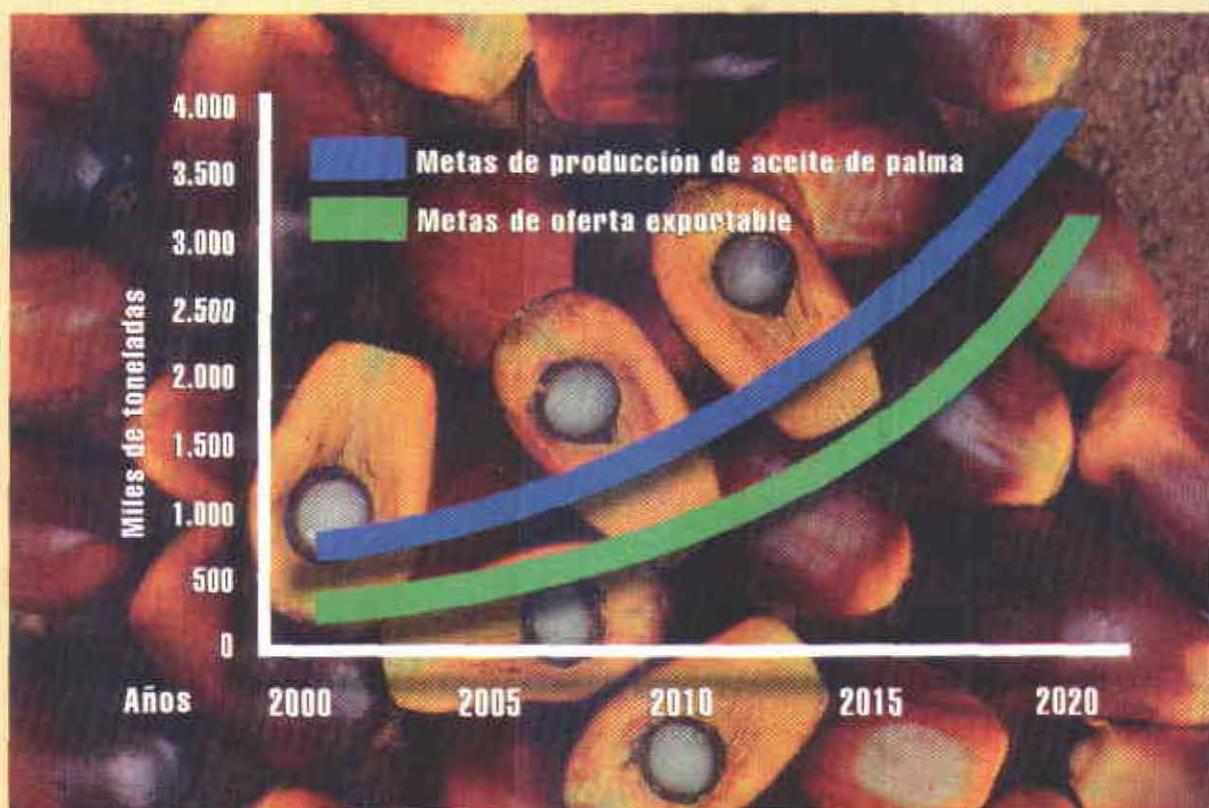


Visión y Estrategias de la Palmicultura Colombiana: 2000 - 2020

Lineamientos para la Formulación de un Plan Indicativo
para el Desarrollo de la Palma de Aceite



Resumen Ejecutivo



FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE PALMA DE ACEITE

VISIÓN Y ESTRATEGIAS DE LA PALMICULTURA COLOMBIANA: 2000-2020

**Lineamientos para la Formulación de un Plan Indicativo
para el Desarrollo de la Palma de Aceite**

RESUMEN EJECUTIVO

Bogotá D.C., diciembre de 2000

Grupo de trabajo encargado de la realización del Estudio

DIRECTOR

Jens Mesa Dishington

COORDINADOR TÉCNICO

Alvaro Silva Carreño

ASISTENTE

Fredy Marín Céspedes

ORIENTACIÓN Y REVISIÓN

Jairo Cendales Vargas

Jaime González Triana

Este estudio contó con la participación activa de muchos palmicultores colombianos que aportaron sus valiosas visiones, opiniones y sugerencias.

FEDEPALMA

PRESIDENTE

Jens Mesa Dishington

ASESOR DE PRESIDENCIA

Alvaro Silva Carreño

SECRETARIA GENERAL

Myriam Conto Posada

DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

Fernando Ramírez Amado

DIRECCIÓN ECONÓMICA Y ESTADÍSTICA

Jairo Cendales Vargas

SECRETARÍA TÉCNICA DEL FONDO DE ESTABILIZACIÓN DE PRECIOS

Julio César Laguna Loaiza

DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES

Nadia Morales Hoyos

UNIDAD AMBIENTAL

Miguel Angel Mazorra Valderrama

MIEMBROS HONORARIOS DE FEDEPALMA

Jorge Ortiz Méndez

Ernesto Vargas Tovar

Enrique Andrade Lleras

Mauricio Herrera Vélez

CENIPALMA

DIRECTOR EJECUTIVO

Pedro León Gómez Cuervo

C.I. ACEPALMA

GERENTE GENERAL

Luis Alfredo Orozco Lourido
(Hasta junio de 2000)

