

# Editorial

## Realidad y perspectivas del sector palmero colombiano

La situación del sector palmero colombiano viene cambiando en forma vertiginosa en los últimos años. En consecuencia, se están imponiendo nuevos modelos empresariales y nuevas formas de visualizar el negocio. No podría ser de otra manera, teniendo en cuenta que los cultivos de palma de aceite están en franco crecimiento, mientras que la demanda local por sus productos decrece, lo que ha implicado involucrar más decididamente en la estrategia a los mercados externos, los mismos donde los precios son más bajos y la competencia más dura.

En efecto, nuestro país está registrando un acelerado ritmo de siembras, 12% de crecimiento anual promedio entre 2000 y 2004, que elevará hasta un millón de toneladas de aceite de palma la producción antes de cinco años, y que contrasta con un evidente deterioro de las compras internas, cuyo promedio anual cayó a un ritmo del 1,5%, pasando de 406.000 a sólo 375.000 toneladas en igual lapso.

A semejante situación se suma el hecho de que Colombia sigue presentando un consumo de aceite de palma muy bajo con respecto al de otros países productores con similar o menor grado de desarrollo económico. Sólo 8.8 kilos por habitante en 2003, cuando en Costa Rica se consumieron 16,6, en Ecuador 16, en Honduras 9.8 y en la Unión Europea -que no lo produce- 9.4 kilos.

Ese comportamiento desfavorable va también en contravía de la tendencia mundial de la demanda de aceites y grasas, que creció 3,5% anual en los últimos cinco años, y muy especialmente de la correspondiente al aceite de palma, que lo hizo al 7,8%.

Como resultado de la dinámica de la oferta y la contracción de la demanda doméstica, los palmeros se han visto obligados a incrementar de manera considerable sus exportaciones, que pasaron de 124.000 toneladas en 2000 (23% de la producción), a 248.000 toneladas en 2004, con una tasa anual de crecimiento de 18,8%, cifra que difícilmente puede mostrar otro sector productivo en Colombia.

Como consecuencia, los precios promedio del aceite de palma crudo pagados al productor colombiano se han reducido. Pasaron de un promedio equivalente de CIF Róterdam más 41 dólares en 2000 a CIF Róterdam más 29 dólares en 2004.

Las anteriores consideraciones, más los resultados del reciente estudio realizado para Fedepalma por Duarte Guterman & Cía Ltda., cuya evidencia más gruesa se relaciona con la falta de competitividad del aceite de palma nacional cuando se destina a los mercados de exportación -especialmente en situación de precios medios y bajos-, sustentan la necesidad

de ajustar las estrategias para revertir esa situación, la misma que deberá demostrar el grado de convocatoria, efectividad y fortaleza adquiridos por la organización gremial.

Y es que la brecha de competitividad de costos del aceite de palma colombiano frente a sus competidores -llámense aceite de soya argentino o brasileño, o aceite de palma malasio o indonesio- se ha ampliado en los últimos años, debido a los grandes avances tecnológicos, de logística y de desarrollo empresarial, y a las políticas económicas de esos países.

De hecho, mientras que en 2003 en Colombia producir una tonelada de aceite de palma costaba US\$336, en Malasia costaba US\$249 y en Indonesia US\$176. Y producir una tonelada de aceite de soya en Argentina costaba US\$148 y en Brasil US\$ 172. En otras palabras, aquí no se están reduciendo los costos de producción con la rapidez necesaria para poder competir abiertamente en el mercado internacional.

Así que se debe trabajar sobre los costos de producción, sobre todo si las exportaciones se realizan a países que impliquen una costosa logística y acceso, como los europeos, a los que ha sido necesario incrementar las exportaciones de aceite de palma en los últimos años, por las restricciones que le han impuesto a Colombia los mercados de la CAN.

Todo lo enunciado, por supuesto, ha representado un sacrificio de los márgenes de rentabilidad de la actividad palmera, y resulta imperativo aunar esfuerzos para garantizar su sostenibilidad y desarrollo competitivo, cosa que sólo se logrará cerrando esa brecha.

No son pocas las tareas que deben acometerse para lograr tal objetivo: la reducción de costos de capital, fertilización, transporte, cosecha y gastos administrativos: el incremento de la productividad en el cultivo y en la planta de beneficio; y la implantación eficiente de economías de escala, todas ellas factores determinantes en los costos de producción.

Se deben también profundizar las alianzas con Malasia e Indonesia para buscar en conjunto una mayor competitividad del aceite de palma respecto al de soya, cuyos productores han tenido un avance tecnológico mucho más rápido en los últimos años. La biotecnología, la modernización del transporte y la mecanización son aspectos en los cuales los soyereros han tomado ventaja.

El Estado no puede ser ajeno al esfuerzo privado. Deberá acompañarlo con la construcción de un entorno macroeconómico y sectorial favorable para la competitividad palmicultora. Ello es de la mayor relevancia en un escenario de mayor apertura comercial como el

que ya se ha generado para el sector con los acuerdos de integración comercial que ha suscrito el país. La innovación tecnológica, la reducción del costo de capital, el manejo de una tasa de cambio competitiva, el equilibrio fiscal, la modernización de la infraestructura de transporte y logística, y la capacitación del recurso humano, entre otros, son factores clave para la actividad palmera, cuyo manejo compete en lo fundamental al Estado.

