



PROPALMA
ECUADOR



Anuario 2021

2021





Todos con las Palmas

**Aceite de palma,
usos para aplaudir**



Proviene de una fruta, es saludable y tan versátil que se usa en muchos productos además de alimentos.



PROPALMA

PROPALMA CONTIGO

2021



NUESTRA MISIÓN

Trabajar unidos con responsabilidad y transparencia en beneficio de los agricultores, extractoras e industriales de la palma de aceite aportando al desarrollo del Ecuador.



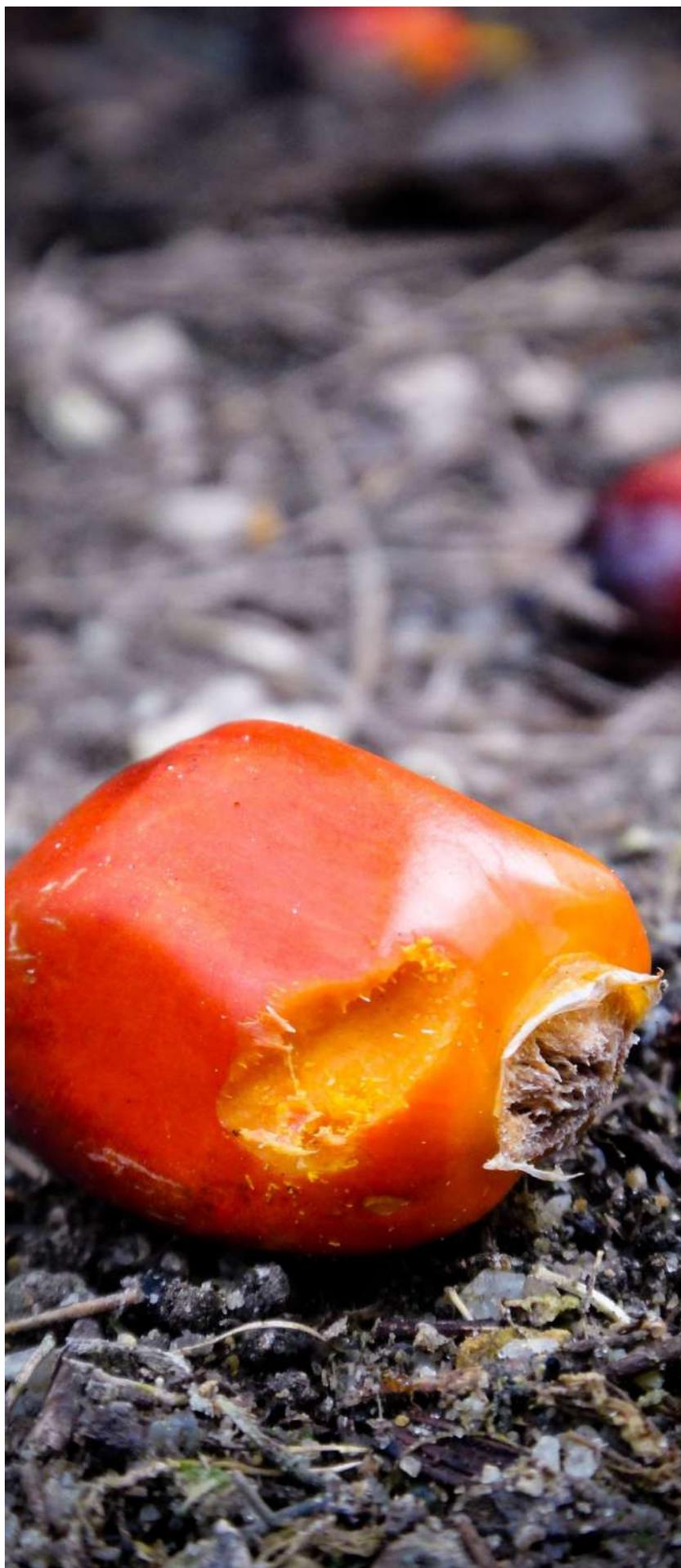
NUESTRA VISIÓN

Ser referente nacional en representatividad y trabajo con agricultores, extractoras e industriales de la palma de aceite promoviendo la productividad, sostenibilidad y producción responsable.



NUESTROS VALORES

Confianza, respeto, unión, proactividad, innovación, imparcialidad, honestidad, libertad, corresponsabilidad.





H. EDWARD BERG GUTT

Más de 70 años han transcurrido desde que las primeras semillas de palma aceitera llegaron al Ecuador y desde entonces este cultivo ha sido sinónimo de progreso, crecimiento y bienestar en cada una de las más de 140 parroquias a lo largo de 13 provincias del país.

Tengo el grato orgullo de ser parte y de haber contribuido con el desarrollo de esta cadena productiva por más de 4 décadas, puedo decir con total convicción y certeza que la palma ha sido, es y continuará siendo un racimo de oportunidades para el Ecuador.

Este país que siento como mío tiene las mejores condiciones agroclimáticas para producción sostenible de palma. Como lo determinó un estudio desarrollado por REDD+, en el 97% de la superficie en la que se ha extendido este noble cultivo, existió previamente otra actividad agrícola y precisamente sustentados en estos datos, podemos afirmar que la palma de aceite ecuatoriana es libre de deforestación, desde sus inicios se ha constituido como una alternativa para garantizar la soberanía alimentaria nacional y al ser una materia prima versátil se incorpora en la producción de aceites comestibles, mantecas, margarinas, productos de higiene, limpieza, cosméticos y es también un insumo importante en la producción de balanceados para nutrición animal.

De la mano de la historia del país, el sector ha enfrentado múltiples retos, gobiernos democráticos y militares, recesiones y bonanzas siempre con un balance social positivo que supera ampliamente el ámbito económico. Su contribución es invaluable para garantizar la paz social al ofrecer empleo de calidad,

estable y una alternativa productiva en zonas fronterizas al norte y en el oriente del país.

Más 130 mil hogares dependen de la cadena productiva de palma y sus actividades relacionadas, la economía nacional ha recibido ingresos por más de 1.200 millones, producto de las exportaciones del sector en los últimos 5 años.

Hoy nuestra cadena productiva enfrenta un gran reto, que es superar a la pudrición del cogollo, plaga que ha afectado más de 110 mil hectáreas en el país.

La reactivación productiva y la protección de las zonas palmeras no afectadas por la pudrición del cogollo son una prioridad país.

Apoyar a los productores de la provincia de Esmeraldas es una necesidad inminente que precisa una política pública emergente y ágil que brinde la oportunidad a los pequeños y medianos agricultores de palma de acceder a crédito de banca pública de desarrollo con procesos ágiles y en condiciones acordes al ciclo productivo.

Hoy tenemos en nuestras manos la gran oportunidad de contar con una nueva variedad genética altamente productiva que tiene la capacidad de triplicar la producción de aceite por cada hectárea de cultivo con la que el Ecuador podría superar 1 millón de toneladas de aceite crudo al año sin necesidad de ampliar la frontera agrícola y el mundo nos ha mostrado una oportunidad, la población mundial en crecimiento necesita en su dieta diaria aceites y grasas como componente esencial de una alimentación saludable y balanceada.

El paso más importante es dejar atrás el “sálvese quien pueda” y sumar todos nuestros esfuerzos para avanzar hacia el juntos podemos lograrlo.

En mi calidad de presidente del Directorio de la Federación de la Cadena Productiva del Aceite de Palma PROPALMA me enorgullece presentar esta publicación que recoge las estadísticas más relevantes de nuestra cadena productiva y su aporte al desarrollo del Ecuador.

ÍNDICE

12 // **GESTIÓN PROPALMA**

18 // **PERFIL
CARLOS GONZÁLEZ
ARTIGAS LOOR**

24 // **LA VERDAD
DEL ETIQUETADO LIBRE
DE PALMA**

32 // **EL ACEITE DE PALMA
ALTO OLEICO: UNA GRAN
OPORTUNIDAD PARA EL ECUADOR**

40 // **ES MOMENTO DE INVERTIRLE
A LA PRODUCTIVIDAD**

48 // **LO QUE DEBEMOS SABER SOBRE
EL PROYECTO DE REGLAMENTO
DE PRODUCTOS LIBRES DE
DEFORESTACIÓN DE LA UNION
EUROPEA (UE)**

56 // **LAS MEJORES PRÁCTICAS DE
MANEJO SANITARIO PARA
ENFRENTAR LA PC: EL CASO
EXITOSO EN AGROINDUREY**

64 // **LAS INICIATIVAS CLUSTER, UNA
GRAN OPORTUNIDAD PARA
IMPULSAR LA COMPETITIVIDAD**

68 // **PERSPECTIVAS DEL MERCADO
MUNDIAL DE OLEAGINOSAS**

74 // **CIFRAS EN LA PALMA**

76 // **MERCADO MUNDIAL**

83 // **IMPORTANCIA DE LA
PALMA EN ECUADOR**

86 // **MERCADO NACIONAL**

90 // **EXPORTACIONES**

101 // **IMPORTACIONES**

111 // **PRECIOS LOCALES E
INTERNACIONALES**

114 // **PERSPECTIVAS**

117 // **INDICADORES
MACROECONÓMICOS**

122 // **GUÍA
COMERCIAL**



PROPALMA
ECUADOR

CRÉDITOS



COMITÉ EDITORIAL

Óscar Calahorrano
Presidente Ejecutivo

Ángela Álvarez
Directora Técnica

Paulina Cárdenas
Directora de Operaciones

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Pedro Caicedo
Diseñador Integral

DIRECTORIO

H Edward Berg Gutt
Carlos Andrés Madrigal Restrepo
Marco Orlando Franco Cortez
Diego Francisco Escobar Yánez
Sebastián Alzamora Donoso
Alejandro Jorge Figari Alzamora
Francisco Fernando Dávila Paredes
Byron Xavier Guevara Albuja
Santiago José Vergara Almeida
Ana Valeria Flores Escobar
Santiago Francisco Terán Dammer
Jaime Ramón González Artigas Polanco
Jorge Enrique Josse Moncayo
Dario Javier Boada Páramo

FUENTES

• OILWORLD, ISTA MIELKE GMBH • UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE- USDA • BANCO CENTRAL DEL ECUADOR – BCE • INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS – INEC • FUNDACION DE FOMENTO DE EXPORTACION DE ACEITE DE PALMA Y DERIVADOS-FEDAPAL • SISTEMA DE INFORMACIÓN PÚBLICA AGROPECUARIA DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA – SIPA/MAG • SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR - SENAE • INFOPALMA – PROPALMA



Ales®



Ales
Palma

Valor

Empleo

Futuro

TRABAJAMOS por el DESARROLLO

Del sector palmero ecuatoriano
generando **EMPLEO**

Y cuidando
EL MEDIO AMBIENTE





GESTIÓN PROPALMA

El mundo avanzó durante este año hacia la nueva normalidad tras más de 18 meses de aislamiento, el paulatino progreso de la vacunación contra el COVID 19 ha sido el eje fundamental para la recuperación económica que con el levantamiento de las medidas restrictivas se proyecta hacia una expansión de la economía mundial del 5,7% según la previsión del Banco Mundial, siendo esta la recuperación más acelerada tras una recesión en los últimos 80 años.

La rápida recuperación de Estados Unidos (6,8%) y China (8,5%) apuntaló la expansión de la econo-

mía global, aunque frente a las previsiones previas a la pandemia muestra una significativa reducción que se prevé se mantenga por una década en niveles inferiores al promedio de la década de 2010.

En contraste, el gran reto para los mercados emergentes y economías en desarrollo, continuará siendo el control de la pandemia con una expectativa de crecimiento económico del 6,6%, impulsada principalmente por la mayor demanda y el incremento de precios de materias primas y productos básicos, con un aumento acelerado de la inflación que de acuerdo con cifras del Banco Mundial, re-

GESTIÓN PROPALMA

gistra el incremento más veloz en comparación con las realidades posteriores a las últimas 5 recesiones mundiales.

Los efectos perdurables de la pandemia marcarán el panorama económico mundial en el largo plazo, la interrupción de las cadenas de abastecimiento, los efectos de los aislamientos globales en cadenas productivas especialmente agrícolas, factores climáticos y la rápida recuperación de la demanda de energía con impacto sin precedentes en los costos logísticos, se suman a las marcadas preocupaciones en torno a la seguridad alimentaria, el desempleo y la pobreza.

Nuestro país gracias a la efectiva articulación de esfuerzos públicos y privados, implementó una exitosa estrategia de vacunación contra el covid 19 que llegó a marcar récords mundiales de vacunación diaria, este hito nos permitió avanzar con firmeza hacia la reactivación económica.

Ecuador cerró el 2021 con un crecimiento económico del 4,2% en el que se destaca el desempeño de la acuicultura y pesca de camarón con el 7,9%, la agricultura con el 4,4%, el transporte y comercio con el 2,3% y 2,1% respectivamente. La inflación

anual se ubicó en el 1,94% siendo la segunda más baja de región después de Bolivia. Las exportaciones totales ascendieron a 26.699 millones de dólares con un incremento del 31% en comparación con el año 2020. Las exportaciones no petroleras se mantienen como el pilar más importante de la economía nacional con 18.092 millones de dólares (19,8% /2020). Las importaciones nacionales totalizaron 23.828 millones de dólares y como resultado el sector externo, componente fundamental de la balanza de pagos registró un superávit de 2.871 millones de dólares (-15,8%/2020).

En este entorno macroeconómico mundial y nacional la cadena productiva del aceite de palma desarrolló su actividad comprometida firmemente con garantizar la soberanía alimentaria nacional y el abastecimiento de productos de canasta básica para todos los hogares ecuatorianos.

La producción nacional de aceite crudo de palma totalizó 419.918 toneladas métricas al cierre del 2021, registrando una reducción de 11,8% con respecto al año 2020, el avance de la pudrición del cogollo en la zona productiva noroccidental donde se han perdido más de 110 mil hectáreas de cultivo es el principal factor de esta reducción.



GESTIÓN PROPALMA

El consumo nacional de aceite crudo de palma totalizó 286.481 toneladas métricas, el 46% fue destinado a la producción de aceites comestibles, el 23% a grasas, 21% a la producción de balanceados para alimentación pecuaria y el 10% a la producción de jabones y otros productos.

Durante este año, las exportaciones de productos de palma generaron para la economía nacional ingresos por USD 213,4 millones (31,4% /2020) con 157.259 toneladas exportadas. Colombia fue el destino del 43% de nuestras exportaciones, la Unión Europea el 19%, México el 12% y el 26% se exportaron a otros destinos.

Entre los principales productos de exportación se destaca el aceite crudo de palma que representa el 40%, oleína de palma 25%, grasas y aceites vegetales 11%, jabones 5% y 19% otros productos.

En este período nuestra gestión estuvo orientada hacia el fortalecimiento de la cadena del aceite de

palma en procura de la sostenibilidad de todas las actividades productivas que la conforman participando proactivamente en los siguientes ámbitos:

Integración Comercial y Comercio Exterior

Propalma forma parte del Cuarto Adjunto del sector privado, como instancia para guiar la estrategia nacional de cara a los procesos de negociación de acuerdos comerciales con México, la Alianza del Pacífico y demás procesos de integración comercial como China y Corea. Identificar potenciales oportunidades de mercado para nuestra producción nacional a través de la consecución de condiciones de acceso positivas, preservando nuestras sensibilidades es un trabajo conjunto y permanente con los equipos técnicos a cargo de los procesos de negociación.

Frente a la Normativa de la Unión Europea sobre energía renovable hemos trabajado activamente en la coordinación de Ecuador como tercera parte, ante esta normativa que busca limitar la posibilidad de



GESTIÓN PROPALMA

que el aceite de palma pueda ser considerado como una alternativa para el cumplimiento de metas de emisiones de los países miembro desde el 2030.

Presentamos además a las principales oficinas comerciales de nuestro país la oferta exportable de nuestro sector y sus principales ventajas competitivas gracias a una iniciativa coordinada por Fedexpor.

Simplificación normativa y de trámites

Logramos la reforma de la resolución Nro. RESOLUCIÓN No. DIRARCARG0082017 y su Anexo de la Agencia de Regulación y Control del Uso del Agua ARCA que categorizaba a nuestra actividad productiva como una gran consumidora de agua y exigía la implementación de sistemas de medición de consumo que requerían elevadas inversiones de infraestructura e instalación. Nuestra oportuna gestión permitió que la autoridad del agua incluya los sistemas de medición ya empleados por los productores principalmente ubicados en la zona sur.

Reglamento de la Ley Palma

Articulamos un trabajo proactivo con la Secretaría Jurídica de la Presidencia de la República para la construcción del Reglamento a la Ley de Palma que permita la aplicación de varias disposiciones, proyectos e iniciativas establecidas en la Ley, identificando los principales aspectos a reglamentar y alertando además aspectos incompatibles con el marco jurídico nacional incluidos en el proyecto de Reglamento trabajado por el gobierno anterior.

Diagnóstico satelital de la situación productiva nacional

Con el objetivo de conocer la realidad productiva nacional y en cooperación con BID Invest se desarrolló un diagnóstico satelital del estado de salud de las plantaciones de palma de la zona Oriental y gracias a la comprometida decisión de nuestro Directorio se definió la planificación del proceso de mapeo satelital de la zona sur.





Esta herramienta tecnológica permitirá la definición de estrategias para la mejora productiva de estas zonas y también la articulación de acciones preventivas para resguardar la producción que no ha sido afectada por la Pudrición del Cogollo.

Representatividad y relaciones interinstitucionales

Propalma integra el Directorio de los supra gremios más importantes del país, el Comité Empresarial Ecuatoriano CCE, la Federación de Exportadores Fedexpor, la Corporación de Promoción de Exportaciones Corpei espacios clave en los que posicionamos el aporte de nuestra cadena productiva para el país. Hemos fortalecido nuestras relaciones interinstitucionales a nivel nacional e internacional trabajando conjuntamente con otros gremios de la cadena productiva como ANCUPA, AEXPALMA Y APROGRACEC.

En este período de forma coordinada con ANCUPA articulamos el desarrollo y aprobación de la interpretación Nacional de los Principios y Criterios RSPO.

Mantenemos comunicación constante con la Cámara de Industrias y Producción, la Asociación de Molineros ASEMOL, Fedepalma, WISSMA, EPOA, USSEC, RSPO y el GCAL LATAM.

Comisiones operacionales

El apoyo de las comisiones operativas de Comunicación, Estatutos y Comercialización nos permitió avanzar en aspectos de gestión estratégica como la comunicación sobre la situación del mercado de aceites comestibles y los impactos en la producción después de la pandemia, desarrollamos también una campaña para posicionar los aportes positivos del aceite de palma para la salud y para el país que muy pronto estará al aire. Una actualización en la estructura de gobierno corporativo de la Federación fue la tarea de la comisión de estatutos, y en el ámbito de comercialización, el análisis de alternativas para garantizar la sostenibilidad de todas las actividades de la cadena fue una prioridad con el objetivo de



”

Gracias a la apertura de las nuevas autoridades de Banecuador hemos trabajado en la reactivación de una línea de crédito para pequeños y medianos productores

proteger los altos y bajos del mercado.

Reactivación productiva y protección de zonas no afectadas por la PC

Impulsamos iniciativas para posicionar la importancia de la producción de aceite de palma para el país como alternativa que garantiza la soberanía alimentaria nacional y el abastecimiento de productos de canasta básica desatacan-

do la necesidad de reactivar la producción de las zonas afectadas por la PC potenciando la oportunidad de contar con una variedad genética tolerante a la PC y altamente productiva. Gracias a la apertura de las nuevas autoridades de Banecuador hemos trabajado en la reactivación de una línea de crédito para pequeños y medianos productores que consideren plazos y tasas de interés acordes a la realidad del cultivo.

La protección de las zonas productivas no afectadas por la PC es una prioridad nacional y en este sentido hemos buscado articular una estrategia de trabajo con el Ministerio de Agricultura y Ganadería y Agrocalidad con el objetivo de delinear acciones enfocadas en proteger al máximo las zonas productivas no afectadas por PC siendo la prioridad de acción inicial la erradicación de los cultivos afectados en la zona noroccidental.



EN MEMORIA DE CARLOS GONZÁLEZ ARTIGAS LOOR

*Visionario, empresario y ser humano extraordinario.
Primer Presidente de nuestro Directorio*



Con descendencia española pero manabita de nacimiento, Carlos realizó sus estudios primarios y secundarios en la unidad educativa Julio Pierregrosse de la ciudad de Manta, donde se graduó para luego viajar a los Estados Unidos y vincularse con una de las universidades más prestigiosas del Mundo como es la Escuela de Negocios – WHARTON – de la Universidad de Pensilvania, en donde consiguió su título de Ingeniero en Gestión de Finanzas Corporativas.

En sus casi 30 años de trayectoria empresarial dentro de La Fabril S.A. y empresas del grupo, Carlos ha privilegiado la investigación y el desarrollo de nuevos productos basados en un sistema

de gestión sustentable, que garantiza el uso eficiente de energía, la reutilización de sus materias primas y la incorporación de procesos y tecnologías limpias, con el fin de minimizar el impacto de las operaciones.

Su filosofía de innovación, calidad y servicio ha catapultado a esta empresa a ser considerada una de las más importantes del país, convirtiéndola en un ejemplo de crecimiento sostenible y proyectándola como un Buen Ciudadano Corporativo. Esto lo ha convertido en uno de los CEO con mejor reputación en el país, junto a su padre.

Actualmente ejercía el cargo de Presidente del Directorio del Grupo La Fabril.



”

Soy una persona que vino a este mundo a hacer prosperar a los demás.

Hablar de una persona excepcional como Carlos, no es fácil, sin embargo, quienes tuvimos el honor y la felicidad de conocerlo, sabemos que todas sus acciones eran movidas principalmente por el amor y la pasión, *si no hay amor no hay nada*, decía.

Carlos formó una linda familia basada en el amor a los suyos, y parado sobre el hombro de un gigante, que fue su padre, forjó la empresa que es hoy La Fabril.

Siempre buscó ser el mejor padre, esposo, amigo y empresario, vivió su vida desafiando los límites, desafiando lo que parecía imposible, y cuando parecía que ya no había salida, sacaba a relucir su brillante mente para encontrarla, y como el gran líder que fue, nos enseñaba el camino que debíamos recorrer.

¿Era infalible? No lo era, sin embargo, era el primero en reconocer sus errores y tomaba acción de inmediato para ser una mejor persona.

Todo lo anterior lo hacía basado en sus valores fuertemente arraigados, integridad, compromiso, liderazgo, respeto y responsabilidad.

Podría seguir contando todas sus virtudes y tener

largas y amenas conversaciones que no terminarían nunca, pero puedo resumir en sola una frase quien era: “Soy una persona que vino a este mundo a hacer prosperar a los demás” y no solamente en lo económico, sino en lo personal, en lo humano. Esto lo cumplió cabalmente, al pie de la letra, como todas sus promesas.

En su ausencia me he preguntado:

¿Como nos recomponemos ahora que no está físicamente?

¿Qué hacemos para devolverle todo lo que nos dio?

La respuesta que encontré es la siguiente: Estoy convencido que a todos y a cada uno de nosotros nos dejó una enseñanza, un consejo, una palabra de aliento. Mi invitación a todos ustedes es que lo pongamos en práctica, lo pongamos en acción, con el mismo amor, pasión y valores con el que él lo hubiera hecho, y así de esta manera, que perdure por siempre su legado y permanezca en nuestros corazones por siempre.

Autor:

José Antonio Cedeño
Gerente Senior de Proyectos
Grupo La Fabril

► **HAY PERSONAS QUE TIENEN LA CAPACIDAD DE DEJAR UNA HUELLA EN NUESTRA VIDA, UNA DE ELLAS FUE CARLOS GONZÁLEZ-ARTIGAS LOOR.**

Carlos será recordado por aquellos que lo conocimos no solo como un gran empresario, sino que también lo recordaremos por su don de gente, por su incansable capacidad de trabajo, por su servicio a los demás, por su humildad, así como por su destacable inteligencia. Carlos fue un hombre visionario, al igual que su padre.

Amaba profundamente a su país y su familia, y buscaba cada día ser mejor persona, hijo, esposo, padre, amigo y líder.

Recuerdo que, en alguna ocasión, como su coach, mentora y amiga, Carlos me dijo “Sandra, yo antes vivía para cumplir, ahora he aprendido a vivir para disfrutar y a partir de ahora he decidido que quiero disfrutar todo lo que haga en mi vida”.

Desde esa decisión trascendental de vida, estoy segura de que Carlos disfruto cada minuto y cada instante. Su paso por la vida no fue fugaz, ya que el brillo de su alma siempre perdurará en nuestros corazones.

Autor:

SANDRA ROZO

Presidente Federación Internacional de Coaching Ontológico
CEO Grupo Eiconex International



¡Junto a ti,
siempre!



50 años creciendo juntos

Gracias por abrirnos las puertas de tu hogar.



Producimos y comercializamos semillas, plantas y productos derivados de la palma de aceite.

Somos el **primer grupo agroindustrial palmero** con la mayor superficie sembrada en Híbrido Interespecífico OxG del mundo. Además, de ser el único grupo empresarial nacional certificado en **Ecoeficiencia**.



Llegamos a los hogares de miles de ecuatorianos con **más de 25 marcas** de calidad, entre aceites vegetales, mantecas, galletería, confitería y productos de limpieza.



Grupo Danec[®]

Danec[®]

Sabemos hacerlo... y lo hacemos bien!



PDA

PALMERAS DE LOS ANDES



PDE

PALMERAS DEL ECUADOR



MC

MURRIN CORP.



Pietro Paganini

Adj. Profesor de Administración de Empresas en la Universidad Temple de Filadelfia, Presidente de Competere, Políticas para el Desarrollo Sostenible.

LA VERDAD DEL ETIQUETADO **LIBRE DE PALMA**

En la última década, la moda del “sin” se ha disparado en el sector alimentario. “Sin” significa que un ingrediente concreto está ausente o ha sido sustituido para satisfacer el deseo, la necesidad o el temor del consumidor. Sin azúcar, sal, OMG, colorantes, cereales, edulcorantes, lactosa, gluten, mantequilla, aceite de palma, etc. A los alimentos “Sin” se añaden los que tienen “menos”, menos calorías, grasas, grasas saturadas, sal, azúcar, etc.

De ellos, los más populares (varía de un país a otro) son “sin azúcar”, “sin gluten” y “sin aceite de palma”.

El “sin” de la etiqueta sustituyó al “con la adición de” que estaba de moda a principios de la década de 2000. En ese caso, indicaba que se había añadido un ingrediente para satisfacer los deseos o necesidades del consumidor. Se pasó de la adición de algo a la ausencia de otra cosa.

Con la pandemia, la tendencia ha vuelto a invertirse tímidamente. El miedo al virus está llevando a los consumidores a exigir que haya algo tranquilizador en los alimentos contra el virus.

El “sin” puede utilizarse para informar a los consumidores con necesidades médicas especiales (alergias, por ejemplo) de que se ha eliminado el ingrediente concreto (del que deriva la alergia). Este es el caso de los productos sin gluten. Con “sin azúcar” se pretende informar al consumidor de que se ha eliminado un ingrediente con un determinado aporte calórico y, por tanto, peligroso para los diabéticos. En el caso del aceite de palma, en cambio, no hay ninguna razón válida. Se trata de una cuestión comercial para llegar a los consumidores desinformados que consideran que el aceite de palma es peligroso para su salud o para la sostenibilidad y, por tanto, para el ecosistema. De hecho, los consu-

midores han sido mal informados sobre el aceite de palma. No se trata de una casualidad, sino que hay razones de peso para boicotear el aceite de palma.

El primer boicot al aceite de palma se remonta a los años 90 en Estados Unidos. Los productores de soya se sienten amenazados de la competitividad del aceite de palma. Lo boicotearon, acusándolo de no ser saludable. En aquel momento, había poca sensibilidad hacia el tema de la sostenibilidad y los derechos de los trabajadores.

El boicot duró muy poco porque el gobierno malayo llegó a un acuerdo político con el gobierno estadounidense. Además, la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) prohibió el uso de las llamadas declaraciones negativas, como “sin aceite de palma”.

En Europa, la legislación sobre “sin” sigue siendo confusa y va de un lado a otro entre la Comisión Europea y los gobiernos de los Estados miembros. La revisión del Reglamento sobre el Front-Pack, en la que está trabajando la Comisión, tampoco resolverá el problema. De hecho, en la UE el “sin aceite de palma” se ha ido extendiendo de forma paralela a la campaña de boicot que diversas organizaciones con diferentes argumentos han desencadenado en el viejo continente. Tanto para la UE como para el gobierno italiano, el término “sin aceite de palma” debe demostrar un beneficio para el consumidor, de lo contrario no debería utilizarse. Pero no hay control, y como nuestro a continuación, no hay ningún beneficio en la eliminación del aceite de palma. Esto confirma que existe una campaña comercial despectiva contra el aceite de palma.

Fueron los productores franceses de aceite de colza, con el apoyo de ONG locales y posteriormente internacionales, los que lo iniciaron. La competi-

EL “SIN” ACEITE DE PALMA



vidad del aceite de palma estaba restando grandes cuotas de mercado a la colza y, por tanto, los numerosos fondos europeos de la PAC (Política Agrícola Común), principal partida presupuestaria de la UE. La acusación de los agricultores franceses es que la industria de la palma aceitera provoca la deforestación en el sudeste asiático.

Pero el éxito de “sin” encuentra su terreno más fértil en Italia. El motivo es, de nuevo, comercial y está relacionado específicamente con el mercado de las cremas y galletas para untar. Hay un líder del mercado que emplea el mejor aceite de palma en términos de calidad (muy bajo nivel de contaminantes) y sostenibilidad (certificación de sostenibilidad y trazabilidad). Para intentar debilitarlo, se ataca en los puntos considerados más débiles, como la italianidad de sus ingredientes, la cantidad de azúcar y, por supuesto, el aceite de palma. En Italia, seguida de España, y en muchos países europeos, aunque con las debidas diferencias, se escenifica una de las campañas más agresivas para demonizar un ingrediente. En primer lugar, se acusa al aceite de palma de ser malo para la salud: contiene un nivel muy alto de grasas saturadas y demasiados contaminan-

tes. Luego de ser malo para el medio ambiente. No importa que los estudios científicos, los hechos y las pruebas digan lo contrario. También porque la EFSA (Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria) en su informe publicado en 2016 sobre los contaminantes en los aceites vegetales afirma que “(...) los contaminantes encontrados en el aceite de palma, pero también en otros aceites vegetales, margarinas y algunos alimentos procesados, podrían plantear posibles problemas de salud para los consumidores medios (...)”. La afirmación tendenciosa y poco científica de que “el aceite de palma, pero otros aceites vegetales” contienen contaminantes potencialmente peligrosos, es suficiente para intensificar el boicot. En 2018, la EFSA publicó una revisión del primer informe modificando los límites de riesgo. En 2021, la Comisión Europea publicó el reglamento sobre los contaminantes 3-MCPD. Todos los aceites, incluido el de palma, que ingresan a Europa están por debajo de esos límites.

La percepción negativa del aceite de palma superó el 70% en Italia. Muchas empresas alimentarias, asustadas por el informe de la EFSA, sustituyen el aceite de palma por el de girasol. Los productos sin aceite de palma crecen exponencialmente entre 2016 y 2018, para luego disminuir hasta 2021 (+13,5, +12,9, +3,8, +1,6, +2,3, +1,2)

De 2018 a 2021, la reputación del aceite de palma en Italia ha mejorado gradualmente. Algo menos de 4 de cada 10 consumidores lo consideran potencialmente peligroso. Con los años, los consumidores están más informados. La ciencia y las pruebas científicas se han impuesto. Un estudio publicado por este servidor demostró que los productos que eliminaban el aceite de palma no reducían las grasas saturadas, sino que en muchos casos (95%) las aumentaban. Al igual que hemos demostrado que para tener un riesgo de carcinogenicidad un individuo de 80 kg debe ingerir 48,5 kg de aceite de palma y 388 kg de galletas (Glycidyl Esters), y 5,4 Kg de aceite y 25 kg de galletas (Chloropropanol). A pesar de estas cifras y del reglamento de la UE, muchos medios de comunicación siguen repitiendo que el aceite de palma está lleno de contaminantes peligrosos.