Diana Rodríguez Torres
(A partir de julio de 2000)

JUNTA DIRECTIVA DE FEDEPALMA

PRESIDENTE

César De Hart Vengoechea

VICEPRESIDENTE

Luis Eduardo Betancourt Londoño

PRINCIPALES

César De Hart Vengoechea
Carlos Alberto Corredor Mejía
Ricardo Buenaventura Pineda
Alfredo Lacouture Dangond
Luis Eduardo Betancourt Londoño
Rubén Darío Lizarralde Montoya
Carlos Beltrán Roldán
Fernando Restrepo Insignares
Luis Fernando Herrera Obregón

SUPLENTE

Argemiro Reyes Rincón
Antonio José Varela Villegas
Luis Francisco Barreto Solano
Alfonso Dávila Abondano
Rafael José Torres Londoño
Fabio Enrique González Bejarano
Tito Eduardo Salcedo Díaz
León Darío Uribe Mesa
Darío Cadena Osorio

Comité Directivo FONDO DE FOMENTO PALMERO 2000 - 2002

POR EL GOBIERNO

MINISTRO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL

o su delegado 1

Rodrigo Villalba Mosquera

MINISTRO DE COMERCIO EXTERIOR

o su delegado 2

Martha Lucía Ramirez de Rincón

POR LOS PALMICULTORES

PRINCIPALES

Mauricio Acuña Aguirre
Margarita María Vásquez Gaviria
Manuel Combariza Rojas
Jaime Alberto Gómez Muñoz

SUPLENTE

Diego Manuel Mejía Restrepo
María Emma Nuñez Calvo
Armando José Daza Daza
Jorge Eduardo Corredor Mejía

1. Delegados 2000: Luis Adolfo Támara García, Rodolfo Acevedo Strauch

2. Delegados 2000: Martha Olga Gallón Agudelo, Guillermo Maldonado B.

***“El futuro no se prevé,
se construye.”***

Maurice Bloundel

Este estudio fue cofinanciado
con recursos de Fedepalma,
del Fondo de Fomento Palmero
y de empresas palmicultoras.

RESUMEN EJECUTIVO

Visión al 2020

Los palmicultores y Fedepalma definieron su Visión al 2020 de la Palmicultura Colombiana en cuatro talleres regionales realizados a finales de 1999 y en reuniones de la Junta Directiva de Fedepalma, como sigue:

“La actividad palmera se ha desarrollado en un entorno socioeconómico de paz y progreso.

La producción de aceite de palma es rentable, competitiva, a gran escala y orientada a atender sus mercados objetivo, tanto en Colombia como en el exterior. Cuenta con un portafolio de productos amplio y diferenciado, con alta generación de valor. Colombia participa con el 9% de la oferta mundial de aceite de palma.

La agroindustria del aceite de palma ha fortalecido sus valores fundamentales de respeto a la ley, defensa de la democracia, sensibilidad social, excelencia de su gente, ánimo competitivo, avance tecnológico, calidad de sus procesos y productos, enfoque internacional de largo plazo y desarrollo sostenible.

El sector palmero lo sienten como suyo los colombianos por su significativa participación en la generación de empleo, su estrecha vinculación con el desarrollo de las comunidades y su aporte al bienestar y a la convivencia.”

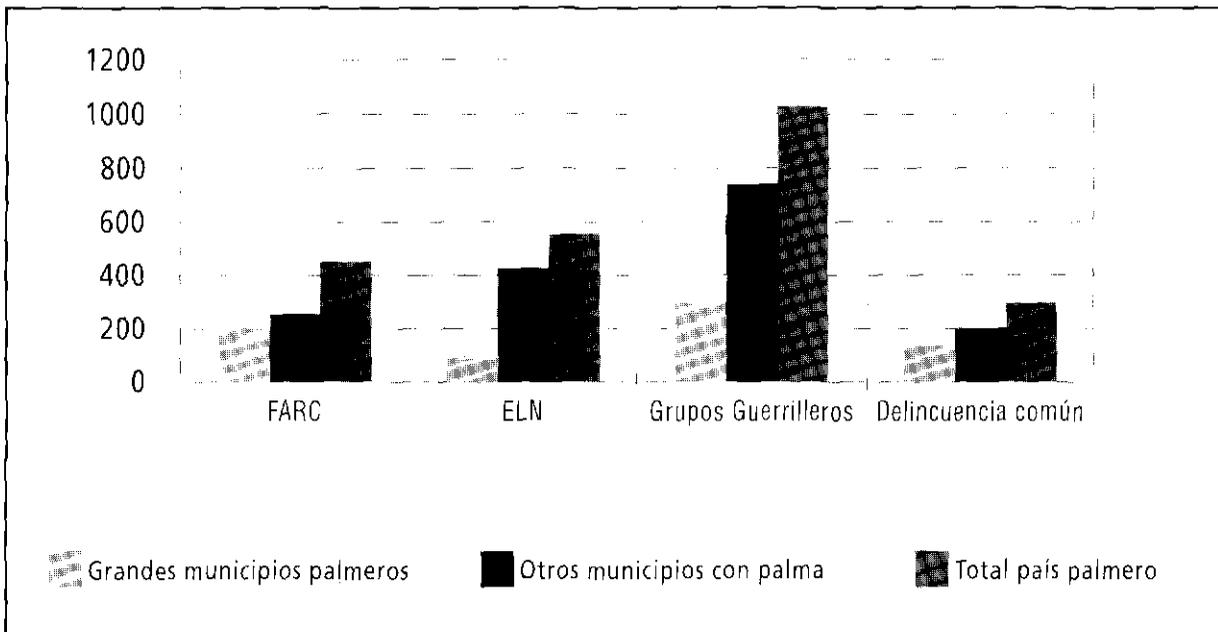
La meta del 9% de participación en la producción mundial implica un crecimiento de la producción nacional del 10% anual en el período 2000 a 2020, lo que, en plata blanca, significa que la producción de aceite de palma llegaría a la importante cifra de 3,5 millones de toneladas en el 2020.

