemia como la del 2020 y la necesidad de continuar con la etapa de recuperación, limitarán el crecimiento y consumo en el mundo, y Colombia no será ajena a esta tendencia.

### Cómo se ve el 2023.

**23** Nos mantendremos fieles a nuestra planeación estratégica, lo que se verá reflejado en pilares tan importantes como el crecimiento ordenado de la producción. Será un escenario retador, en el que debemos considerar las perspectivas económicas locales y del entorno internacional, que podrían causar una desaceleración del aumento en el PIB y en el gasto de los hogares, variable de importancia, por influir en el consumo de productos como la carne de cerdo.

Continuaremos trabajando para fortalecer la productividad, la competitividad y la generación de valor en nuestro sector, para seguir contribuyendo con la estabilidad en la seguridad alimentaria y el desarrollo socioeconómico del país.



## AGROBIO

**María Andrea Uscátegui**  
Directora Ejecutiva

### Lo bueno del 2022.



Diferentes sectores expresaron su respaldo a las semillas genéticamente modificadas, pues su participación en la audiencia pública del proyecto fue avasallante y contundente. Tanto los diferentes gremios, como miembros prominentes de la academia, representantes de gobierno, congresistas, y principalmente agricultores de diferentes regiones del país, se unieron para alzar su voz en favor de la biotecnología agrícola.

### Lo malo.



El Proyecto de Acto Legislativo 004-2022-C, que buscaba prohibir constitucionalmente las semillas transgénicas en el país. Este tipo de iniciativas legislativas bloquean el acceso a la innovación y a la tecnología en mejores semillas para los agricultores, quienes serían los primeros perjudicados con una medida de este tipo. Son ellos quienes por más de quince años han cosechado los beneficios que traen las semillas transgénicas a su forma de producción y saben con seguridad que le permitirán al país mantener una producción sostenible, competitiva y a enfrentar los desafíos del cambio climático.

### Cómo se ve el 2023.

**23**

El siguiente año trae mucha expectativa, precisamente por la intención de incrementar la producción nacional maíz y algodón en el país, para lo que se requiere disponer de las mejores semillas y la mejor tecnología. Al mismo tiempo, atravesamos una ola invernal que ha afectado la producción, no solo de estos cultivos, sino de muchos otros a escala nacional. Esperamos que a pesar de las vicisitudes, Colombia se acerque más a su meta de seguridad alimentaria.



## CONALGODÓN

**César Pardo**  
Presidente

### El 2022, fue un buen año para el algodón de Colombia.

Cerró con la siembra de 14.100 hectáreas, frente a las 8.200 del 2021, y con una producción de 14.194 toneladas de fibra, en comparación a las 7.880, también del año pasado. Por primera vez en la historia del cultivo, la productividad obtenida superó una tonelada por hectárea, que es un registro muy favorable, si se compara con grandes productores y exportadores, como Estados Unidos y Argentina. El consumo nacional también mostró una recuperación importante, al pasar de 26 mil toneladas en el 2021 a 34 mil toneladas en el 2022. El tamaño del mercado continúa siendo una oportunidad para el aumento de la producción nacional.

Los costos de producción continuaron disminuyendo, haciendo cada vez más competitivo el cultivo. El mercado mundial fue muy volátil, con precios inusualmente altos en el primer semestre y moderados en el segundo semestre. La rentabilidad del cultivo mejoró y los agricultores ven ahora con optimismo la producción para el año entrante.

En el 2022 se iniciaron los cultivos comerciales de al-

godón en la altillanura y se instaló una moderna planta desmotadora en Puerto López, Meta. La apertura de esta región va a ser definitiva en la ampliación del área algodonera nacional. La comercialización se consolidó con el apoyo de la industria y del Fondo de Estabilización de Precios a los algodoneros para la utilización de los mercados de opciones en las bolsas de futuros para proteger los precios de venta.

No obstante, la mejora en la rentabilidad del cultivo, el agricultor semestral se enfrenta a otras opciones de siembra tanto y más rentables, como el maíz y la soya. La competencia por tierras aptas para estos cultivos en las zonas tradicionales del interior y de la Costa no es favorable para el algodón por el alto valor de las inversiones requeridas. El sector algodonero adolece de maquinaria moderna y de infraestructura para una comercialización eficiente. Los elevados costos de mano de obra incentivan la mecanización del cultivo, pero, a su vez, la devaluación y las altas tasas de interés encarecen y desincentivan las inversiones en equipos y maquinarias modernas que requiere el cultivo.

Los algodoneros ven oportunidades en las políticas del nuevo gobierno, de incentivar la producción nacional para la sustitución de importaciones de materias primas requeridas por la industria y los consumidores, metas que se pueden conseguir si estos apoyos se dirigen a aumentar las inversiones, a mejorar la infraestructura de la producción y a fomentar el uso de instrumentos modernos de seguros de cosechas y de coberturas de riesgos para mejorar la comercialización.



## EL ICA DECLARÓ UN **ÁREA LIBRE DE PLAGAS CUARENTENARIAS DEL AGUACATE HASS**, EN EL MUNICIPIO DE **PÁCORA, CALDAS**.

- \* Esta declaratoria se realizó por medio de la **Resolución 17742 de 2022**.
- \* Este logro es producto del trabajo en equipo con la Alcaldía de Pácora, Corpohass, líderes ambientales, productores y empresas exportadoras que han realizado inversiones en el territorio y han contribuido a la declaratoria.
- \* En el departamento de Caldas, el área sembrada de aguacate Hass es de alrededor de **19.238 hectáreas**, de las cuales el **19% (es decir 3.748 hectáreas)** son sembradas en Pácora.
- \* En el municipio de Pácora, el cultivo de aguacate Hass genera cerca de **178 empleos directos y 535 empleos indirectos**.
- \* El área declarada como libre de plagas cuarentenarias, cuenta con nueve núcleos productivos conformados en su totalidad por **1.422 hectáreas sembradas de aguacate Hass, distribuidas en 159 predios de pequeños, medianos y grandes productores**.
- \* El ICA resalta el trabajo de los productores de aguacate Hass del municipio de Pácora e invita a los productores de esta y otras regiones del país a continuar el desarrollo de las acciones fitosanitarias para lograr el mantenimiento del área libre declarada y el establecimiento de nuevas áreas libres de plagas cuarentenarias de esta fruta.



Para más información visite:  
[www.ica.gov.co](http://www.ica.gov.co)



## FEDEPAPA

**Germán Palacio Vélez**  
Gerente

### Lo bueno del 2022.

 Para el sector de la papa, el 2022 fue un año en el que los logros se vieron impulsados gracias a las medidas antidumping, que nuevamente la Federación logró promover. En efecto, se expidió la Resolución 261 del 30 de septiembre, por medio de la cual la Dirección de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, dispuso prorrogar los derechos antidumping definitivos por un periodo de cinco años, y aumentar el impuesto a empresas europeas que más han afectado al mercado colombiano, la industria nacional y los productores de papa.

Igualmente, celebramos que la nueva reforma tributaria permita a los productores de papa deducir los costos asociados a la mano de obra en su declaración del impuesto de renta y complementario.

De otra parte, mencionamos la participación de Fedepapa en la revisión del Acuerdo Bilateral de Comercio con Honduras, liderada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el fin de buscar condiciones de acceso a mercados externos para los productores de papa y así fortalecer el aprovechamiento del TLC. También resaltamos la celebración de nuestro Congreso Nacional de Productores de Papa

### Lo malo.

 Los altos costos de los insumos agropecuarios y el incremento de las importaciones de papa congelada procesada.

### Cómo se ve el 2023.

**23** La Federación y el sector productivo de la papa esperan afrontar los diferentes retos y oportunidades que se den, desde los precios de los insumos, la productividad y los problemas que el cambio climático. Además, se mantendrá la motivación de los productores para que continúen trabajando en pro del campo colombiano.



## ASOCAÑA

**Claudia Calero**  
Presidenta

### Lo bueno del 2022.

 Fue un año muy importante, ya que avanzamos mucho en fortalecer nuestro trabajo con las comunidades, por medio de programas como Compromiso Rural, con el que creamos 1.846 nuevos empleos y apoyamos a más de 480 emprendedores de la región. También lanzamos la marca Corazón de Caña, que representa a todo el sector agroindustrial de la caña, como un homenaje a nuestra tierra, a nuestra región, nuestra gente y a Colombia.