EL “SIN” ACEITE DE PALMA

La narrativa no cambia cuando se trata de la sostenibilidad. Italia y España son menos sensibles al problema del ambiente y más concentrados a los temas de la salud. Mientras que en el resto de Europa ocurre lo mismo. De hecho, es en el norte de Europa donde nació el mito de las plantaciones de palma como causa de todos los males del planeta. Italia ha abierto el camino al fenómeno “sin aceite de palma” que se está extendiendo por todo el continente, como muestran las tablas. Paradójicamente, algunas de las marcas que recurren al “sin”

también están afiliadas a la Mesa Redonda para el Aceite de Palma Sostenible (RSPO).

Las cifras demuestran que, incluso antes de la crisis del aceite de girasol en Italia, la moda de los “sin” está pululando. Hay varias razones para ello: los gustos y los temores de los consumidores están cambiando (con la pandemia, sobre todo); la ciencia y las pruebas científicas han prevalecido sobre las mentiras comerciales; los beneficios esperados del “sin” no han llegado. Será interesante saber qué

” Utilizando una metáfora futbolística, quien gana atrae la envidia. Y la palma aceitera es una ganadora, y “sin” es el arma de los envidiosos.

Reclamos de la UE //

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
TOTAL	403	592	940	1544	2163	1571
RSPO	167	206	284	413	684	511

Source: competere.eu



En este video te contamos más sobre el etiquetado SIN aceite de palma

PALMA SOSTENIBLE

cambia con la crisis del girasol ucraniano. Muchas empresas están cambiando o volviendo al aceite de palma, lo que inevitablemente conducirá a una reducción del “sin”, a pesar de que algunas ONG y medios de comunicación tendenciosos sigan con el mismo argumento. Pero esta vez los consumidores están más preparados y, sobre todo, más preocupados por los precios y la peligrosa crisis alimentaria.

No es el fin del “sin”. Los productores de aceite de palma no deberían respirar aliviados. Es en esos momentos cuando hay que crear las condiciones para que el aceite de palma sea aceptado y deje de ser discriminado. “Aunque, utilizando una metáfora futbolística, quien gana atrae la envidia. Y la palma aceitera es una ganadora, y “sin” es el arma de los envidiosos”.

Reclamo por país

	BEL	FRA	GER	ITA	NL	POL	SPA	UK
TOTAL	170	2201	653	1839	208	184	979	807
RSPO	53	940	151	420	38	30	395	128

Source: competere.eu

Reclamos en Italia

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
TOTAL	44	162	397	459	472	305
RSPO	4	30	88	82	104	102

Source: competere.eu



PRODUCCIÓN SUSTENTABLE DE ACEITE DE PALMA

Estamos convencidos que a través de la producción responsable de nuestros cultivos de palma, generamos fuentes de empleo pleno, aportamos al desarrollo económico de país y promovemos el cuidado del medio ambiente, contribuyendo al desarrollo sustentable del planeta.

Marco Franco Cortés GERENTE

MISIÓN

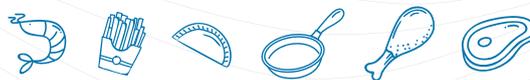
El compromiso de la empresa agrícola AGRICORVI S.A. es sembrar, mantener y cosechar cultivos de palma africana y plantaciones de agro exportación, optimizando su rendimiento en calidad y cantidad, mediante la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles, para contribuir a elevar el estándar de producción nacional, contribuyendo con acciones responsables en el cuidado ambiental, promoviendo el buen vivir, generando empleo y bienestar a la Provincia de Los Ríos, procurando una retribución justa a los accionistas y trabajadores.

Marco Cortés PRESIDENTE



ACEITE VEGETAL
Joyasol

Frituras perfectas
sanas y crocantes



Margarina
de mesa
Joyafina

Sabor fino
para untar y cocinar



**Satisfacemos las necesidades
alimenticias tanto del hogar
como de la industria pastelera,
panadera, snacks y bocaditos.**



para freir



para untar



para hornear



shortening
la joya

Manteca multifunción
ideal para masas



margarina reposteria
al horno

Nobleza reposteria
libre de grasas trans



margarina
joyapan

Para masas
perfectas



Somos una compañía ecuatoriana con más de 20 años de experiencia, dedicada a la refinación de aceites y grasas vegetales.

Nuestros productos llegan al hogar, a panaderos y pasteleros del Ecuador.





Juan Fernando Muñoz Hidalgo

Director Técnico - I+D+i
DANEC

Máster en Ciencia y Tecnología de Alimentos de la Universidad de Florida, Estados Unidos.

Tiene más de 15 años de experiencia en el campo de las oleaginosas, especialmente en investigación y desarrollo de nuevos productos y en el procesamiento de aceites vegetales.

Juan Fernando es responsable de Innovación e Investigación y Desarrollo en Danec, empresa líder en Ecuador en el cultivo y procesamiento de aceite de palma. También trabajó en el área de Innovación I+D en Pepperidge Farm en EEUU, empresa reconocida por su constante innovación en las líneas de snacks y galletas premium.

”

“El aceite de palma alto oleico contiene mayor contenido de vitaminas, es libre de grasas trans. Proviene de una fruta de palma híbrida OxG que es altamente productiva y resistente a la PC”



EL ACEITE DE PALMA ALTO OLEICO: UNA GRAN OPORTUNIDAD PARA EL ECUADOR

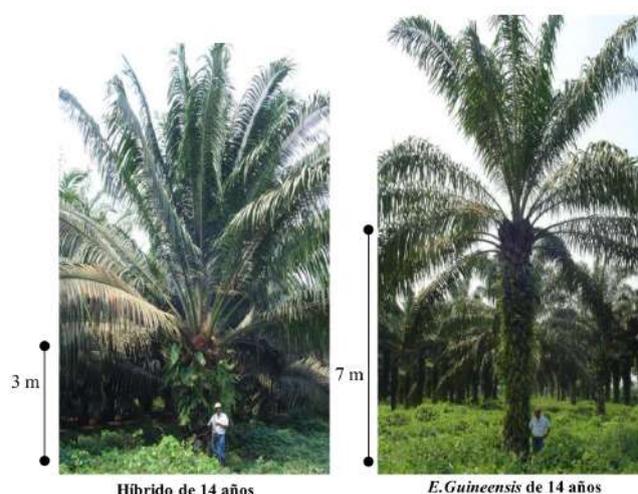
INTRODUCCIÓN

El aceite de palma alto oleico es un aceite vegetal con características únicas, producto de una extensiva investigación por parte del Grupo Danec, en alianza con Indupalma en Colombia. Esta innovación agrícola consistió en un cruzamiento no transgénico, utilizando polen de palma africana *E.guineensis* sobre madres de palma americana *E.oleifera*. Así se obtuvo una palma no genéticamente modificada, más resistente a plagas y enfermedades, de menor crecimiento vertical y con mayor rendimiento de aceite por área respecto a la palma *E.guineensis*. Su aceite es mayoritariamente insaturado, siendo su contenido de ácido oleico entre 10 y 15% mayor que el del aceite de palma africana. Tiene además un mayor contenido de β -caroteno (pro-vitamina A) y antioxidantes naturales como tocotrienoles (Vitamina E). Por estas razones, a este aceite lo denominamos de forma diferente: Sioma.

El objetivo de este artículo es presentar las principales características del aceite de palma alto oleico y compartir nuestra experiencia en el uso de este aceite, resaltando sus beneficios en la formulación de aceites comestibles, aceites para aplicaciones industriales, galletería, productos horneados y alimentos funcionales, lo que ha hecho que su producción y comercialización sea cada vez mayor y su uso se expanda a más países en distintas regiones del mundo.

LA PALMA HÍBRIDA

El desarrollo genético de la palma híbrida *E.oleifera* x *E.guineensis* (OxG) tuvo como principal objetivo obtener una palma más resistente a enfermedades y plagas. En Ecuador y Colombia, la enfermedad conocida como pudrición del cogollo (PC) ha terminado con plantaciones enteras de palma africana, ocasionando enormes pérdidas para los productores. La palma híbrida OxG es más resistente a la PC y a otras enfermedades, siendo una solución real para los palmicultores de la región. La palma híbrida OxG tiene además menor crecimiento vertical (Figura 1), sus plantaciones tienen mayor vida útil y presenta mayores niveles de producción por área sembrada que la palma *E.guineensis*; por otro lado, la palma híbrida OxG requiere polinización asistida. La Tabla 1 resume las principales diferencias entre la palma híbrida OxG y la palma *E.guineensis*.



► Figura 1. La palma híbrida OxG presenta bajo crecimiento del estirpe en comparación con la palma *E.guineensis* (Fuente: Palmeras del Ecuador).

ACEITE ALTO OLEICO

TABLA 1

Principales diferencias entre la palma híbrida OxG y la palma E.Guineensis.

Características	Híbrido OxG	E.Guineensis
Resistencia de plagas y enfermedades	Alta	Baja
Número de plantas por hectárea	126-128	143-145
Toneladas de fruto por año por hectárea ^a	>35	23-26
Extracción de aceite (%) ^a	26-28	23-24
Tiempo de vida productiva (años) ^a	>35	18-25

^a Datos Murrin Corp.

EL ACEITE DE PALMA ALTO OLEICO

El aceite extraído de la palma híbrida OxG tiene características diferentes respecto al aceite de palma y a otros aceites comerciales. En la Tabla 2 se comparan las principales características físico-químicas del aceite de palma alto oleico, el aceite de palma E.guineensis, y de sus respectivas oleínas (fracciones líquidas).



En este video te contamos más sobre el Aceite de palma Alto Oleico



ACEITE ALTO OLEICO

TABLA 2

Características físico-químicas del aceite de palma alto oleico, palma E.Guineensis, y sus respectivas oleínas.

	Aceite Crudo Alto Oleico	Aceite Crudo E.guineensis	Oleína Alto Oleico	Oleína E.guineensis
Ácidos grasos libres (%)	1.2-2.5	2.5-3.5	-	-
Índice de Yodo (cg/g)	64-68	52-55	68-71	59-62
Punto de Fusión (°C)	23-28	34-38	10-13	14-18
Perfil de Ácidos Grasos (%)				
C12:0 - Láurico	<0.5	<0.4	<0.5	<1.2
C14:0 - Mirístico	<0.7	<1.0	<0.8	<1.3
C16:0 - Palmítico	30-34	40-44	26-34	35-41
C18:0 - Estearico	2-4	4-6	2-4	3-6
C18:1 - Oleico	49-53	39-42	53-58	37-45
C18:2 - Linoleico	10-13	10-12	10-14	10-14
C18:3 - Linolénico	<0.5	<0.5	<0.5	<0.5
Ácidos grasos saturados	33-37	46-50	32-35	41-47
Ácidos grasos monoinsaturados	49-53	39-42	53-58	37-45
Ácidos grasos poliinsaturados	10-13	10-12	10-14	10-14

El contenido de ácidos grasos libres en el aceite crudo de palma alto oleico es aproximadamente 1% menor respecto a la palma E.guineensis, lo que se traduce en una menor merma en el proceso de refinación. En cuanto a su composición de ácidos grasos, este aceite es mayoritariamente insaturado, siendo su principal componente el ácido oleico. El aceite de palma alto oleico y su fracción líquida, la oleína, tienen entre 10 y 15% mayor contenido de ácido oleico y entre 10 y 15% menor contenido de ácido palmítico comparado con el aceite de palma E.guineensis y su oleína respectivamente. Esto explica por qué son tan distintos sus índices de yodo, punto de fusión, contenido de ácidos grasos, y la consistencia más líquida del aceite alto oleico respecto a la palma, lo cual también incide en sus usos y aplicaciones.

La oleína de palma alto oleico tiene un punto de nube entre -2 y 1 °C, mientras que el punto de nube de la oleína de palma africana se encuentra entre 5 y 7 °C. Esto significa que la oleína de palma alto oleico es más resistente a la cristalización en climas fríos, lo que es aprovechado en la formulación de aceites comestibles en regiones con climas templados y para algunas aplicaciones industriales.

BENEFICIOS NUTRICIONALES

Tanto el aceite de palma E.guineensis como el aceite de palma alto oleico contienen componentes menores como carotenoides, vitamina E (tocotrienoles y tocoferoles), esteroides, escualeno y coenzima Q10. Los de mayor importancia son los carotenoides y la Vitamina E debido a sus propiedades funcionales.

ACEITE ALTO OLEICO

La Tabla 3 muestra el contenido de estos componentes en los dos aceites, tanto crudos como refinados. El contenido de carotenos y tocotrienoles es incluso mayor en el aceite de palma alto oleico que en la palma *E.guineensis*. Tanto para los tocoferoles como para los tocotrienoles se han publicado los siguientes beneficios: protegen el sistema inmunológico debido a su poder antioxidante, protegen las membranas celulares de la acción de

radicales libres, tienen propiedades anti-tumores y anti-trombosis [2,3]. Por otro lado, se atribuye exclusivamente a los tocotrienoles propiedades neuro-protectoras, previniendo enfermedades neuro-degenerativas. También previenen algunos tipos de cáncer y enfermedades cerebrovasculares [1] y regulan la síntesis de colesterol en el hígado vía inhibición enzimática [3,4].

TABLA 3

Contenido de carotenos y vitamina E (tocoferoles y tocotrienoles) en el aceite crudo y refinado de palma alto oleico y de palma *E.guineensis*.

	Palma Alto Oleico		Palma <i>E.guineensis</i>	
	Crudo	Refinado	Crudo	Refinado
mg/kg				
Carotenos totales	1086	-	697	-
α-caroteno	288	-	214	-
β-caroteno	798	-	483	-
Vitamina E total	835	612	695	496
Tocoferoles totales	178	109	192	144
α-Tocoferol	178	109	192	144
Tocotrienoles totales	657	503	503	352
α-Tocotienol	204	179	211	164
γ+β-Tocotrienol	403	287	242	160
δ-Tocotienol	50	37	50	28

USOS Y APLICACIONES

La oleína de palma alto oleico es más resistente a la cristalización a bajas temperaturas que la oleína de palma *E.Guineensis*. Este aceite puede reemplazar parcial o totalmente a aceites líquidos como soya y girasol en la formulación de aceites comestibles para consumo en hogares. Los aceites de soya y girasol son principalmente importados en Ecuador y su costo suele ser significativamente mayor frente al aceite de palma; estos aceites generalmente se

mezclan con oleína de palma para formular aceites comestibles para que éstos se mantengan líquidos en las perchas de tiendas y supermercados. El reemplazarlos con oleína de palma alto oleico en las fórmulas de aceites puede generar un beneficio económico significativo para los productores.

La oleína de palma alto oleico también se utiliza en procesos de fritura industrial. Similar a la oleína de palma, la oleína de palma alto oleico es muy resistente a la oxidación y al maltrato térmico por lo

ACEITE ALTO OLEICO

que es ampliamente utilizada en procesos de fritura para fabricación de snacks, papas fritas, pollo frito, alimentos fritos congelados, entre otros productos. Su ventaja sobre la oleína de palma *E.guineensis* es su mayor resistencia a la cristalización en climas fríos y su menor contenido de ácidos grasos saturados. Esto es valorado por la industria ya que les permite reducir el contenido de grasa saturada en el etiquetado de sus productos finales, pudiendo generar un impacto comercial positivo.

El aceite de palma alto oleico y sus fracciones pueden ser también utilizados para formular mantecas reducidas en ácidos grasos saturados para aplicaciones en galletería, panadería y productos horneados. Con el objetivo de elaborar alimentos con un etiquetado nutricional que se adapte a regulaciones y necesidades de consumidores, algunos productores utilizan mantecas elaboradas con palma alto oleico y sus fracciones, logrando reducir el contenido de grasa saturada y teniendo un excelente desempeño en la fabricación de obleas, galletas, cremas de relleno, ponqués. Las mantecas para galletería convencionales generalmente tienen entre 50 y 60% de ácidos grasos saturados. Las mantecas a base de palma alto oleico que se comercializan en varios países de América del Sur tienen contenidos de ácidos grasos saturados entre 32 y 38%, sin perder funcionalidad en los procesos y productos donde se aplican.

EL ACEITE ROJO ALTO OLEICO Y SUS USOS

Grupo Danec produce desde hace varios años el aceite rojo refinado Sioma, a partir de la palma híbrida, aprovechando su mayor contenido de carotenos respecto a la palma *E.guineensis* y utilizando un proceso de refinación menos severo que consiste principalmente en desodorizar el aceite a temperaturas relativamente bajas. De esta forma, el aceite rojo refinado conserva gran parte de los carotenos y componentes nutricionales que se encuentran en el aceite crudo; su sabor y aroma neutro permiten utilizarlo en la formulación de alimentos funcionales y como aceite comestible con valor agregado para consumo en hogares (Figura 2).



► Figura 2. La Aceite rojo refinado Sioma, obtenido a partir de palma alto oleico

El aceite rojo puede ser utilizado para elaborar pasteles, galletes, pan, aportando además color y valor nutricional. La fracción sólida o estearina roja también es utilizada para elaborar rosquillas, bizcochos y otros productos horneados donde se quiere lograr una coloración rojiza-dorada en el producto final, sin adición de colorantes.

El β -caroteno presente en el aceite rojo es precursor de la vitamina A. Por su actividad antioxidante, protege a células y tejidos de la acción de radicales libres y de la oxidación [5]. La Tabla 4 muestra los resultados obtenidos en pruebas realizadas en

ACEITE ALTO OLEICO

Grupo Danec, donde se elaboraron galletas, pan integral y pasteles; en estos alimentos se reemplazó parcialmente el aceite o la manteca que se utiliza convencionalmente en sus fórmulas, por fracciones

de aceite rojo, resultando en un aumento significativo en el contenido de vitamina A disponible en el producto final (Tabla 4).

TABLA 4 // **Resultados de Vitamina A (%VDR) en productos horneados elaborados con aceites y mantecas convencionales vs. los mismos productos donde se reemplaza parte de estos aceites o grasas con fracciones de aceite rojo alto oleico Sioma.**

Producto	Cotrol Prueba	Aceite o Manteca utilizada	% Reemplazo por aceite o manteca roja en fórmula	RACC* (g)	%VDR** Vitamina A
Pan Integral	Control	Oleína de Sioma decolorada	50%	30g	0
	Prueba	Oleína roja de Sioma			33.1
Galletas	Control	Manteca para panadería	25%	50g	0.29
	Prueba	Estearina roja de Sioma			24.0
Pastel	Control	Margarina de mesa	12.5%	55g	6.2
	Prueba	Oleína roja de Sioma			24.7

*RACC: Reference amounts customarily consumed per eating occasion (Porción referencial consumida habitualmente) [8]

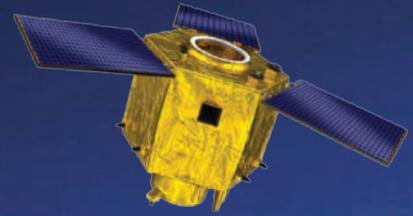
**VDR: Valor diario recomendado

Esto muestra el gran potencial que tienen los aceites y mantecas rojas para elaborar alimentos funcionales, suplementos vitamínicos, y en general productos que ayuden a combatir las deficiencias de ciertos nutrientes en la población, por ejemplo, de Vitamina A. Unos de los principales retos actuales es comunicar y difundir las bondades de este aceite, y lograr que los consumidores asocien el color rojo del aceite de palma alto oleico con beneficios para su salud.

Está claro que el aceite de palma alto oleico Sioma, tiene características diferentes frente al aceite de palma *E.guineensis* y a otros aceites vegetales comerciales. Para potenciar sus usos y aprovechar sus bondades, éste debe ser tratado como un aceite distinto a lo largo de toda la cadena de valor, desde el fruto hasta su comercialización. Por ser un aceite mayoritariamente insaturado, no genéticamente modificado, libre de ácidos grasos trans, y de gran versatilidad para aplicaciones industriales y uso en hogares, representa una gran oportunidad para el sector agro-industrial de Ecuador y la región.

Referencias

- Chandan K. Sen, et al. Palm Oil-Derived Natural Vitamin E α -Tocotrienol in Brain Health and Disease. *J Am Coll Nutr.* 2010 June; 29 (3 Suppl): 314S-323S.
- Eqbal D. et al. Vitamin E and Beta Carotene Composition in Four Different Vegetable Oils. *American Journal of Applied Sciences.* 2011. 8 (5): 407-412.
- Nagendran, B. et al. Characteristics of red palm oil, a carotene- and vitamin E-rich refined oil for food uses. *Food and Nutrition Bulletin.* 2000 vol. 21, no. 2.
- Parker RA, et al. Tocotrienols regulate cholesterol production in mammalian cells by post-transcriptional suppression of 3-hydroxy-3-methylglutarylcoenzyme A reductase. *J Biol Chem.* 1993; 268:11230-11238.
- Tan B. Palm carotenoids, tocopherols and tocotrienols. *J Am Oil Chem Soc.* 1989, 66-77.
- Gibon, V. et al. Palm oil refining. *Eur. J. Lipid Sci. Technol.* 109 (2007) 315-335.
- Basiron Yosof. (2001). Edible oil and fat products: Edible Oils. Volumen 2. Bailey's Industrial Oil and Fat Products, Sixth Edition.
- Nutrition labeling of food. CFR Code of federal regulations. Title 21. Part 101 Food labeling. Subpart A. General Provisions. Sec 101.9.



**LÍDERES EN SERVICIOS DE INNOVACIÓN
TECNOLÓGICA PARA LA CADENA
PRODUCTIVA DE PALMA ACEITERA**

Síguenos en





Mauricio Mosquera

El economista Mauricio Mosquera es coordinador de la Unidad de Validación de Cenipalma. La palmicultura colombiana ha contado con su apoyo por más de 18 años.



ES MOMENTO DE INVERTIRLE A LA PRODUCTIVIDAD

► **En Colombia existe un grupo de empresas que son referentes en la palmicultura, denominada empresas benchmark. ¿Qué prácticas las diferencian y cómo se traduce su mejor nivel de trabajo en los costos unitarios de producción?**

Las empresas benchmark son las que hacen las cosas bien; tienen las mejores prácticas, y logran niveles de productividad suficientes como para destacarse.

La principal diferencia está en la nutrición, que es bastante completa. Suelen mirar todos los distintos componentes técnicos necesarios para hacer una buena nutrición de la palma: suelo, análisis foliares, plantas...

Ellos también consideran la reposición de nutrientes por extracción en la producción, por materia seca de la palma. Están al día utilizando todas esas prácticas para hacer sus prescripciones de fertilizante.

La otra práctica que los distingue está en la cosecha. Estas empresas no permiten que los racimos estén muy maduros cuando van al campo, ni tampoco cortan ver-

de. Es decir, tratan de llegar a las palmas cuando están en su punto óptimo de madurez, de tal manera que se lleve la mayor cantidad de aceite del campo.

En términos de OxG, la adopción de ANA ha sido masiva en Colombia. Todas las empresas referentes están utilizando ANA, líquido o sólido. Ya no estamos viendo grandes diferencias como al principio cuando la tecnología se estaba incorporando, que eran tan sensibles en productividad que rápidamente se pasó de la polinización artificial a la polinización con ANA.

Finalmente, estas empresas hacen una muy buena planeación de largo plazo, con todos los criterios técnicos. Se toma en cuenta la estructura, la física, los componentes nutricionales del suelo. Ellos hacen sus tareas de tal manera que tienen en cuenta sistemas de drenaje, de riego, todo lo

que tiene que ver con humedad. Además, planifican muy bien sus vías y la entrada de las personas que hacen supervisión.

Estas suelen ser como las prácticas que hacen diferente y las que caracterizan a las empresas benchmark.

En términos productivos, la diferencia es importante. Por ejemplo, el promedio en Colombia, en plantaciones adultas podemos estar hablando de unas 17 a 18 toneladas de fruto por hectárea.

En las empresas benchmark, en promedio, superan las 25 toneladas de fruto por hectárea. Esto tiene un impacto sobre la rentabilidad del negocio.

En conclusión, invertir en tecnología cuesta, pero al final nosotros no vendemos hectáreas, sino que vendemos racimos. El indicador de pesos (dinero) por racimo es el que nos debe importar.

► **¿Cuál ha sido la incidencia en la estructura de costos el incremento de ANA y cuál sería la diferencia en productividad?**

Nosotros gastábamos en polinización asistida, antes de la implementación de ANA, en promedio, alrededor de unos 300 dólares por hectárea. Ahora que se implementó el ANA ese valor puede haber subido a unos 400 dólares por hectárea. Hay una diferencia en el incremento del costo porque con la polinización asistida solamente llegábamos cuando la flor estaba en antesis. Con el ANA hay que llegar en antesis, siete días después y catorce días después. Se pueden utilizar otras frecuencias, pero en Colombia lo normal es que se hagan las tres entradas. El incremento del costo fue del 30% por hectárea, en términos de polinización.

Eso nos permitió que no se perdieran racimos. Antes, si no llegabas en antesis, se generaba este fenómeno que llamábamos del mal logro, porque sin buena polinización no se logra que se formen bien los racimos. Había que ser muy riguroso y en los feriados, días festivos y domingos se complicaba la operación.

Con el ANA, lo que nos permite es tener un poco más de flexibilidad. Para el productor de híbridos significa más racimos, más peso. De pronto pierden un poco el peso de la almendra, pero se gana el peso en aceite.

El neto en Colombia es que el productor de racimo puede estar incrementando su producción en un 10%. Con esto se desmitifica de que el ANA solo era bueno para las plantas extractoras. Si se logran recuperar racimos es bueno para el productor también.

Lo que nos damos cuenta es que, efectivamente, para quien tiene el negocio de extraer el aceite es todavía mejor, porque la tasa de extracción de aceite sí se incrementa. Todos sabemos que un punto porcentual más en aceite significa incrementos de 5% del ingreso en el sector. Si se incrementa dos, tres puntos porcentuales en la tasa de extracción, estamos hablando de un incremento importante en el ingreso.

Para esas empresas que tienen toda la cadena - cultivo, y planta de beneficio- como se dice en inglés, es algo de no pensar 'no brainer'. Hágle de una vez.

El llamado es a que los productores no sientan que porque el ANA favorece a otro eslabón de la cadena, a ellos no se van a favorecer.

Lo que sigue es un negocio entre las partes en el que se tiene que

definir ese aceite extra. En Colombia se ha definido por contenido, se hacen mediciones de aceite de los productores y se les paga de acuerdo al contenido de aceite que entregan.

Esto nos lleva a racionalizar la agroindustria. En lugar de pagar por peso se paga por contenido de aceite.

► **¿Usted cree que con el uso del ANA podríamos afirmar que el negocio de las variedades híbridas puede ser más rentable?**

Definitivamente. El problema está en los mercados. El productor que esté pensando en vender a los mismos compradores de toda la vida que buscaban aceite guineensis, pues seguramente está equivocado en la estrategia. Hay que buscar el mercado para este aceite que es diferente. Mauricio Romero, nuestro colega de Cenipalma, nos decía tenemos un producto diferente, tratémoslo como tal. Pero definitivamente la palma OxG, por lo menos en Colombia, ha demostrado que es mucho más eficiente en transformar ferti-



lizantes en racimos, eso ya da una ganancia extra.

Además, el tema de que bajen los costos fitosanitarios para enfrentar enfermedades comunes como la PC, desde luego que es importantísimo.

En donde tenemos los dos tipos de cultivar sembrados, por ejemplo, en un Centro Experimental nuestro, en zona central, el promedio de manejo de la PC en cultivares híbridos, porque hay que seguirla manejando, no nos equivoquemos, la PC sigue estando, puede estar alrededor de unos 80 dólares, o 70 dólares, mientras que en las cultivares de guineensis podemos estar hablando de unos 300 dólares. Es una diferencia importantísima en la parte sanitaria.

► **Pasando a otro tema, usted nos hablaba de la importancia de asociar los indicadores de rendimiento de mano de obra a la productividad del negocio, ¿Cuáles son los principales indicadores que recomendaría manejar en el negocio palmero?**

Al revisar la literatura de Asia se encuentra indicadores que relacionan el área cubierta por un trabajador. En Malasia están hablando de tener en las plantaciones benchmark, alrededor de un hombre por cada 14 hectáreas. Los números de Colombia no son tan diferentes, nosotros en guineensis, que es lo que tienen en el sudeste asiático,

estamos hablando de 13 o 14 hectáreas, entonces uno piensa no estamos tan lejos.

Se empieza a ver diferencias grandes cuando le preguntan cuánta gente necesito para manejar una plantación. Cuando tengo muchísimo fruto en el campo, que es lo deseable, ojalá que cada vez que entrara hubiese una tonelada y media para cosechar por hectárea, porque si estoy entrando cada 15 días, al mes estaría sacando tres y al año serían 36 toneladas de fruto. Pero tenemos plantaciones en donde entras y encuentras 700 kilos por hectárea.

Si hay 700 kilos por hectárea, el trabajador va más rápido y cubre más área en un día, por ejemplo. Ahí encontramos indicadores de trabajadores que logran hacer seis hectáreas en un día. Si uno sigue premiando la cobertura en área está castigando la mayor productividad. Por eso planteamos un cambio en la forma de concebir estos indicadores.

La directiva estuvo de acuerdo, a través del Comité de Palmicultura, en que deberíamos centrar nuestros indicadores en toneladas por trabajadores y así no castigas a esas empresas que son altamente productivas, en donde seguramente, tienen unos indicadores muy bajitos de cobertura en área. Nuestros productores que han referenciado la mayor productividad es de 45 toneladas de fruto por hectárea. Ellos en un día no cosechan dos ni tres hectáreas, porque hay mucha fruta. Pero cuando miras en térmi-

nos de lo que han cosechado, pues son infinitamente más productivos. Por eso necesitamos asociarlo.

Hay otra eficiencia que ocurre. Para incentivar que se corte el fruto en el momento en que hay mayor contenido de aceite en los racimos, uno debe considerar toneladas de aceite por trabajador. Es muy importante este cambio porque está lanzando la señal correcta en términos de productividad laboral, por eso es que, lo estamos impulsando.

► **En las empresas benchmark ¿Cuál sería el indicador promedio de toneladas de fruta por trabajador y toneladas de aceite por trabajador?**

Para el año 2020 se tuvo un promedio de siete hectáreas por trabajador en híbrido OxG y cuando volvemos eso a toneladas de fruto nos arroja que se estaban produciendo 219 toneladas de fruto por trabajador y con una tasa de extracción de aceite del 23.7% teníamos un total de 51.9, casi 52 toneladas de aceite por empleo. Entonces esos son indicadores que nos hablan mucho más de la viabilidad de esta tecnología.

A eso era que nos referíamos con que es mucho más sólido hablar de estos indicadores que dejarlo solo en área. Es generar un pool de indicadores en donde se considere lo que produce la agroindustria, qué básicamente es fruto y aceite de palma.

► Hemos visto un incremento significativo de los fertilizantes durante estos dos últimos años 2021 a 2022. ¿Cuánto estima usted se incrementará el costo unitario de producción en una plantación híbrida en este periodo?

Lo que nosotros estamos viendo en este momento es que se incrementó el costo de fertilizantes en prácticamente tres veces del 2020 al 2022. En Colombia, estamos hablando de que eran 80 pesos (dinero) por kilo de fruto y hoy en día estamos hablando prácticamente de 240 pesos por kilo de fruto.

Esto quiere decir es que los fertilizantes pasan a ocupar un lugar muy importante en términos de costo. En el caso del híbrido, estamos hablando de que pasan de un 22 o 25 % casi a un 40 %. Eso no quiere decir que las otras labores se hicieron más baratas, sino que en participación la nutrición empieza a jugar un papel mucho más pesado.

Muchos podrían pensar: ‘si sube el fertilizante, pues no fertilicemos tanto’. Pero resulta que, en este momento, no se nos puede olvidar la otra mitad de la ecuación y es que el precio del aceite también ha subido. Ese precio, en este momento, nos permite seguir haciendo la inversión en fertilizante. Cada peso de fertilizante que yo le niego a la palma, es menos producción que la palma me va a dar.



Un punto que yo quiero enfatizar, que también se lo decimos mucho a los productores colombianos, es que lo que yo fertilizo hoy no se ve mañana, si no que se ve en dos años. Yo creo que mientras la señal de mercado siga siendo que subió el precio del aceite y que se está cotizando bastante bien en los mercados internacionales, sostengámonos en seguir haciendo la fertilización como lo estamos haciendo.

En Colombia, el costo de producción prácticamente se disparó la mitad. Nosotros producíamos a 300 pesos colombianos/kilo y ahora estamos produciendo a 450 pesos colombianos/kilo. Pero antes vendíamos a 320 pesos kilo y hoy en día estamos vendiendo casi a 1000 pesos colombianos/kilo. Las diferencias siguen haciendo mella como para que nosotros tomemos la decisión de

seguir fertilizando así el costo del insumo suba.