Experiencias de la palmicultura y retos del futuro

La construcción de la Visión al 2020 exige a los palmicultores y al Gobierno, ante todo, librar varias batallas, más allá de las meramente productivas, al hacer parte de una sociedad sitiada por los violentos. Precisamente, el tema más preocupante para los palmicultores colombianos es el

de la persistente inseguridad y violencia. El segundo escollo a superar es el de sus costos más altos en comparación con los líderes mundiales de los aceites y grasas (Malasia, Indonesia, Estados Unidos, Argentina y Brasil). Contrastan estas preocupaciones con el tercer tema de debate, que es el de las enormes oportunidades que ofrece el mercado mundial, y el cuarto tema, concerniente a la abundante disponibilidad de recursos físicos y humanos con que cuenta el país y que de incorporarse a la producción le permitirían atender esos mercados y así generar empleo, riqueza y bienestar.

La inseguridad y la violencia conforman el problema más apremiante de la palmicultura colombiana, como quiera que sube sus costos, ahuyenta la inversión y destruye su capital físico y humano. Además, ha venido en aumento en el país, en general, y en las zonas palmeras en los últimos años. Este problema es generado principalmente por los ataques de los grupos guerrilleros, como lo ilustra la figura 1, que ha convertido su actividad en un negocio altamente rentable, cuyos ingresos provienen de las rentas del narcotráfico, la extorsión y de los secuestros de empresarios, funcionarios y ciudadanos en general. Los gobiernos han buscado diferentes soluciones al conflicto, casi todas ellas dirigidas a ofrecerles incentivos y privilegios para su reinserción a la sociedad, siendo más bien poco contundente la acción para acabar con la rentabilidad de este negocio ilícito y exigir el pago por los graves daños causados a la sociedad.



Fuente: Fedepalma Visión al 2020 con base en DNP -UDS.

Figura 1. Ataques armados de los grupos guerrilleros y de la delincuencia común en los municipios palmeros: 1994 - 1998

Los costos de producción del aceite de palma en Colombia son altos en comparación con los de los líderes mundiales, como se documenta en la tabla 1, especialmente en los rubros de transporte,

procesamiento, inseguridad e intereses reales del crédito. Tales costos han sido posibles sostenerlos porque los precios domésticos han superado a los internacionales FOB, en razón a que la producción se orientó a la sustitución de importaciones y a que el mercado interno ha gozado de protección arancelaria.

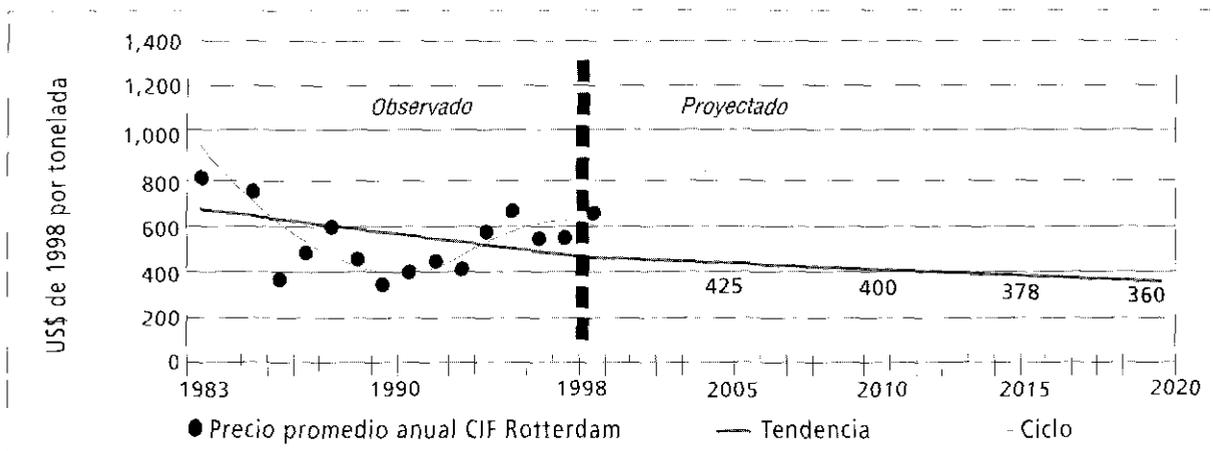
Tabla 1. Costos de producción de aceite de palma crudo en Colombia, Malasia e Indonesia¹ (US \$ de 1998/Tonelada)