Fueron positivos los precios internacionales. Luego de la crisis de precios de 2018-2020, se ha dado una recuperación de los ingresos de la agroindustria en el mundo, incluida Colombia. Sin embargo, sabemos que este es un mercado de ciclos, y todo parece indicar que este ciclo alcista ha llegado a su fin.

### Lo malo.

 El clima. Hemos tenido uno de los años más lluviosos en la región en los últimos treinta años, por cuenta de La Niña, que ha afectado el desarrollo normal de la cosecha y

los rendimientos. Mientras que el rendimiento comercial (toneladas de azúcar por tonelada de caña) promedio para 2010-2022 fue de 10.9%, a septiembre del 2022 fue de 10.3%, para una reducción cercana a 112 mil toneladas en la producción (azúcar + alcohol equivalente).

También tuvimos situaciones muy difíciles en el norte del Cauca, debido a invasiones a la propiedad privada. Afortunadamente, esta situación ha mejorado en el marco de las mesas de diálogo que lidera el gobierno nacional, en las cuales hemos manifestado nuestra voluntad de hacer parte de la solución y de contribuir a la paz y al desarrollo rural integral de la región.

### Cómo se ve el 2023.

**23** Tenemos expectativas muy positivas para el 2023. Por supuesto, seguir consolidando el trabajo conjunto con las comunidades de nuestras zonas de influencia, llevando ese Corazón de Caña que hoy nos representa y que se transforma en apoyo a la cultura, al deporte, a los emprendimientos y al talento en general de esta región y de Colombia. En materia de mercados, el panorama es diferente. Se estima que el mundo entrará en una fase bajista de los precios internacionales del azúcar, muy en línea con las perspectivas de una contracción de la economía mundial. En el frente interno vamos a tener un primer trimestre pasado por más lluvias, pero esperamos que hacia mediados del año las condiciones climáticas se normalicen, permitiéndole a la agroindustria operar a plena capacidad.



## FEDECACAO

**Eduard Baquero**  
Presidente

### Lo bueno del 2022.

 Este fue un año positivo para Fedecacao y el gremio cacaoero. Tuvimos nuestro proceso electoral, con las elecciones cacaoeras; los cacao cultores acudieron masivamente a las 306 mesas que se instalaron en todo el país para escoger a sus representantes en las distintas instancias, para un total de más de 41.200 votos. Esto demuestra la solidez de nuestro gremio y su carácter democrático, valores que fueron destacados por la ministra de Agricultura, Cecilia López. También acabamos de finalizar nuestra cuarta versión del Chocoshow, el evento que hacemos en alianza con Corferias, al cual asistieron más de 13 mil personas, y que se viene consolidando como la muestra más importante del país de la cadena cacao-chocolate.

Este 2022 renovamos cerca de 11 mil hectáreas de cacao envejecido, con lo cual continuamos nuestro proceso de modernización de la cacao cultura colombiana. Y para cerrar, la Federación cumple sesenta años de fundada. Los celebramos el 19 de diciembre en Gigante, Huila, donde se llevó a cabo la primera asamblea de productores. También destacamos que en nuestro Congreso Nacional Cacaoero (noviembre 2022), se logró que la participación de las

mujeres en la nueva Junta Directiva llegara a 40%. Queremos que la mujer cacao cultora tenga una participación real en los órganos directivos del gremio, y lo estamos logrando.

### Lo malo.

 Sin duda, la prolongada temporada de lluvias. Son veintiocho meses de lluvias, que naturalmente afectan a todos los sectores productivos del agro, y el cacao no es la excepción. Las lluvias, además, perjudican particularmente al cultivo, ya que facilitan la dispersión de enfermedades, lo cual golpea directamente la producción. Por eso, la baja de más de 10% en las cifras de producción del año cacaoero (octubre 2021-septiembre 2022) con respecto al año cacaoero anterior. Por esa reducción en la producción esperamos cerrar con 60 mil toneladas el 2022, 9 mil menos que en el 2021. Cerca de \$70 mil millones se dejaron de vender por esa baja de producción y con ello, una reducción en el recaudo de la Cuota de Fomento Cacaoero de más de \$2.100 millones, lo cual también impacta el trabajo misional de Fedecacao con sus servicios de extensión para los productores de cacao.

### Cómo se ve el 2023.

 Estamos trabajando para que en el 2023 podamos contar con nuevas alianzas con instituciones como el Ministerio de Agricultura, gobernaciones, alcaldías y cooperación internacional, para continuar con nuestro programa bandera de renovación de cacao tales, todo para que el cacao cultor colombiano pueda conseguir una mayor productividad y un incremento de sus ingresos, para beneficio de su familia. Continuaremos nuestro trabajo para la promoción del cacao en diversos mercados nacionales e internacionales, y para ello seguiremos con el apoyo de "María del Campo", que como representante de las familias cacao cultoras y del cacao colombiano, sigue haciendo una gran labor.



## AUGURA

**Émerson Aguirre**  
Presidente

### Lo bueno del 2022.

 El trabajo en equipo con todos los actores: productores, comercializadoras internacionales, gobierno nacional y gobiernos regionales, colaboradores, Sintrainagro y toda la agroindustria, pese a las dificultades y retos, con el fin seguir aportando al desarrollo de las regiones y las comunidades.

### Lo malo.

 La caída en el precio de la compra del banano, situación que no se había visto en los últimos treinta años. Así mismo, el aumento de precios desmedidos en los insumos y otros costos, que afecta la producción y nos restan competitividad.

### Cómo se ve el 2023.

 Continuar trabajando de forma articulada con el gobierno nacional, enfocados en la bioseguridad para el control y la prevención del hongo Fusarium Raza 4 Tropical en las plantaciones de banano. Igualmente, en el mercado internacional seguiremos concientizando sobre la importancia de un precio digno por nuestro producto, de alta calidad, que cumple con todas las certificaciones internacionales y que le apuesta a la sostenibilidad ambiental, social y laboral.



## FEDEPALMA

**Nicolás Pérez Marulanda**  
Presidente ejecutivo

### Lo bueno del 2022.

 El comportamiento del sector, en términos de precios y producción. Según estimaciones de Fedepalma, la producción 2022 mantendrá niveles similares a la del 2021, alcanzando nuevamente 1.7 millones de toneladas. Por otra parte, considerando el buen desempeño de los precios, se calcula que el valor de la producción será cercano a \$8.8 billones, posicionando al sector palmicultor como un dinamizador del campo colombiano en los 161 municipios de 21 departamentos en los que se desarrolla esta actividad.

El aceite de palma continuó consolidándose como el preferido de los colombianos. Durante el 2022, 70% de la producción estará destinada al mercado nacional, reduciendo así la dependencia de aceites vegetales de Colombia y contribuyendo a la seguridad alimentaria del país, en un contexto de aumento de precios de la canasta básica de alimentos.

### Lo malo.

 El aumento en los costos de producción, como resultado de la devaluación

del peso colombiano, y el incremento de los precios de los fertilizantes y la maquinaria importada, así como la situación climática del segundo semestre, afectaron este año el ingreso de los productores. El precio de los fertilizantes utilizados en la palma de aceite tuvo un incremento de 48% en 2020-2021, lo que afectó la competitividad del sector, en la medida en que hasta 34% de los costos de producción de una tonelada de aceite de palma crudo corresponde a estos insumos. Así mismo, el aumento en las tasas de interés ha encarecido la financiación de la actividad productiva.

### Cómo se ve el 2023.

**23** En precios y producción, se proyecta que continuarán en buenos niveles para el sector palmicultor. Sin embargo, preocupa que la situación del clima pueda tener consecuencias en la productividad y los costos. En el 2023, el sector continuará posicionando el aceite de palma colombiano como un origen sostenible, a través de la estrategia de Aceite de Palma Sostenible de Colombia, que buscan que este sea reconocido y apetecido por sus atributos de sostenibilidad. Esto, además, para capitalizar las oportunidades de las nuevas regulaciones internacionales en Estados Unidos y Europa.

El reto para el sector será, entonces, duplicar esfuerzos para acelerar estos aspectos, levantar información, implementar tecnología necesaria y así lograr que el producto de aceite de palma colombiano tenga trazabilidad desde el predio donde se produce.



## PROCAÑA

**Martha Betancourt**  
Directora Ejecutiva

### Lo bueno del 2022.

 El sector agroindustrial de la caña demostró su unión y compromiso por el desarrollo social, económico y ambiental del país. Lanzamos la marca Corazón de Caña, para visibilizar las historias, logros, aprendizajes y proyectos de todas las personas que están vinculadas al sector.