Creo que no es buen momento para bajar la guardia en la fertilización. Nosotros hicimos un ejercicio y veíamos que a precios del 2020, el fertilizante equivalía al 26% del ingreso bruto del productor. O sea si él vendía 100 pesos colombianos se había gastado 26 en fertilizante. Hoy en día si él vende 100 pesos se ha gastado 22 en fertilizante, en términos relativos estamos incluso mejor que hace dos años en Colombia. Yo creo que es una situación similar en Ecuador. Para mí, en este momento, sería una estrategia incorrecta recortarle a los fertilizantes.

► ¿Existe algún parámetro técnico, algún indicador que relacione el volumen aplicado del fertilizante con la producción de fruta fresca o aceite crudo?

Claro eso se llama eficiencia de la fertilización. Ellos lo que miran es del fertilizante que yo apliqué cuanta fruta se produjo y este valor yo no lo manejo, lo maneja el equipo de agronomía, pero definitivamente es importantísimo hacerle seguimiento. ¿Por qué? Porque puede que yo esté aplicando el fertilizante, pero este no es el momento de perderlo por ineficiencias.

La ineficiencia en fertilización quiere decir que yo aplico en el momento inadecuado. Puede ser que las palmas no tengan suficiente humedad para absorber ese fertilizante o si hay un exceso de humedad se lava el fertilizante.



En Colombia estamos retomando un tema de microbiología de suelos, porque nos habíamos dado cuenta que había microorganismos fijadores de nitrógeno, de fósforo, que probablemente podrían contribuir a que fuera necesario una menor cantidad de insumos. Todas esas estrategias llevan a que se aproveche mejor lo que se echa y que se pierda la menor cantidad. La meta es cien por ciento de eficiencia en la fertilización.

► **¿Cuáles son los costos unitarios, promedio en Colombia, en la etapa de establecimiento, etapa de desarrollo y en la etapa adulta de las empresas benchmark, tanto para la**

variedad guineensis y la variedad híbrida?

Los costos casualmente son muy cercanos entre guineensis y OxG. Por ejemplo nuestras empresas benchmark guineensis están alrededor de las 25, 26 toneladas de fruto por hectárea y nuestras empresas benchmark OxG están alrededor de las 30, 31 toneladas por hectárea, en promedio.

Entonces casi que lo que valía el incremento en la polinización se ve pagado por el incremento en la productividad, y por temas de densidad de siembra. Guineensis nosotros la sembramos normalmente a 143 palmas por hectárea. En cambio, los cultivares hí-

bridos están en 116 , 128 palmas por hectárea. Al final los costos se compensan y la diferencia es mínima. Nos sirven los mismos referentes que detallo.

El costo por tonelada de fruto, antes de que se hubiera disparado el tema de fertilizantes, esto hay que tomarlo con pinzas, estaba en 92 dólares por tonelada de fruto, mientras que en esas empresas benchmark el costo era de 80 dólares por tonelada de fruto. La diferencia es importante, es casi un 15% a favor de las empresas benchmark.

En términos del costo por tonelada de aceite pasaba algo similar, estas empresas benchmark producían a 406 dólares por tonelada de aceite,

PALMA SOSTENIBLE

mientras que las empresas promedio país estábamos en 525 dólares por tonelada de aceite. Esto te dice que la productividad de estas empresas benchmark les permite producir a un 23% de costo más bajo y lo mismo aplica para los costos de extracción.

En las plantas que hacen bien la extracción, está alrededor de 57 dólares por tonelada, por procesar el fruto que se necesita para obtener una tonelada. Mientras que las empresas que están un poco más rezagadas están por encima de los 65 dólares, esos 8 dólares de diferencia son importantísimos a la hora del ingreso.

► ¿Qué le recomendaría al palmero ecuatoriano para mantener un negocio sostenible y rentable?

Lo primero es que entiendan que invertir en tecnologías es costoso, en términos de hectárea, claro

que le vale más. Pero recuerden que ustedes venden fruto y venden aceite, no venden costos por hectárea. Es diferente producir 15 toneladas con una inversión de 5 millones de pesos por hectárea, a invertir 7 millones de pesos y producir 30 toneladas de fruto. Ya eso es otro negocio.

No hay que tenerle miedo a hacer esa inversión porque en el muy corto plazo, a los 2 años, ya van a estar viendo frutos. Nunca se nos puede olvidar que este es un negocio de commodities, la fluctuación en el precio está en la naturaleza de este negocio. Estos precios de hoy no van a ser eternos y va a llegar un momento en el que el precio baje tanto que la única alternativa para seguir en el negocio es ser muy productivos.

Así vamos a estar preparados para los momentos en los que la coyuntura económica se pone difícil, me refiero a precios bajos fundamentalmente,

que con seguridad en algún momento llegarán.

Entonces a invertirle a la productividad, es como la síntesis de todo el trabajo que hemos hecho en Cenipalma, la productividad es la única forma de hacerle frente a las épocas de vacas flacas.

”

La meta es cien por ciento de eficiencia en la fertilización.



En este video puedes ver la entrevista completa del Eco. Mauricio Mosquera



Líderes en alimentación animal, impulsando la fuerza productiva y la nutrición del Ecuador



www.aprobal.com



BIOALIMENTAR



SKRETTING



PRODUCTOS LIBRES DE
DEFORESTACIÓN



Ángela Alvarez Zapata

Directora Técnica
Propalma Ecuador

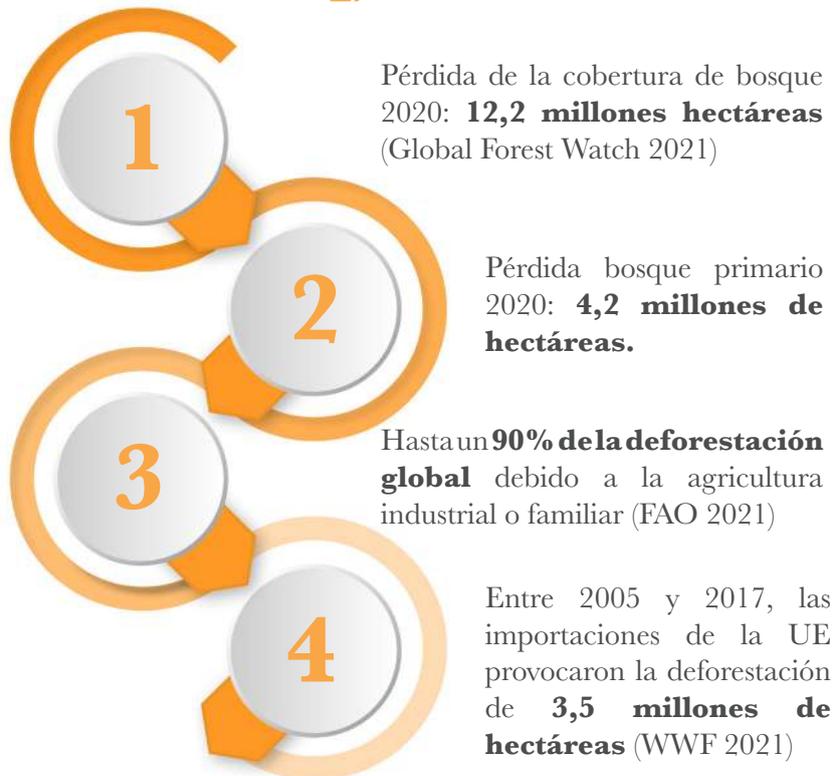
LO QUE DEBEMOS SABER SOBRE EL PROYECTO DE REGLAMENTO DE **PRODUCTOS LIBRES DE DEFORESTACIÓN DE LA UNION EUROPEA (UE)**

PRODUCTOS LIBRES DE DEFORESTACIÓN

► La iniciativa tiene por objeto reducir el consumo europeo de productos procedentes de cadenas de suministro asociadas a la deforestación o a la degradación forestal y aumentar en la UE la demanda y el comercio de materias primas y productos legales y libres de deforestación.

A nivel mundial, la deforestación y la degradación forestal están avanzando a un ritmo alarmante, agravando así el cambio climático y la pérdida de biodiversidad. En este contexto, la expansión de las tierras agrícolas es uno de los retos más grandes: El aumento de la población mundial cada vez ocasiona una mayor demanda de alimentos, lo que requiere más suelo agrícola para su producción. Esto a nivel de paisaje ejercerá presión fuerte en los bosques.

► ALGUNAS CIFRAS:



Energy & Palma es una empresa agroindustrial, dedicada a la producción de palma aceitera, basada en principios de cultivo que aseguren el cumplimiento de políticas de producción ecológicamente sustentables y socialmente responsables.



Energy
& Palma

Energía que evoluciona





EXTRACTORA AGRICOLA
RIO MANSO



Nos caracterizamos por brindar servicios con un valor agregado para cerca de 2000 palmicultores y apoyar día a día al progreso del sector, a través de una política de pago inmediato, precio justo, peso exacto, crédito para insumos y asesoramiento personalizado para mejorar su productividad.

PRODUCTOS LIBRES DE DEFORESTACIÓN

La Estrategia de la UE en favor de los bosques¹ establece un marco básico para la actuación de la UE a nivel mundial. La estrategia se incluye en el paquete de medidas propuesto para lograr una reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero de 55 % de aquí a 2030 y la neutralidad climática en 2050. Al abordar conjuntamente los aspectos sociales, económicos y medioambientales, la estrategia forestal pretende garantizar la multifuncionalidad de los bosques y destaca el papel fundamental de las personas que los gestionan.

Del otro lado, Europa es un gran consumidor de materias primas asociadas a la deforestación y la degradación forestal. Por esta razón la nueva normativa propone detener la destrucción de bosques impulsadas por el consumo y la producción de la UE. Con esto, además se espera una reducción de emisiones de GEI (gases de efecto invernadero) y de la pérdida de biodiversidad mundial. Se espera una disminución de la deforestación impulsada por el consumo y la producción en la UE de las seis materias primas incluidas en el ámbito de aplicación, con unos beneficios previstos muy superiores a 71.920 hectáreas menos de bosques afectados anualmente de aquí a 2030. Esto significaría también una reducción de al menos 31,9 millones de toneladas métricas de emisiones de carbono

no a la atmósfera cada año.

La Comisión de la UE considera necesaria esta actuación a nivel de Europa, para abordar su huella del consumo y los problemas relacionados con el comercio internacional de una manera coordinada y armonizada. Al mismo tiempo se requiere proporcionar la seguridad y la claridad jurídica necesaria para el correcto funcionamiento del mercado, para garantizar unas condiciones de competencia equitativas para los agentes en cuanto a los requisitos que deben cumplir antes de introducir productos (materias primas y productos derivados) en el mercado europeo.

CONSIDERACIONES Y CONTENIDOS CLAVES DE LA NORMATIVA²

El punto de partida de la normativa que actualmente está propuesta de la Comisión de la UE a su parlamento, es crear un instrumento que aumente la responsabilidad de las empresas (agentes) que introducen materias primas a la UE que posiblemente tengan vínculo con la deforestación. Se define una cobertura de productos, que se revisará y actualizará periódicamente, centrándose en las materias primas con mayor deforestación incorporada en la UE: aceite de palma, madera, cacao, café, vacuno y soya, y productos derivados.



Artículo 1 de la normativa define libre de deforestación como: a) materias primas y productos derivados relevantes, incluidos los utilizados para obtener los productos derivados relevantes o los contenidos en ellos, producidos en tierras que no han sido objeto de deforestación después del 31 de diciembre de 2020, y b) madera aprovechada del bosque sin provocar su degradación después del 31 de diciembre de 2020

1. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip_21_3723

2. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:52021PC0706&from=IT>

PRODUCTOS LIBRES DE DEFORESTACIÓN



En la normativa (artículo 3) se establecen las obligaciones de los agentes comerciales para actuar con la debida diligencia en relación con las materias primas y productos derivados relevantes: solo podrán introducir o comercializar en el mercado de la UE o exportarse desde él materias primas y productos derivados relevantes si cumplen todas las condiciones siguientes:

- a)** que sean libres de deforestación o sea que no provengan de sitios deforestados después de diciembre del 2020;
- b)** que hayan sido producidos de conformidad con la legislación pertinente del país de producción
- c)** que están amparados por una declaración de debida diligencia. Este requisito de debida diligencia por parte de los agentes comercia-

les se combina con un sistema de evaluación comparativa de países por parte de la UE, que clasificará a los países teniendo en cuenta la deforestación y la degradación forestal vinculadas a las materias primas relevantes, junto con criterios relacionados con la implicación de los países en la lucha contra la deforestación y la degradación forestal. Habrá tres categorías de países: de riesgo bajo, riesgo estándar y riesgo alto. Las obligaciones de los agentes y de las autoridades de los estados europeos miembros variarán en función del nivel de riesgo que presente el país de producción, con obligaciones de debida diligencia simplificadas para los países de riesgo bajo y un control exhaustivo para los países de riesgo alto. Una innovación importante es la

obligación de presentar información geográfica prevista (en el artículo 9), que indica que los agentes deben recopilar las coordenadas de geolocalización, latitud y longitud de todas las parcelas en las que se produjeron las materias primas y productos derivados relevantes. Puesto que la deforestación está vinculada al cambio del uso de la tierra, para realizar su seguimiento es preciso establecer un vínculo preciso entre la materia prima o el producto derivado introducido en el mercado de la UE o exportado desde él y la parcela de terreno en la que se cultivó o produjo.

En la normativa también se describe las medidas que deben adoptarse para evaluar y reducir el riesgo de que se introduzcan en el mercado materias primas



y productos derivados relevantes asociados a la deforestación y la degradación forestal. Si los agentes no pueden demostrar que el riesgo es despreciable, no podrán exportar a la UE sus productos.

Los riesgos se pueden generar por estos puntos entre otros: a) el nivel de riesgo asignado al país considerado o zonas del mismo de conformidad, b) la presencia de bosques en el país y zona de producción de la materia prima o el producto derivado relevante; c) la prevalencia de la deforestación o la degradación forestal en el país, la región y la zona de producción de la materia prima o el producto derivado relevante.

LA NORMATIVA – RETO Y OPORTUNIDAD PARA EL ECUADOR Y EL SECTOR DE PALMA

Con la obligación de los agentes comerciales de cumplir con esta nueva normativa a partir del año 2025, es muy probable que se pondrán unos requisitos de debida diligencia también en los otros actores de las cadenas de suministro. Así, los sectores productivos impactados del Ecuador, y en

especial los pequeños agricultores se enfrentarán a la adaptación a estos nuevos requisitos, que se definirán en diálogo con los agentes finalmente responsables de cumplir la normativa. Esto pondrá varios retos a los sectores productivos que quieran exportar a la UE, y también al sector público que quisiera responder y apoyar a los sectores:

- Es necesario instalar o mejorar los sistemas de trazabilidad y debida diligencia para la exportación de productos a la UE, que demuestren que son productos libres de deforestación y legales.
- Esto incluye la georeferenciación de las áreas de producción, para identificar su origen.
- En muchos casos, esto podría significar también actualizar o formalizar el derecho de uso legal de la tierra de producción.
- Es recomendable como país tener un mapa de deforestación para fines del año 2020 y además un análisis de riesgos de la deforestación, para poder proveer información de los focos y dinámicas de la deforestación del año base.

Para enfrentar estos retos conjuntamente, es importante que los productores y exportadores de aceite de palma, café, cacao, ga-

nadería, madera y sus derivados entren ya en diálogo y negociación con los agentes comerciales europeos para obtener apoyo de ellos en cumplir los requisitos. Además es muy recomendable trabajar de manera articulada con las autoridades de Agricultura, Comercio y Ambiente del Ecuador. Es importante contar con un agenda público-privada de implementación y preparación de codiciones de productores y exportadores a estos nuevos requisitos comerciales.

Tal alianza pública-privada también pondrá al Ecuador en una condición de tomar esta normativa europea como una oportunidad para posicionar al Ecuador como país de suministro de materias primas sostenibles y libres de deforestación. A partir del año 2025, los países proveedores de materias primas competirán por las empresas que buscarán fuentes de suministro con bajo riesgo de deforestación y con buena información que les facilite implementar sus sistemas de debida diligencia. Para el sector de Palma, las oportunidades son prometedoras porque los requisitos de la UE pueden homologarse con los lineamientos de la certificación RSPO. La certificación no sustituye los requerimientos de debida diligencia, pero facilitará su implementación y demostración de información requerida.

Así que, al sector le toca asumir este reto, lo que puede convertirse en una oportunidad para el Ecuador, y especialmente para la cadena agroproductiva de aceite de palma ecuatoriano.



SI CUIDAS DE ELLA AHORA, ELLA CUIDARÁ DE TI LOS SIGUIENTES AÑOS

MAURICIO VITERI
CEO- FUNDADOR



Diego Francisco Escobar Yáñez

Gerente General

Agroindustrial Monterrey AGROINDUREY S.A.

Ingeniero Agropecuario por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Posee estudios en Alta Gerencia por el INCAE Business School en Costa Rica. Además, su formación incluye capacitaciones nacionales e internacionales en administración de empresas, marketing y ventas, auditoría RSPO y manejo agronómico de cultivos tropicales.

Posee más de 20 años de experiencia en el manejo gerencial y agronómico del cultivo de la palma de aceite.

LAS MEJORES PRÁCTICAS DE MANEJO SANITARIO PARA ENFRENTAR LA PC: **EL CASO EXITOSO EN AGROINDUREY.**



En los últimos doce años la Pudrición del Cogollo (PC) devastó los cultivos de palma de aceite en la provincia de Esmeraldas, entidades públicas y privadas realizaron un sinnúmero de esfuerzos que incluyeron: investigaciones, capacitaciones, planes de acción, entre otros; todos dirigidos a frenar el avance de la enfermedad, nada de esto fue suficiente para evitar la más grave crisis fitosanitaria registrada desde la llegada de la palma de aceite al Ecuador.

Muchos palmicultores consideran que los esfuerzos fueron insuficientes, que se debió hacer más. Sin embargo; desde mi experiencia puedo asegurar que cada palmicultor debe asumir con responsabilidad el manejo agronómico de su plantación.

La estrategia de manejo para esta enfermedad es integral, el palmicultor debe enfocarse en el conocimiento y dominio del cultivo, en todo su desarrollo; desde la siembra hasta la etapa productiva. No existe receta o producto mágico, así que si partimos de este concepto somos vulnerables a seguir cualquier criterio no desarrollado in situ y los resultados no serán los esperados.

Agroindurey es una compañía ubicada en la parroquia Monterrey del cantón La Concordia y cultiva palma de aceite desde 1978. La PC empezó a causar los primeros estragos en el año 2018 y se manifestó de forma exponencial en el año 2020, la llegada de este problema no nos tomó por sorpresa, ya que se conocía la situación de sitios como San Lorenzo, Viche y Quinindé; y durante todo ese tiempo se aplicó las Mejores Prácticas de Manejo (BMP por sus siglas en inglés) en toda la plantación, siendo estas la herramienta fundamental para mitigar el efecto devastador de esta enfermedad.

MEJORES PRÁCTICAS DE MANEJO AGRÍCOLA

Las BMP son herramientas indispensables para maximizar el rendimiento de los cultivos; sin embargo, en palma aceitera en nuestro país, la implementación de las mismas no siempre es eficiente, ya sea porque no han sido utilizadas en forma integrada en el trabajo diario de las plantaciones, se establecen parcialmente o simplemente no se toman en cuenta dentro del sistema productivo, razón por la cual los resultados obtenidos no siempre son satisfactorios.

Un manejo agronómico adecuado bajo el enfoque de BMP **incluye: podas semestrales, cosechas semanales, manejo de raíces, fertilización balanceada, manejo de coronas, manejo fitosanitario e implementación de riego (en zonas con déficit hídrico)**. Estas condiciones ofrecen a la planta un ambiente más favorable para desarrollarse en forma vigorosa y enfrentar con mayor probabilidad de éxito el efecto de los múltiples agentes que causan disturbios fitosanitarios (abióticos: estrés y bióticos: agentes fitopatógenos y plagas) e incrementar su rendimiento a lo largo del tiempo.



Visita de expertos nacionales e internacionales a los ensayos de BMP en Agroindurey.

El presente artículo tiene como objetivo brindar a los palmicultores algunas recomendaciones de manejo del cultivo bajo el enfoque de BMP y concretamente desde el aspecto sanitario para un manejo exitoso de la PC.

MANEJO DE RAÍCES

Debido a que la falta de raíces es uno de los principales problemas del cultivo en la mayoría de regiones del país, en Agroindurey se estableció un estricto programa de manejo de raíces previo a la fertilización. El objetivo siempre debe ser aumentar el volumen radicular (número y peso de raíces) y mantener la sanidad de las mismas. Esto se puede conseguir mediante la combinación de fuentes de materia orgánica, bioestimulantes radiculares (con quitosano), microorganismos benéficos (metabolitos de especies de *Trichoderma*) y extractos de algas (concretamente de especies de *Sargassum*). Este programa que incluye alternativas físicas, químicas, orgánicas y biológicas fue fundamental para mantener un sistema de raíces fortalecido y activo.



Cateo de raíces de forma semestral para la implementación del programa de estimulación radicular mínimo dos veces al año.

FERTILIZACIÓN BALANCEADA

Es de suma importancia realizar muestreos de suelo y foliares anualmente durante los meses de poca lluvia, la recomendación es tomar muestras representativas de suelo a una profundidad de entre 20 y 30 cm y muestras foliares (hoja 9 en cultivos de hasta 4 años y hoja 17 en cultivos mayores a 4 años) de cada uno de sus lotes de producción para establecer los respectivos programas de fertilización.

En la zona de Quinindé, Santo Domingo y Quevedo, se debe tomar muy en cuenta la Relación Calcio-Magnesio-Potasio, ya que resultados de varias investigaciones han demostrado que la principal causa del problema amarillamiento-secamiento, es el desbalance de los tres cationes en el suelo, y no la deficiencia de uno solo. Por lo tanto, es recomendable llevar a cabo estrictos programas de fertilización con énfasis en los tres cationes utilizando fuentes de magnesio y potasio para mantener la relación 60% de Ca; 30% de Mg; y 10% de K, considerada como la relación de equilibrio de los tres cationes.

Los programas de fertilización que incluyen las dosis de fertilizante, así como los productos comerciales a utilizar, deben responder a las necesidades del cultivo, a las condiciones de suelo donde está sembrado, crecimiento vegetativo y a metas de producción.

El programa de fertilización en Agroindurey incluyó el uso de mezclas físicas que contenían: N, P, K, Mg, Si y B, enriquecido con microorganismos (peletizados), inductores de resistencia (quitosano), fuentes de materia orgánica y, en algunos lotes que así lo requerían también se aplicó enmiendas.

MANEJO FITOSANITARIO

Es indispensable que la propiedad cuente con un inventario inicial de plantas sembradas y plenamente identificadas. Este inventario permitirá al técnico encargado de la fitosanidad detectar las enfermedades que se presentan en el cultivo y facilitará la implementación de estrategias de manejo. Generalmente las plantaciones realizan rondas fitosanitarias cada 3 meses, en presencia de PC se recomienda acortar las rondas a 15 días porque es indispensable que la enfermedad no se propague rápidamente. Acortar el ciclo de rondas fitosanitarias implica un mayor uso de mano de obra calificada para el diagnóstico y registro de plantas enfermas, pero también significa detección temprana, tratamiento oportuno, mayor posibilidad de recuperación y mantener por más tiempo nuestro cultivo.

En Agroindurey se implementó tratamientos que se aplicaron a palmas con sintomatología inicial de la enfermedad, estos tratamientos fueron diseñados para fortalecer el sistema de defensa de las plantas, atacar patógenos involucrados (*Fusarium* spp., *Phytophthora*, *Erwinia* spp.), fortalecer nuevos tejidos y proteger palmas vecinas. Los tratamientos incluyeron ingredientes activos como: inductores de resistencia, nutrición foliar, insecticidas, microorganismos benéficos, fitohormonas, bioestimulación radicular, entre otros.

Un aspecto fundamental es no preocuparse por la finca del vecino y más bien enfocarse en el manejo técnico y oportuno de su propia plantación. Esto aplica para el caso del trampeo de *Rhynchophorus palmarum* cuya población aumentó considerablemente en los últimos años debido a la gran cantidad de fincas abandonadas, lo cual hace “obligatorio” el trampeo en todas las plantaciones de las

regiones palmeras, independientemente si el vecino realiza el trampeo o no.

SELECCIÓN DE MATERIALES GENÉTICOS MEJORADOS

Nuestra experiencia ha demostrado que la selección del material genético es clave para establecer una plantación rentable, durante los años que hemos convivido con la PC se pudo observar una gran variación en el vigor genético y las medidas vegetativas de distintos materiales. Existen materiales altamente susceptibles a la enfermedad, así como otros que responden muy bien a tratamientos preventivos y curativos. En Agroindurey el material Guineensis que mayor tolerancia demostró al ataque de PC y mejor respuesta tuvo a los tratamientos fue el material CIRAD, conocido como código 07 desarrollado y mejorado por Murrin Corporation, estos materiales se sembraron desde vivero en los años 2007, 2008 y 2012.

Las mejores prácticas de manejo se deben aplicar desde la fase inmadura del cultivo, en el vivero se recomienda el uso y aplicación de microorganismos benéficos (ej.: micorrizas, metabolitos de *Trichoderma* spp.), para llevar a campo una planta fortalecida y protegida.

SITUACIÓN ACTUAL DE LA PLANTACION

A continuación, se presenta datos de la mortalidad y rendimiento antes y después del ataque de la PC, en Agroindurey en material Guineensis.

En el gráfico 1 se muestra un comparativo de la incidencia de la PC en Agroindurey, en lotes que recibieron un manejo integral de la enfermedad en contraste con lotes que no recibieron ningún tipo de tratamiento. En el año 2018 la enfermedad se mantenía dentro de rangos tolerables, la PC no superaba el 4,4% de incidencia, para el año 2020 los lotes sin ningún tipo de tratamiento alcanzaron el 20,3% de incidencia, en el 2021 la enfermedad alcanzó la fase exponencial y las áreas donde las labores de manejo integral no se completaron íntegramente fueron devastadas, mientras que en los

MEJORES PRÁCTICAS DE MANEJO AGRÍCOLA

lotes donde se aplicó las BMP con disciplina y planificación la incidencia no superó el 27%, a la presente fecha la incidencia no supera el 29.5 % y se debe considerar que dentro de este porcentaje se encuentran plantas en proceso de recuperación.

% DE INCIDENCIA DE LA PC EN AGROINDUREY

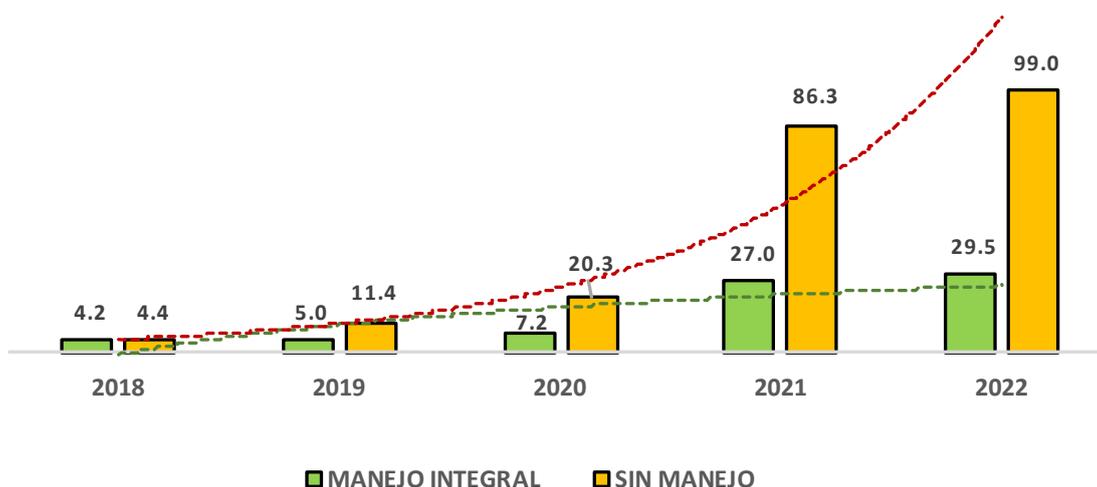


Gráfico 1. Porcentaje de incidencia de PC en lotes con y sin manejo integral de la enfermedad.

El gráfico 2 muestra la realidad a la que se enfrenta el palmicultor cuando no implementa un manejo integral en la plantación, en otras palabras, cuando “no se hace nada”, el resultado es una incidencia superior al 95% con la consecuente mortalidad y desaparición de la producción.

Por el contrario, en los lotes con manejo integral encontramos una producción que se sostiene, conservando la inversión realizada en activos biológicos y permitiendo que la inversión en el cultivo de palma aceitera cumpla con el retorno sobre la inversión esperada.

RENDIMIENTO DE RFF EN T/HA/AÑO



Gráfico 2. Rendimiento de RFF en t/ha/año en lotes con y sin manejo integral de la enfermedad.

MEJORES PRÁCTICAS DE MANEJO AGRÍCOLA

Este caso de éxito lo obtuvimos en materiales Guineensis y fue replicado en lotes cultivados con híbridos interespecíficos OxG, en donde la respuesta al manejo de la enfermedad es más exitosa aún, debido a la tolerancia genética de los materiales híbridos.

Finalmente, me atrevo a decir y los datos así lo demuestran, en Agroindurey aprendimos a convivir y manejar la PC con éxito, principalmente en los lotes donde se trabajó de forma integral. Considero que es de suma importancia transmitir y replicar esta experiencia a los palmicultores de nuestro país, sobre todo en zonas donde la enfermedad no alcanza niveles críticos o todavía no está presente.



Imagen 3. A AGROINDUREY y B Plantaciones vecinas



Producción sustentable de aceite de palma



Estamos convencidos que a través de la producción de palma orgánica y sostenible, nuestros proveedores pueden vivir mejor y nuestros clientes pueden contar con una materia prima que contribuya al desarrollo sustentable del planeta.

Las certificaciones Orgánicas Internacionales: US National Organic Program (NOP), Europea (EU), y la certificación Orgánica Ecuador nos habilitan para el cultivo, procesamiento y exportación de productos y subproductos de palma con valor diferenciado orgánico.



Alvaro Samaniego

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. Subsecretaría de Calidad. Viceministerio de inversiones y promoción de exportaciones.

LAS INICIATIVAS CLUSTER, UNA GRAN OPORTUNIDAD PARA IMPULSAR LA COMPETITIVIDAD

La economía ecuatoriana tiene como uno de sus principales pilares al sector agroindustrial, siendo el responsable de los principales productos de exportación, la mayor generación de empleo y la alimentación de los ecuatorianos. Su fortalecimiento y sofisticación son objetivos del país. Estos propósitos toman fuerza durante el último tiempo, por la crisis generada a causa de la pandemia y los conflictos bélicos que generan una serie de efectos negativos a lo largo de la cadena de valor global, sin dejar de lado el suministro de alimentos.

Las dinámicas en un mundo globalizado, nos proponen un desafío como país. La capacidad de adaptación y respuesta frente a los cambios condicionará el éxito de las industrias en el futuro. El reto es importante: alcanzar la competitividad desde todos sus enfoques, empezando por los costos y el aseguramiento de la calidad, el desarrollo de nuevos productos, hasta llegar a la sostenibilidad ambiental y social.

En ese sentido, el marco del Decreto Ejecutivo No. 68, expedido el pasado 09 de junio de 2021, impulsa el desarrollo de iniciativas

INICIATIVAS CLUSTER

clústeres, con la finalidad de generar esfuerzos organizados que faciliten un adecuado trabajo colaborativo entre el sector público, privado y academia, que se orienta a mejorar la productividad del tejido empresarial y el entorno para los diferentes sectores económicos. Estas iniciativas, además, sentarán las bases del desarrollo de la Estrategia Nacional de Competitividad.

En enero de 2022, se llevó el primer taller del clúster de oleaginosas, representado en el Ecuador por los productores de palma africana, las extractoras de aceite crudo e industrias refinadoras de grasas vegetales. La metodología aplicada cuenta de cuatro fases distribuidas en doce etapas.

Al momento recorren la fase de pre incubación y de lanzamien-

to, en las que el Gobierno motiva las sesiones de trabajo y analiza la información generada. En las siguientes fases: construcción y consolidación, el liderazgo del sector privado es fundamental.

Como resultado del trabajo actual, se cuenta con una hoja táctica de corto plazo que permita la definición de acciones concretas en búsqueda de resultados de alto impacto.