	Establecimiento	Mantenimiento	Cosecha	Transporte	Procesamiento	Total
Colombia						
Norte	44,4	108,7	27,1	15,8	97,7	293,7
Central	42,1	89,2	31,8	25,2	76,5	264,7
Oriental	51,2	118,2	25,2	19,2	93,1	306,9
Occidental	46,1	85,8	30,7	13,1	78,9	254,7
Malasia						
Peninsular	30,2	90,3	28,5	14,9	42,6	206,5
Insular	51,7	122,4	25,6	9,6	34,2	243,5
Indonesia						
Norte	23,3	72,1	4,3	5,7	30,1	135,5
Resto de Indonesia	46,2	112,0	4,6	6,2	34,0	203,0

1. Estimativos de la Visión al 2020 para Malasia e Indonesia.

Fuente: Fedepalma Visión al 2020 con base en LMC. International Ltd.

Esta situación está cambiando aceleradamente, porque la futura expansión de la producción de aceite de palma y sus derivados deberá orientarse a las exportaciones, y tal circunstancia gradualmente resultará en que los precios domésticos se formen con base en los precios internacionales FOB y no con base en los precios CIF de importación - que los superan considerablemente en Colombia - sumados a los aranceles a las importaciones. Adicionalmente, los precios internacionales de los aceites y grasas vegetales y animales tienen una tendencia de largo plazo a la baja en términos reales (Fig. 2). Estas tres fuerzas sumadas tenderán a bajar los

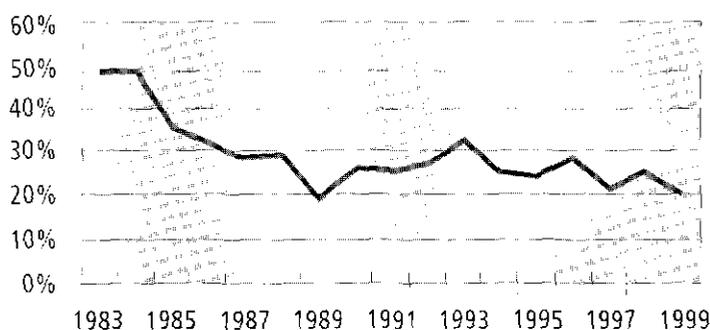


Fuente: Cálculos Fedepalma Visión al 2020.

Figura 2. Evolución, ciclo y tendencia a largo plazo de los precios internacionales del aceite de palma 1983 - 2020

precios domésticos en términos reales y, por tanto, el reto que enfrentarán los palmicultores colombianos es el de reducir sus costos de producción y comercialización en forma integral y acelerada en el período 2000 a 2020, si quieren expandir su producción rápidamente.

La palmicultura colombiana apenas se está asomando como exportador al mercado mundial de aceites y grasas, lo cual se constituye en un germen de cambio, porque tradicionalmente el país ha sido un importador neto, como se muestra en la figura 3. La tendencia que se observa, como perdurable a largo plazo, es la que el país será un exportador de aceite de palma, palmiste y sus derivados, pero continuará siendo un importador de aceites de semillas, como los de soya y de girasol. Es más, la velocidad de las exportaciones de aceites y grasas sería mayor que la velocidad de las importaciones (corregida esta velocidad por el efecto instantáneo de la apertura comercial reciente), de suerte que en el futuro cercano, la balanza comercial sería positiva, o lo que es lo mismo, Colombia se convertiría en un exportador neto de aceites y grasas.



Fuente: Cálculos Fedepalma Visión al 2020 con base en DIAN, Anuario de Fedepalma y Junguito y otros.

Figura 3. Importaciones netas como porcentaje del abastecimiento nacional de aceites y grasas 1983 - 1999

El tema del posicionamiento de las exportaciones colombianas hace muy relevante la pregunta de: ¿Habría espacio para las exportaciones del país de aceites de palma y de palmiste y sus derivados en el mercado mundial, considerando la fuerte competencia que imponen Malasia e Indonesia? Las respuestas son variadas, porque hay diferentes fuentes en las proyecciones y porque existen diferentes parámetros y, además de la tendencia, porque se suponen diferentes comportamientos (rupturas). Los resúmenes de las proyecciones de consumo y de producción se presentan en las tablas 2 y 3.