Llegamos a 6.044 árboles sembrados con nuestro programa Somos Sostenibles. Con el programa Fondo Social, que tenemos con Asocaña, logramos importantes intervenciones de vías terciarias en el municipio de Guacarí, y con la Alianza para el Desarrollo Ambiental, Económico y Social, Aldeas, que creamos con las fundaciones Caicedo González, Riopaila Castilla, El Amparo y Mariana Hoyos de Gutiérrez, alcanzamos a montar 1.227 huertas familiares. Con Aldeas, rescatamos saberes tradicionales, incentivando el establecimiento de cultivos de hortalizas, frutas y verduras en predios familiares o comunitarios, y promoviendo esquemas de comercialización productor-consumidor.

### Lo malo.

 Las invasiones que se presentaron en el norte del Cauca ha algo que hemos lamentado. Nos preocupa la seguridad de nuestros afiliados que se encuentran en esa región y la afectación que esto causa en los cultivos. Por esta razón, Procaña ha participado en la mesa de diálogo del norte del Cauca y en las reuniones convocadas por el gobierno nacional, a quien le reconocemos el compromiso y la presencia permanente en la región.

### Cómo se ve el 2023.

**23** Se ven oportunidades y desafíos. Oportunidades para seguir trabajando por la sostenibilidad económica, social y ambiental del sector y las comunidades. Cumpliremos cincuenta años y seguiremos con nuestros proyectos sectoriales e institucionales que son: *Corazón de Caña*, Fondo Social para la Agroindustria de la Caña, Compromiso Rural, Aldeas, Somos Sostenibles y Nuevas Generaciones de Procaña.

Desafíos, porque nos quedan tareas pendientes en los asuntos de convivencia, problemas de seguridad y fin de los distintos conflictos de muchos territorios, como el norte del Cauca. Y desafíos también con el desarrollo rural integral como motor esencial del progreso en todas las zonas donde hay presencia de agricultores de caña. Tenemos pendiente un pacto de convivencia y no repetición de conflictos sociales, liderado por el gobierno nacional para el norte del Cauca, que esperamos retomar y firmar en enero del 2023 como una condición necesaria para adelantar planes de reactivación económica.



## FEDEARROZ

**Rafael Hernández**  
Gerente general

### Lo bueno del 2022.

 Este fue un año de recuperación de precios, luego de un 2021 con un nivel de precios bajo tanto en *paddy* verde como en blanco. Esta recuperación de los precios mejoró la intención de siembra de los agricultores arroceros a partir del segundo semestre del 2022, pese a los grandes incrementos en los costos de producción.

Fedearroz organizó con éxito el XXXVIII Congreso Nacional Arrocerero, en el que se reunieron los productores más representativos de cada zona y otros actores importantes en el desarrollo del sector, como el gobierno, la academia e instituciones privadas. El fortalecimiento de la asistencia técnica, a través del programa Amtec, y el lanzamiento de la nueva variedad Fedearroz 75, se sumaron a los logros entregados.

### Lo malo.

 Las consecuencias de la pandemia del covid-19 y del conflicto Ucrania-Rusia, que ha llevado el precio de las materias primas

para la producción de alimentos a niveles históricos, impactando negativamente, entre otras cosas, a la seguridad alimentaria en todo el mundo. Esto ha incrementado en más de 40% los costos de producción en algunas zonas arroceras del país.

Las fuertes lluvias por el fenómeno de La Niña, acompañadas de zonas que permanecen inundadas, como es el caso de La Mojana, ha hecho que varios productores no hayan podido sembrar o hayan perdido parte de sus inversiones.

### Cómo se ve el 2023.

**23** En el XXXVIII Congreso Nacional Arrocerero, se compartió el lema bajo el cual el gremio seguirá trabajando el año que viene: *"El arroz como motor de desarrollo sostenible"*, a través de los programas de investigación y Transferencia de tecnología. Igualmente, en el 2023, Fedearroz hará el Quinto Censo Nacional Arrocerero, con el que se actualizarán el mapa arrocerero colombiano y el comportamiento de sus principales variables.

Se espera que el nivel de precios de los agroinsumos disminuya, contribuyendo así a la normalización de las estructuras de costos de producción de los agricultores. En materia de producción, esperamos que con la recuperación del precio en el 2022, se recuperen las áreas sembradas, para que haya un mayor abastecimiento del producto a escala nacional.



## FEDEACUA

**César Augusto Pinzón**  
Director ejecutivo

### Desde el 2010, el sector acuícola colombiano crece de forma fortalecida, tanto en producción como en comercio exterior.

Para este año, estamos calculando un crecimiento cercano a 10% en la producción, pues se pasará de 200 mil toneladas, mientras que las exportaciones superarán la barrera de los US\$100 millones de dólares, para un aumento de 27%. Todo esto, a pesar de la difícil situación económica (global y nacional), que elevó sensiblemente los costos de producción. El alimento, por ejemplo, ha tenido un aumento real de 32%, mientras que los precios que se pagan a los productores no están acompañando esos mayores costos.

Esta situación nos está llevando a una reingeniería en el sector, apostándoles a nuevos mercados, a la búsqueda de nuevas presentaciones, a la exploración de subproductos –como la harina de pescado y sus respectivos aceites–, al ejercicio de unión entre piscicultores para compra de insumos y venta de productos.

La difícil situación que ha vivido el sector piscícola, nos está sacando de nuestra zona de confort, con lo que esperamos avanzar en el fortalecimiento de la cadena.

Para el próximo año, continuaremos trabajando en asuntos estratégicos para el sector, como la formalización, una ley de la acuicultura, y la domesticación del pez panga, el cual puede no solamente contribuir a la seguridad alimentaria, sino a la seguridad social, financiera y fiscal del país. También esperamos internacionalizar nuestro sello Pescado Colombiano y consolidar nuestros informes de sustentabilidad de la Iniciativa de Informe Global, GRI (por sus siglas en inglés).





## GRUPO DIANA

**Andrés Murra**  
CEO

### El 2022, continuó reflejando crecimiento y oportunidades para el país y el Grupo Diana.

A lo largo del año, hicimos inversiones en infraestructura y fortalecimos nuestra capacidad organizacional para continuar trabajando en nuestro propósito de crecer como una marca poderosa. Tuvimos el reconocimiento de ser la primera marca nacional en la mente y corazón de los colombianos, junto con dos grandes multinacionales de gran tradición. Esto nos motiva a seguir día a día llevando lo mejor del campo a la mesa de los colombianos. Nuestra promesa es calidad, excelencia y amor por lo que hacemos.

La realidad y la economía cambiante representaron un reto que asumimos con entereza. La incertidumbre económica trajo consigo incrementos en nuestros costos de materias primas y en tasas de interés; adicionalmente, la situación invernal y el deterioro en la infraestructura vial en diferentes zonas del país hicieron más complejas nuestras operaciones logísticas. Sin embargo, asumimos el reto para continuar teniendo operaciones eficientes y enfocadas en mejora continua, lo que nos permitió llegar a más regiones del país con nuestros productos.

La economía cambiante y el entorno agitado al que actualmente estamos enfrentándonos, puede ponernos retos desconocidos para el 2023, y solo volviendo a nuestra esencia y a nuestros valores podremos superarlos y seguir en nuestra senda de crecimiento. Continuamos con la convicción de apoyar la creación de empleo y también velar por el cuidado de nuestro medio ambiente.



## ASOLECHE

**Andrea González**  
Presidenta Ejecutiva

### Lo bueno del 2022.



Gracias a la ardua gestión ante el Congreso de la República y el gobierno nacional, Asoleche logró que se excluyeran, en el proyecto de Reforma Tributaria, las partidas arancelarias 04.03 y 04.04 del impuesto a las bebidas ultraprocesadas azucaradas, evitándose que fueran gravadas la mantequilla, los yogures y el lactosuero, entre otros productos. Así mismo, Asoleche ha participado con los delegados del gobierno nacional y empresas afiliadas en el entendimiento, análisis y propuestas de asuntos normativos que inciden en la cadena láctea, como la Resolución 810 del 2021, que tuvo consulta pública nacional e internacional.