Los enfoques de trabajo se enmarcan en la reactivación productiva y el aseguramiento de la sostenibilidad de la cadena de valor. Durante los talleres se conformaron dos mesas de trabajo en las que se discutió sobre las oportunidades y necesidades del sector, se promovió mayor acercamiento entre diferentes

actores con fines comunes para ejecutar actividades específicas.

Una iniciativa clúster se convierte en esfuerzos organizados entre sus actores, con la finalidad de impulsar el crecimiento, la competitividad, de acelerar los procesos de innovación empresarial y otorgar a las empresas la posibilidad de abrirse a nuevos mercados y de generar estructuras estables.

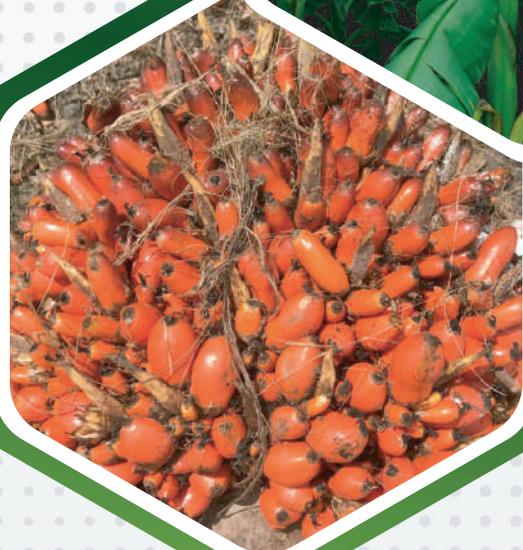
Esta estrategia es la muestra del trabajo coordinado que el Gobierno del Encuentro promueve con todos los actores que conforman los ecosistemas productivos del país.

Reiteramos el compromiso adquirido por esta Cartera de Estado para continuar de manera conjunta y articulada en beneficio de la industria del aceite vegetal.



Los expertos del campo

Nos dedicamos a la importación y distribución de productos especializados en el correcto manejo de cultivos para el país. Brindamos asesoría personalizada a cada agricultor, con el fin de obtener resultados óptimos.



innovagri

Innovación & solución para el agro

- ✓ Agroquímicos
- ✓ Insumos biológicos
- ✓ Feromonas
- ✓ Asesoría técnica

0989223741

@innovagriec

www.innovagri.ec

info@innovagri.ec

Vía Chone Km2 / Av. Puerto ILA
y Calle Isla Isabela

Dr. Sathia Varqa

Propietario y cofundador de Palm Oil Analytics (POA) y es miembro del Comité Asesor de Investigación Tecno-Económica de la Junta de Aceite de Palma de Malasia - MPOB. Palm Oil Analytics es un editor de noticias que publica, precios, datos y análisis con sede en Singapur, que atiende a los mercados mundiales de commodities. POA publica informes diarios que cubren evaluaciones de precios, análisis de datos clave y comentarios del mercado.

Tiene un BA (Business Studies), una maestría en Políticas de Comercio Internacional y un PHD en Economía Política de la Universidad Robert Gordon, en Escocia.



PERSPECTIVAS DEL MERCADO MUNDIAL DE OLEAGINOSAS

Entrevista realizada del 28 de junio de 2022

► En cuanto a la tendencia de los precios de los aceites vegetales alcanzando máximos históricos como en el caso del CPO, ¿cuál cree que será la tendencia en los próximos 6, 12 y 18 meses?

Los precios de CPO son altamente volátiles y se están corrigiendo, ahora han bajado un 30% desde hace dos meses. Hace dos meses, los futuros de CPO en Bursa Malaysia estaban a \$1.620 dólares por tonelada y ahora han bajado a alrededor de \$1.100 dólares.

La razón principal de la caída de los precios se debe a una mayor oferta, Indonesia ha estado otorgando más permisos de exportación para que los productores exporten su palma, lo que inunda el mercado mundial con una oferta excesiva. Malasia e Indonesia también entrarán en el período de producción máxima en agosto, septiembre y octubre. Sorprendentemente la producción de Malasia en mayo y junio ha ido bien, a pesar de los problemas con la

escasez de trabajadores, por lo que una mayor oferta está deprimiendo los precios y con la cosecha de soya en septiembre, octubre y noviembre en los Estados Unidos, preveo que los precios de la palma estarán bajo presión y se contraerán, por lo que los precios se mantendrán entre 4.500 y 5.000 ringgit (US\$/TM 1014 – 1127) en Bursa Malaysia en el mes activo (tercera posición) en junio, julio y agosto, incluso en septiembre, pero en noviembre y diciembre creo que los precios enfrentarán una fuerte presión para bajar aún más a medida que las existencias en Malasia crecen y las exportaciones de Indonesia fluyen hacia el mercado global.

► ¿Cuáles son los principales factores que influirán en el mercado de aceite vegetal a corto plazo?

A corto plazo, además de la oferta y la demanda, una variable que influirá en el mercado de aceites vegetales son los precios del petróleo crudo, que ahora son bastante altos, porque las exportaciones rusas

están fuera del mercado. El segundo gran factor macro es la guerra entre Ucrania y Rusia, que parece no tener una conclusión clara para el mundo, lo que significa que el suministro de aceite de girasol será un gran problema, me refiero a que Rusia y Ucrania exportan alrededor de 10 a 11 millones de toneladas de aceite de girasol del Mar Negro, por lo que este suministro está fuera del mercado. A corto plazo creo que habrá una competencia entre palma, aceite de soya y colza para reemplazar el aceite de girasol y pienso que la palma tiene una buena oportunidad de capturar una nueva participación en el mercado, porque los precios de la palma están bajando. El descuento de palma con el aceite de soya es muy bueno, entre US\$/TM 250 a 300, es muy atractivo, así que creo que los mercados en el Medio Oriente, Irán, Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos, Turquía, China e India cambiarán cada vez más el aceite de girasol por el de palma y en menor volumen al aceite de soya.

Entonces, creo que, a corto plazo, Ucrania-Rusia y el petróleo crudo son dos factores importantes y luego hay otros factores como: el clima, la escasez de mano de obra que es un gran problema en Malasia durante muchos años, pero está empeorando y con la apertura de las fronteras la industria agrícola de Malasia espera contratar a cientos de miles de trabajadores para realizar la cosecha en Malasia. Además, tenemos problemas de medidas proteccionistas cada vez mayores, cada vez más países están imponiendo medidas proteccionistas.

Leí en "The Economist", que hay alrededor de 23 países que han implementado algunas formas de políticas proteccionistas desde el comienzo de la guerra: Kazajstán, Turquía, India e Indonesia han impuesto una prohibición total o algún tipo de prohibición, o aumento de los impuestos de exportación, para abastecer primero el mercado doméstico, este es otro factor.

Además otro factor son las políticas internas de biodiesel que están llamando más la atención porque hay escasez de petróleo, pero aun así, si se mantiene el mandato de biodiesel, Indonesia no va a reducir su mezcla de biodiesel, van a avanzar de B30 para adelante, sólo Brasil ha bajado de B13 a B10, y no preveo que otros países reduzcan los mandatos, si lo

hacen, serán en Europa occidental: Alemania o el Reino Unido, porque estos países tienen una base de votantes muy fuerte y podrían exigir que se rebajen los mandatos de biodiesel para que haya más aceite disponible para el consumo alimentario.

Aparte de eso, el costo de los fertilizantes está aumentando, todos los países están jugando con sus políticas fiscales. Entonces, esos son algunos factores que tendrán un impacto en lo macro en el corto plazo.

► **El promedio de aceite de palma en los últimos 15 años es de \$780 dólares la tonelada, considerando lo que ha expuesto, ¿cree que estos precios volverán? especialmente para el próximo año 2023, si la guerra en Europa continúa, si se mantienen estos factores en el mercado de aceite vegetal. ¿Prevé que en el 2023 tengamos un precio que estará por encima de la media?**

Sí, los precios definitivamente estarán por encima del promedio que tenemos de 785 dólares de los últimos 15 años porque la dinámica ha cambiado, la dinámica de la oferta y la demanda ha cambiado, el gran cambio es que ahora hay un uso significativamente mayor de biodiesel en comparación con hace cinco años.

En Estados Unidos creo que usan el 40% del aceite de soya en el biodiesel. En Indonesia usan 10 millones de toneladas, entre 8 a 10 millones de toneladas para el programa de biodiesel, en Malasia son alrededor de 1,7 millones de toneladas, así que antes de que no tuviéramos estos mandatos de biodiesel, todo este aceite estaba disponible para el consumo alimentario.

El biodiesel es un factor importante que ha sacudido la oferta y la demanda en el mercado, por lo que si el Presidente de Indonesia dice mañana: queremos aumentar el mandato de biodiesel de B30 a B40, creo que veremos una escasez inmediata de suministro en el mercado, o si el Presidente Biden dice: vamos a aumentar nuestro consumo de biocombustibles, creo que el aceite de soya se disparará, por lo que los mandatos de biodiesel están sacudiendo el mercado muy rápidamente.

Entonces, no creo que nunca veamos precios tan bajos, nos mantendremos en precios más altos, pero creo que los precios para 2023 serán más bajos en comparación con 2022, porque todos estos cultivos se recuperarán, la producción se recuperará en Malasia y en Indonesia, en Argentina, en Brasil y en Paraguay, la producción de soya se recuperará, por lo que habrá una mayor oferta de aceite vegetal en el mercado en 2023 en comparación con este año, por lo tanto los precios serán más bajos el próximo año,, pero no estarán por debajo del promedio de los 15 años, estará por encima de ese nivel.

► **Entonces, con estos factores establecidos, hay escasez de aceites vegetales al menos durante este año, incluso por los factores climáticos y la escasez de mano de obra, prevé una oportunidad para una ganancia de participación de mercado para el aceite crudo de palma?, ¿tendrá esto un impacto realmente a largo plazo? Considerando que el aceite de palma tiene la productividad más alta por hectárea que el resto de oleaginosas, ¿cree que esto podría ser una palanca para que el aceite de palma pueda realmente lograr esta ganancia en participación de mercado a largo plazo?**

Creo que existe la posibilidad de que, si algunos factores se realizan correctamente, el principal aumento de la oferta provenga de Indonesia. No preveo una oferta adicional procedente de Colombia, Nigeria o Tailandia, por lo que el principal aumento de la oferta tendrá que provenir de Indonesia. Si Indonesia no puede cumplir con la oferta adicional a largo plazo, creo que la palma perderá participación de mercado. La producción de Malasia el año pasado fue de 18,1 millones de toneladas, este año la producción aumentará en 1 millón a sólo 19,1 millones de toneladas según el pronóstico de Palm Oil Analytics.

La producción de Indonesia aumentará de 46 millones de toneladas a 48 millones, aproximadamente un aumento de 2 millones, por lo que Malasia e Indonesia contribuirán con un aumento de 3 millones de toneladas, pero no creo que este aumento sea su-

ficiente para cubrir la demanda mundial y la oferta debe aumentar más rápido si queremos satisfacer la escasez de suministro de los aceites blandos. Pero hay algunos desafíos, por ejemplo, en Malasia, la expansión del área se mantiene, se limita a 6,5 millones de hectáreas. No puede ir más allá de eso, el gobierno hizo un compromiso y en este momento el área actual es de 5,7 millones de hectáreas.

Entonces, en Malasia solo puede existir un máximo de 6,5 millones de hectáreas, que sólo pueden producir 2 millones de toneladas adicionales. Malasia nunca ha producido más de 20 millones de toneladas, nunca, solo un máximo de 19 - 19,5 millones de toneladas, por lo que la producción se ha estancado durante los últimos cinco, seis años en Malasia.

Indonesia está creciendo porque es un país más grande, hay mucha tierra, pero tienen otros problemas: rendimiento, productividad, precios, problemas de sostenibilidad, hay muchos otros problemas ahí, así que, ¡sí!, la palma seguirá siendo el aceite más barato, la palma seguirá siendo el aceite más consumido, pero la capacidad de la palma para capturar una nueva cuota de mercado dependerá de factores principalmente en los países de origen Malasia, Indonesia y en la Unión Europea porque son los más ruidosos en lo que respecta al tema de la sostenibilidad

► **Dr. Varqa, como usted señaló, la demanda de biocombustibles ha agregado presión al mercado de los aceites vegetales. ¿Considera que los mandatos de mezcla de biodiesel se fortalecerán como en el caso de Indonesia con el avance hacia el B40, que sucederá con otros productores de biodiesel importantes como EE.UU. y la Unión Europea?**

Bueno, creo que a nivel mundial habrá una mayor demanda para cambiar de combustible fósil a bio-combustible. Creo que hay dos razones principales, una es el precio y la otra es que la oferta rusa se retira del mercado debido al embargo y, en tercer lugar, existe una mayor necesidad de países a cambiar a una economía más verde para reducir la emisión de gases de efecto invernadero de acuerdo con las promesas climáticas hechas en Glasgow, por lo que estos

tres factores impulsarán a los países a adoptar una mayor energía más verde, pero creo que cuando se trata de biodiesel, el líder seguirá siendo Indonesia. Indonesia ha estado en B30 durante algunos años, 30% de éster metílico de palma, y luego, 70% de diésel regular. Ellos anunciaron que pasarán a las pruebas B40e para el transporte por carretera con el objetivo de implementarlas en el 2025. Tengo la sensación de que pueden implementarlas antes porque Indonesia tiene el marco adecuado: financiamiento, una ley, la capacidad, tienen las materias primas y la amplia experiencia, tienen el mercado: 200 millones de personas en Indonesia, así que creo que el líder en biodiesel será Indonesia.

Escucho cada vez más que los Estados Unidos están tratando de usar o cambiar a biodiesel en la economía, pero en los Estados Unidos el biodiesel es en realidad bastante pequeña, el bioetanol es algo más grande, donde usan maíz para la mezcla, el biodiesel es un segmento más pequeño, pero la principal materia prima para el biodiesel en los Estados Unidos es el aceite de soya y el movimiento del aceite de soya tendrá un impacto en el aceite de palma, por eso tenemos que observar cuál es la regulación en los Estados Unidos hoy con biodiesel.

Pero no preveo que Estados Unidos rebaje su programa de biocombustibles, no veo que Indonesia rebaje su programa, los países que veo que pueden reducir son países de Europa occidental: Alemania, tal vez ni siquiera España, creo que tal vez Finlandia, países como esos, podrían reducir el mandato.

► **Después de la pandemia, después de la crisis económica que hemos tenido durante los últimos dos años al menos, hemos visto algunos cambios en los patrones de los consumidores, ¿crees que, por ejemplo, las campañas en contra de la palma tendrán algún impacto después de lo que hemos pasado durante los últimos dos años?**

Bueno, creo que las campañas anti aceite de palma permanecerán durante mucho tiempo, no creo que se vayan. Se debe considerar que la UE sólo consume 10-12% de las importaciones totales de aceite

de palma, que son unos 50 millones de toneladas. El mayor consumidor es India, con el 16%, luego China con alrededor del 15 %, por lo que la Unión Europea solo es el número dos o el número tres, esto cambia, por lo que en el contexto del ranking son importantes, pero en términos de volumen en comparación con el volumen global no son muy significativos. La Unión Europea tiene 25, 26 países ahora, por lo que India y China son los mayores consumidores, sin embargo, la voz más fuerte sobre la demanda de palma producida de manera sostenible proviene de la Unión Europea, y hasta ahora prohibirá las importaciones de biodiesel a base de aceite de palma para el 2030. Por ahora Indonesia y Malasia tienen el caso en la Organización Mundial del Comercio - OMC pero aún no hay un progreso significativo.

No creo que este tema de la sostenibilidad desaparezca, permanecerá allí para siempre, porque estos problemas que tienen que ver con la sostenibilidad, especialmente en la palma, y que tienen que ver con la alimentación, sabes que la alimentación es algo muy sensible. Con esta corriente cuando tuvimos precios altos en marzo y abril, el Programa Mundial de Alimentos dijo que 125 millones de personas van a pasar hambre, que también es algo muy sensible. Entonces necesitas alimentos pero también se debe producir de manera sostenible y, al mismo tiempo, estos países, como la Unión Europea, tienen el mandato de cumplir con las energías renovables, por lo que los objetivos de energía renovable aumentan, pero las materias primas no han cambiado.

Entonces, si se elimina palma quien va a reemplazar esa materia prima, no hay suficiente aceite de girasol, no hay suficiente aceite de soya. Puede ser aceite de colza que se produce en la Unión Europea y el siguiente aceite en crecimiento es aceite de cocina usado - UCO. Estas serían las dos principales materias primas que podrían tomar la participación de mercado de palma si la Unión Europea mantiene los mandatos sobre energía renovable.

El debate no se irá, el debate se mantendrá, recordemos que la presión no está solo sobre la palma, está sobre todos los cultivos alrededor del mundo. Solo

que la palma tiene más exposición en el mundo, hay más certificaciones, más primas en este cultivo.

Todos estos debates sobre sostenibilidad intentan entender que el destino de la humanidad está conectado con el planeta porque somos uno, porque en este momento todos estos temas se hacen de manera separada: certificación de sostenibilidad, prima de sostenibilidad, importaciones y exportaciones, pero es en realidad todo en uno, quiero decir, somos parte del planeta, el planeta somos nosotros, así que creo que el discurso más grande no se ha llevado a cabo sobre estos temas y es por eso que tendremos estos problemas por mucho tiempo, pero la palma seguirá siendo el rey en los aceites vegetales, seguirá siendo el rey.

► **Ayer recibimos la noticia de que los extractores en Malasia están parando la producción. ¿Puede explicarnos qué está pasando? ¿Por qué los extractores están parando la producción en este momento?**

En efecto hay informes de que algunas extractoras en Malasia están dejando de comprar racimos de fruta fresca –FFB. Las extractoras compran la fruta al precio que está en el sitio web de MPOB (que son precios promedio del mes anterior), la procesan y tienen que vender el aceite de palma a la refinería a los precios actuales, pero los precios del aceite de palma crudo están cayendo día a día, por lo que si las extractoras compran el FFB a un precio alto y luego, cuando procesen y vendan, lo venderán a un precio bajo, existe una gran brecha en su contabilidad.

No es justo para los agricultores porque si no venden, no pueden conservar la fruta, porque los ácidos grasos libres aumentan y la calidad del aceite disminuirá, pero las extractoras también tienen un problema, porque si compran, registrarán una pérdida en su contabilidad.

En Indonesia hay otro problema, el problema en Indonesia es que los extractores no quieren comprar, esto pasó hace unas semanas, no quieren comprar porque sus tanques están llenos, entonces si compran FFB y procesan, donde guardarán el aceite de palma crudo, no tienen donde guardar. Porque las

exportaciones no pueden evacuar rápidamente sus excedentes por las aprobaciones. La aprobación del permiso de exportación no está ocurriendo rápido y el gobierno está diciendo que tiene que suministrar el aceite en el mercado nacional primero para obtener el permiso, pero el mercado nacional tiene otros problemas: problema de distribución, problema de empaque, problema de logística, por lo que todos estos factores están conectados y como resultado existen grandes existencias de aceite de palma en bruto en las plantas de Indonesia y algunas plantas no pueden procesar, no pueden comprar, por lo que simplemente cierran y mantienen el aceite en tanques hasta que llegue el momento que puedan vender, pero no pueden procesar más, especialmente ahora porque los precios acaban de caer muy rápido.

Así que, para MPOB, la Junta de Regulación de Aceite de Palma de Malasia, no es justo que dejen de comprar a los productores y dicen que deben comprar el FFB de los agricultores porque recuerden que los agricultores en Malasia y también en Indonesia son votantes, son un gran banco de votantes, por lo que también existe esta cuestión política y necesitan sobrevivir, necesitan obtener un ingreso, ¿cómo mantendrán a su familia y sus gastos?, lo cual también es comprensible, así que, existe una situación opuesta en la que los extractores podrán comprar estos FFB y aun así vender el CPO con una ganancia. Simplemente nunca experimentamos una caída de precios tan rápida en muy poco tiempo.



En este video puedes ver la entrevista completa el Dr. Sathia Varqa

Cumplimos 4 años

// al servicio de los
palmicultores del sur del país.



extracosta

Innovación | Vocación de Servicio | Excelencia | Competitividad

www.extracosta.com



CIFRAS EN LA PALMA



PROPALMA
ECUADOR



¡LLEGÓ EL MOMENTO!

¡ES AHORA!



VOLVAMOS A

SEMBRAR

NUESTRO FUTURO



Plan resiembra
Viveros OLEODAVILA

¡Inscríbete!



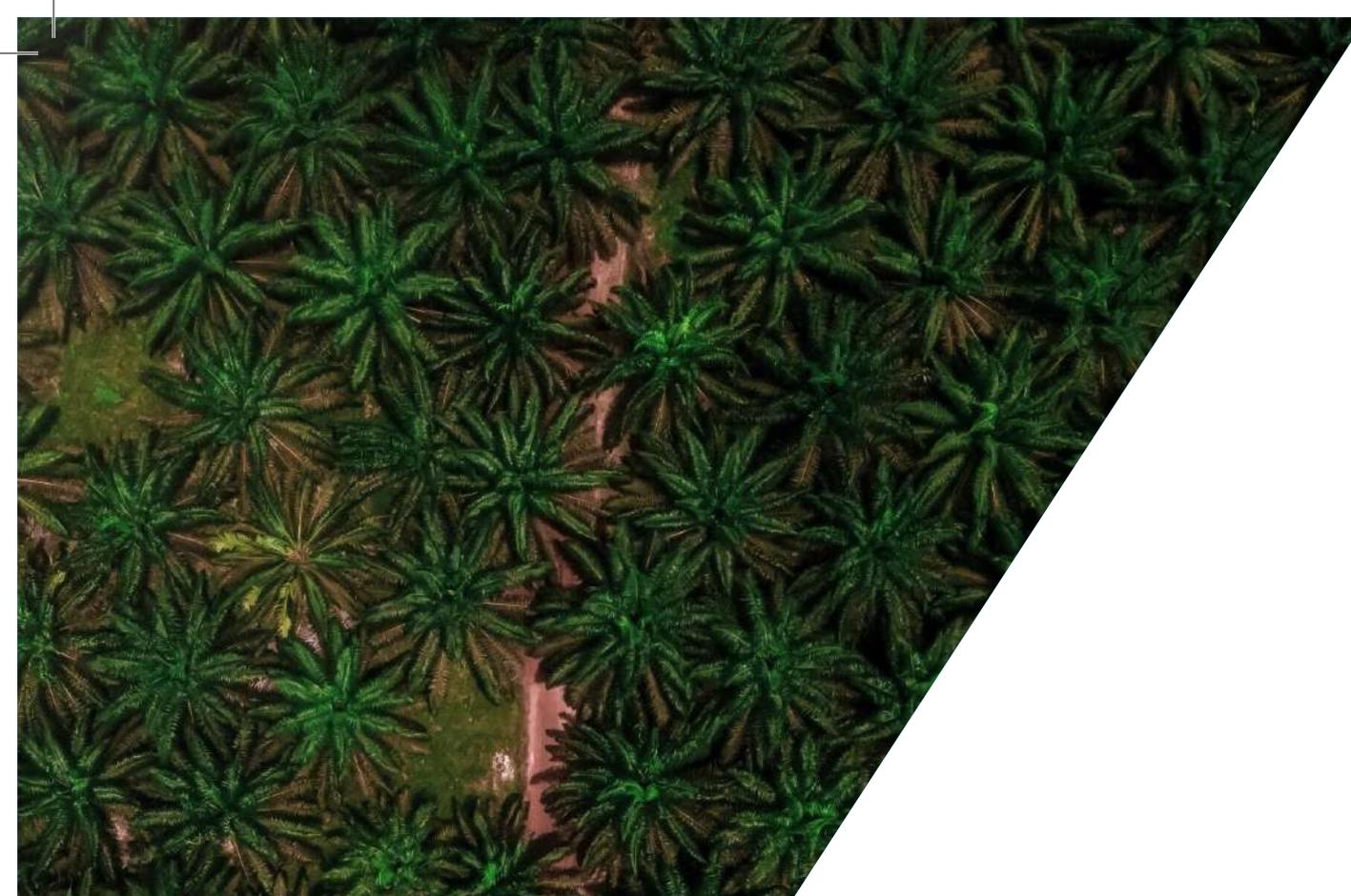
OLEODAVILA S.A.
El mejor aceite de palma



Contáctate con tu **CAP** más cercano

- Agroparaiso
- Danayma
- Agroaceites
- San Carlos
- El Empalme
- Puebloviejo

www.oleodavila.com



MERCADO MUNDIAL

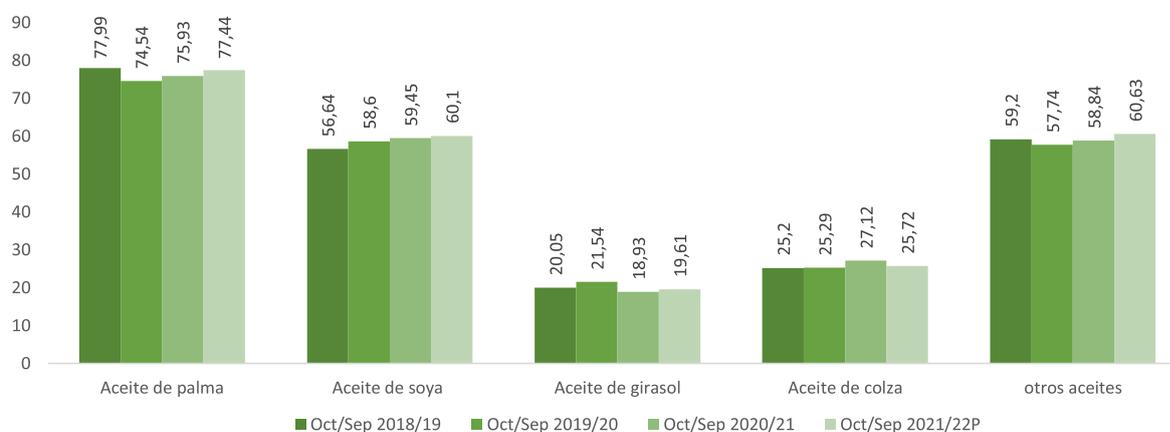
La producción mundial de los 4 principales aceites vegetales en la temporada oct 2020/sep 2021 se incrementó 1,1% con respecto a la misma temporada del año pasado.

En cuanto a la producción mundial de aceite de palma, si bien se observa un incremento del 1,9% en la temporada oct/sep 2020/21, con respecto a la temporada anterior, los inventarios al final de la temporada llegaron a un valor de 12,338 millones TM o una contracción del 3% con respecto a la temporada pasada y del 17% con respecto a la temporada oct/sep 2018/19.

El persistente problema de la falta de mano de obra en Malasia y el exceso de lluvias por el efecto del fenómeno de La Niña, que dificultaron las tareas de cosecha, fueron los principales motivos de menor oferta productiva al final de la temporada, donde el sudoeste asiático no presentó su mejor potencial de cultivo.

CIFRAS MUNDIALES

PRODUCCIÓN DE LOS PRINCIPALES ACEITES VEGETALES - MILLONES TM



PRODUCCIÓN, SUPERFICIE Y RENDIMIENTOS DE LOS PRINCIPALES ACEITES

TEMPORADA 2020/21	PRODUCCIÓN Millones TM	SUPERFICIE COSECHADA Millones ha	RENDIMIENTO TM/ha
A. Palma	75,93	23,867	3,181
A. Soya	59,45	130,80	0,45
A. Girasol	18,93	28,05	0,67
A. Colza	27,12	32,99	0,82

BALANCE OFERTA - DEMANDA DE ACEITE CRUDO DE PALMA - MILLONES TM

	Oct/Sep 2018/19	Oct/Sep 2019/20	Oct/Sep 2020/21	Oct/Sep 2021/22
Inventarios iniciales	14,625	14,966	12,763	12,338
Producción	77,99	74,542	75,929	77,439
Importaciones	55,372	50,835	51,755	48,392
Exportaciones	55,241	50,86	51,452	48,628
Consumo	77,839	76,719	76,677	75,111
Inventarios finales	14,907	12,763	12,338	14,431

CIFRAS MUNDIALES

▶ PRODUCCIÓN MUNDIAL DE ACEITE CRUDO DE PALMA EN MILLONES DE TONELADAS MÉTRICAS (MM TM) Y ÁREA CULTIVADA EN MILLONES DE HECTÁREAS (MM Ha)

INDONESIA



PRODUCCIÓN MILLONES DE TM 44.650
ÁREA COSECHADA MILLONES HA 13.550



MALASIA



PRODUCCIÓN MILLONES DE TM 18.116
ÁREA COSECHADA MILLONES HA 5.190



TAILANDIA



PRODUCCIÓN MILLONES DE TM 2.940
ÁREA COSECHADA MILLONES HA 0.950



COLOMBIA



PRODUCCIÓN MILLONES DE TM 1.739
ÁREA COSECHADA MILLONES HA 0,499



NIGERIA



PRODUCCIÓN MILLONES DE TM 1.350
ÁREA COSECHADA MILLONES HA 0.570



GUATEMALA



PRODUCCIÓN MILLONES DE TM 0.800
ÁREA COSECHADA MILLONES HA 0.198



HONDURAS



PRODUCCIÓN MILLONES DE TM 0.650
ÁREA COSECHADA MILLONES HA 0.210



CIFRAS MUNDIALES

► **PRODUCCIÓN MUNDIAL DE ACEITE CRUDO DE PALMA EN MILLONES DE TONELADAS MÉTRICAS (MM TM) Y ÁREA CULTIVADA EN MILLONES DE HECTÁREAS (MM Ha)**