Los mercados mundiales en los años recientes han sido de gran magnitud y han crecido aceleradamente, en el caso del aceite de palma y el de palmiste sumados en cerca de 850.000 toneladas por año en el período 1983 a 1999, como lo ilustra la figura 4. Igualmente, las diferentes

Tabla 2. Resumen de proyecciones de consumo aparente mundial de los principales aceites y grasas

	2000			2015-2020 ¹		2020 ³	
	Oil World	Fedepalma	Sing	Oil World	Fedepalma ²	Fedepalma ³	Sing ⁴
Consumo total (miles Tons.)							
Aceite de palma	19.824	19.815	20.900	40.631	37.962	42.663	39.300
Aceite de soya	24.827	25.189		37.003	40.751	44.357	
aceite de canola	13.897	13.053		22.128	22.899	24.975	
aceite de palmiste	2.505	2.446		4.949	4.474	5.029	
Aceites & Grasas	110.529	110.586		175.331	174.192	187.900	
Consumo total per cápita (kg)							
Aceite de palma	3,2	3,2	3,4	5,3	4,9	5,6	5,1
Aceite de soya	4,1	4,1		4,8	5,3	5,8	
aceite de canola	2,3	2,1		2,9	3,0	3,3	
aceite de palmiste	0,4	0,4		0,6	0,6	0,7	
Aceites & Grasas	18,1	18,1		22,8	22,7	24,5	

1. Si se ajusta por tendencia la proyección de Oil World, el total del consumo de aceite de palma sería de 43,1 millones de toneladas en el 2020 y el total de grasas y aceites sería alrededor de 183,5 millones.

2. Proyecciones iniciales.

3. Sensibilidad de las proyecciones suponiendo un crecimiento del ingreso per cápita del 1% adicional anual.

4. Chow Chee Sing. *A revised long term forecast on world palm oil production and consumption.*

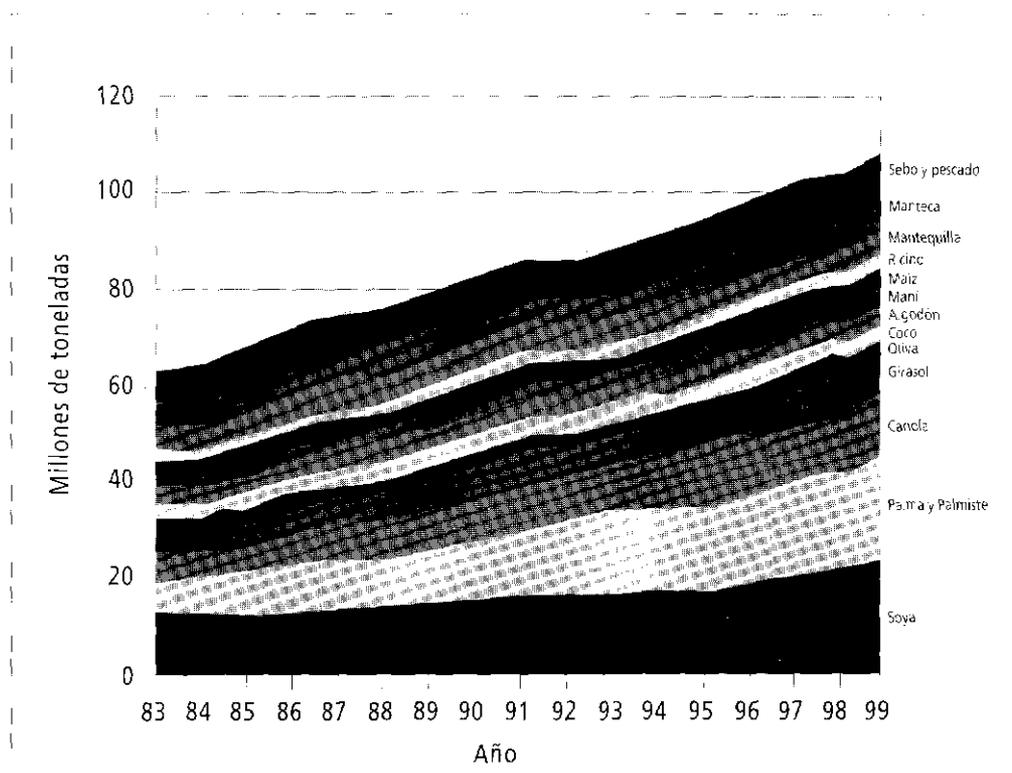
Fuente: Fedepalma Visión al 2020.

Tabla 3. Proyecciones de producción de aceite de palma 2000 - 2020

Paises	2000	2005	2010	2015	2020
Producción en millones de toneladas					
Malasia - Península	6,5	7,0	7,3	7,1	7,0
Malasia Oriental	3,3	5,0,2	7,4	9,0	9,9
Indonesia	8,0	9,3	10,5	12,3	14,9
Colombia	0,5	0,7	0,8	1,0	1,1
Nigeria	0,8	0,8	0,9	1,0	1,1
Otros	2,7	3,1	3,4	4,0	4,4
Mundo	21,8	26,1	30,3	34,3	38,4
Participación en la producción mundial (%)					
Malasia - Península	29,8	26,8	24,1	20,7	18,2
Malasia Oriental	15,1	19,9	24,4	26,2	25,8
Indonesia	36,7	35,6	34,7	35,9	38,8
Colombia	2,3	2,5	2,7	2,8	2,9
Nigeria	3,5	3,2	3,0	2,8	2,7
Otros	12,5	11,9	11,2	11,6	11,6
Mundo	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Malasia e Indonesia	81,7	82,4	83,2	82,8	82,8
Colombia y Nigeria	5,8	5,7	5,6	5,6	5,6

Fuente: Cálculos de Fedepalma Visión al 2020 con base en Chow Chee Sing. *A revised long term forecast on world palm oil production and consumption.*

proyecciones muestran que dicho mercado continuaría creciendo en cerca de un millón de toneladas por año durante el período 2000 a 2020, como se puede inferir de la tabla 2.