Se llevó a cabo el X Congreso Internacional de la Industria Láctea, que abordó aspectos relevantes como la economía global, seguridad alimentaria, las materias primas para la ganadería, autosuficiencia láctea e innovación empresarial, entre otros. También seguimos trabajando por la internacionalización del sector lácteo, y se trabajó en la articulación y gestión operativa para la certificación de cerca de dieciséis de plantas procesadoras lácteas del país para exportar lácteos a Cuba. El acopio de leche formal mostró una recuperación de 7.7%, en el acumulado de los últimos doce meses (a octubre de 2022), lo que significa

un crecimiento en la formalidad o en la producción, hecho que está relacionado con el comportamiento de los precios de la leche cruda pagados al productor que en promedio para este mismo periodo crecieron 45.3%. Se destaca también la llegada de Andrea González a la Presidencia Ejecutiva de Asoleche, quien no solo es la primera mujer en asumir este cargo, sino que su experiencia en el sector agroproductivo ha sido determinante para la toma de decisiones en el gremio.

### Dificultades del 2022.



Uno de los retos que afronta el sector es la ola invernal, que afecta la producción de leche: Tolima y Costa Atlántica (30%), valle de Ubaté y Chiquinquirá (15%), Nariño (15%), Antioquia, Eje Cafetero y Valle del Cauca (10%). Esto ha traído como consecuencia que en lo corrido del año se observe una desaceleración en el crecimiento del acopio para el segundo semestre, afectando también los precios al consumidor y, por tanto, la economía de los hogares colombianos. A esto se suma la inflación en el país, que llegó a 12.5% en noviembre. La leche se situó en octubre en 34.7%, los quesos y productos afines en 27.2% y otros derivados lácteos en 17.6%. Por último, el elevado costo de los insumos y fertilizantes, dificulta la producción de leche.

### Cómo se ve el 2023.



Uno de los grandes retos es mantener un negocio competitivo y rentable en un contexto económico y político incierto, que ha generado volatilidad en los mercados. Desde Asoleche seguimos trabajando por una actividad comprometida con el desarrollo de los territorios, bajo esquemas inclusivos, sostenibles y viables económicamente. De igual forma, existe preocupación en el sector frente al desarrollo e impacto que pueden causar, no solo la reforma tributaria sobre la actividad empresarial, sino también de otras reformas tales como la política, la agraria y la laboral, entre otras.



## FEDERACAFÉ

**Roberto Vélez**  
Gerente General

### Con varios récords en materias económica, social, ambiental y de gobernanza, cerró el año cafetero (octubre 2021-septiembre 2022).

Veámoslos: El valor de la cosecha llegó a \$14.5 billones. En enero-septiembre, el precio promedio de compra pagado a los productores superó los \$2.440.000 por carga, el más alto de la historia. A octubre, las exportaciones de café alcanzaron los US\$3.748 millones, 36.7% más que en el mismo periodo del 2021. Se establecieron relaciones cuarenta y nueve clientes nuevos y se abrieron tres nuevos mercados (Kuwait, Vietnam y Malta).

Buencafé logró ventas históricas por US\$146 millones a septiembre, 18% más que en el mismo periodo del 2021 y se espera cerrar el año en más de US\$200 millones. Los ingresos de Procafecol crecieron 58% a \$395.394 millones. Las ventas totales de Almacafé crecieron 4%, para sumar \$62.991 millones.

En asistencia técnica, el Servicio de Extensión tuvo 1.063.496 contactos con caficultores, cifra 25% superior a los 853.190 del mismo periodo del 2021.

Con 5.287 árboles/ha, la densidad de siembra es la más alta de la historia, y 86% del área cafetera está sembrada con variedades resistentes, también porcentaje récord. Gracias a la Cédula/Tarjeta Cafetera Inteligente como instrumento bancario, los caficultores se ahorraron \$884 millones en retiros de otras redes; por los beneficios gestionados con el aliado bancario, las transacciones aumentaron 43% desde el 2020. A septiembre, se otorgaron 60.529 créditos Finagro a productores por más de \$1.34 billones.

Este año, presentamos la línea de café de mujeres al mercado internacional, que resalta los grandes aportes de las mujeres a la cadena de valor. Desde hace varios años, hemos impulsado el café producido por mujeres, y a septiembre, con 5.992 sacos de 70 kilogramos, estas ventas superaron en 77% los 3.390 sacos del 2021.

Casi 13.000 familias cafeteras se beneficiaron de acciones de empalme generacional y equidad de género. Y más de 15.800 personas se beneficiaron de mejoras en vivienda, saneamiento básico y energización, cifra que supera los más de 14.900 beneficiarios del mismo periodo del 2021.

Con las elecciones cafeteras, el gremio refrendó una vez más su legitimidad y capacidad organizativa. Continuando con una larga tradición de democracia participativa, casi 185.000 cafeteros federados acudieron a las urnas para elegir a sus 4.824 representantes gremiales de los 387 comités municipales y 15 departamentales.



## CORPOHASS

**Jorge Enrique Restrepo**  
Director Ejecutivo

### En el 2022, el aguacate Hass se consolidó como el quinto renglón de las exportaciones agrícolas del país.

Más de treinta países recibieron nuestra fruta, aprovechando siete nuevos mercados abiertos en los últimos cinco años, gracias a la "diplomacia sanitaria", en la que participó activamente Corpohass.

Se logró, en un trabajo coordinado con el ICA, la apertura de Chile, habilitando seis predios y diez plantas emparadoras. Facilitamos la organización de la visita de inspección de la autoridad sanitaria de Corea del Sur, que permitió habilitar sesenta y cinco predios que suman 2.836 hectáreas y once emparadoras.

Consolidamos siete Mesas Fitosanitarias en cuatro departamentos donde se siembra aguacate Hass. Es así como promovemos la habilitación de más lugares de producción. Una oportunidad de mejora del sector es consolidar los nuevos mercados. Es clave que no se dependa solo de Europa, teniendo en cuenta que es un objetivo principal lograr que Estados Unidos sea nuestro mercado natural. En materia de sostenibi-

lidad, Corpohass logró la firma del acuerdo de voluntades para la construcción del Acuerdo de Cero Deforestación. Suscribimos convenios con tres CAR, buscando armonizar la actividad productiva con cumplimiento de normativa ambiental.

Queremos resaltar que en 13% de los municipios Zomac, se cultiva aguacate Hass como actividad productiva para crear empleo formal, bienestar, escolaridad, oportunidades y desarrollo sostenible para productores, sus familias y la comunidad en general. Se creó la Mesa Técnica Nacional de Poscosecha, grupo designado para identificar y trabajar en las necesidades en esta materia y lograr posicionar al origen como referente de calidad.

En los cursos, talleres y actividades en campo que programó Corpohass, se beneficiaron más de 2.300 productores de la fruta en nueve departamentos.

El 2023, propone una serie de retos que debemos enfrentar trabajando en equipo, como factores climáticos adversos (lluvias), con impacto directo en la calidad y tamaño de la fruta, aumento de la inflación local e internacional, exceso de oferta en algunos mercados, según la época, y la volatilidad de la tasa de cambio, entre otros.

Es fundamental el desarrollo del mercado interno para promover el consumo de la variedad Hass. Corpohass inició la campaña #ConHass, que dio a conocer el dinamismo y los beneficios de la fruta para incluirla en la alimentación diaria.



# Territorio Aguacate 2022

REUNIÓ A MÁS DE 2.570 ASISTENTES

Intervinieron **noventa expertos de Colombia, México, Perú, Chile, Estados Unidos, Brasil, Alemania, Sudáfrica, Francia y Holanda**. En la muestra comercial participaron ciento treinta empresas.

**T**odo un éxito resultó la cuarta versión de Territorio Aguacate 22, que se llevó a cabo el 23 y 24 de noviembre en la ciudad de Medellín, bajo la organización de la Corporación de Productores y Exportadores de Aguacate Hass de Colombia, Corpohass. El evento reunió a 2.570 asistentes, noventa expertos de once países y una muestra comercial con ciento treinta empresas de veinte países.

En esta oportunidad, se desarrolló una programación concebida para permitir la construcción de conexiones y la generación de conocimiento alrededor de esta fruta, con miras a proyectarla al mundo como referente de calidad, sostenibilidad y competitividad. De ahí la asistencia de expertos, productores, exportadores, proveedores de servicios,

investigadores y demás actores de la cadena de valor del aguacate Hass.

