

NOTAS DE GERENCIA

COMUNICADO 001/09

NEGOCIACIONES COSECHA DE MAIZ PRIMER SEMESTRE 2009

La problemática de la comercialización de la cosecha de maíz del Primer Semestre Agrícola del 2009 se ha venido ventilando desde las regiones (Tolima, Valle del Cauca y Córdoba) mediante un proceso participativo de búsqueda de soluciones para todos los maiceros de Colombia y la primera fase del proceso de negociación ya se ha materializado en algunos apoyos a la comercialización del maíz blanco y sorgo (subsidio de transporte por tonelada), tanto con recursos del Gobierno Nacional (\$4.500 millones) como con recursos del Fondo Nacional Cerealista (\$1.300 millones), cuya distribución será reglamentada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural para su implementación en Córdoba, Cesar, Tolima, Huila y Valle del Cauca, a partir del 1 de Septiembre del presente.

La segunda fase, corresponde a la gestión de recursos adicionales para el maíz amarillo. Al respecto, el Ministerio de Agricultura arguye que ante la situación fiscal actual, este producto tiene ya el incentivo por tonelada de maíz y la transferencia en la fórmula del precio de paridad. Se requiere gestionar recursos por el orden de \$7.000 a 10.500 millones ya sea reforzando el incentivo por tonelada en 50.000 pesos adicionales o mediante un apoyo directo equivalente a un 50% del otorgado al maíz blanco.

La gestión de esta nueva administración gremial ha consistido en:

1. Concertar inicialmente con la Industria su participación en subastas, a través de la cadena productiva. Este mecanismo de administración de contingentes en la actual cosecha colapsó, al no regular ni precio interno ni absorción de la cosecha nacional. Prueba: la industria no ha comprado producción nacional.
2. Plantear la problemática del sector cerealista ante diversas instancias gubernamentales, gremiales y ante medios masivos de comunicación.
3. Fortalecimiento institucional del gremio de productores FENALCE, reactivando una participación más activa de los comités regionales de la Federación organizados en las diversas zonas productoras.

Los puntos básicos del proceso de negociación en la actual crisis de comercialización han sido:

1. Nos incentivan a sembrar maíz y sin haber sobreproducción tenemos problemas de comercialización de la cosecha.

2. No hay demanda de la producción nacional porque estamos inundados de maíz importado.
3. Coincidió la baja de los commodities en el mercado internacional (maíz amarillo un 50% con relación a Agosto del año anterior) con la apreciación del peso (11% en lo corrido del presente año). Consecuencia: No sirve el precio de paridad ante la estructura de costos al productor.
4. No hay control de precio de los insumos en el mercado nacional (alto costo comparativo internacional de fertilizantes, combustibles, semillas y agroquímicos).
5. Desequilibrio a nivel de encadenamiento productivo consistente en:

Diferencia cada vez más amplia en el precio de los productos finales de la cadena y precio al productor de maíz (serie histórica del último quinquenio).

Protección a productos terminados Vs. Desprotección al productor nacional. Los aranceles no pueden ser buenos únicamente para un eslabón de la cadena.

La industria no cumple compromisos de absorción en todas las regiones (Ej: La Industria no le compra maíz al Valle, por tanto los encadenamientos regionales no funcionan).

Es tan nocivo y nos afecta de igual manera el contrabando que el cero arancel, ya que desplaza la misma cantidad de mano de obra del trabajo rural y nos quita mercados.

Hemos planteado al Gobierno Central, que para defender el trabajo rural y la inversión incorporada en la producción nacional de maíz se requiere:

1. Precio justo (Intervenir el sistema de distribución y comercialización del mercadeo interno. Si no hay regulación de precios queda el productor nacional en manos de intermediarios).
2. Una compra más oportuna de las cosechas y acotar tiempos a los contingentes importados para que no coincidan con épocas previas a cosechas nacionales.
3. Competitividad en costos (Insumos transparentes con el mercado internacional).

Bogotá, Agosto 27 de 2009.