PAPUA/N. GUINEA  PRODUCCIÓN MILLONES DE TM 0.650
ÁREA COSECHADA MILLONES HA 0.196



BRASIL  PRODUCCIÓN MILLONES DE TM 0.615
ÁREA COSECHADA MILLONES HA 0.205



COSTA DE MARFIL  PRODUCCIÓN MILLONES DE TM 0.570
ÁREA COSECHADA MILLONES HA 0.325



ECUADOR  PRODUCCIÓN MILLONES DE TM 0.419
ÁREA COSECHADA MILLONES HA 0.181



CAMERUN  PRODUCCIÓN MILLONES DE TM 0.320
ÁREA COSECHADA MILLONES HA 0.165



OTROS PRODUCCIÓN MILLONES DE TM 3.063
ÁREA COSECHADA MILLONES HA 1.628

MUNDOS PRODUCCIÓN MILLONES DE TM 75.882
ÁREA COSECHADA MILLONES HA 23.867



PARTICIPACIÓN DE LA PRODUCCIÓN MUNDIAL DE ACEITE CRUDO DE PALMA SEGÚN SU VOLUMEN DE PRODUCCIÓN

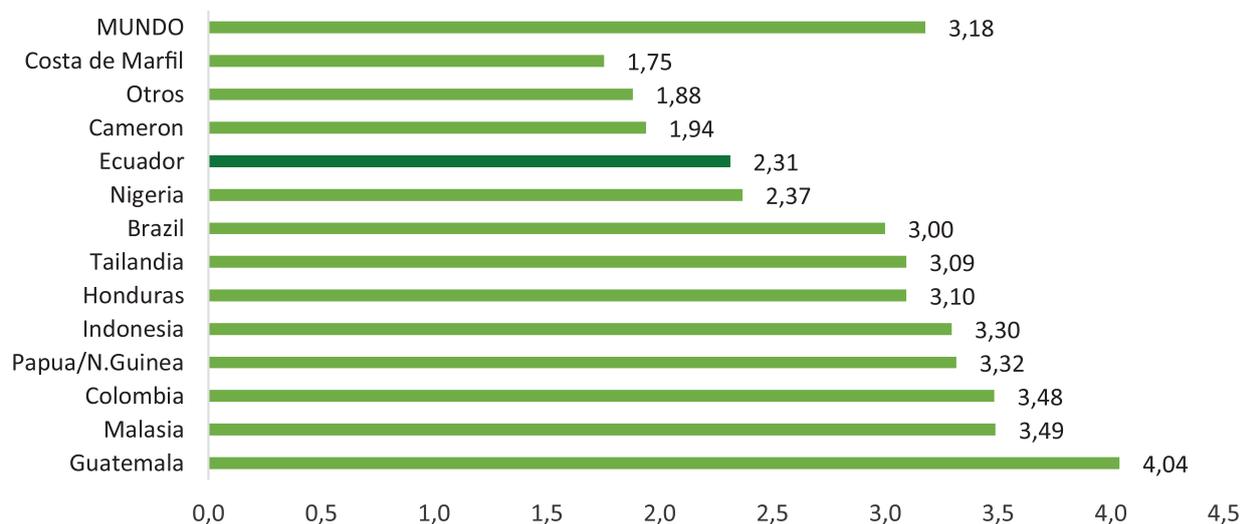


CIFRAS MUNDIALES

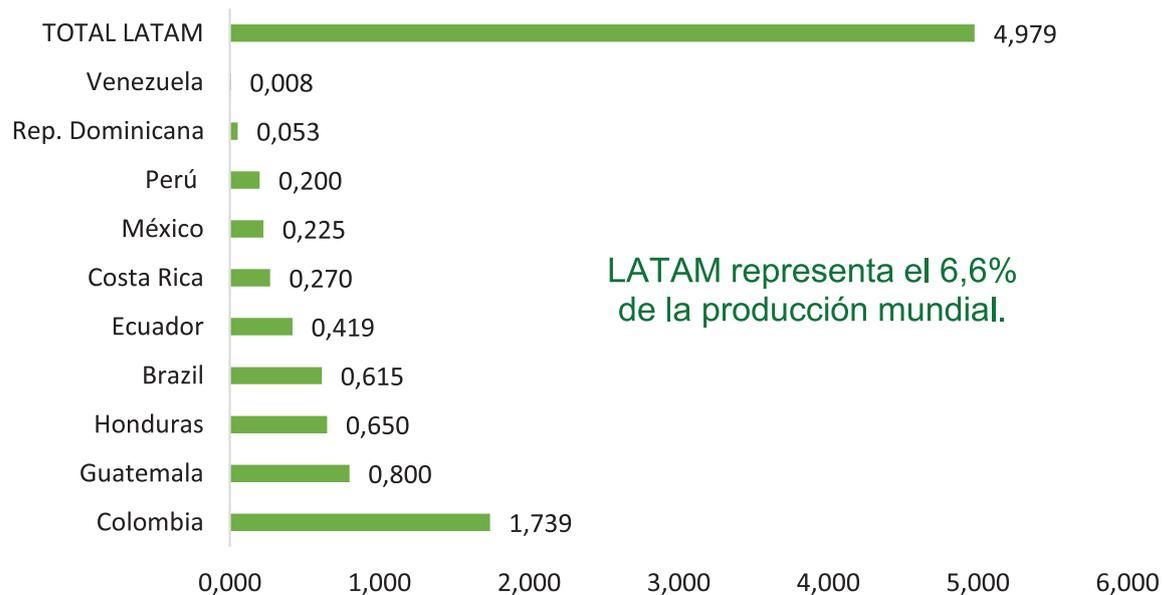


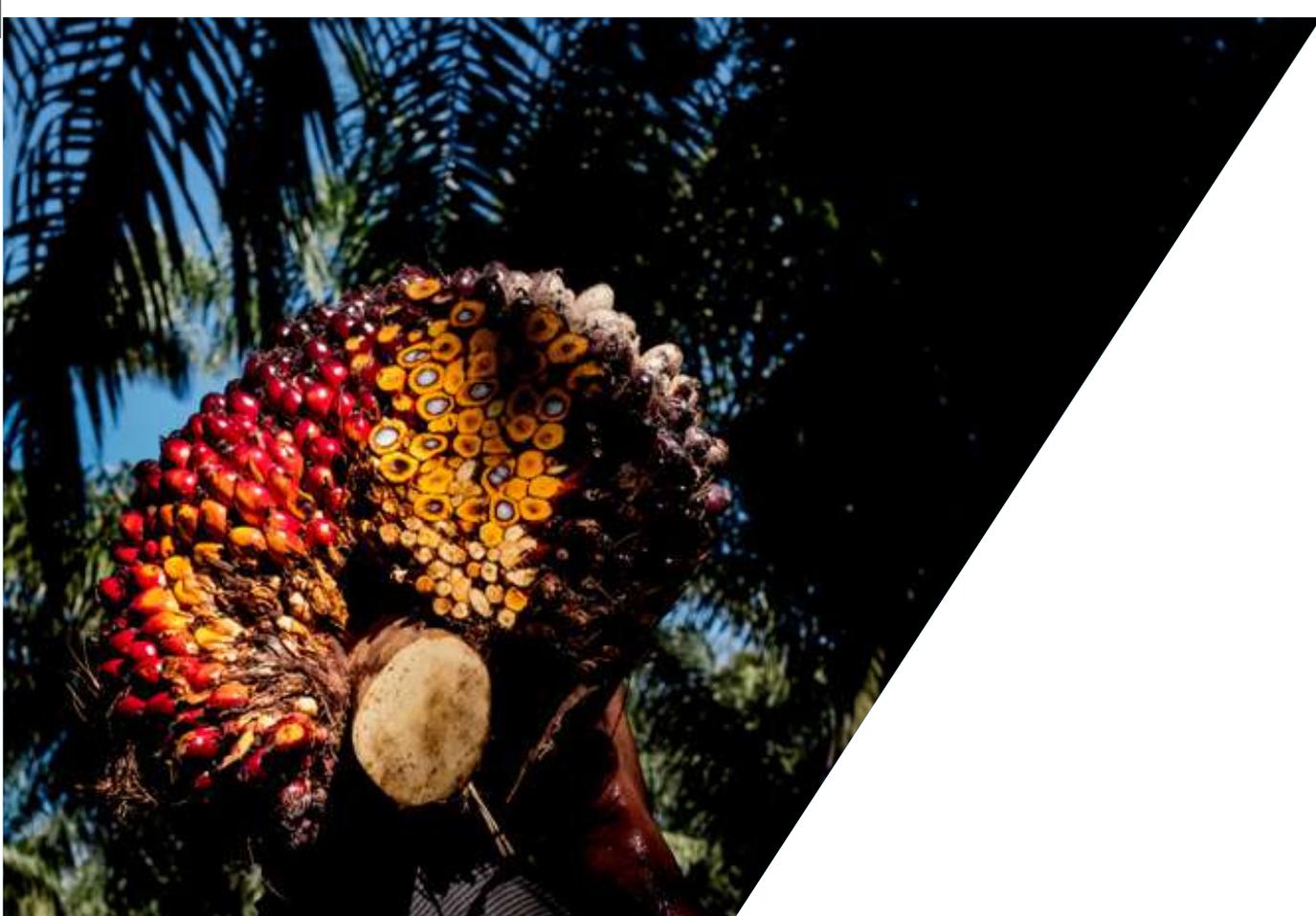
CIFRAS MUNDIALES

RENDIMIENTOS DE ACEITE DE CRUDO DE PALMA POR SUPERFICIE COSECHADA - TM/HA DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS - 2021



LATINOAMÉRICA - PRODUCCIÓN DE ACEITE CRUDO DE PALMA - MILLONES TM EN EL 2021





IMPORTANCIA DE LA PALMA EN ECUADOR

La cadena productiva del aceite de palma contribuye con el desarrollo socioeconómico de nuestro país. A nivel nacional es el 4to cultivo en importancia de la producción agrícola del Ecuador, aportando al desarrollo de 60 cantones en 13 provincias con la generación de 132 mil empleos, principalmente en zonas rurales, siendo una alternativa económica frente a cultivos ilícitos.

La producción de aceite de palma representa el 4,5% del PIB agropecuario, garantizando la seguridad y soberanía alimentaria de nuestro país y ha fortalecido la economía nacional con la generación de divisas de exportación por un valor de 1.065 millones de dólares en los 5 últimos años.

CIFRAS NACIONALES

▶ IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA DEL CULTIVO DE PALMA EN EL ECUADOR



EMPLEO DIRECTO

- CULTIVO **36.000**
 - EXTRACCIÓN Y REFINACIÓN **8.000**
 - EMPLEO INDIRECTO **88.000**
- ▶ **TOTAL 132.000**



INVERSIÓN

- CULTIVO **\$1320 MM**
 - EXTRACCIÓN **\$231 MM**
 - INDUSTRIALIZACIÓN **\$769 MM**
- ▶ **TOTAL \$2320 MM**



DIVISAS

- 2017 **\$ 281 MM**
- 2018 **\$ 250 MM**
- 2019 **\$ 159 MM**
- 2020 **\$ 162 MM**
- 2021 **\$ 213 MM**

▶ **TOTAL \$ 1065 MM**



TERRITORIO

- PROVINCIAS **13**
- CANTONES **60**
- PARROQUIAS **144**



PRINCIPALES CULTIVOS DEL ECUADOR POR SUPERFICIE 2021



**TOP TEN EXPORTACIONES
NO PETROLERAS**
2021 **OCTAVO PUESTO**

PALMA AFRICANA
Fruta fresca
SUPERFICIE
207.702 ha
PRODUCCIÓN
2'095.000 TM



CACAO

Almendra seca

SUPERFICIE
626.962 ha
PRODUCCIÓN
302.094 TM



MAÍZ DURO SECO

Grano seco

SUPERFICIE
375.587 ha
PRODUCCIÓN
1'699.370 TM



ARROZ

En cáscara

SUPERFICIE
342.967 ha
PRODUCCIÓN
1'504.214 TM



BANANO

Fruta fresca

SUPERFICIE
167.893 ha
PRODUCCIÓN
6'684.916 TM



CAÑA DE AZÚCAR

Tallo fresco

SUPERFICIE
130.677 ha
PRODUCCIÓN
11'372.505 TM



PLÁTANO

Fruta fresca

SUPERFICIE
128.861 ha
PRODUCCIÓN
763.445 TM



MAÍZ SUAVE SECO

Grano seco

SUPERFICIE
51.408 ha
PRODUCCIÓN
42.813 TM



CAFÉ

Grano rojo

SUPERFICIE
34.931 ha
PRODUCCIÓN
4.917 TM



FRÉJOL

Grano seco

SUPERFICIE
31.350 ha
PRODUCCIÓN
17.717 TM



MERCADO NACIONAL

La producción nacional de aceite crudo de palma al 2021 se contrajo un 12% con respecto al año 2020 llegando a 419 mil TM. Con respecto al año 2017 de mejor nivel productivo se observa una contracción del 31%. La Pudrición del Cogollo – PC que ha afectado a más de 110 mil ha de cultivo, la reducción de los rendimientos por baja fertilización y los factores climáticos, son los principales factores que que inciden en la producción del año 2021 y que han mermado la producción nacional.

El consumo local del país totalizó un volumen de 286,5 mil TM, una contracción del 4,4% con respecto al año 2020, por efecto de los bloqueos por Covid 19 que persistieron en el 2021 y por el incremento de los precios del aceite que contrajeron el consumo en los segmentos HORECA y en la producción de balanceados.

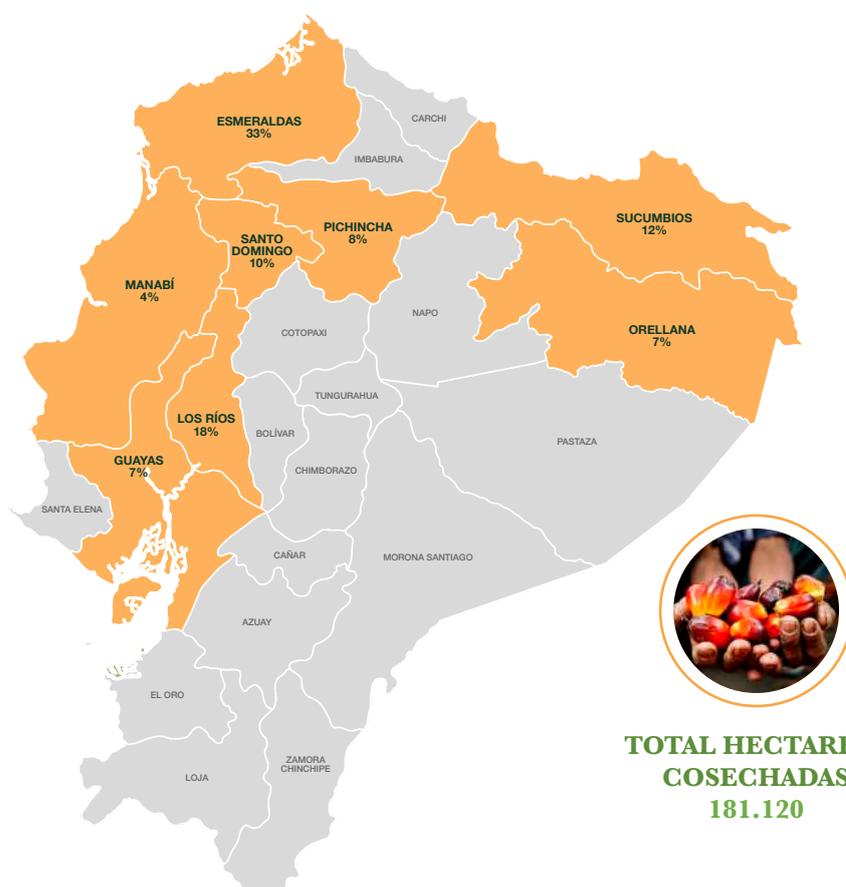
CIFRAS NACIONALES

▶ SUPERFICIE PRODUCTIVA DEL CULTIVO DE ACEITE DE PALMA - HA

Provincia	2021 SEMBRADO	2021 COSECHADO
Esmeraldas	71.378	57.102
Los Ríos	34.176	32.468
Santo Domingo	21.047	18.943
Pichincha	17.952	17.055
Manabí	9.120	8.208
Guayas	12.729	12.729
Sucumbíos	21.624	19.462
Orellana	13.292	11.963
Otras	6.383	3.192
TOTAL	207.702	181.120

Fuente: Mapeo Satelital e Indices NDVI

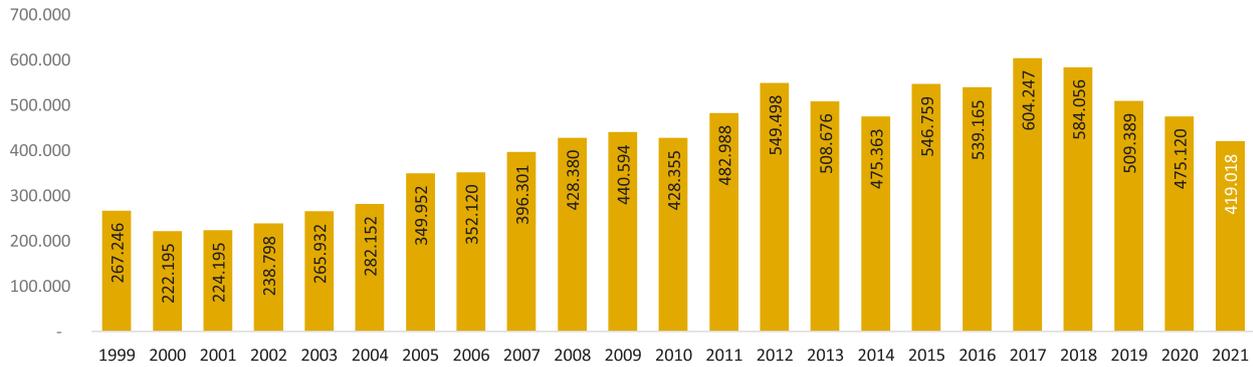
▶ DISTRIBUCIÓN DE LA SUPERFICIE DEL CULTIVO DE ACEITE DE PALMA DE ACUERDO A LA SUPERFICIE EN PRODUCCIÓN - HA 2021



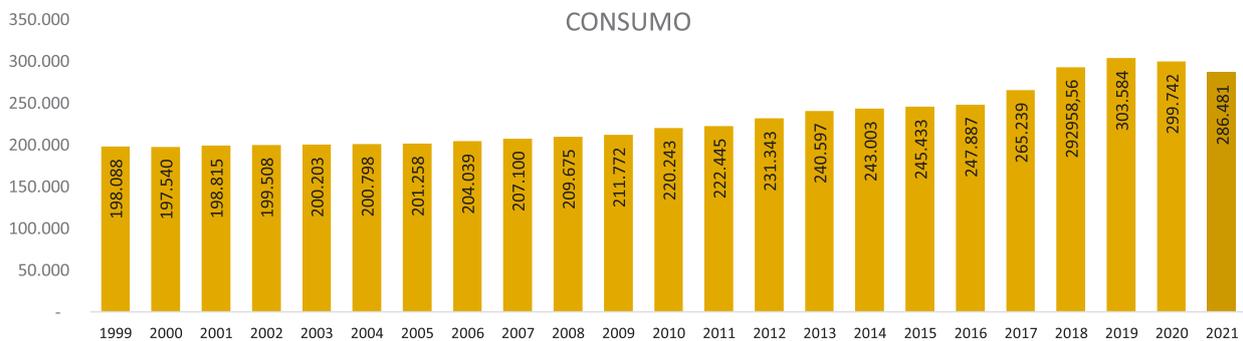
CIFRAS NACIONALES

PRODUCCIÓN NACIONAL DE ACEITE DE PALMA - TM

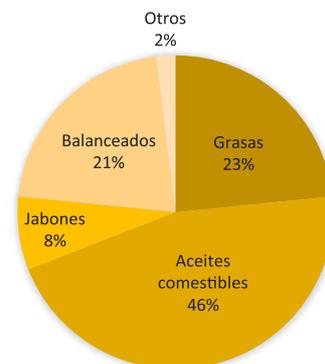
EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE ACEITE DE PALMA - TM



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO NACIONAL DE ACEITE DE PALMA - TM

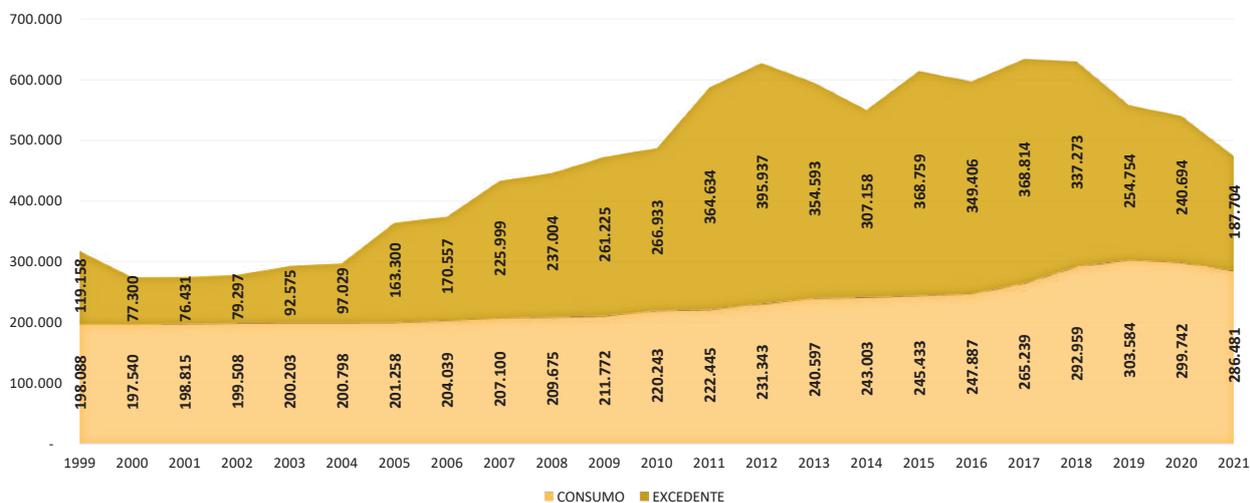


DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO NACIONAL DEL ACEITE CRUDO DE PALMA

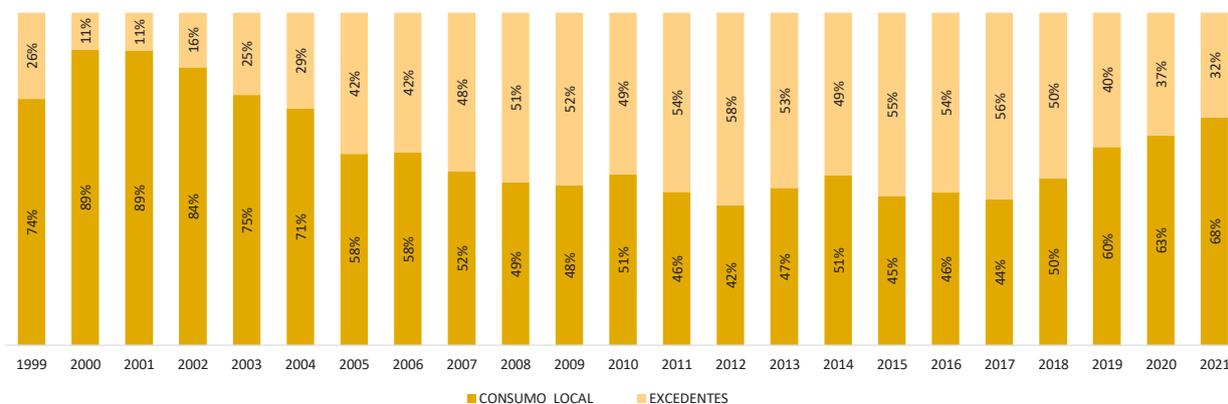


CIFRAS NACIONALES

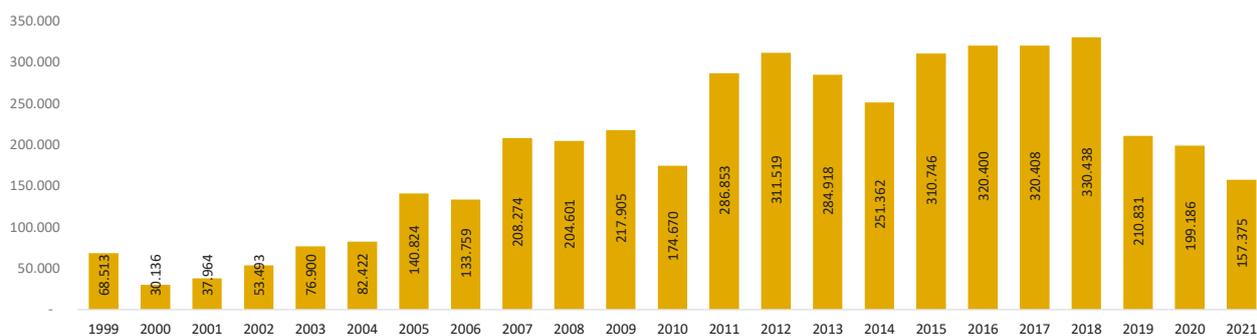
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO NACIONAL Y EXCEDENTES DE ACEITE DE PALMA - TM



PARTICIPACIÓN DEL CONSUMO LOCAL Y LOS EXCEDENTES SOBRE LA PRODUCCIÓN DE ACEOTE DE PALMA - TM



EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES HISTÓRICAS DE ACEITE DE PALMA - TM





EXPORTACIONES

Las exportaciones consolidadas de aceite crudo, refinados y productos elaborados alcanzaron un volumen de 157,36 mil TM en el 2021, una reducción del 21% con respecto al cierre del año 2020. Pese a la reducción del volumen, se generaron divisas por exportación por un valor FOB total de US\$ 213,4 millones, un incremento del 31% con relación al año previo debido al incremento de los precios internacionales.

Los principales destinos de nuestras exportaciones en el año 2021 son: fueron Colombia con el 43% de participación, seguido de la UE con el 19% y México con el 12%. Es importante anotar que las exportaciones a Colombia redujeron su participación del 70% en el 2020 al actual 43%.

El aceite crudo de palma sigue siendo el principal producto exportado, sin embargo su participación ha caído del 49% en el 2019 al 38% en el 2021 por un volumen de 62,8 mil TM. El segundo producto de exportación fue la oleína de palma (24%), seguido de los aceites y grasas comestibles (10%).

CIFRAS NACIONALES

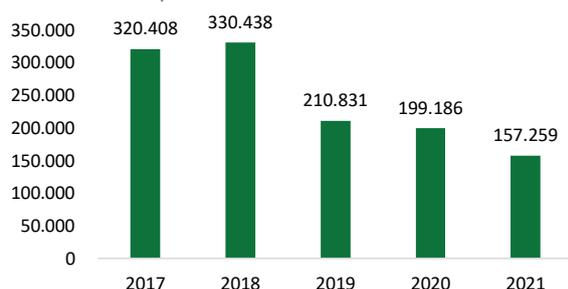
EXPORTACIONES

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES TOTALES DE PRODUCTOS DE PALMA DE ACEITE POR VOLUMEN Y VALOR

EXPORTACIONES TOTALES

Año	Volumen TM	Valor FOB US\$
2017	320.408	\$ 255.483.371
2018	330.438	\$ 241.721.864
2019	210.831	\$ 158.818.977
2020	199.186	\$ 162.397.340
2021	157.259	\$ 213.396.510

EXPORTACIONES TOTALES - TM

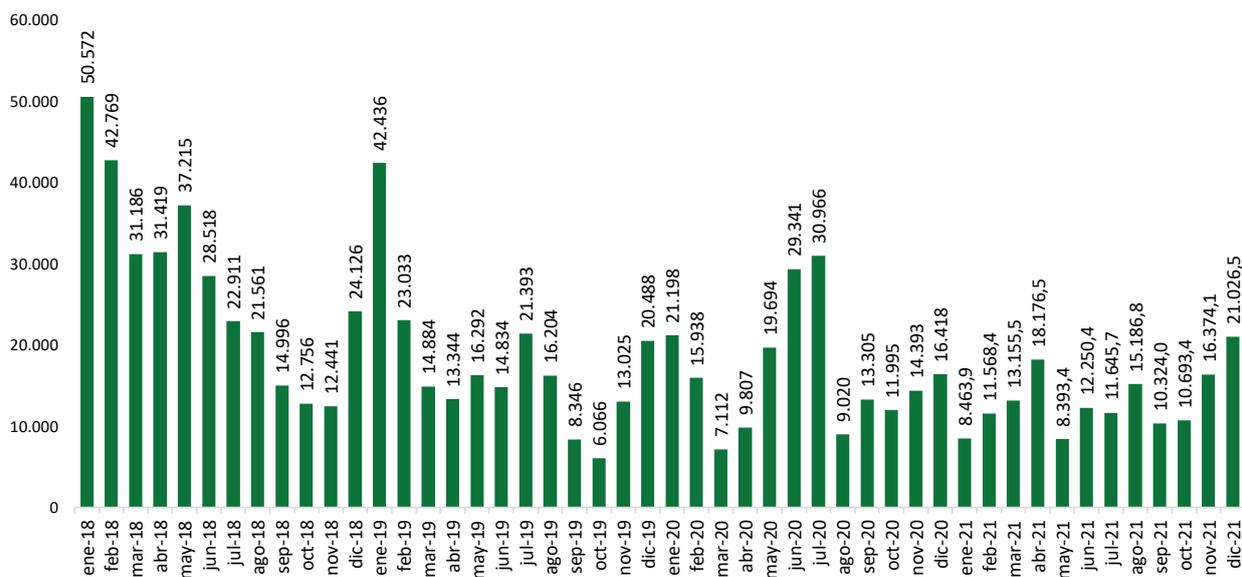


EXPORTACIONES TOTALES - US\$



Incluye: aceite crudo de palma, refinados y elaborados

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES TOTALES MENSUALIZADAS DE PRODUCTOS DE PALMA - TM



Incluye: aceite crudo de palma, refinados y elaborados

CIFRAS NACIONALES

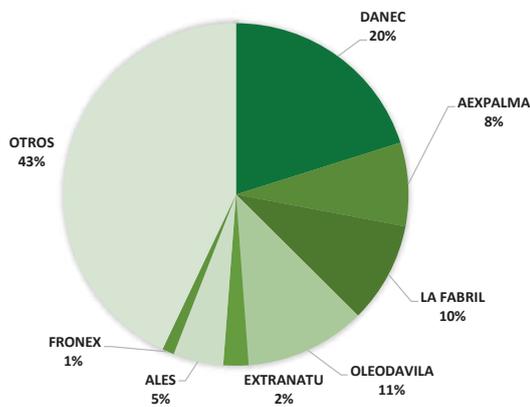
EXPORTACIONES

PRINCIPALES EXPORTADORES DE PRODUCTOS DE PALMA EN VOLUMEN Y VALOR

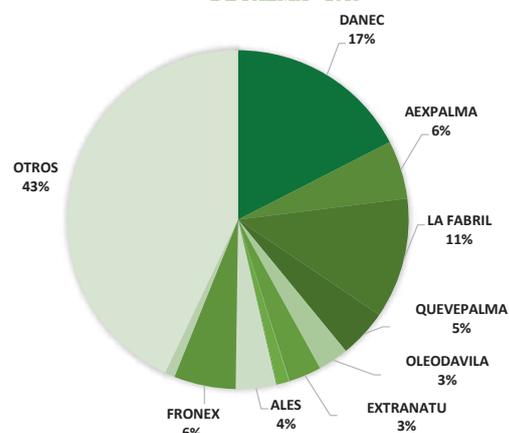
EXPORTADORES	2017		2018		2019		2020		2021	
	Volumen TM	Valor FOB US\$								
DANEC	38.479	\$ 32.540.907	66.438	\$ 50.766.632	36.750	\$ 27.550.882	21.783	\$ 19.209.408	30.103	\$ 40.255.971
AEXPALMA	43.854	\$ 30.631.693	26.027	\$ 12.742.616	11.754	\$ 8.481.750	15.700	\$ 8.988.127	26.315	\$ 31.169.952
LA FABRIL	47.482	\$ 52.969.050	31.450	\$ 32.493.508	24.213	\$ 25.429.624	29.630	\$ 33.187.618	20.014	\$ 38.414.203
QUEVEPALMA	3.783	\$ 2.640.083	30	\$ 25.191	9.752	\$ 7.161.969	32.362	\$ 23.449.533	17.494	\$ 17.985.871
OLEODAVILA	25.565	\$ 20.182.010	37.424	\$ 28.395.925	6.136	\$ 3.489.508	5.457	\$ 3.060.710	9.599	\$ 11.241.174
EXTRANATU	7.231	\$ 9.580.788	7.787	\$ 9.285.297	6.540	\$ 7.913.316	9.792	\$ 13.809.042	7.846	\$ 15.108.785
IMPORTEX							6.966	\$ 4.639.661	6.562	\$ 8.150.850
CONACEITES					93	\$ 84.886	6.701	\$ 4.043.461	5.256	\$ 5.897.463
MOLSANDO					2.353	\$ 1.568.906	8.112	\$ 5.354.282	5.025	\$ 5.969.252
PALESEMA					255	\$ 141.885	9.210	\$ 5.881.140	2.985	\$ 3.027.880
ALES	14.345	\$ 16.676.539	15.542	\$ 13.221.512	8.052	\$ 6.529.442	4.380	\$ 3.214.516	2.304	\$ 3.630.478
PROACEGRAN							4.855	\$ 3.680.869	1.925	\$ 2.336.879
FRONEX			3.712	\$ 2.178.575	12.355	\$ 7.452.198	11.445	\$ 7.048.013	1.282	\$ 1.178.372
COMERCIAL MG					1.961	\$ 1.336.333	4.886	\$ 3.195.000	225	\$ 229.765
RIO MANSO							7.107	\$ 3.715.825		
OTROS	139.670	\$ 90.262.302	142.026	\$ 92.612.609	90.617	\$ 61.678.278	20.800	\$ 19.920.135	20.323	\$ 28.799.617
TOTAL	320.408	\$ 255.483.371	330.438	\$ 241.721.864	210.831	\$ 158.818.977	199.186	\$ 162.397.340	157.259	\$ 213.396.510

Incluye: aceite crudo de palma, refinados y elaborados

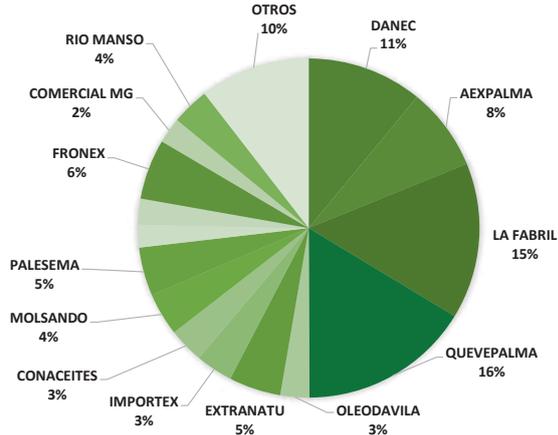
PRINCIPALES EXPORTADORES DE PRODUCTO DE PALMA - 2018