La agenda académica –en la que intervinieron noventa expertos de Colombia, México, Perú, Chile, Estados Unidos, Brasil, Alemania, Sudáfrica, Francia y Holanda–, fue diseñada a partir de diálogos en diferentes formatos, como paneles, espacios de discusión, conferencias magistrales, charlas técnicas y casos de éxito, entre otros. Se presentaron veinticuatro conferencias magistrales y cincuenta y cuatro Avotalks o charlas complementarias.

En total, en Territorio Aguacate se desarrollaron setenta y ocho espacios de aprendizaje, basados en cuatro ejes temáticos: cadena de suministro, calidad, productividad y mercados y negocios.

Así mismo, se concretaron más de quinientas citas, a través de la ronda de negocios o Avomatch, y en la muestra comercial participaron ciento treinta empresas de veinte países.

Una de las novedades de este año fue el AvoFuture, componente en el cual cuarenta y dos compañías compartieron sus desarrollos, iniciativas de innovación, herramientas tecnológicas y recursos que promueven la eficiencia y productividad de la cadena de valor de esta agroindustria

Por su parte, en los Avotours, al menos ochenta asistentes, entre colombianos y extranjeros, participaron en los recorridos que se programaron en municipio de Sonsón para conocer, de primera mano, cómo ha evolucionado el ecosistema del aguacate Hass (producción y empaque) y su impacto positivo en la comunidad.

Territorio Aguacate también promovió la investigación científica, a través de Avopapers, un espacio en el que se divulgaron artículos y estudios relacionados con la calidad, producción, rendimientos, comercialización e industrialización. Y en la rueda de negocios o Avomatch, se hicieron más de quinientas citas.

*“Este evento demuestra cómo por medio de la transferencia de conocimiento, unimos a la cadena, propiciamos conexiones y generamos negocios”,* dijo María Alejandra Madrid, gerente general de Agrilink, aliado de Corpohass. 🌱



Territorio Aguacate:

# El más completo evento

DE SU GÉNERO EN A. LATINA

La Corporación de Productores y Exportadores de Aguacate Hass de Colombia, Corpohass, no podía cerrar mejor el año que con la cuarta edición de Territorio Aguacate, que se realizó entre el 23 y 24 de noviembre, en el recinto de Plaza Mayor (Medellín). Por número de asistentes, conferencistas, contenido académico, muestra comercial y otros componentes (ver página 18), este evento sigue demostrando que va camino a ser el mejor de su género en toda América Latina.

Jorge Enrique Restrepo, director ejecutivo de Corpohass, cuenta más detalles de este encuentro y otros asuntos relacionados con el cultivo de aguacate Hass, que cada día cobra mayor importancia en la economía agroexportadora y es fuente de desarrollo nacional.

**Revista Nacional de Agricultura:**  
¿Qué les deja *Territorio Aguacate* a los productores de Hass?

**Jorge Enrique Restrepo:** Una gran experiencia, materializada en conexiones, oportunidades de negocio, relacionamiento con proveedores, capacitación y formación, sobre todo, atendiendo a la actual realidad sectorial. Pero esto no solo es para el productor. Como Territorio Aguacate es un evento que involucra a todo el ecosistema de la fruta, también interactúan academia, exportadores, tomadores de decisiones, proveedores de bienes y servicios, entre otros.

**Se trató de una gran experiencia**, materializada en conexiones, en oportunidades de negocio, en relacionamiento con proveedores, en capacitación y en formación



 Jorge Enrique Restrepo.

**R.N.A.:** ¿Hay algo parecido a Territorio Aguacate en países como Perú, Chile o México?

**J.E.R.:** En Perú organizan anualmente un congreso, pero es de una menor escala en términos de visitantes, conferencias, espacio, muestra comercial y experiencia. Hay otro evento, el Congreso Latinoamericano del Aguacate, que es itinerante, pero tampoco tiene la magnitud que ha adquirido Territorio. El Congreso Mundial es similar, pero se realiza cada cuatro años, en diferentes lugares. En abril del 2023 será en Nueva Zelanda.

**R.N.A.:** ¿Quiere decir, entonces, que Colombia se consolida como centro latinoamericano del *aguacate Hass*?

**J.E.R.:** Lo que creo es que Territorio Aguacate se va a convertir en el evento, de su género, más importante de América Latina.

**R.N.A.:** ¿Cuáles fueron las cinco cosas más importantes que ocurrieron en la última edición de Territorio Aguacate?

**J.E.R.:** 1) La firma de la Manifestación de Voluntades para la Construcción del Acuerdo de Cero Deforestación. 2) La presencia del director encargado de World Avocado Organization, Wado, Tom Van Hees. 3) El nuevo componente



 AvoFuture, el nuevo componente de emprendimiento, fue otros de los componentes exitosos de Territorio Aguacate.

de emprendimiento, AvoFuture, con alto contenido de tecnología e innovación para el sector. 4) La masiva asistencia, en comparación con ediciones anteriores y eventos similares, que facilitó las conexiones y el relacionamiento en pro de los negocios. 5) Las nuevas experiencias de interacción y actividades culturales, como los murales alusivos a la promoción del consumo nacional de aguacate Hass. Como complemento, se compartió una agenda académica muy nutrida, con orientación especial a lo técnico, conformada con base en los retos y realidad del sector. Justo, en este momento, ya estamos pensando cómo innovar en la próxima edición de Territorio Aguacate.

**R.N.A.:** ¿Qué tan importante fue la presencia de jóvenes y mujeres?

**J.E.R.:** Tuvimos mujeres en todos los espacios del evento, en la muestra comercial y como conferencistas. Es que en el ecosistema del aguacate Hass se ven mujeres en comercio exterior, cargos directivos, asistencia técnica, suministro, operaciones y muchas otras actividades.

**R.N.A.:** ¿Asistieron inversionistas extranjeros?

**J.E.R.:** Sí, y representantes de empresas que ya tienen proyectos de expansión en el país, así como otros que quieren entrar al negocio.

**R.N.A.:** ¿Cómo resumiría en pocas palabras el sector del *aguacate Hass* hoy?

**J.E.R.:** Es un sector joven, muy dinámico, con mentalidad empresarial, que define al mundo como su mercado.

**R.N.A.:** ¿Qué están haciendo bien los productores de *Aguacate Hass*?

**J.E.R.:** Han entendido las exigencias de los mercados, y por eso, se preparan gradualmente para atender esos estándares, que cada vez son más exigentes en tiempo, recursos y voluntad.



 El del Hass, es un sector joven, muy dinámico, con mentalidad empresarial, que define al mundo como su mercado: Jorge E. Restrepo.

Además, comprendieron que la competencia no es solo el vecino, sino los otros países productores de la fruta. Entienden que deben ponerse la camiseta de Colombia, comprometerse con la calidad, ya que una mala práctica de un productor en particular le puede dañar la reputación al país entero e incluso, generar el cierre de un mercado.

Igualmente, saben que es necesario diversificar los mercados. En este sentido, gracias a la *diplomacia sanitaria*, en la cual Corpohass participa activamente, se abrieron siete mercados en los últimos cinco años.

Los productores cada vez tienen más interés en los planes de trabajo y se preocupan por cumplirlos, especialmente los protocolos fitosanitarios, para lograr su habilitación para exportar a nuevos mercados. Además, trabajan en comprender que este negocio es de ciclos y que hay factores externos que impactan los retornos.

En síntesis, han entendido la importancia de contar con articulación público-privada, impulsada por Corpohass, y la necesidad de una autoridad sanitaria sólida, el ICA, para facilitar el crecimiento y desarrollo de los sectores agroexportadores como el nuestro.

Según Jorge Restrepo, este año, **Corpohass comenzó a trabajar, con buenos resultados**, la promoción del consumo.

en continuar promoviendo la importancia de Estados Unidos, que debe convertirse, en el mediano plazo, en el mercado natural de Colombia. De hecho, ahora representa 20% de nuestras exportaciones, pero en años anteriores no llegaba ni a 3%.

**R.N.A.:** ¿Qué de lo que está haciendo el sector del aguacate Hass en Colombia podría ser asimilado por Perú, Chile o México?

**J.E.R.:** Hay algo que empezamos a trabajar este año, con buenos resultados en pocas semanas: incentivar el consumo interno, a través de un esfuerzo con influenciadores. México y Perú son supremamente sólidos en cuanto a exportación, pero no han trabajado en la estimulación del consumo local, o quizás, no lo necesitan.