Fuente: Cálculos Fedepalma con base en Oil World.

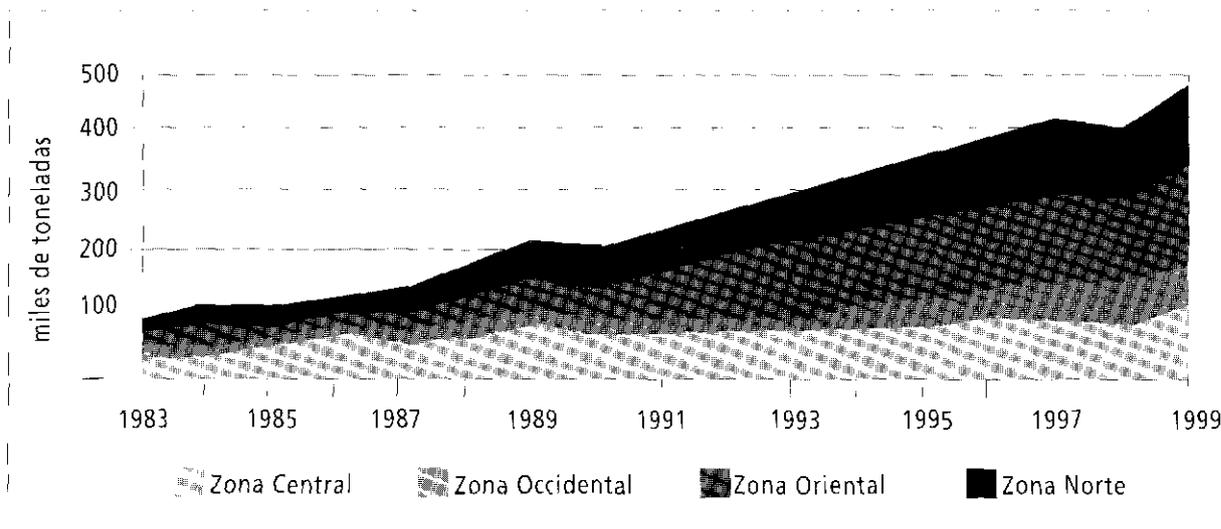
Figura 4. Evolución del consumo mundial de aceites y grasas 1983 - 1999

Cualquiera sea la fuente de proyección a la que se acuda y sean estas optimistas o pesimistas, todas señalan que las exportaciones de Colombia serían un pequeño río que llega a un inmenso mar.

Lo curioso de este hecho es que el pequeño río colombiano pasa por potenciales vertientes que podrían generar uno de gran caudal. Las estimaciones del potencial del área que se puede dedicar a la producción, sin restricciones técnicas, llega a 3,5 millones de hectáreas, las que suben a 9,6 millones, incluyendo restricciones moderadas, que de ser sembrada, de sobra generaría la producción para abastecer el consumo mundial de aceite de palma. Esto muestra el enorme potencial aún no explotado que posee el país. No se debe olvidar que en ese mar del mercado mundial de aceites y grasas, el aceite de palma y el de palmiste agarran, con lujo de detalles y de manera creciente, un buen tajo (19% en 1999).

Nadie pone en duda la capacidad empresarial de los colombianos y de los palmicultores, ni la disciplina y eficiencia de sus trabajadores. Esos factores han conllevado a un buen crecimiento

de la producción de aceite de palma como su muestra en la figura 5. Pero a pesar de ello, Colombia aun tiene una baja participación en la producción mundial (figura 6). La disponibilidad de capital doméstico y extranjero no es el problema, sino la dificultad consiste en atraer y optimizar el flujo de esos recursos hacia el sector palmicultor. Entonces, ¿qué es lo que deja a los colombianos generando un pequeño río cuando enfrentamos no sólo un mar de mercados sino que contamos con un mar de recursos? Es más, todo parece indicar que un caudaloso río de producción se podría obtener competitivamente.