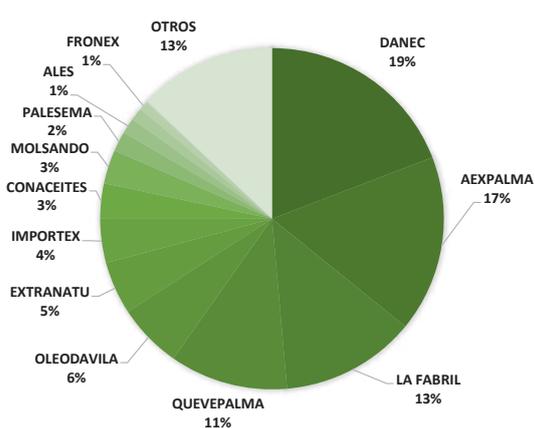
PRINCIPALES EXPORTADORES DE PRODUCTO DE PALMA - 2019



PRINCIPALES EXPORTADORES DE PRODUCTO DE PALMA - 2020



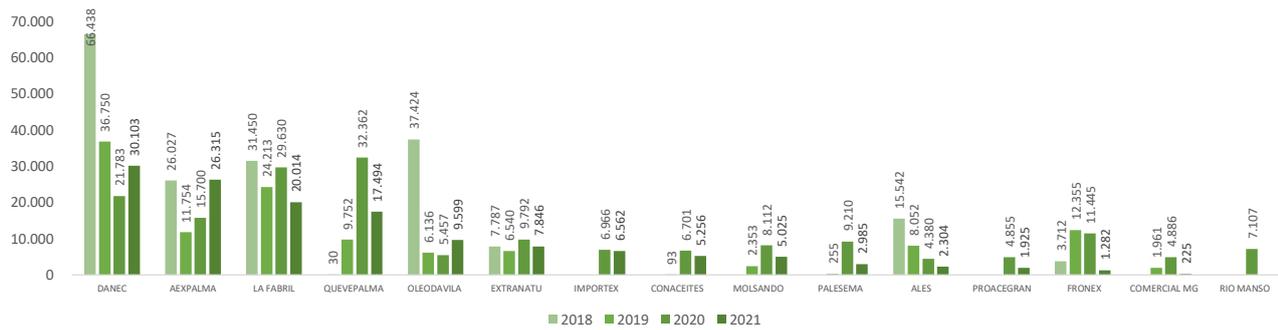
PRINCIPALES EXPORTADORES DE PRODUCTO DE PALMA - 2021



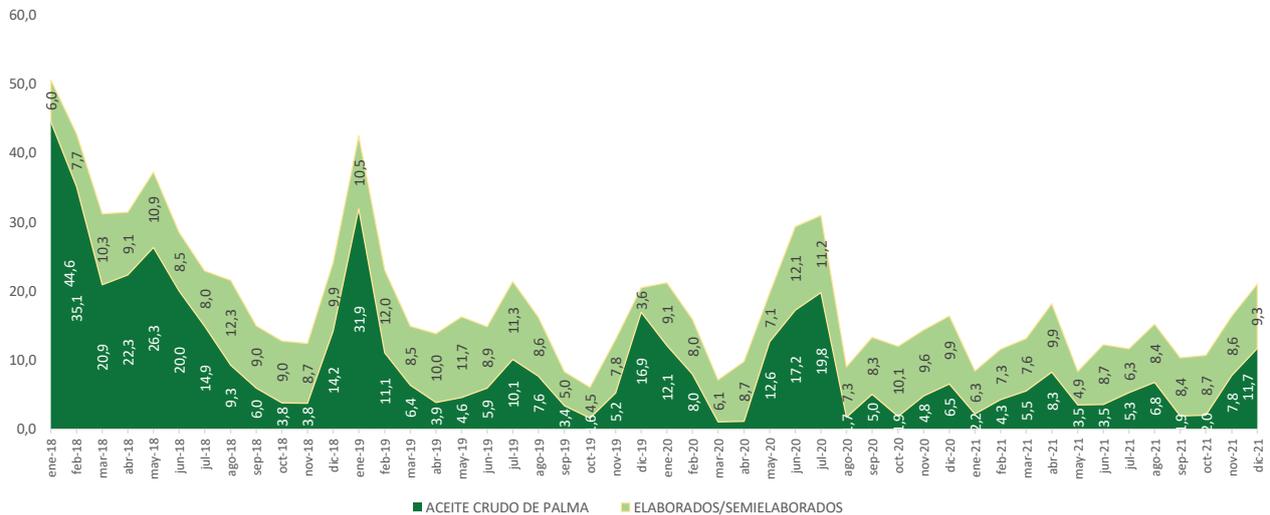
CIFRAS NACIONALES

EXPORTACIONES

PRINCIPALES EXPORTADORES DE PRODUCTOS DE PALMA DE LOS ÚLTIMOS 4 AÑOS EN VOLUMEN - TM



EXPORTACIONES DE ACEITE CRUDO DE PALMA Y PRODUCTOS SEMI/ELABORADOS EN MILES TM

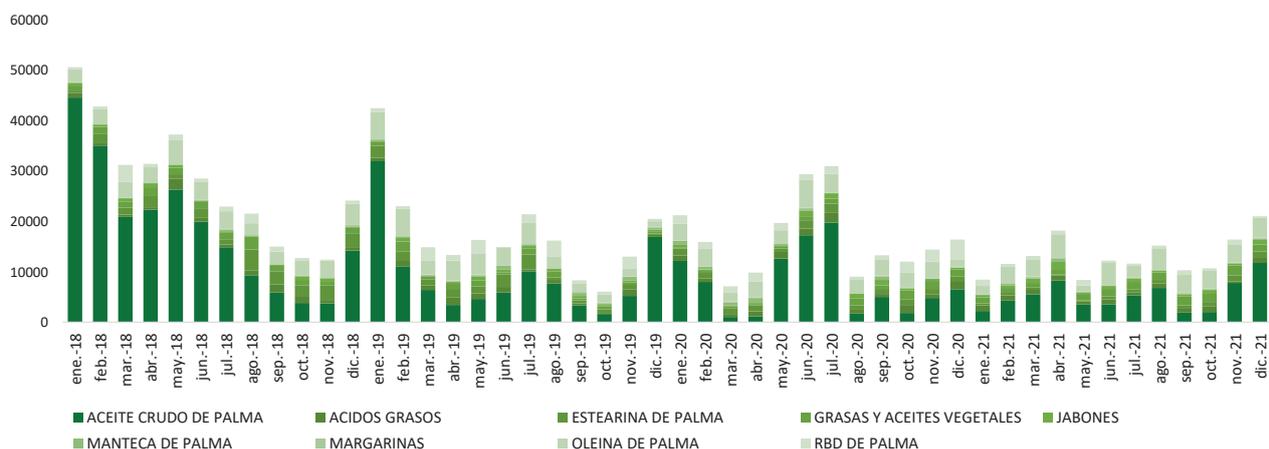


Incluye: aceite crudo de palma, refinados y elaborados

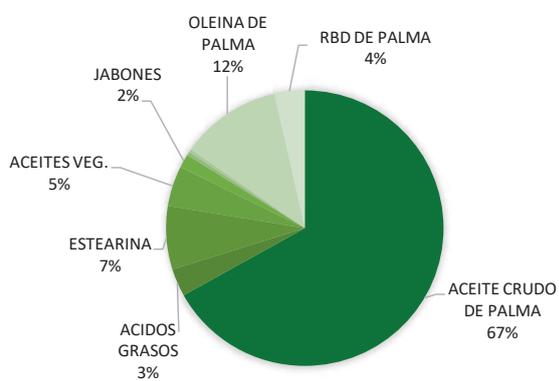
CIFRAS NACIONALES

EXPORTACIONES

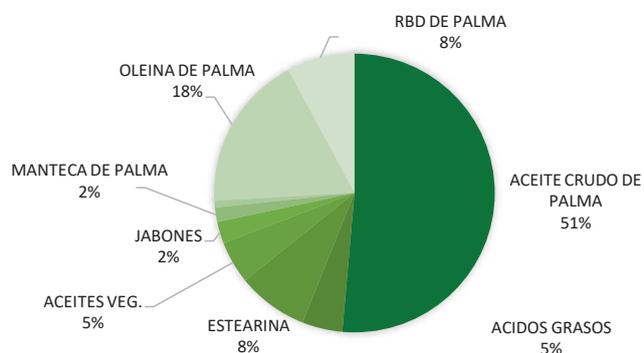
PRODUCTOS DE ACEITE DE PALMA EXPORTADOS EN VOLUMEN - TM



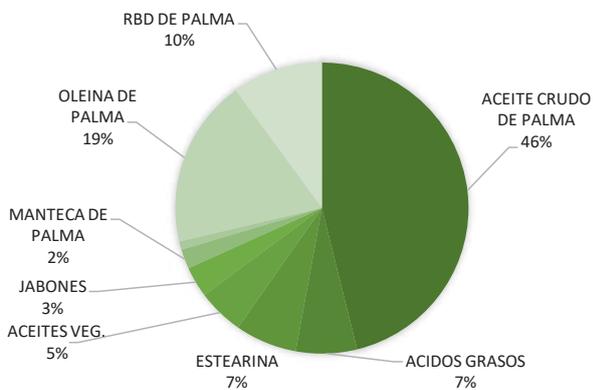
EXPORTACIONES POR PRODUCTO 2018



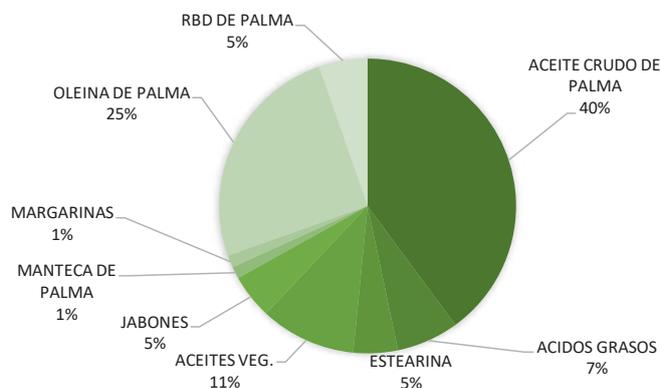
EXPORTACIONES POR PRODUCTO 2019



EXPORTACIONES POR PRODUCTO 2020



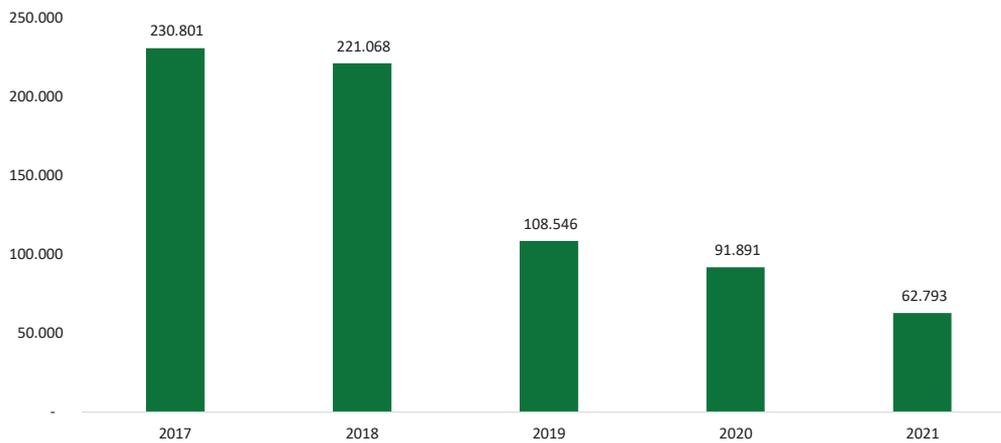
EXPORTACIONES POR PRODUCTO 2021



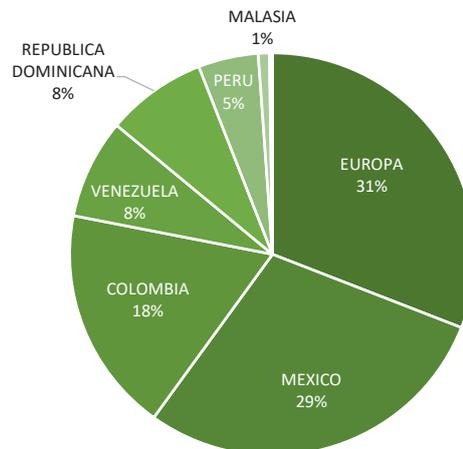
CIFRAS NACIONALES - EXPORTACIONES

ACEITE CRUDO DE PALMA

EXPORTACIONES DE ACEITE DE CRUDO DE PALMA - TM Y DESTINO DE EXPORTACIÓN 2017-2021



DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE ACEITE CRUDO DE PALMA EN EL 2021



EVOLUCIÓN MENSUAL DE LOS PRECIOS PROMEDIO DE EXPORTACIÓN DE ACEITE DE CRUDO DE PALMA - US\$/TM*

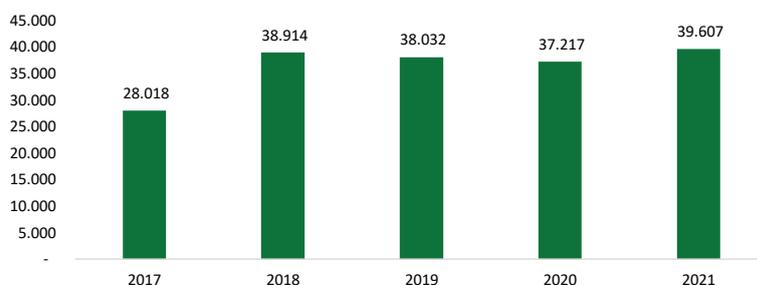


* Aceite Convencional

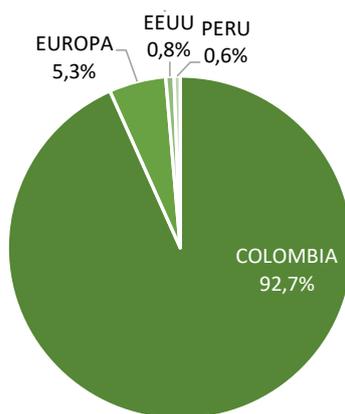
CIFRAS NACIONALES - EXPORTACIONES

OLEÍNA DE PALMA

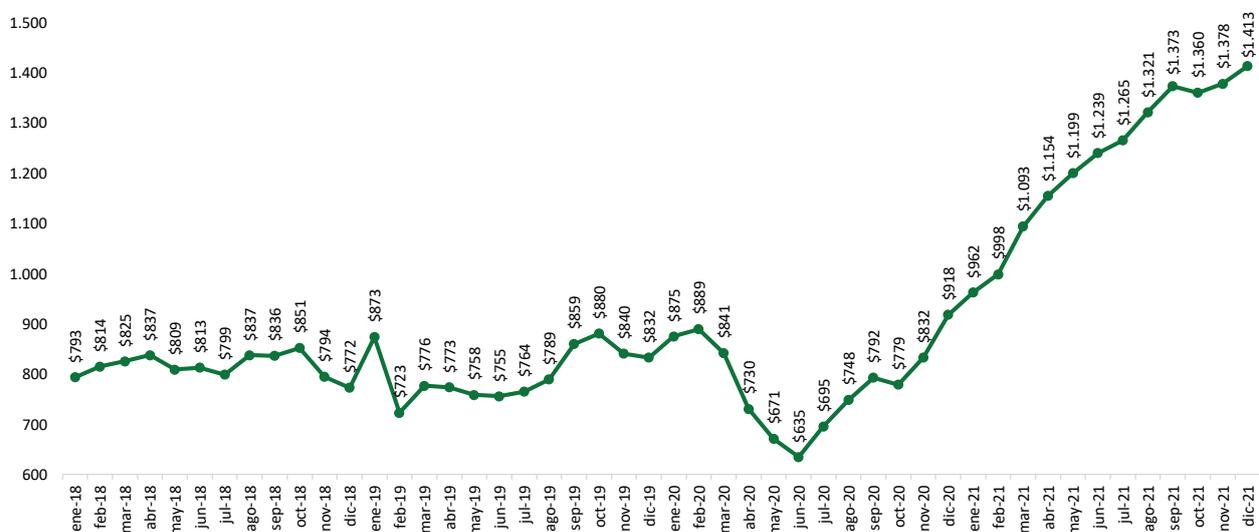
EXPORTACIONES DE OLEÍNA DE PALMA - TM Y DESTINO DE EXPORTACIÓN 2017-2021



DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE OLEÍNA DE PALMA EN EL 2021



EVOLUCIÓN MENSUAL DE LOS PRECIOS DE EXPORTACIÓN DE OLEÍNA DE PALMA - US\$/TM*

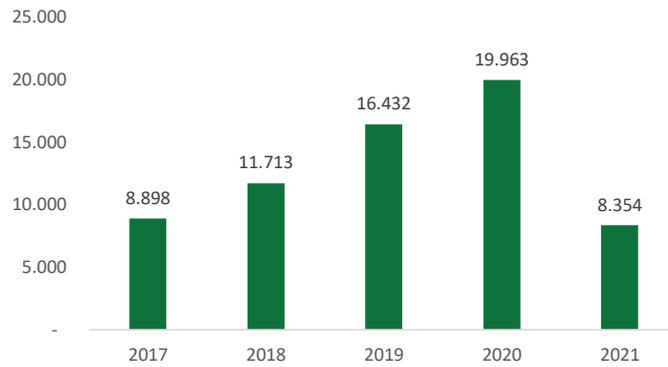


* Aceite Convencional

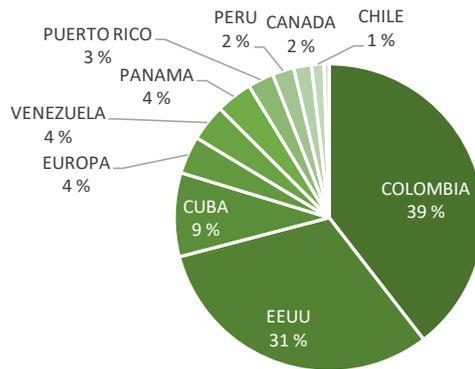
CIFRAS NACIONALES - EXPORTACIONES

ACEITE DE PALMA RBD

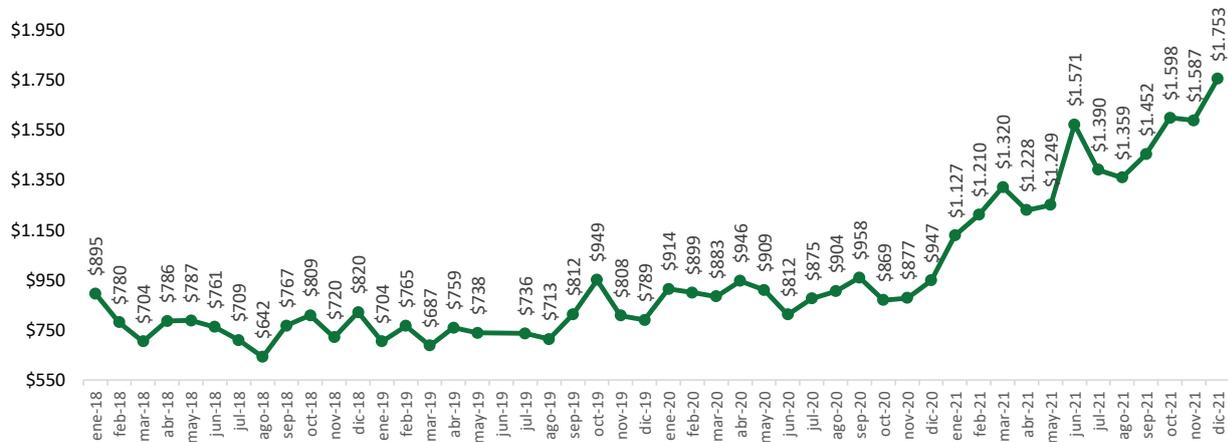
EXPORTACIONES DE ACEITE DE PALMA RBD - TM Y DESTINO DE EXPORTACIÓN 2017-2021



DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE ACEITE RBD EN EL 2021



EVOLUCIÓN MENSUAL DE LOS PRECIOS DE EXPORTACIÓN DE ACEITE RBD - US\$/TM*

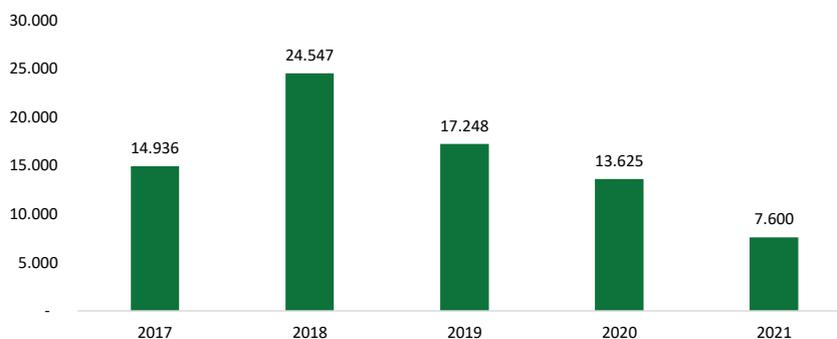


* Aceite Convencional

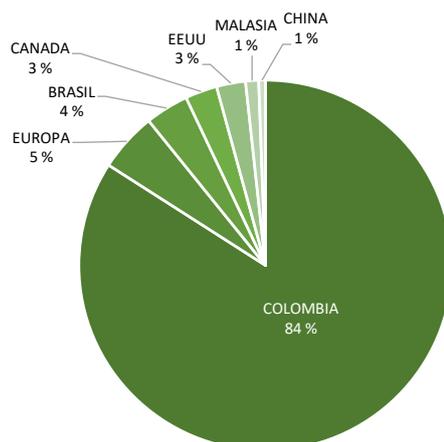
CIFRAS NACIONALES - EXPORTACIONES

ESTEARINA DE PALMA

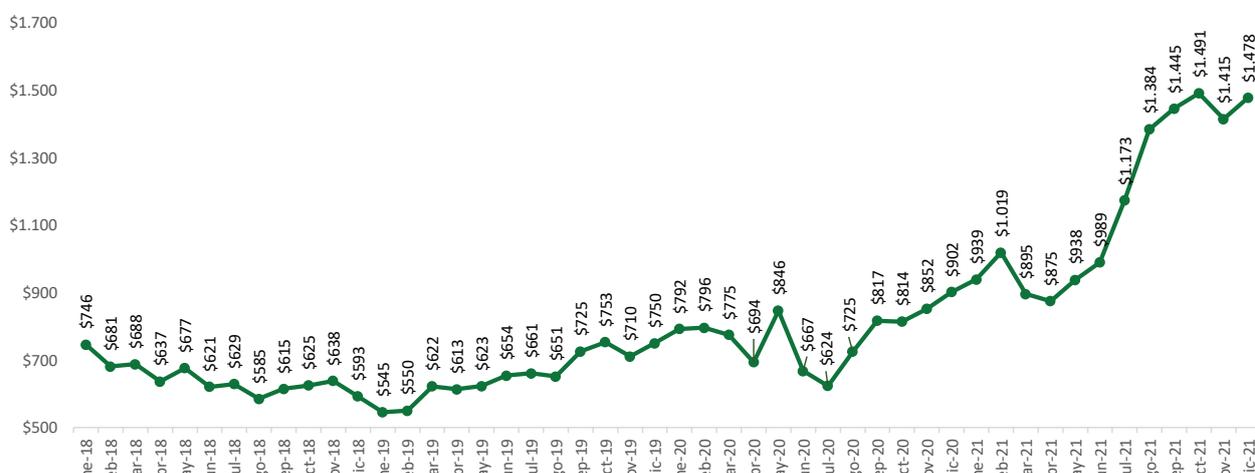
EXPORTACIONES DE ESTEARINA DE PALMA - TM Y DESTINO DE EXPORTACIÓN 2017-2021



DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE ESTEARINA EN EL 2021



EVOLUCIÓN MENSUAL DE LOS PRECIOS DE EXPORTACIÓN DE ESTEARINA DE PALMA - US\$/TM*

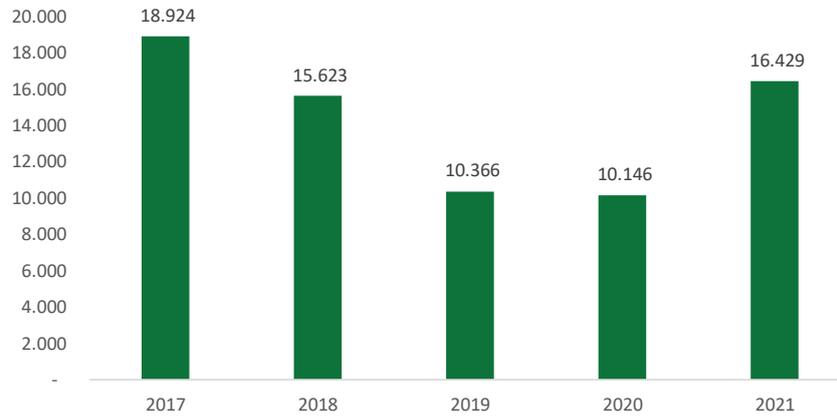


* Aceite Convencional

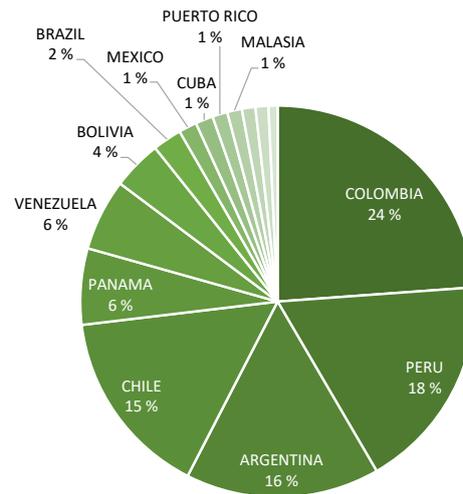
CIFRAS NACIONALES - EXPORTACIONES

GRASAS Y ACEITES VEGETALES

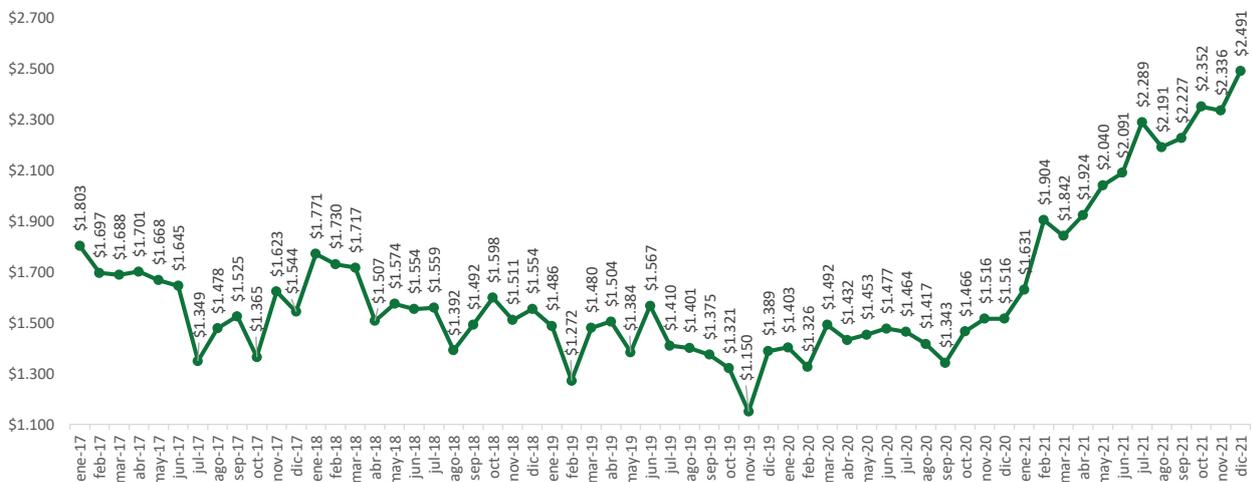
EXPORTACIONES DE GRASAS Y ACEITES VEGETALES - TM Y DESTINO DE EXPORTACIÓN 2017-2021



DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE GRASAS Y ACEITES EN EL 2021



EVOLUCIÓN MENSUAL DE LOS PRECIOS DE EXPORTACIÓN DE GRASAS Y ACEITES VEGETALES - US\$/TM*



* Aceite Convencional

CIFRAS NACIONALES

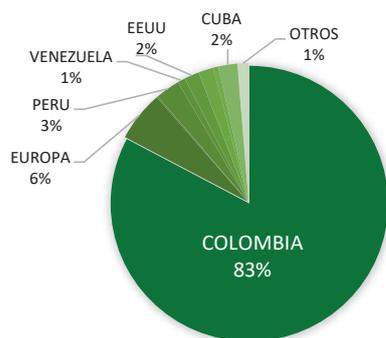
EXPORTACIONES

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES TOTALES DE PRODUCTOS DE PALMA POR DESTINO EN VALOR Y VOLUMEN

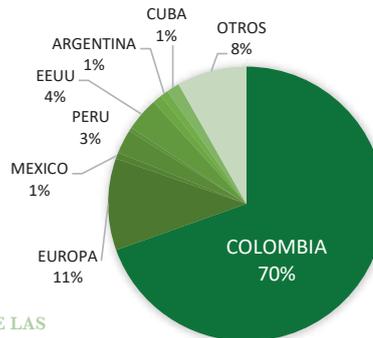
DESTINO	2019		2020		2021	
	Volumen TM	Valor FOB US\$	Volumen TM	Valor FOB US\$	Volumen TM	Valor FOB US\$
COLOMBIA	174.459	\$ 120.130.717	138.494	\$ 101.776.093	67.126	\$ 86.260.131
EUROPA	12.439	\$ 9.010.177	21.533	\$ 16.388.864	29.730	\$ 35.466.954
MEXICO	287	\$ 559.610	1.496	\$ 1.468.597	18.964	\$ 23.754.790
PERU	5.890	\$ 6.939.089	5.597	\$ 8.133.758	9.193	\$ 14.299.567
VENEZUELA	1.862	\$ 2.609.683	888	\$ 1.648.494	6.431	\$ 8.450.778
EEUU	3.635	\$ 4.562.801	7.872	\$ 10.188.661	5.173	\$ 10.189.702
REP. DOMINICANA					4.245	\$ 5.420.009
CHILE	3.577	\$ 4.579.096	2.209	\$ 3.624.376	4.047	\$ 7.989.726
ARGENTINA	1.335	\$ 2.368.222	1.804	\$ 3.184.184	2.945	\$ 6.817.126
CUBA	4.632	\$ 4.034.798	3.035	\$ 3.239.434	2.169	\$ 1.946.073
OTROS	2.716	\$ 4.024.784	16.258	\$ 12.744.880	7.236	\$ 12.801.653
TOTAL	210.831	\$ 158.818.977	199.186	\$ 162.397.340	157.259	\$ 213.396.510

Incluye: aceite crudo de palma, refinados y elaborados

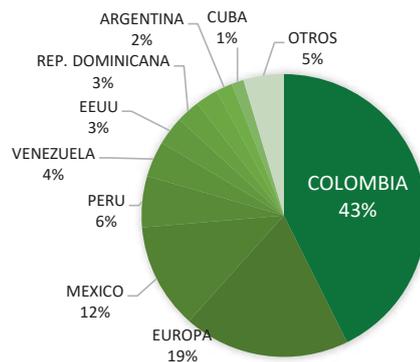
PRINCIPAL DESTINO DE LAS EXPORTACIONES POR VOLUMEN - 2019



PRINCIPAL DESTINO DE LAS EXPORTACIONES POR VOLUMEN - 2020



PRINCIPAL DESTINO DE LAS EXPORTACIONES POR VOLUMEN - 2021





IMPORTACIONES

Los principales aceites importados al consumo durante el 2021 fueron el de soya, girasol y palma.

En el 2021 se importaron 115,9 mil TM de aceite de soya, un incremento del 10,4% con relación al 2020 y del 3,5% con respecto al 2019, en el 2021 se importaron 32,4 mil TM de aceite de girasol que corresponden a una contracción del 3,8% con respecto al 2020, finalmente, se importaron 14,3 mil TM de aceite de palma en la época de verano para cubrir el déficit de la producción local y garantizar el abastecimiento oportuno para el consumo nacional.