**R.N.A.:** ¿Cuáles son las tres cosas en las cuales *deben trabajar más los productores?*

**J.E.R.:** Uno, en todo lo que sea el mejoramiento de la calidad de la fruta, porque esto no solo repercute en el nombre de Colombia, sino también en precios y retornos. Dos, en cumplir los protocolos fitosanitarios, para aprovechar los siete nuevos mercados abiertos: Estados Unidos, Argentina, Japón, China, Perú, Corea del Sur y Chile. Tres,



## Más productividad, sostenibilidad e inclusión financiera para los productores y campesinos de Colombia

### Productos financieros

-  Recursos de redescuento
-  Líneas Especiales de Crédito - LEC
-  Fondo de Microfinanzas Rurales - FMR
-  Respaldo del Fondo Agropecuario de Garantías - FAG

### Productos no financieros

-  Aplicativo de análisis de crédito "Decisión"
-  FINAGRO Educa
-  Educación Financiera
-  Marcos de Referencia Agroeconómicos MRA - AgroGuía



¿Necesita más información?

 [www.finagro.com.co](http://www.finagro.com.co)

 [finagro@finagro.com.co](mailto:finagro@finagro.com.co)

 Agrolínea nacional  
**018000 912 219**

WhatsApp **314 329 2434**



MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL



SC 5828-1

CO-TR-ECCO-0201/20-MA

CO-ST-CER946787

001487/2008/ROBIO/INT

En cambio, Chile es tal vez el mejor ejemplo en el mundo, después de Estados Unidos, sobre cómo aprovechar el mercado interno de un país que era netamente exportador y ya gran parte de la producción se destina al consumo interno, debido principalmente a los precios que paga que el consumidor. Incluso, en ocasiones, ha necesitado importar para solventar la demanda local.

**R.N.A.:** *¿Hay transformación social en las zonas donde se ha establecido el Aguacate Hass?*

**J.E.R.:** Sí, porque aparte de la creación de empleo formal, fruto de la mentalidad empresarial del sector, se replican buenas prácticas, que se irrigan en comunidades, colaboradores y sus familias, a través

**El cambio económico y social** que se percibe en las zonas de cultivo del aguacate Hass es muy grande.

de oportunidades de desarrollo, esparcimiento, escolaridad y mejoramiento de la calidad de vida. Algunos municipios que tenían otras vocaciones o que son víctimas del conflicto armado, son hoy 100% aguacateros. El cambio económico y social que se percibe es muy grande, porque se desarrollan, incluso, nuevos servicios, como el hotelero y el transporte (incluido el aéreo, en algunos casos).

**R.N.A.:** *¿Cómo está el sector en materia de investigación?*

**J.E.R.:** En este frente hay todavía mucho por hacer. Estamos en una etapa temprana. Reconocemos la importancia de la investigación, de los tiempos que toma y de los recursos que exige. También enfrentamos el desafío de las condiciones propias de la siembra en el trópico, ya que son condiciones únicas y es difícil replicar otras investigaciones. Por eso, partimos de impulsar pequeños proyectos y de tener buenos aliados, como Agrosavia, integrantes de la academia y organismos de cooperación internacional, entre otros.

**R.N.A.:** *¿Qué tanto están trabajando los productores más grandes con pequeños cultivadores para lograr volúmenes exportables?*

**J.E.R.:** En varios municipios hay asociaciones de pequeños productores, pero también hay empresas ancla o pivote, que en muchos casos son exportadoras y buscan el desarrollo del productor, de cualquier tamaño, por medio de apoyos como certificación y mejoramiento de estándares. Así se convertirán en sus proveedores confiables. En Colombia, hay una gran competencia por el abastecimiento.

**R.N.A.:** *¿Van a entrar nuevos capitales extranjeros y nacionales al negocio?*

**J.E.R.:** Vemos cierta pausa en el último trimestre del año y es posible que se replique durante los primeros meses de 2023, pues hay incertidumbre, la gente quiere saber qué va a pasar con el Gobierno, cómo impactan las decisiones y medidas.

También es importante estar atentos al contexto internacional, porque influye en este tipo de decisiones. ✈

- 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

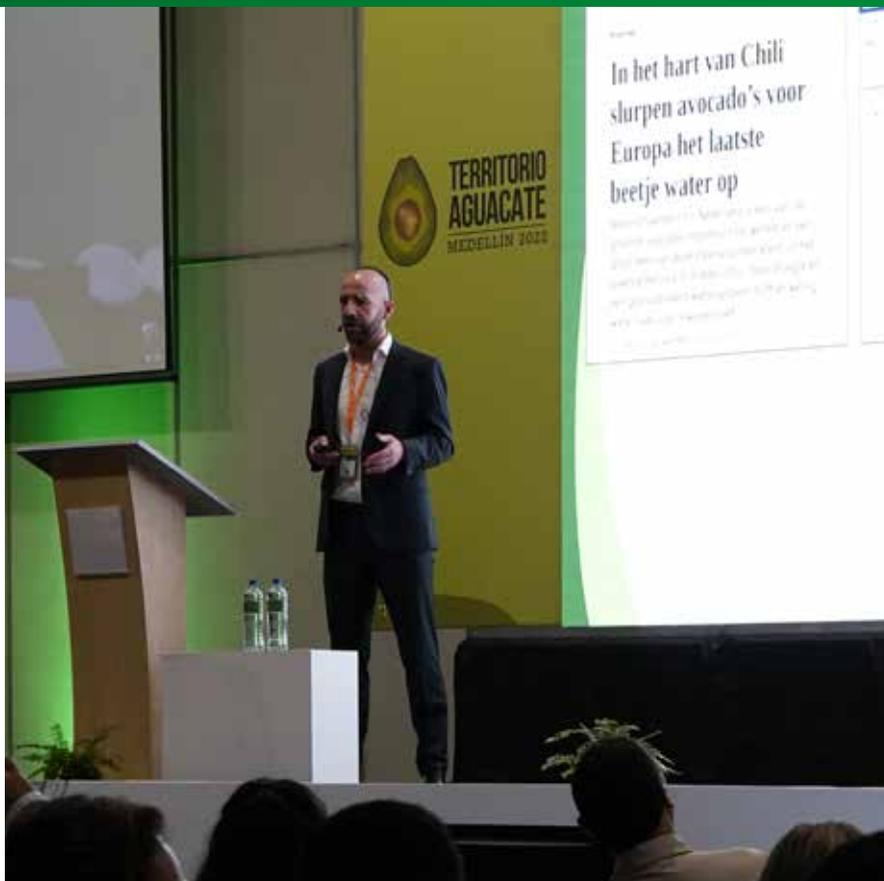
**PBX**  
(57-1) 755 17 06

[mycauditores.com.co](http://mycauditores.com.co)



**M&C**  
Audidores y Consultores





# Una mirada a la agenda académica

DE TERRITORIO AGUACATE

El clima, el agua, el suelo, las plagas, la productividad, la competitividad, el mercado internacional, la promoción del consumo y el papel de la mujer, **fueron algunos de los temas desarrollados en este evento.**

Con una agenda especialmente concebida para abordar algunos de los principales temas que hoy atraviesan la cadena del aguacate Hass, se desarrolló (Medellín, 23 y 24 de noviembre), la cuarta

versión de Territorio Aguacate, evento organizado por la Corporación de Productores y Exportadores de Aguacate Hass de Colombia, Corpohass. A continuación, se reseñan algunas de las intervenciones.

## DE BANQUERO A AGRICULTOR

GABRIEL JARAMILLO,  
EXPRESIDENTE DEL  
BANCO SANTANDER  
(COLOMBIA)



» La charla inaugural de Territorio Aguacate estuvo a cargo de quien fuera presidente del Banco Santander y acumulara una experiencia de más de treinta y cinco años en el sector financiero de Colombia, Brasil y México. Se concentró en el concepto extendido de calidad. Su disertación incluyó ejemplos de competitividad e innovación a través de la genética de ciclo corto, con miras a la reducción de emisiones y de consumo de agua por kilogramo de producción, así como a la potenciación de la precocidad sexual. Expresó que *“quien no es dueño de su futuro genético, no es dueño de nada”*, para resaltar la importancia de conocer y mantener la genética en el hato. Si bien se concentró en el sector ganadero, los retos, innovaciones y lecciones aprendidas sobre el uso de la ciencia para mejorar productividad son altamente pertinentes para el sector aguacatero, incluyendo la perspectiva de *“enfriar el mundo”*.