Fuente: Anuarios Estadísticos Fedepalma

Figura 5. Producción nacional de aceite de palma por zonas 1983 - 1999¹

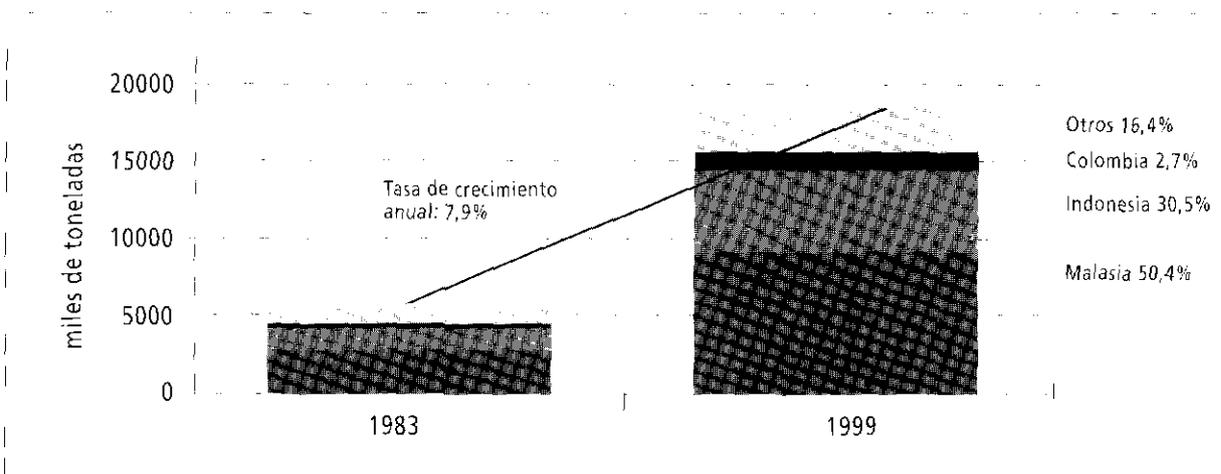


Figura 6. Participación del sector palmero nacional dentro de la producción mundial de aceite de palma en 1983 y 1999

1. En Colombia, las áreas sembradas en palma de aceite se localizan en cuatro zonas: en la costa norte (Zona Norte), en el Magdalena Medio (Zona Central), en los Llanos Orientales (Zona Oriental) y en la Costa Pacífica en el Municipio de Tumaco (Zona Occidental).

Si alguien le solicitara a los palmicultores colombianos que respondieran a esta pregunta, se oiría un estruendoso grito que claramente expresaría: La inseguridad y violencia que genera la guerrilla. Si eso es cierto, en verdad, qué soberano costo cargan los violentos sobre las espaldas de los colombianos.

En gran síntesis, la palmicultura colombiana enfrenta cuatro retos fundamentales: (1) bajar sus costos, (2) aumentar su inversión, para lo cual requiere de (3) condiciones de convivencia que debe también ayudar a construir y (4) volcarse a conquistar el mercado externo.

Estas consideraciones de bulto son las que le permiten a los palmicultores expresar claramente cuál es su Visión al 2020, cuán fuerte es su compromiso y cómo es de fundamental que el Estado se asocie a su creación.

Estrategias de construcción de la Visión al 2020

La construcción de la Visión o lo que también se puede llamar desarrollo de un proyecto estratégico, tiene ya sus metas y sus programas estratégicos delineados por los propios palmicultores.

La meta de los palmicultores, en veinte años, consiste en multiplicar por siete la producción generada en 1999². Aunque el esfuerzo pareciera muy grande, las experiencias de los líderes lo señalan como posible y el incremento moderado del tamaño del mercado doméstico permitirá que las exportaciones colombianas sean más visibles en el ámbito palmero mundial. En efecto, Malasia logró una batalla similar en sólo 11 años, entre 1971 y 1982. Indonesia cumplió este cometido entre 1978 y 1993, es decir en 15 años. Los incrementos de producción que se propone Colombia para el período 2000 a 2020, Indonesia o Malasia lo harán en sólo los próximos 6 a 10 años según las proyecciones de Oil World. Los líderes continuarán el periplo a una mayor velocidad, con lo que se deja en claro que Colombia no pretende entrar a una lucha cerrada por los mercados mundiales, que pueda argumentarse que amenaza a los líderes.

En el proceso de construir la Visión sería necesario alcanzar la meta de rendimientos de 5,5 toneladas de aceite de palma por hectárea en el 2020 (3,9 toneladas en 1999), con lo cual el área en producción sería de 636.000 hectáreas. Ésta sólo cubriría cerca del 20% de la potencial - sin restricciones técnicas - conque cuenta Colombia para el cultivo de palma de aceite, con lo cual quedaría la mayor parte del mar de recursos para desarrollo posterior al año 2020. Las comparaciones que se han venido haciendo muestran entonces que, de perseverar en el propósito de la Visión, sería perfectamente posible su construcción en el período indicado.

2. Si seguimos como vamos, la producción de aceite de palma sería solamente de 1,4 millones de toneladas en el 2020, bastante lejos de la meta de la Visión, lo cual permite concluir que si bien es cierto que es posible alcanzar la meta, hacerla una realidad requiere esfuerzos cooperativos de todos los actores.

En el 2020, Colombia exportaría 2,7 millones de toneladas de aceite de palma si se alcanza la meta de la Visión. Colombia exportó 124.000 toneladas en términos de aceite de palma y de palmiste en 1999. No obstante, este incremento en las exportaciones colombianas representará solamente el 14% del consumo mundial adicional proyectado de aceite de palma para el período 2000 a 2020.