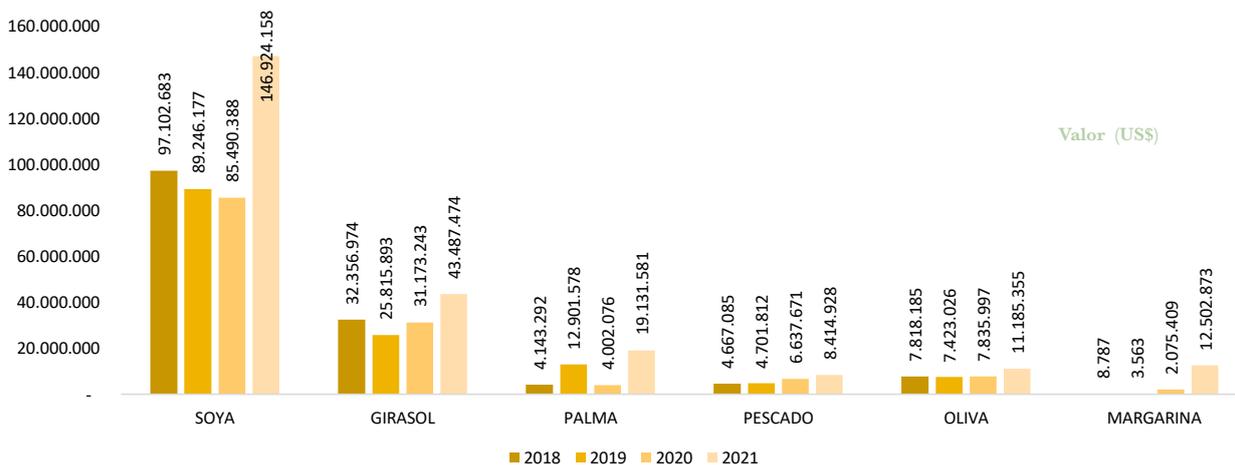
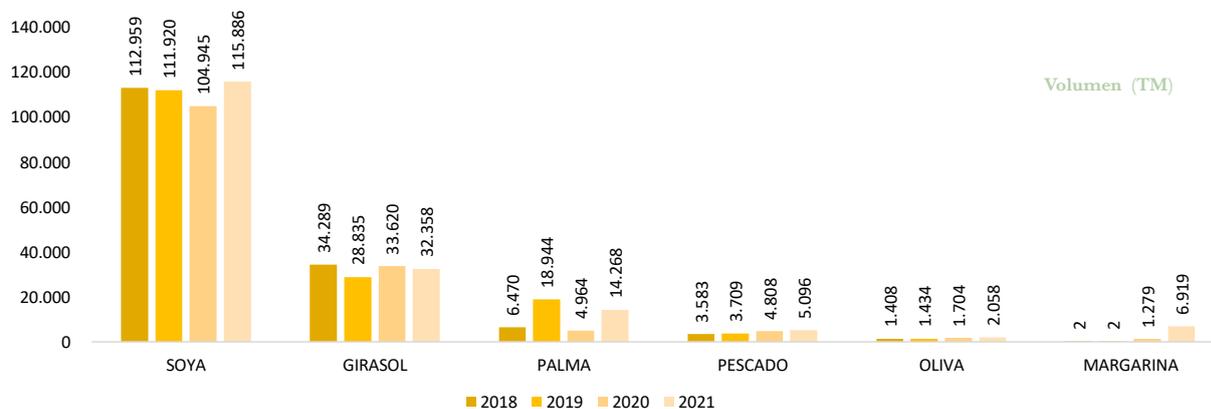
CIFRAS NACIONALES

IMPORTACIONES

PRINCIPALES ACEITES Y GRASAS IMPORTADOS EN VOLUMEN - TM PARA EL RÉGIMEN DE CONSUMO

TIPO ACEITE	2017	2018	2019	2020	2021
SOYA	110.351	112.959	111.920	104.945	115.886
GIRASOL	32.387	34.289	28.835	33.620	32.358
PALMA	240	6.470	18.944	4.964	14.268
PESCADO	971	3.583	3.709	4.808	5.096
OLIVA	1.461	1.408	1.434	1.704	2.058
MARGARINA	2	2	2	1.279	6.919
CANOLA	1.425	969	870	1.058	898
GRASAS Y ACEITES	475	598	668	853	1.288
PALMISTE	158	32	514	426	3.418
MAIZ	59	362	240	328	241
OTROS	595	307	298	249	314
TOTAL	148.123	160.978	167.433	154.234	182.744

PRINCIPALES ACEITES Y GRASAS IMPORTADOS EN VOLUMEN - TM Y EN VALOR (US\$) PARA EL RÉGIMEN DE CONSUMO

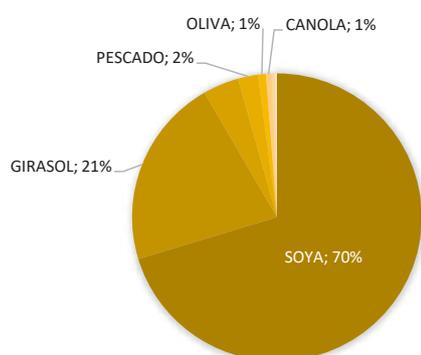


CIFRAS NACIONALES

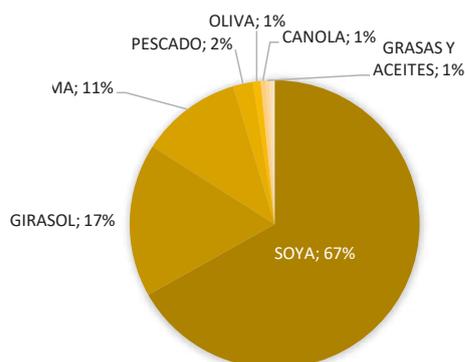
IMPORTACIONES

PRINCIPALES ACEITES Y GRASAS IMPORTADOS EN VOLUMEN - TM PARA EL RÉGIMEN DE CONSUMO

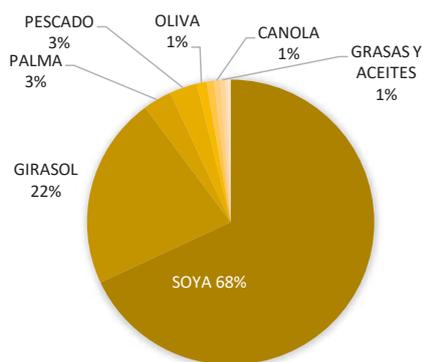
PRINCIPALES ACEITES IMPORTADOS PARA CONSUMO EN VOLUMEN - TM 2018



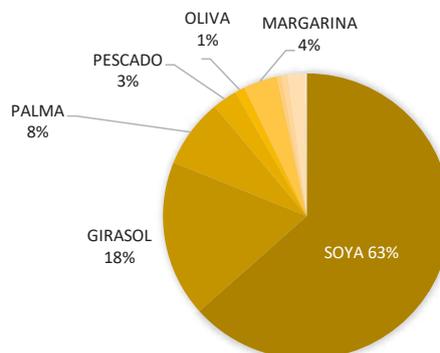
PRINCIPALES ACEITES IMPORTADOS PARA CONSUMO EN VOLUMEN - TM 2019



PRINCIPALES ACEITES IMPORTADOS PARA CONSUMO EN VOLUMEN - TM 2020



PRINCIPALES ACEITES IMPORTADOS PARA CONSUMO EN VOLUMEN - TM 2021



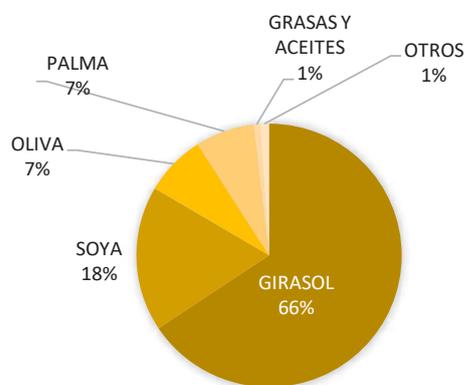
CIFRAS NACIONALES

IMPORTACIONES

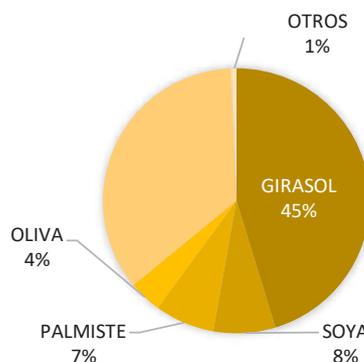
PRINCIPALES ACEITES Y GRASAS IMPORTADOS EN VOLUMEN - TM PARA RE-EXPORTACIÓN 2018 - 2021

TIPO ACEITE	2018	2019	2020	2021
GIRASOL	11877	16312	18783	14565
SOYA	3222	2700	9507	4243
PALMISTE	11	2614	2315	9046
OLIVA	1345	1430	1829	695
PALMA	1300	12699	217	1416
GRASAS Y ACEITES	140	88	347	430
OTROS	197	176	131	322
TOTAL	18.091	36.019	33.129	30.719

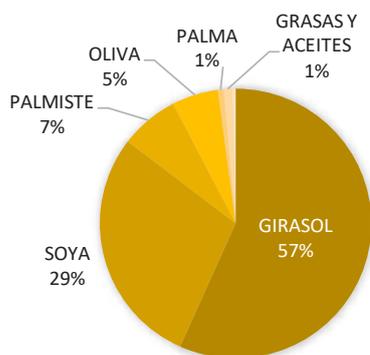
PRINCIPALES ACEITES IMPORTADOS PARA RE EXPORTACIÓN EN VOLUMEN - TM 2018



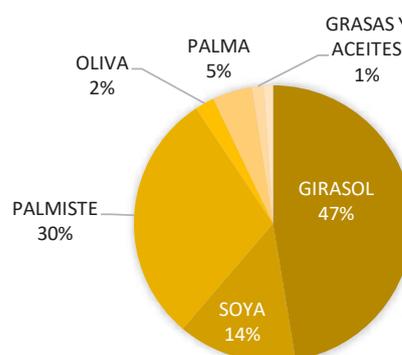
PRINCIPALES ACEITES IMPORTADOS PARA RE EXPORTACIÓN EN VOLUMEN - TM 2019



PRINCIPALES ACEITES IMPORTADOS PARA RE EXPORTACIÓN EN VOLUMEN - TM 2020



PRINCIPALES ACEITES IMPORTADOS PARA RE EXPORTACIÓN EN VOLUMEN - TM 2021

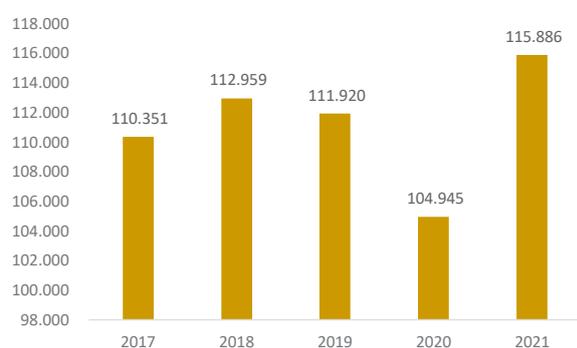


CIFRAS NACIONALES - IMPORTACIONES

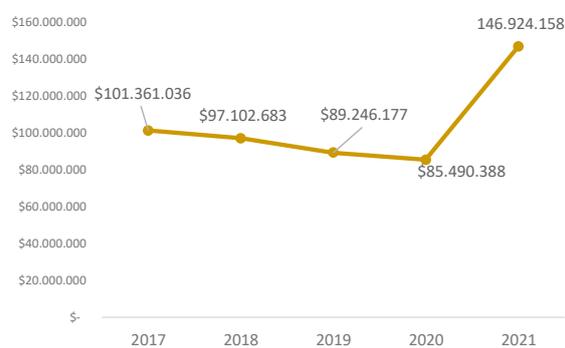
ACEITE DE SOYA

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE ACEITE DE SOYA PARA CONSUMO

IMPORTACIONES DE ACEITE DE SOYA EN VOLUMEN - TM PARA CONSUMO

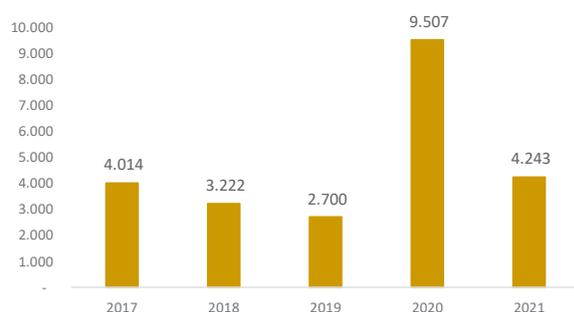


IMPORTACIONES DE ACEITE DE SOYA EN VALOR - US\$ PARA CONSUMO



EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE ACEITE DE SOYA PARA EXPORTACIÓN POR RÉGIMEN 2017-2021

IMPORTACIONES DE ACEITE DE SOYA EN VOLUMEN - TM PARA RE EXPORTACIÓN



IMPORTACIONES DE ACEITE DE SOYA EN VALOR - US\$ PARA RE EXPORTACIÓN

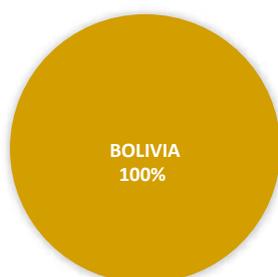


CIFRAS NACIONALES - IMPORTACIONES

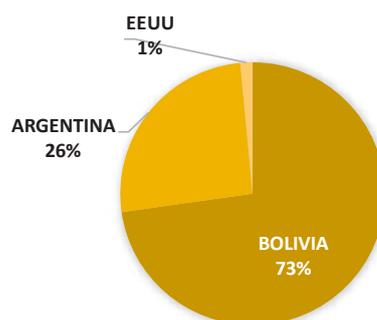
ACEITE DE SOYA

PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN DE ACEITE DE SOYA EN VOLUMEN - TM EN EL 2019

PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN PARA RÉGIMEN DE CONSUMO

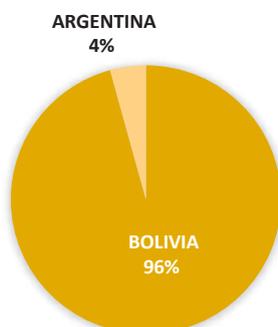


PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN PARA RE-EXPORTACIÓN

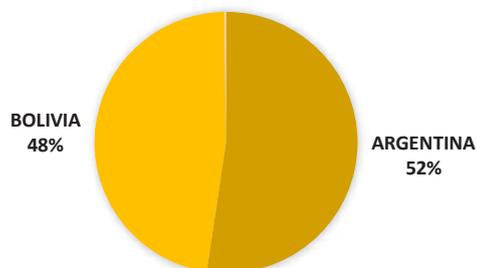


PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN DE ACEITE DE SOYA EN VOLUMEN - TM EN EL 2020

PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN PARA RÉGIMEN DE CONSUMO

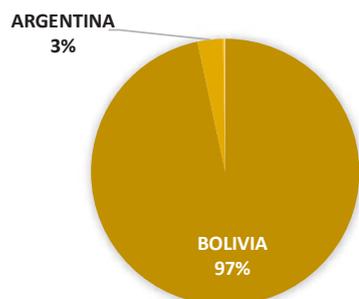


PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN PARA RE-EXPORTACIÓN

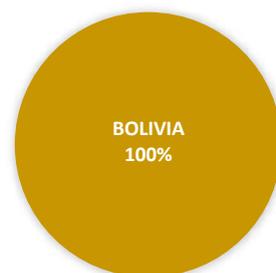


PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN DE ACEITE DE SOYA EN VOLUMEN - TM EN EL 2021

PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN PARA RÉGIMEN DE CONSUMO



PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN PARA RE-EXPORTACIÓN

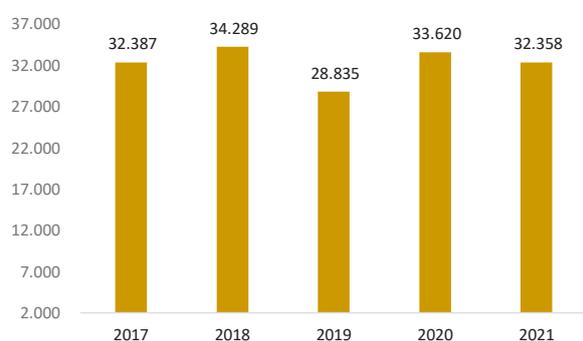


CIFRAS NACIONALES - IMPORTACIONES

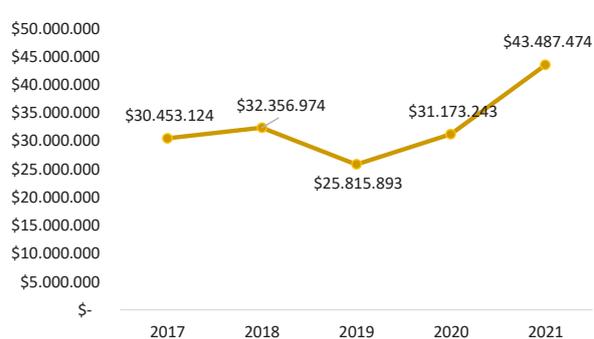
ACEITE DE GIRASOL

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE ACEITE DE GIRASOL PARA CONSUMO

IMPORTACIONES DE ACEITE DE GIRASOL EN VOLUMEN - TM PARA CONSUMO

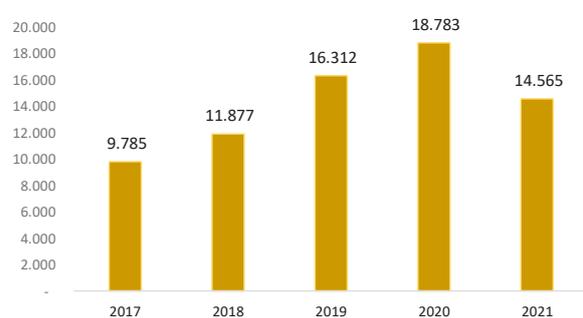


IMPORTACIONES DE ACEITE DE GIRASOL EN VALOR - US\$ PARA CONSUMO

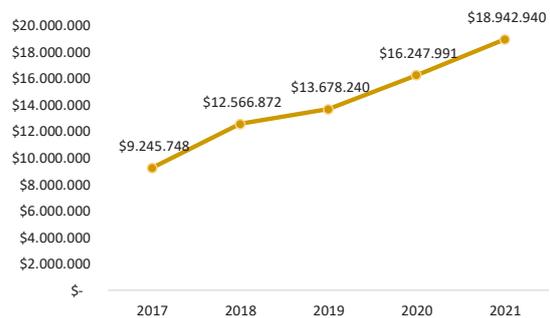


EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE ACEITE DE GIRASOL PARA RE EXPORTACIÓN

IMPORTACIONES DE ACEITE DE GIRASOL EN VOLUMEN - TM PARA RE EXPORTACIÓN



IMPORTACIONES DE ACEITE DE GIRASOL EN VALOR - US\$ PARA RE EXPORTACIÓN

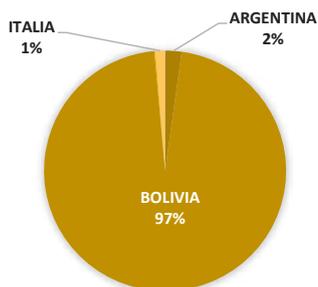


CIFRAS NACIONALES - IMPORTACIONES

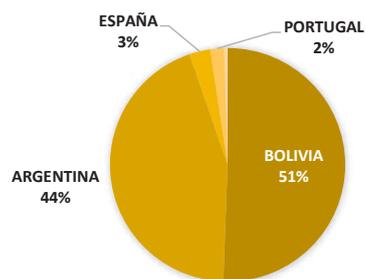
ACEITE DE GIRASOL

PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN DE ACEITE DE GIRASOL EN VOLUMEN - TM EN EL 2019

PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN PARA RÉGIMEN DE CONSUMO

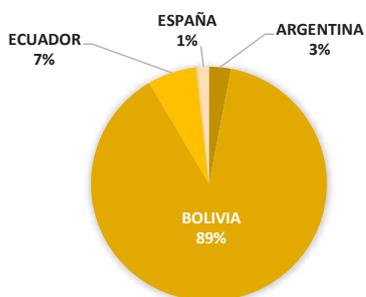


PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN PARA RE EXPORTACIÓN

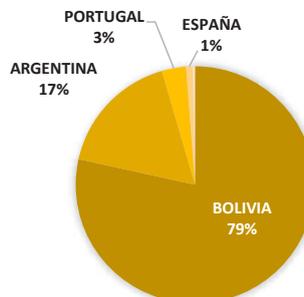


PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN DE ACEITE DE GIRASOL EN VOLUMEN - TM EN EL 2020

PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN PARA RÉGIMEN DE CONSUMO



PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN PARA RE EXPORTACIÓN

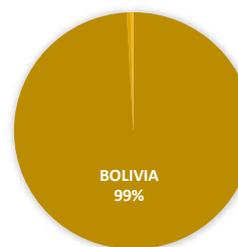


PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN DE ACEITE DE GIRASOL EN VOLUMEN - TM EN EL 2021

PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN PARA RÉGIMEN DE CONSUMO



PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN PARA RE EXPORTACIÓN

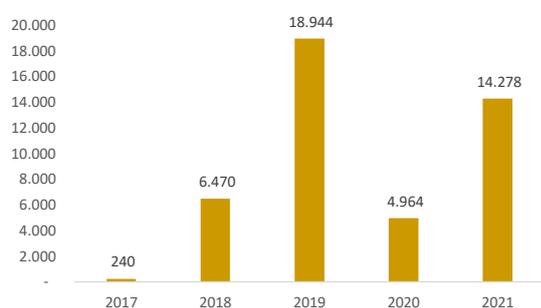


CIFRAS NACIONALES - IMPORTACIONES

ACEITE DE PALMA

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE ACEITE DE PALMA PARA CONSUMO

IMPORTACIONES DE ACEITE DE GIRASOL EN VOLUMEN - TM PARA CONSUMO

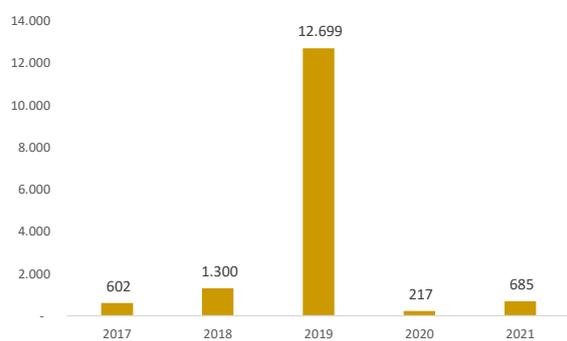


IMPORTACIONES DE ACEITE DE GIRASOL EN VALOR - US\$ PARA CONSUMO

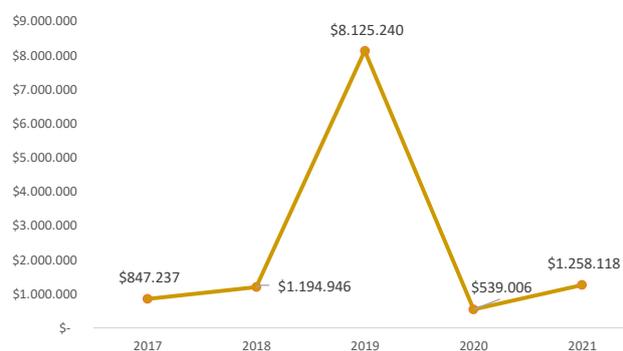


EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE ACEITE DE PALMA PARA RE EXPORTACIÓN

IMPORTACIONES DE ACEITE DE PALMA EN VOLUMEN - TM PARA RE EXPORTACIÓN



IMPORTACIONES DE ACEITE DE PALMA EN VALOR - US\$ PARA RE EXPORTACIÓN

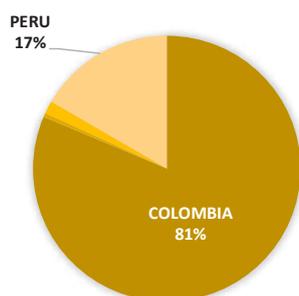


CIFRAS NACIONALES - IMPORTACIONES

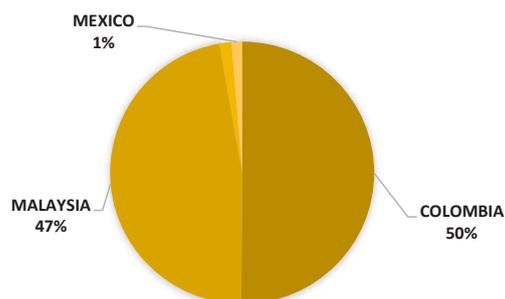
ACEITE DE PALMA

PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN DE ACEITE DE PALMA EN VOLUMEN - TM EN EL 2019

PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN PARA RÉGIMEN DE CONSUMO

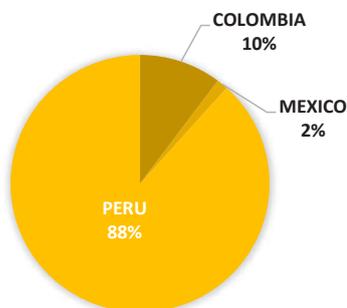


PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN PARA RE EXPORTACIÓN



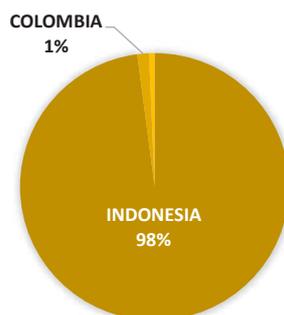
PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN DE ACEITE DE PALMA EN VOLUMEN - TM EN EL 2020

PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN PARA RÉGIMEN DE CONSUMO



PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN DE ACEITE DE PALMA EN VOLUMEN - TM EN EL 2021

PRINCIPALES ORÍGENES DE IMPORTACIÓN PARA RÉGIMEN DE CONSUMO





PRECIOS LOCALES E INTERNACIONALES

Durante el 2021 los precios locales e internacionales presentaron una tendencia al alza, impulsados por una contracción de la producción de aceite de palma y sus sustitutos cercanos como el aceite de soya, debido a la sequía en Sudamérica que afectó la producción de soya en Brasil, Argentina y Paraguay; la menor oferta de aceite de colza debido a los problemas climáticos en Canadá que mermaron la producción de semillas. Además, la producción de Malasia se contrajo por la falta de trabajadores extranjeros para las actividades agrícolas y por las inundaciones por efecto de la Niña que limitaron la cosecha.

En promedio en 2021, los precios internacionales de aceite crudo de palma alcanzaron un valor de US\$/TM 1.194 en el puerto de Rotterdam (CIF

Rott) y US\$/TM 1.185 en Indonesia (FOB Indo), lo que corresponde a un incremento del 67% y 71% respectivamente, con respecto al año 2020.

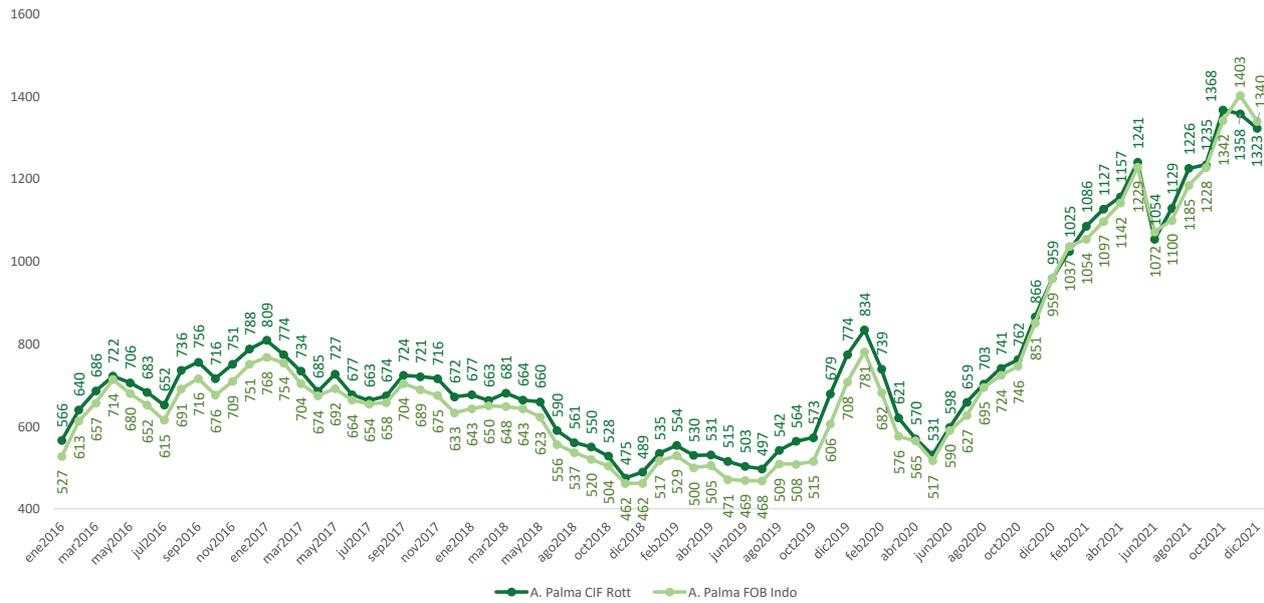
Los precios del aceite de soya en Argentina (FOB Argentina) se incrementaron un 67% con respecto al 2020, llegando a US\$/TM 1.255 en el 2021. El aceite de colza alcanzó un valor de US\$/TM 1.497 en el 2021, con un incremento del 65% frente al 2020. Lo propio el aceite de girasol, que también se incrementó un 65% pasando de US\$/TM 840 en el 2020 a US\$/TM 1.385.

En el Ecuador, los precios del aceite en el mercado local alcanzaron un valor promedio anual de US\$/TM 1.143, un incremento 65% con respecto al año 2020 en línea con el mercado mundial de oleaginosas.