HENRY VANEGAS ANGARITA

Gerente General

NOTAS DE GERENCIA

NEGOCIACIONES COSECHA DE MAIZ PRIMER SEMESTRE 2009

La problemática de la comercialización de la cosecha de maíz del Primer Semestre Agrícola del 2009 se ha venido ventilando desde las regiones (Tolima, Valle del Cauca y Córdoba) mediante un proceso participativo de búsqueda de soluciones para todos los maiceros de Colombia y la primera fase del proceso de negociación ya se ha materializado en algunos apoyos a la comercialización del maíz blanco y sorgo (subsidio de transporte por tonelada), tanto con recursos del Gobierno Nacional (\$4.500 millones) como con recursos del Fondo Nacional Cerealista (\$1.300 millones), cuya distribución será reglamentada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural para su implementación en Córdoba, Cesar, Tolima, Huila y Valle del Cauca, a partir del 1 de Septiembre del presente.

La segunda fase, corresponde a la gestión de recursos adicionales para el maíz amarillo. Al respecto, el Ministerio de Agricultura arguye que ante la situación fiscal actual, este producto tiene ya el incentivo por tonelada de maíz y la transferencia en la fórmula del precio de paridad. Se requiere gestionar recursos por el orden de \$7.000 a 10.500 millones ya sea reforzando el incentivo por tonelada en 50.000 pesos adicionales o mediante un apoyo directo equivalente a un 50% del otorgado al maíz blanco.

La gestión de esta nueva administración gremial ha consistido en:

1. Concertar inicialmente con la Industria su participación en subastas, a través de la cadena productiva. Este mecanismo de administración de contingentes en la actual cosecha colapsó, al no regular ni precio interno ni absorción de la cosecha nacional. Prueba: la industria no ha comprado producción nacional.
2. Plantear la problemática del sector cerealista ante diversas instancias gubernamentales, gremiales y ante medios masivos de comunicación.
3. Fortalecimiento institucional del gremio de productores FENALCE, reactivando una participación más activa de los comités regionales de la Federación organizados en las diversas zonas productoras.

Los puntos básicos del proceso de negociación en la actual crisis de comercialización han sido:

1. Nos incentivan a sembrar maíz y sin haber sobreproducción tenemos problemas de comercialización de la cosecha.
2. No hay demanda de la producción nacional porque estamos inundados de maíz importado.

3. Coincidió la baja de los commodities en el mercado internacional (maíz amarillo un 50% con relación a Agosto del año anterior) con la apreciación del peso (11% en lo corrido del presente año). Consecuencia: No sirve el precio de paridad ante la estructura de costos al productor.
4. No hay control de precio de los insumos en el mercado nacional (alto costo comparativo internacional de fertilizantes, combustibles, semillas y agroquímicos).
5. Desequilibrio a nivel de encadenamiento productivo consistente en:

Diferencia cada vez más amplia en el precio de los productos finales de la cadena y precio al productor de maíz (serie histórica del último quinquenio).

Protección a productos terminados Vs. Desprotección al productor nacional. Los aranceles no pueden ser buenos únicamente para un eslabón de la cadena.

La industria no cumple compromisos de absorción en todas las regiones (Ej: La Industria no le compra maíz al Valle, por tanto los encadenamientos regionales no funcionan).

Es tan nocivo y nos afecta de igual manera el contrabando que el cero arancel, ya que desplaza la misma cantidad de mano de obra del trabajo rural y nos quita mercados.

Hemos planteado al Gobierno Central, que para defender el trabajo rural y la inversión incorporada en la producción nacional de maíz se requiere:

1. Precio justo (Intervenir el sistema de distribución y comercialización del mercadeo interno. Si no hay regulación de precios queda el productor nacional en manos de intermediarios).
2. Una compra más oportuna de las cosechas y acotar tiempos a los contingentes importados para que no coincidan con épocas previas a cosechas nacionales.
3. Competitividad en costos (Insumos transparentes con el mercado internacional).

Bogotá, Agosto 27 de 2009.

HENRY VANEGAS ANGARITA

Gerente General