## CLIMA VS. AGUACATE

NÉSTOR M. RIAÑO H.,  
ASESOR AGRÍCOLA  
(COLOMBIA)



» Colombia, por ser un país ecuatorial, tiene que mirar el clima como un factor fundamental para la toma de decisiones en el cultivo del aguacate. El país cuenta con los vientos alisios del norte y suroeste, que se juntan en la zona de convergencia intertropical, y tiene el agua de amortiguación o de precipitación horizontal, lo que cambia dentro de la misma finca, en lotes de diferente altitud. La dinámica entre el día y la noche, en la oferta de precipitación, está determinando los modelos productivos en el aguacate. No se puede ignorar la afectación de varios fenómenos, como La Niña, El Niño y la oscilación decadal del Pacífico, que determinan

ciclos de mayor o menor oferta hídrica. Hay modelos comprobados (simulados y pronosticados), que muestran los ciclos Niño o Niña, en periodos de 25 a 30 años, que permiten esperar que en los próximos 6-7 años (hasta los 10-12), Colombia tendrá más agua de lo normal. Los factores de productividad, como el clima, el suelo y su salud y la interacción genotipo-ambiente, van a interactuar en los momentos de la “cresta” de la zona de convergencia intertropical, la “cresta” de La Niña y la “cresta” de la oscilación decadal del Pacífico. Por tal razón, es importante estar consultando los modelos de pronóstico de clima de entidades como el NOAA, el IRI, el Ideam, etc., para tener elementos en la toma de decisiones en agricultura.

### MANEJO TÉCNICO DEL AGUA DE EXCESO EN EL SUELO POR EL CAMBIO CLIMÁTICO

MILLERLADY NOVA,  
DIRECTORA SOPORTE DE  
PRODUCCIÓN. BANASAN  
(COLOMBIA)



» Hay necesidad de hacer pautas y diseñar estrategias para conseguir cultivos más resilientes frente el cambio climático. Es necesario trazar planes de manejo del agua cuando se altera el flujo de esta en el campo. La escorrentía, podría causar problemas de erosión. Los drenajes internos contribuyen a la estabilización de masa en el suelo y ayudan a reducir la presión del agua sobre los poros del suelo. Nunca es tarde para establecer un sistema de drenajes adecuado. Igualmente, es necesario hacer un monitoreo de la humedad del suelo. Los beneficios del drenaje son transversales a todo el proceso productivo, pues facilita el tránsito en las labores de siembra, producción y cosecha. Ante el aumento de las lluvias en los años venideros, se deben complementar todas las medidas para un adecuado diseño de drenajes en un cultivo perenne como el aguacate.

### HACIA DÓNDE VAMOS CON EL AGUACATE EN EE.UU. TENDENCIAS Y DESAFÍOS EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS

MANUEL RECALDE,  
FOOD CHAIN CONNEXT LEADER  
LATIN AMÉRICA. CORTEVA  
AGRISCIENCE



» La globalización ha llevado a cambios en los requisitos del mercado, de acuerdo con el destino de la fruta. En Estados Unidos hay mayores exigencias para la calidad microbiana y nutricional, así como para el sabor. En cambio, Europa pone mayor interés en los límites máximos de residuos (LMR), mientras que los mercados asiáticos están más interesados en el bienestar, la alimentación saludable y reducción de los LMR. La región Latam, por su parte, combina aspectos de seguridad alimentaria y alimentación saludable. Además de esto, las tendencias involucran sustentabilidad y reducción de pérdidas y desperdicios de alimentos en la cadena de suministro.

### LA REALIDAD DE LOS METALES PESADOS EN LOS AGROPRODUCTOS DE EXPORTACIÓN

DANIEL BRAVO,  
INVESTIGADOR PH.D.  
ASOCIADO DE AGROSAVIA  
(COLOMBIA)



» Agrosavia ha venido trabajando en la problemática de metales pesados asociados a sistemas productivos, especialmente del cadmio en cacao. La investigación ha permitido entender el papel de los microorganismos en el ciclo, así como el origen, distribución en suelos de veintidós departamentos de Colombia, innovación en técnicas para su detección en suelos, y el papel de la actividad antropogénica en el movimiento de este elemento hacia suelos agrícolas, entre otros. De esta manera, se pretende aportar re-

sultados a una problemática dinámica, desde diferentes perspectivas, para contribuir a dar soluciones que puedan adaptarse rápidamente.

Agrosavia, con la experiencia adquirida en cacao y su articulación con varios actores, puede adaptarse fácilmente al sistema productivo del aguacate para afrontar potenciales problemas de contaminación de metales pesados.

### “EL SUELO ESTÁ VIVO” (SIMPOSIO)

MELCHOR ROA, DIRECTOR CENTRO DE RIZOSFERA, INNOVAK GLOBAL (MÉXICO). GERMÁN MORENO, DIRECTOR TÉCNICO Y DE MERCADEO DE ROHI PLANT (COLOMBIA). MARÍA M. MARTÍNEZ, DOCENTE, GRUPO DE INVESTIGACIÓN CULTIVOS TROPICALES, U. DE BONN (ALEMANIA). RODRIGO ORTEGA, PROFESOR U. TECNOLÓGICA FEDERICO SANTA MARÍA (CHILE). WALTER OSORIO, DOCENTE U. NACIONAL (COLOMBIA).

» El suelo es un ente lleno de vida. La actividad radicular está asociada a la nutrición de las plantas. Si el huerto se ve amarillo, hay poca actividad radicular. Las raíces conviven con los microorganismos del suelo en una relación mutualista, en la que las raíces producen exudados que alimentan los microorganismos y estos, a su vez, proporcionan nutrientes a la planta, como fósforo, nitrógeno, etc.

La materia orgánica interactúa con los microorganismos del suelo para la liberación del fósforo. Se interpreta la materia orgánica como la “lonchera de carbono” de las plantas, en la que cobran importancia principalmente los ácidos húmicos. La salud del suelo y de la planta deben ser consideradas por el cultivador como un requisito de producción. Deben tenerse en cuenta las propiedades físicas del suelo, su buen drenaje, el manejo de enmiendas y fertilizantes, de manera racional, y considerar las relaciones bióticas del suelo para mantenerlo vivo y en buen estado, dándole paso a un manejo integrado como una oportunidad de mantenerse productivo.

**¿PODRÍAMOS  
CONCENTRAR  
LA FLORACIÓN  
DEL AGUACATE  
COLOMBIANO?  
ESTRATEGIAS Y  
CONSECUENCIAS.**



RICARDO CAUTÍN MORALES,  
PROFESOR ADJUNTO, PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE  
VALPARAÍSO (CHILE).

➤ La presentación se basó en el manejo de la copa de los árboles de aguacate, para controlar la floración y generar cosechas desfasadas. Este concepto se basa en el hecho de que las cosechas y la oferta de fruta, obviamente, no tienen el mismo valor, dependiendo de los mercados, dado que estos ciclos productivos son estacionales. Por lo anterior, se busca tener oferta de fruta en épocas distintas. Colombia podría ser más competitiva en el mercado, en especial, en el de exportación y específicamente frente a competidores como Perú. La pregunta es: ¿se puede programar la cosecha? Para esto es necesario tomar en consideración algunas variables climáticas que promuevan la floración y, al mismo, tiempo la posibilidad de frenar el crecimiento vegetativo. Lo anterior supondría la poda de ramas y hojas, de tal manera que los árboles reciban mayor radiación y, por ende, un estímulo a la floración. Cada etapa fenológica tiene una duración: brotación, madurez de yemas, floración y cosecha. El propósito sería tratar de cambiar esos tiempos con el estímulo de la floración y el retardo de la brotación vegetativa, con prácticas como la poda y el uso de algunos productos hormonales, entre ellos el paclobutrazol (PBZ), un potente triazol que inhibe la biosíntesis de giberelinas, usado ampliamente en horticultura por su capacidad para retardar el crecimiento vegetativo e incrementar la fructificación. Todo lo anterior debe ser evaluado y validado bajo condiciones en las zonas productoras de Hass en Colombia, para así determinar su uso práctico.

**ALGAS MARINAS EN  
LA BIOESTIMULACIÓN  
Y EL MANEJO DEL  
ESTRÉS EN PLANTAS  
CULTIVADAS**



BALAKRISHNAN PRITHIVIRAJ,  
PROFESOR DEPARTAMENT OF PLANT,  
FOOD AND ENVIRONMENTAL  
SCIENCES, DALHOUSE UNIVERSITY  
(CANADÁ).