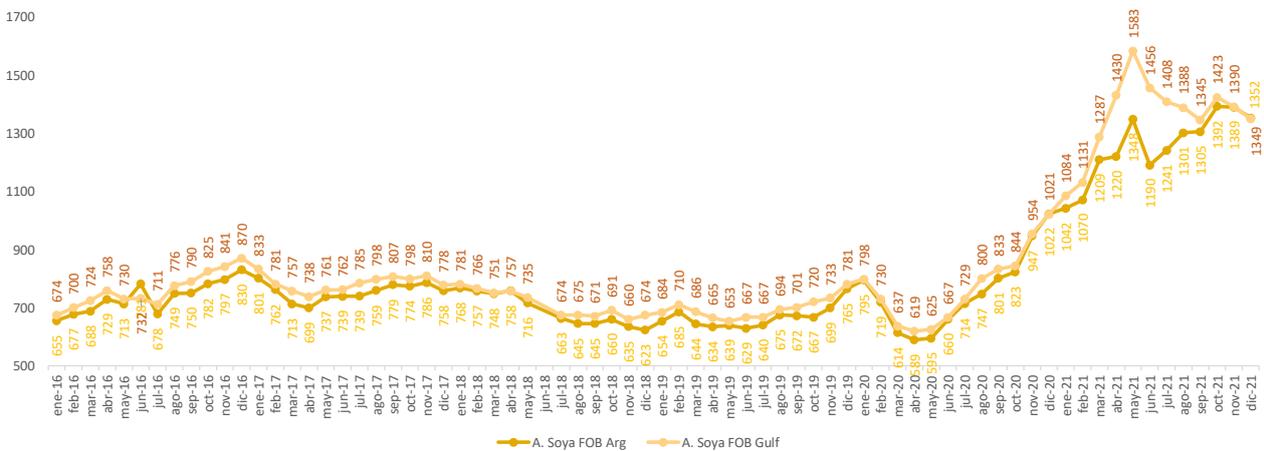
CIFRAS NACIONALES E INTERNACIONALES

PRECIOS INTERNACIONALES Y NACIONALES

PRECIOS INTERNACIONALES DE ACEITE CRUDO DE PALMA - US\$/TM



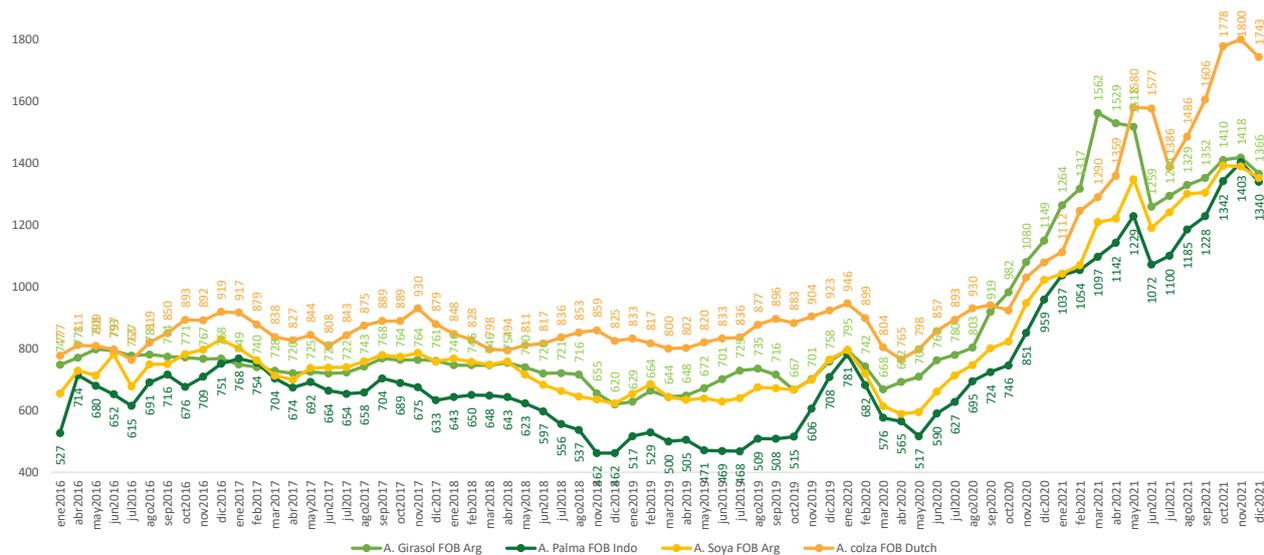
PRECIOS INTERNACIONALES DE ACEITE DE SOYA - US\$/TM



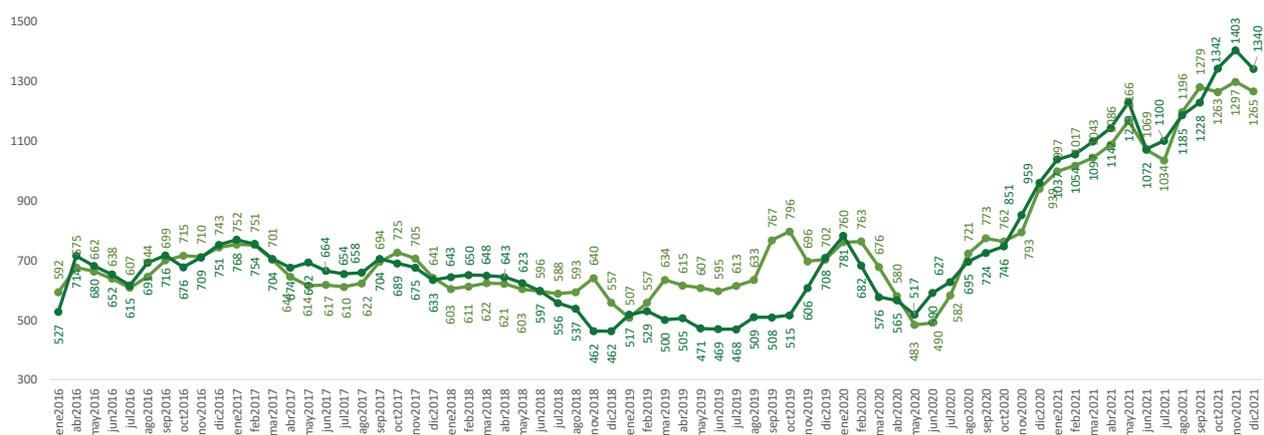
CIFRAS NACIONALES E INTERNACIONALES

PRECIOS INTERNACIONALES Y NACIONALES

COMPARATIVA DE PRECIOS INTERNACIONALES DE ACEITE DE PALMA Y ACEITES SUSTITUTOS - US\$/TM



COMPARATIVA DE PRECIOS INTERNACIONALES DE ACEITE DE PALMA Y PRECIOS LOCALES - US\$/TM





PERSPECTIVAS

Se espera que la producción mundial de 17 aceites y grasas en el periodo oct/sept 2022/2023 se incremente un 3% con respecto al mismo periodo de la temporada pasada, alcanzando un volumen de 350,59 millones TM o 7,1 millones TM más que la temporada oct 21/sep 22, debido a mejores condiciones climáticas y bajo el liderazgo del aceite de palma. Sin embargo existe mucha incertidumbre en el mercado: ¿se contará con suficiente mano de obra en Malasia?, ¿cómo evolucionará la guerra ruso ucraniana? y el factor climático sobre todo en los cultivos de norte y sud américa, en India, Rusia, Ucrania y otras partes del mundo.

En el contexto nacional se prevé una contracción de la producción de aceite de palma a un aproximado de 381,3 mil TM en el escenario moderado. En el escenario optimista se espera una producción de 398 mil TM aproximadamente. Los factores clave que marcarán el desempeño de la producción en el 2022 son:

Negativos:

- 1.- Los efectos climáticos derivados del Fenómeno de la Niña
- 2.- Menor fertilización y tareas de polinización en la época de restricciones por covid que se visualizarán en este año
- 3.- Avance de la Pudrición del Cogollo en la zona noroccidental
- 4.- Las pérdidas productivas por efectos del paro

Positivos:

- 1.-El rendimiento incremental de las nuevas plantaciones de variedad híbrida en la zona norte.
- 2.- Mejora en condiciones productivas en la zona sur, especialmente durante el verano.

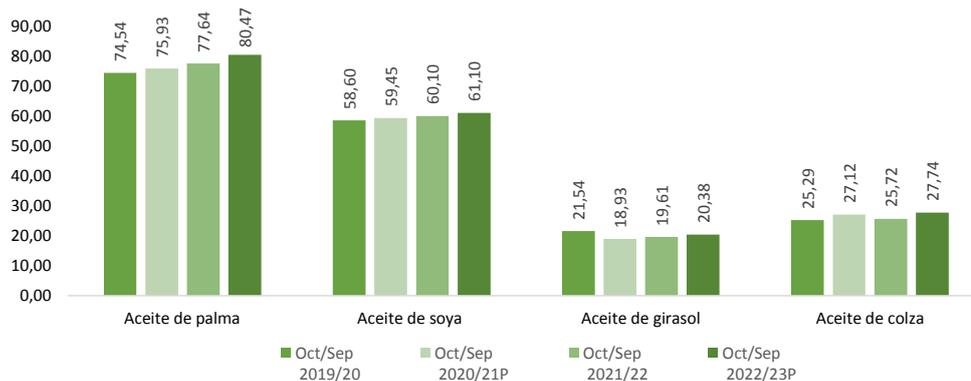
CIFRAS INTERNACIONALES

CIFRAS MUNDIALES - PERSPECTIVAS 2022-2023

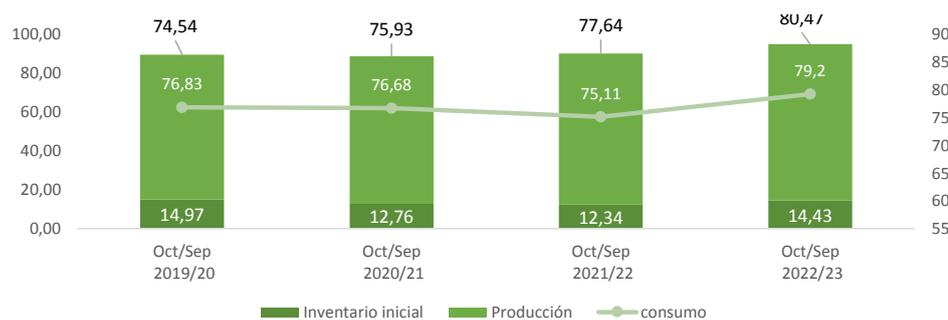
PRONÓSTICO TENTATIVO DE OFERTA DE 4 ACEITES VEGETALES OCT/SEP 2022/2023 A NIVEL MUNDIAL - MILLONES TM

	Oct/Sep 2019/20	Oct/Sep 2020/21	Oct/Sep 2021/22	Oct/Sep 2022/23P	Variación
PRODUCCIÓN - Millones TM					
Aceite de palma	74,54	75,93	77,64	80,47	4%
Aceite de soya	58,60	59,45	60,10	61,10	2%
Aceite de girasol	21,54	18,93	19,61	20,38	4%
Aceite de colza	25,29	27,12	25,72	27,74	8%
TOTAL	179,97	181,43	183,07	189,69	4%

PRODUCCIÓN MUNDIAL OCT/SEP 2021/2022 DE 4 ACEITES VEGETALES EN MILLONES TM



OFERTA Y CONSUMO DE ACEITE DE PALMA A NIVEL MUNDIAL - MILLONES TM



BALANCE OFERTA - DEMANDA 17 ACEITES Y GRASAS VEGETALES - MILLONES TM

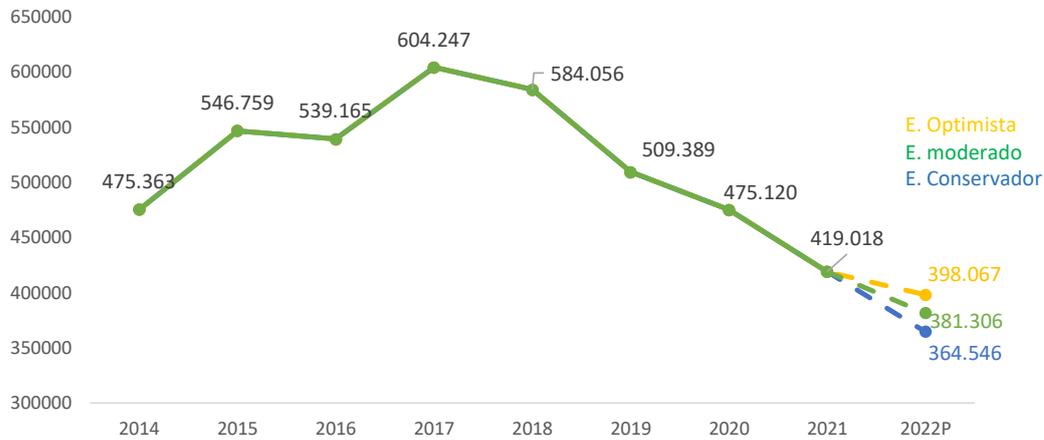
	Oct/Sep 2018/19	Oct/Sep 2019/20	Oct/Sep 2020/21	Oct/Sep 2021/22P	Oct/Sep 2022/23P
Inventarios iniciales	32,67	32,87	31,31	30,98	32,14
Producción	239,27	237,97	240,27	243,50	250,59
Importaciones	96,97	96,34	96,01	89,98	95,67
Exportaciones	97,68	96,49	95,51	90,53	96,09
Consumo	238,36	239,38	241,10	241,79	248,20
Inventarios finales	32,87	31,31	30,98	32,14	34,11

* Estimaciones Oilworld

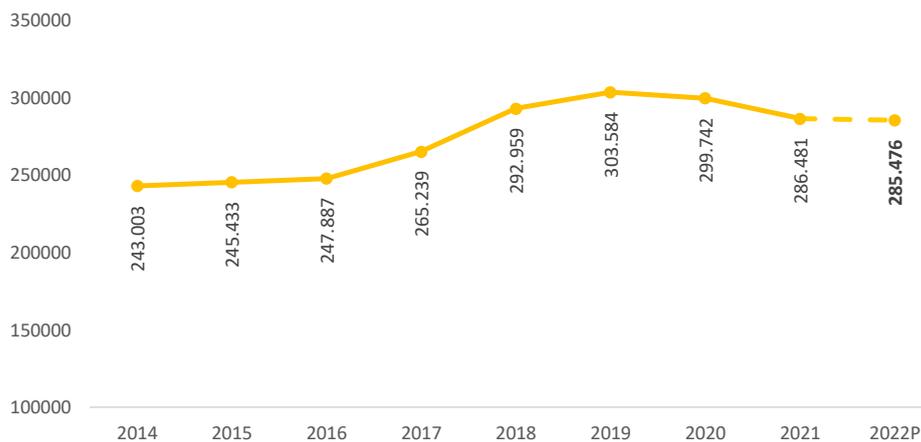
CIFRAS INTERNACIONALES

PERSPECTIVAS 2021 - 2022

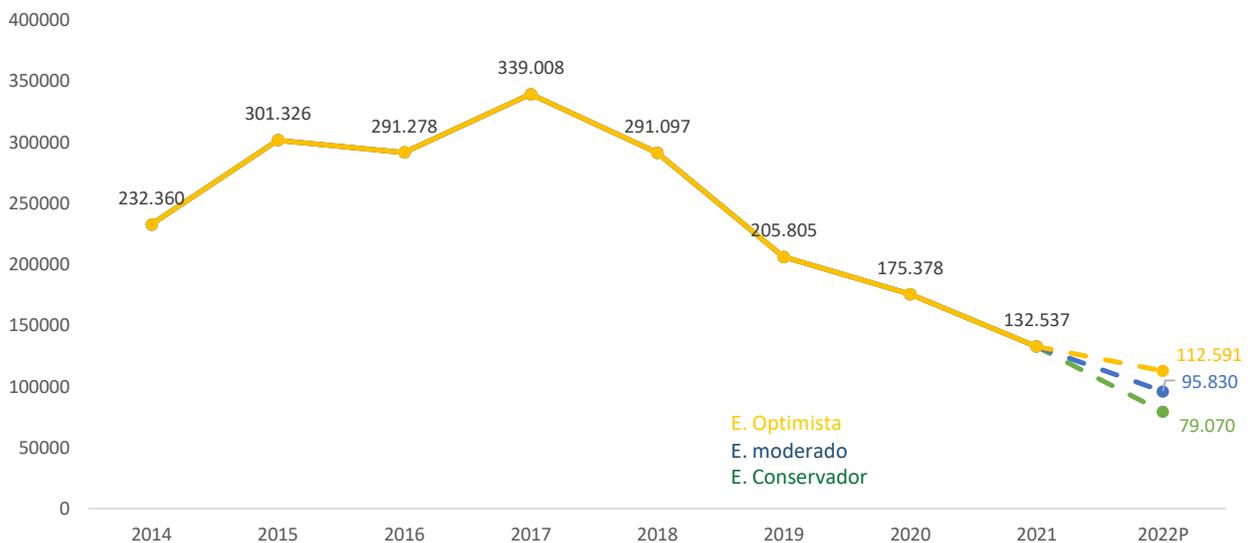
PERSPECTIVAS DE PRODUCCIÓN NACIONAL DE ACEITE DE PALMA 2021 - 2022 EN TM



PERSPECTIVAS DE CONSUMO NACIONAL DE ACEITE DE PALMA 2022 EN TM



PERSPECTIVAS DEL EXCEDENTE DE ACEITE DE PALMA 2022 EN TM





INDICADORES MACROECONÓMICOS

Luego de la contracción económica del 2020 por efecto de la pandemia, el Ecuador cierra el 2021 con una recuperación de su Producto Interno Bruto del 4,2%. El sector agropecuario y pesca creció un 4,4% en el último trimestre 2021, por el buen desempeño de los cultivos de banano, café y cacao (8,4%), flores (14,8%) y otros cultivos agrícolas (1,8%), según los datos del BCE.

La inflación anual medida por el índice de precios al consumidor fue del 1,94% a diciembre 2021, la segunda más baja de una muestra de países del BCE. Estados Unidos reportó una inflación del 7%, Argentina del 51% y Bolivia de 0,9%

La balanza comercial no petrolera al 2021 fue deficitaria en US\$ 1.080 millones, sin embargo la balanza comercial total presentó un superávit de US\$ 2.871 millones.

CIFRAS NACIONALES

INDICADORES MACROECONÓMICOS 2021 ECUADOR

SECTOR MONETARIO FINANCIERO

Indicadores monetarios	dic-21
Tasa de interés activa referencial productivo agrícola y ganadero	8,48%
Tasa de interés activa referencia microcrédito agrícola y ganadero	19,10%



SECTOR EXTERNO

COMERCIO EXTERIOR	2020	2021
Exportaciones (millones US\$ FOB)		
Total exportaciones acumuladas	20.355,40	26.699,20
Exportaciones acumuladas petróleo	5.250,40	8.607,30
Exportaciones acumuladas no petroleras	15.105,00	18.091,90
Importaciones (millones US\$ FOB)		
Total importaciones acumuladas	16.947,90	23.828,50
Impor. ac. Materias primas	5.992,68	9.019,20
Imp. ac. Bienes consumo	4.116,28	5.132,90
Imp. ac. Combustibles lubricantes	2.608,10	4.640,60
Imp. ac. Bienes capital	4.152,00	4.925,00
Imp. Ac Diversos	78,84	110,80
Balanza comercial total (millones US\$ FOB)	3.407,50	2.870,70



SECTOR REAL

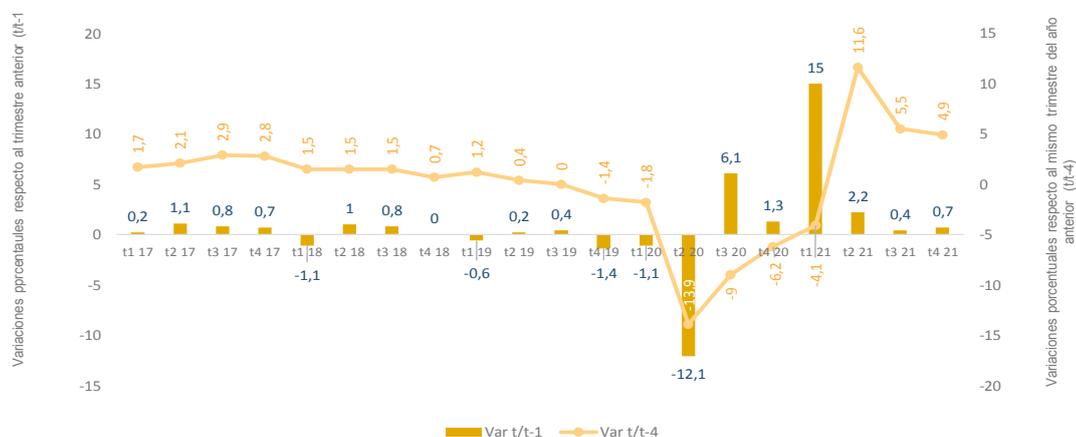
PRODUCTO INTERNO BRUTO PIB (+)	2020 (p)	2021 (prel.)
Tasa de variación anual (US\$ 2007)	-7,80%	4,20%
PIB (millones de US\$ de 2007)	66.282	69.089
PIB per cápita (US\$ de 2007)	3.703	3.860
PIB (millones de US\$ corrientes)	108.108	106.166
PIB per cápita (US\$ corrientes)	6.040	5.931

Tasa de variación PIB Trimestral (CVE) (t/t-1)	2021.III	2021.IV
PIB TOTAL, a precios constantes, Base 2007 (++)	0,4%	0,7%
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	-1,8%	4,4%
Industria manufacturera, incluye refinación petróleo	0,3%	0,5%
Comercio al por mayor y menor	1,9%	2,1%

PRODUCTO INTERNO BRUTO 2007= 100



PRODUCTO INTERNO BRUTO PRECIOS CONSTANTES DE 2007. TASA DE VARIACIÓN TRIMESTRAL

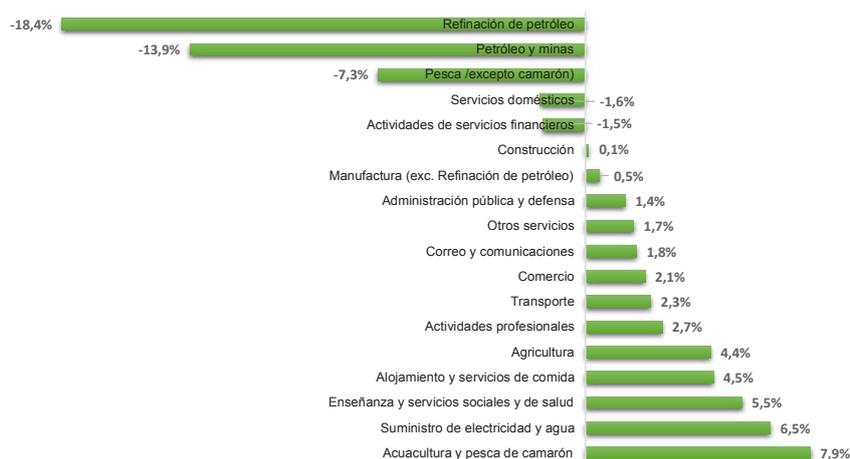


CIFRAS NACIONALES

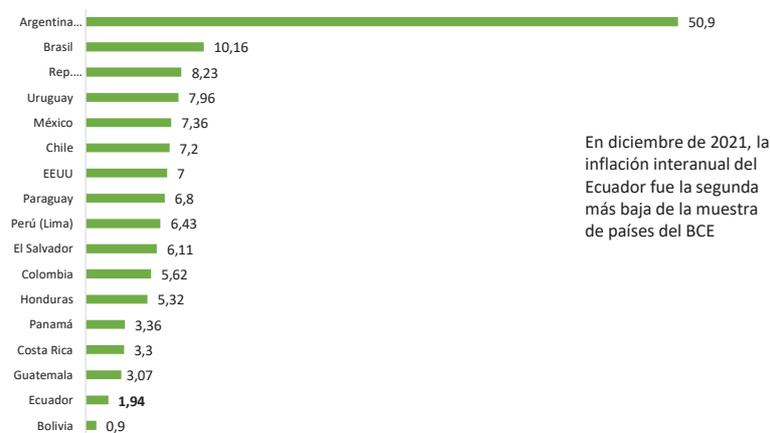
INDICADORES MACROECONÓMICOS 2021 ECUADOR

VALOR AGREGADO BRUTO POR ACTIVIDAD ECONÓMICA, TRIMESTRAL (T/T-1)

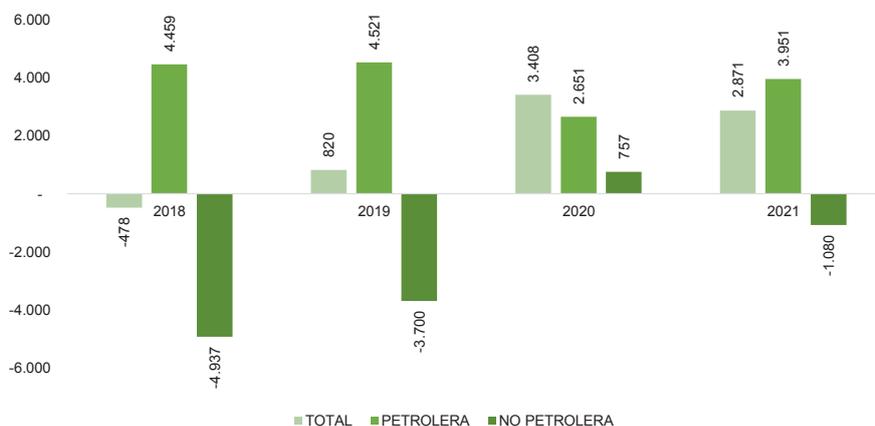
2012 IV. TRIMESTRE, TASAS DE VARIACIÓN (T/T-1) DEL VAB POR INDUSTRIA

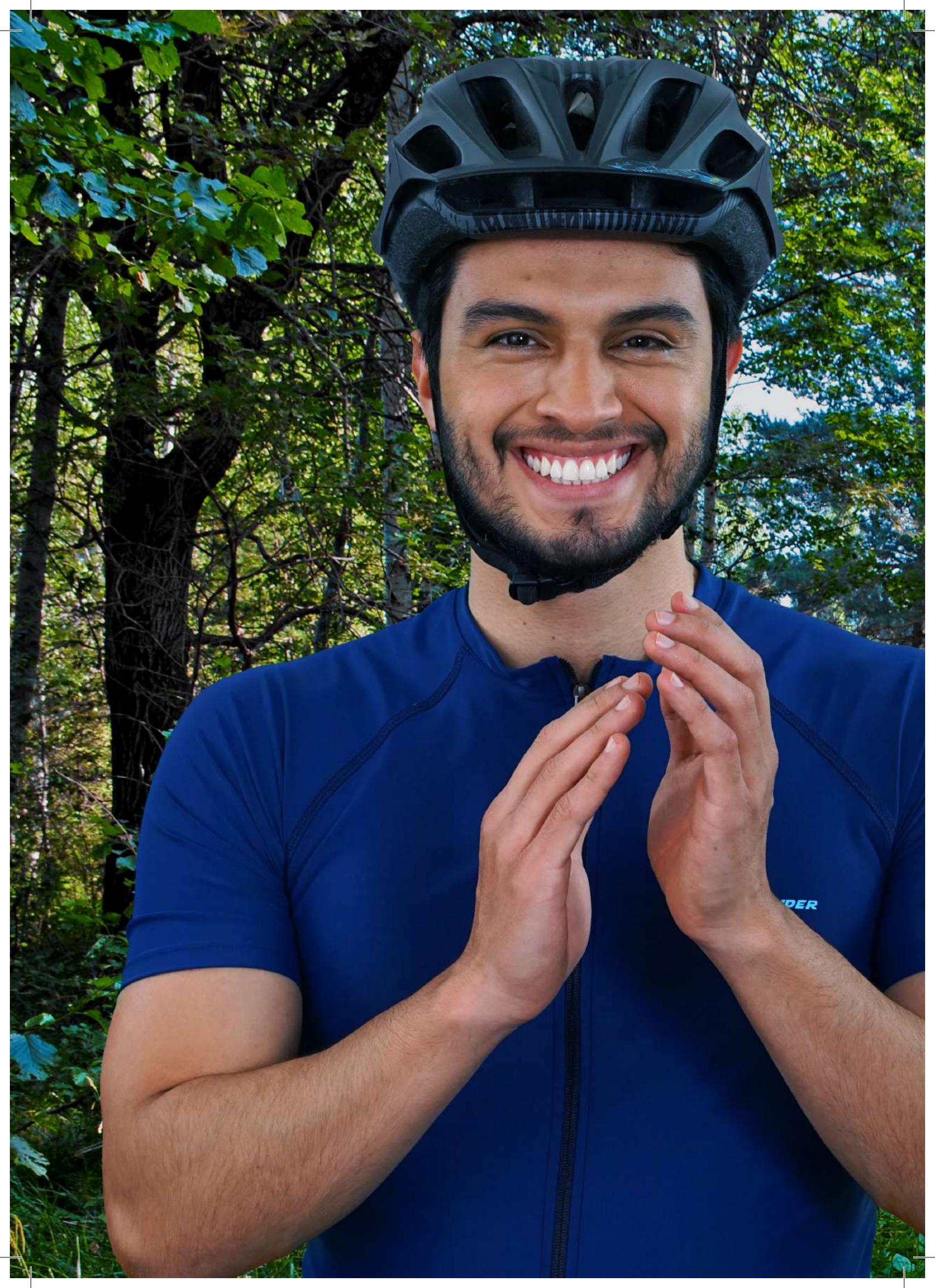


INFLACIÓN INTERNACIONAL



BALANZA COMERCIAL PETROLERA (BCP) Y NO PETROLERA (BCNP)
MILLONES US\$ FOB







Todos con las Palmas

**Aceite de palma,
aplausos para la salud**



*Es libre de colesterol,
fuente de vitaminas
A, D, E, K y fortalece el
sistema inmunitario.*



PROPALMA



GUÍA COMERCIAL

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE ALIMENTOS BALANCEADOS “APROBAL”

Gremio que reúne a 13 empresas productoras de alimentos balanceados
04-2639909
asistente@aprobal.org
www.aprobal.com

COMPAÑÍA CONSULTORA AGROPRECISIÓN CÍA. LTDA. (AGP)

Agricultura de Precisión, Estudios Cartográficos, Consultoría y Desarrollo Informático
022553585 / 0992729519
Berlín E3-85 y 9 de octubre. Ed, Torre Windsor
info@agpgeospatial.com
www.agpgeospatial.com

EXTRACOSTA S.A.

Extracción de aceite crudo de palma y comercialización del aceite de palma y sus derivados
Sector Pista Estrella - Pueblo Viejo - Los Ríos
0992483460
info@extracosta.com
www.extracosta.com

EXTRACTORA NATURAL ECUADOR S.A. EXTRANATU

Producción y Exportación de Aceite Crudo de Palma
Km. 3, Vía Viche, Esmeraldas
06-2488163
www.natural-habitats.com

GRUPO DANEC

Danec; Palmeras de los Andes – Quinindé; Palmeras de los Andes – San Lorenzo; Palmeras del Ecuador; Murrín Corporation.

Km 1 ½ Vía Sangolquí – Tambillo

Producción y comercialización de productos derivados del aceite de palma.

Producción y comercialización de semillas y plantas de palma

+59322984900 / 099739370

info@danec.com

infogerminador@danec.com

www.danec.com

www.murrincorp.com

LA FABRIL S.A.

Consumo masivo

Km 5.5 Vía Manta - Portoviejo

052920091

comunicacion@lafabril.com.ec

www.lafabril.com.ec

EXTRACTORA RIO MANSO.

Extracción de Aceite crudo de palma, aceite crudo de palmiste, tortas y otros subproductos

Km 41 vía Santo Domingo - Quevedo,

Quevedo02-3828080

www.exariomanso.com

PALMA SOSTENIBLE

INDUSTRIAS ALES S.A.

Elaboración de aceites, grasas y otros productos de consumo masivo
(593 2) 221-5000
servicioalcliente@ales.com.ec
info@ales.com.ec
www.ales.com.ec

OLEONOVA S.A.

Producción de aceite crudo de palma, refinados y aceite de palmiste
Vía Las Villegas - Monterrey, Km 3, margen derecho. La Concordia - Santo
+593 - 999478382
+593 - 994157278
www.oleonova.com

OLEODÁVILA S.A.

Cultivo, extracción, comercialización y exportación de aceite de palma, palmiste y sus derivados.
Santo Domingo, Vía Quevedo, Los Ángeles Km 50
• Francisco Dávila P. / Gerente General
franciscodavila@oleodavila.com / 0994904617
• Daniel Dávila M. / Gerente Comercial y Operaciones
danieldavila@oleodavila.com / 0994904712
www.oleodavila.com

OLIOJOYA INDUSTRIA ACEITERA CIA. LTDA.

Elaboración de aceites y grasas
Esmeraldas, Km 7,5 Vía a Esmeraldas y Vía Vuelta Larga
06-2757032/ 099 972 8560
lalmazora@oliojoya.com
www.facebook.com/OliojoyaIndustriaAceitera

EXTRACTORA DE ACEITE LA JOYA EXTRAJOYA CIA. LTDA.

Extracción de Aceite crudo de palma
Vía A Plan Piloto 1 Y Calle A Las Villegas - Vía A Plan Piloto
02-3850001/ 099 946 3132
sebasalmazora@lajoya.com.ec
www.facebook.com/Extractor-La-Joya-1646422858947559

ALCOPALMA S.A.

Refinación y Mezcla de Grasas y Aceites
Vía a Quininde Km. 34, Edif. Fabrica
La Concordia; Santo Domingo de los Tsáchilas;
02-3901602
info@alcopalma.com
www.alcopalma.com

AGROOLEAGINOSAS LOS RIOS OLEORIOS S.A. / MANOBANDACORP C.A.

Extracción de Aceite rojo de palma, aceite de palmistes, pasta de palmiste
km 1 vía Valencia, Quevedo
0999665266
comercializacion@manobandacorp.com
www.oleorios.com.ec
www.grupomanobanda.com

EXTRACTORA QUEVEPALMA S.A.

Extracción y refinación de aceite de palma
Quevedo, Ecuador Km 5.5 vía Buena Fé.
0997385550
davidjuez@yahoo.com
www.quevepalma.com

UNION DE PALMEROS UNIPAL S.A.

Vía Quinindé km 193, Santo Domingo
Extracción de aceite crudo de palma y torta de palmiste
0997096611
natalia_torresl@yahoo.com

AGROINPLA S.A.

EXTRACCIÓN SE ACEITE Y TORTA DE PALMISTE

Km 32 Vía Santo Domingo - Quinindé (Margen Izquierdo),
Km 5 Vía a Plan Piloto.
0999613304
oskmant@gmail.com
www.agroinpla.com

EXTRACTORA PEXA S.A.

Extracción de aceite de palma aceitera
La Concordia Vía Esmeraldas Km 47 -
0997227701
extractorapexa@hotmail.com

EXTRACTORA ATAHUALPA EXTRACATA S.A.

Extracción de aceite crudo de palma
Jipijapa Av. de Los Shyris N42-31 y Tomás de Berlanga
Quito - Ecuador
(02) 225-8344

PALMAR DE LOS ESTEROS EMA S.A. PALESEMA

Plantación y extracción de aceite de palma
2533099/2533279/2533280/2295237
Mail de contacto: palesema@gmail.com



PROPALMA ECUADOR



#UnidosPorLaPalma

🌐 www.propalmaec.com ✉ info@propalmaec.com ☎ 098 483 3931 – 099 500 8518

📘 @PropalmaEC 🐦 @ProPalmaEc