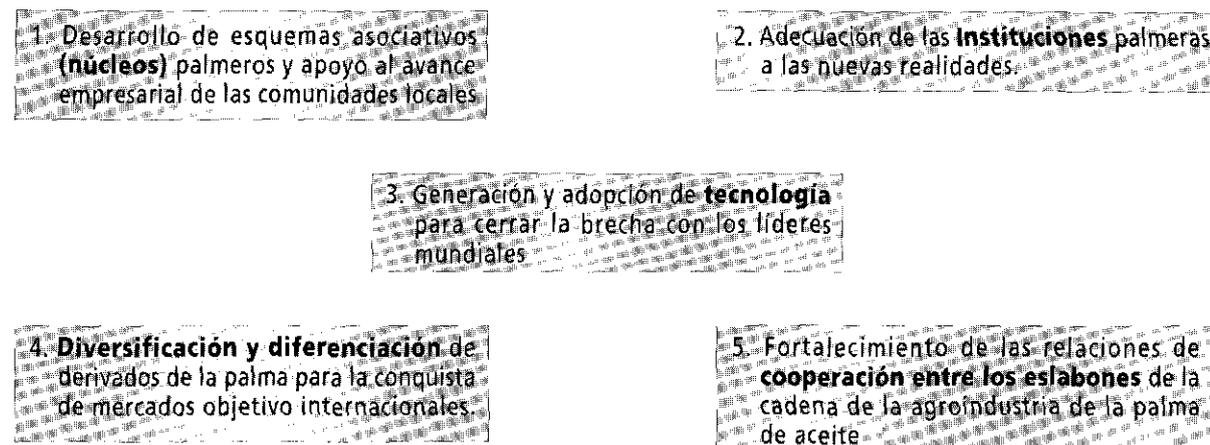
Con el propósito de construir la Visión es necesario poner en marcha una estrategia que permita resolver problemas que tienen, o bien naturaleza pública, o bien colectiva, que no pueden ser resueltos por el mercado, y problemas que son propios del negocio privado palmero o inclusive algunos donde se entremezclan unos y otros. En consecuencia, no basta con establecer programas a desarrollar, del cercado de la plantación hacia adentro, sino que resulta indispensable establecer una Estrategia Integral que comprenda acciones colectivas, acciones públicas y acciones esencialmente privadas. Así las cosas, la Estrategia Integral, esto es de cooperación entre los diferentes actores, que se resume en el triángulo de la figura 7, comprende: (1) la Estrategia Básica, de acción colectiva de los palmicultores; (2) la Política Estatal, en cuanto hace referencia a sus funciones fundamentales (FF) y al apoyo a las actividades directamente productivas (AADP) y (3) la Estrategia Empresarial de los negocios palmeros.



Figura 7. Estrategia Integral de construcción de la Visión al 2020 de la palmicultura colombiana

La Estrategia Básica de Acción Colectiva está orientada a la cooperación entre palmicultores, industriales, comunidades locales y Gobierno, lo cual va más allá de lo que puede producir el mercado. En este orden de ideas, las instituciones palmeras básicamente se encargan de lograr consensos de cooperación, sea para la producción primaria o a lo largo del canal o para producir investigación y transferencia de tecnología, todo lo cual es indispensable para cerrar espacios a los violentos, apoyar a las empresas en el mejoramiento de la competitividad, lograr economías

de escala para reducir costos o acceder a los mercados con productos diferenciados. La Estrategia Básica tiene entonces cinco programas, como se muestra a continuación:



El Gobierno es un actor principal en lo atinente al cumplimiento de sus funciones fundamentales, así como para apoyar las actividades directamente productivas. No hay duda que si el Estado, con el apoyo de la población, no logra derrotar la inseguridad y la violencia, buena parte de la construcción de la Visión estará en peligro. Igualmente, los recursos y las tasa de interés de los créditos para financiar la inversión sólo alcanzarían niveles internacionales si el Gobierno logra un adecuado manejo macro económico y como parte de éste, un gasto público eficiente.

Por su parte, la Estrategia Empresarial se orienta hacia las acciones de los negocios que comprenden mecanismos para lograr sustanciales incrementos en la inversión doméstica y externa en negocios privados, la modernización de las plantas extractoras, la capacitación de excelencia de los recursos humanos y los distintos caminos para lograr costos bajos.

Para efectos de análisis y de contar con alternativas, y considerando escenarios según los cuales la tarea del Estado no sea bien llevada, se diseñaron los planes alternativos o de contingencia B y C. Estos planes resultan más conservadores en cuanto que las eventuales pérdidas serían menores, pero a su vez, si se presentara un entorno de paz sus contribuciones en producción, exportaciones, empleo y beneficio a los consumidores colombianos (con precios más bajos), serían muy inferiores a las de la Visión.

Finalmente, la principal lección de este ejercicio de reflexión sobre la palmicultura del futuro, es la de invitar al gobierno a dar la lucha para el cumplimiento de sus funciones en materia de seguridad y equilibrio macroeconómico, es decir, no se trata de reinventar el Estado, sino de que funcione con el apoyo de los ciudadanos, incluidos los palmicultores. Ese suceso sería la mejor cooperación del Estado al sector palmicultor, al crear un entorno de paz y progreso, que permitiría y haría realizable la construcción de la Visión al 2020 de la palmicultura colombiana.

El ejercicio de reflexión del sector palmicultor deja reflejada una **filosofía del desarrollo económico**, caracterizada por una visión de crecimiento sostenible a largo plazo, orientada a desenvolver sus actividades en una economía globalizada, pero soportada en un desarrollo local y regional equilibrado.

La reflexión revela un espíritu de cooperación entre el Estado y el sector privado, cada uno cumpliendo sus respectivos roles para poder lograr un crecimiento acelerado. Es decir, cada uno necesita del buen desempeño del otro.