*Ascophylum nodosum* es un alga encontrada en las zonas intertidales en el norte del Océano Atlántico, cuyos beneficios en cultivos se han conocido desde hace más de cincuenta años. Se mostraron resultados

**Colombia  
podría  
ser más  
competitiva**

en el mercado de exportación, frente a competidores como Perú.

del estudio del extracto del alga (ANE) sobre propiedades de la planta modelo *Arabidopsis thaliana* y sus mecanismos de acción. El grupo de investigación encontró que bajo estrés salino la adición de ANE permite el crecimiento de las plantas, y basados en la expresión de algunos genes y micro RNA se logró discernir los posibles mecanismos involucrados. Adicionalmente, ANE mejoró la absorción de fósforo, no solo en *A. thaliana*, sino en otras especies vegetales como maíz. También ha mostrado mayor tolerancia a la congelación, gracias al aumento de ácidos grasos insaturados en la membrana celular, lo que la hace más flexible, evitando rompimiento por cristales de hielo. Por otro lado, ANE se ha usado en lechuga cosechada, para reducir la pérdida de agua, logrando un aumento en el tiempo de almacenamiento y vida útil.

Nos enorgullece trabajar por el desarrollo de la cacaocultura colombiana

FEDECACAO

60 AÑOS

¡60 años del lado del cacaocultor colombiano!



Finalmente, se mostró que ANE no solo tiene efecto sobre las plantas, sino sobre los microorganismos asociados a estas. Por ejemplo, la coinoculación de *Pseudomonas fluorescens* con ANE en *A. thaliana*, aumentó el crecimiento vegetal comparado con los tratamientos individuales. Los resultados presentados muestran el potencial bioestimulante de ANE sobre las plantas y su microbioma, aun bajo condiciones desfavorables.

### ¿QUÉ VIENE PARA LA PROMOCIÓN DEL AGUACATE EN EUROPA?

TOM VAN HEES,  
DIRECTOR GENERAL WORLD  
AVOCADO ORGANIZATION, WAO



» WAO es una organización que se encarga de promocionar el aguacate en el mundo, con el fin de hacer crecer su mercado, abordando diferentes aspectos como su historia, beneficios y gastronomía, entre otros. Uno de los retos de WAO en la actualidad es hacer más promoción del aguacate en aquellas épocas del año en que se presentan altos volúmenes del producto. La situación actual del mundo ha llevado a cambios en la percepción de los consumidores, quienes están más atentos a la información relacionada con la historia y procedencia del producto, su sostenibilidad, consumo de agua e impacto económico, ecológico y social, por lo que en la promoción hay que enfatizar en estos asuntos, hacien-

do uso de los medios de comunicación y en especial de las redes sociales.

Una de las estrategias que la WAO tiene y que se ha implementado principalmente en Europa es la promoción directa del Hass en supermercados, resaltando sus beneficios nutricionales y proporcionando al consumidor nuevas recetas. Sin embargo, cada mercado tiene un método diferente y personalizado para su promoción. Otro de los retos de WAO es llegar a aquellos países que tienen poca penetración del aguacate en su mercado, como algunos de Europa, así como ser más activos frente al mercado asiático, para lo cual está lista para colaborar con los productores colombianos.

### IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍAS PARA UNA MEJOR PRODUCTIVIDAD

ALEJANDRO PUSTOWKA,  
CEO/COFUNDADOR  
DE LYNKS



» La ponencia se orientó hacia la presentación de equipos de monitoreo agroclimático y su uso en cultivos de aguacate, especialmente, en lo que se refiere al manejo eficiente del recurso hídrico. Para la medición, se utilizan sistemas de monitoreo remoto con gran autonomía energética y comunicación inalámbrica, con soporte para diversos sensores. Se controla el uso de los recursos asociados a la actividad de riego

(agua, energía, personal). Con estos equipos se conocen las necesidades hídricas del cultivo, para usar solamente el agua que se requiere. Esta compañía tiene entre sus soluciones tecnológicas una plataforma integral para el monitoreo de diversas variables de interés en el agro, y en ese sentido ofrece servicios relacionados con sensores, a través de sistemas de monitoreo inalámbrico completamente autónomos.

### RETENCIÓN DEL TALENTO Y ROL DE LA MUJER EN EL MUNDO EMPRESARIAL

ROSALBA MONTOYA,  
CONSEJERA DE LA JUNTA DIRECTIVA  
DE LA CORPORACIÓN EMPRESARIAL  
ORIENTE ANTIOQUEÑO (COLOMBIA)



» Conferencia enfocada en dos asuntos bien definidos. De un lado, el cuidado del talento humano, en el que se resalta que las empresas están hechas por las personas, que son estas quienes marcan la diferencia a la hora de crear buenas experiencias entre los clientes. “El cuidado de las personas de la compañía es más importante que cuidar a los clientes, pues cuando se cuida al colaborador, este cuida al cliente”. El otro asunto es el papel de la mujer en el mundo empresarial, resaltando que la ella juega un rol tan importante en el mundo empresarial como el hombre. Se destaca el aumento de la participación de la mujer en empresas de servicios financieros y en campos como el emprendimiento. ✎



SOCIEDAD DE AGRICULTORES  
DE COLOMBIA

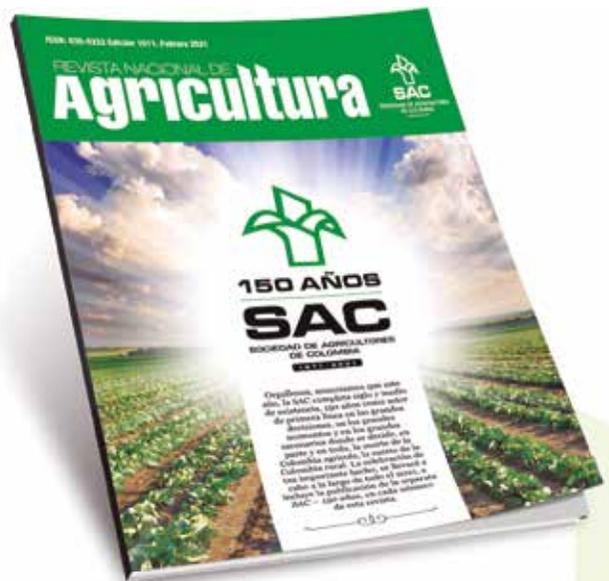
FUNDADA EN 1871

# 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](http://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	\$ 4.956.000	\$ 4.708.000	\$ 4.460.000	\$ 3.965.000
Portada Interior	\$ 4.404.000	\$ 4.184.000	\$ 3.964.000	\$ 3.523.000
Página impar	\$ 3.744.000	\$ 3.557.000	\$ 3.370.000	\$ 2.995.000
Página par	\$ 2.753.000	\$ 2.615.000	\$ 2.478.000	\$ 2.202.000
1/2 página horizontal impar	\$ 2.203.000	\$ 2.093.000	\$ 1.983.000	\$ 1.762.000
1/2 página horizontal par	\$ 1.982.000	\$ 1.883.000	\$ 1.784.000	\$ 1.586.000
1/4 página	\$ 900.000	\$ 850.000	\$ 800.000	\$ 750.000
Doble página	\$ 6.609.000	\$ 6.279.000	\$ 5.948.000	\$ 5.287.000
Publirreportaje una página impar	\$ 4.404.000	\$ 4.184.000	\$ 3.964.000	\$ 3.523.000
Publirreportaje doble página	\$ 7.708.000	\$ 7.323.000	\$ 6.937.000	\$ 6.166.000
Inserto	\$ 2.650.000	\$ 2.518.000	\$ 2.385.000	\$ 2.120.000

\* (entregado por el pautante)

**Difusión digital:** más de 20.000 personas • **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.

### CONTÁCTENOS

Daniela Henao Cardozo  
Cel: 318 683 6572  
[dhenao@sac.org.co](mailto:dhenao@sac.org.co)

María Gutiérrez Mendoza  
Cel: 317 383 0058  
[mgutierrez@sac.org.co](mailto:mgutierrez@sac.org.co)



**FLORVERDE  
SUSTAINABLE  
FLOWERS**



¡Certifícate con **Florverde Sustainable Flowers**, la mejor garantía de una producción responsable para los compradores de flores!



**Florverde Sustainable Flowers**  
la certificación de las flores  
sostenibles en el mundo



[www.florverde.org](http://www.florverde.org)

FLORVERDE



SUSTAINABLE  
FLOWERS  
25 YEARS