De igual manera, el Gobierno Nacional debe buscar en las negociaciones del TLC con Estados Unidos y con otras naciones, que la cadena de semillas oleaginosas, aceites y grasas, y la palma de aceite en particular, tengan un tratamiento que corresponda a su alta sensibilidad económica y social, representada esta última en ser fuente de ingresos para cerca de 75.000 familias en 60 municipios de 20 departamentos del territorio nacional.

El sector dispone actualmente de instrumentos muy importantes para la estabilización de los precios, la optimización del ingreso del productor y la comercialización del aceite de palma, como son el Sistema Andino de Franjas de Precios (SAFP) y el Fondo de Estabilización de Precios (FEP). Se estima que el FEP contribuyó en 2004 con el 16% de su ingreso total. Estos instrumentos le han permitido al sector tomarse tiempo y generar mayores recursos para mejorar su competitividad. Sin embargo, su permanencia puede verse comprometida con la negociación del TLC con Estados Unidos. Además, su impacto será cada vez más reducido en la medida en que la oferta exportadora del sector siga creciendo.

Habrà que ir más allá de la reducción de los costos del sector para garantizar su competitividad, pues los esfuerzos de lograrla en muchos casos no muestran sus resultados en el corto plazo. Se requiere encontrar y desarrollar nuevos mercados y de mejor precio para el aceite de palma colombiano, que absorban la mayor oferta. Estos deben hallarse prioritariamente en el país, donde las ventajas comparativas por localización de la producción son evidentes.

Los biocombustibles representan una nueva oportunidad para los aceites y grasas vegetales y, de manera muy particular, un estímulo a la demanda Interna de aceite de palma en Colombia. Las condiciones actuales, y las perspectivas del precio internacional del petróleo, favorecen su producción, que ya ha comenzado con éxito en varios países, principalmente de Europa y en Estados Unidos. Sólo para el año 2005 se espera que la demanda mundial de aceites y grasas con destino al biodiésel alcance los 5,7 millones de toneladas. Si tal tendencia se mantiene, en los años venideros sería inclusive difícil incrementar suficientemente la oferta para abastecer ese mercado.

En Colombia, no obstante, de viabilizarse técnica y económicamente el biodiésel a base de aceite de palma, será necesario generar los instrumentos institucionales y comerciales para que se beneficien todas las partes involucradas en el negocio. Con ese objetivo en la mente ha venido trabajando Fedepalma, de manera que se haga claridad sobre las verdaderas posibilidades de ese biocombustible en el país. Habrá

también que tomar en cuenta los riesgos implícitos en esta iniciativa, como que podrían aparecer en el futuro fuentes alternativas o sustitutas más competitivas de los combustibles actuales, lo cual se hace relevante en un cultivo como el de la palma de aceite, que compromete inversiones de muy largo plazo.

Además del biodiésel, que por su tamaño puede ser el mercado potencial más atractivo en el corto y mediano plazos para el aceite de palma nacional, se debe trabajar en otros usos industriales para incentivar el consumo doméstico, como el tradicional mercado de aceites y grasas comestibles, jabonería, alimentos balanceados para animales y oleoquímica básica, que representan un nada despreciable nicho cuya materia prima (grasas y aceites vegetales y animales) hoy día se está importando.

En cuanto a las exportaciones, habrá que dirigir las prioritariamente hacia aquellos países con menor costo de acceso y logística, como los de la CAN. Las recientes regulaciones sobre el uso de ácidos grasos *trans* en el mercado de comidas de varios países, principalmente en Estados Unidos, son también una oportunidad para el aceite de palma colombiano; pero para que ella pueda ser aprovechada es condición *sine qua non* cerrar la brecha de costos con los principales competidores internacionales.

Estas reflexiones buscan llamar la atención de los productores actuales y de los posibles nuevos inversionistas sobre los riesgos y oportunidades que enfrenta la agroindustria de la palma de aceite en Colombia, de tal manera que se pueda ponderar la realidad de esta actividad productiva y sus posibilidades de desarrollo futuro.

La palma de aceite involucra una actividad de muy largo plazo, con ventas en mercados y precios muy cambiantes, por lo que la inversión y rentabilidad de los nuevos proyectos debe analizarse en un horizonte de varios años. Las condiciones de mercado actual no son las de años atrás ni tampoco las que se pueden esperar en los próximos años.

Así las cosas, es muy importante que el inversionista que hoy inicie un nuevo proyecto de palma de aceite conozca con certeza la realidad de sus costos de producción y los mercados y precios a los cuales puede esperar que venderá su producto, para que a partir de ello evalúe en forma adecuada la conveniencia y viabilidad técnica y financiera de su proyecto.

Si bien es cierto que el sector afronta una difícil situación de competitividad, no lo es menos que a lo largo de 40 años de desarrollo de la actividad palmera en Colombia son muchas las fortalezas que ha acopiado y sobre las cuales debe apoyarse para superar los constantes retos que se le presentan: la capacidad empresarial; la institucionalidad gremial; la investigación y el desarrollo tecnológico; la formación del recurso humano, y en general el amplio conocimiento que se tiene de la agroindustria palmera, son valiosos activos con que se cuenta para seguir construyendo un sector empresarial competitivo, rentable y con responsabilidad social para el desarrollo de esta actividad productiva en Colombia.

# Editorial

## Reality and Perspectives of the Colombian Oil Palm Sector

The situation of the Colombian oil palm sector has been changing very rapidly in the last years. Consequently, new business models and new ways of visualizing the business are now the prevailing theme. It couldn't be any other way, considering that oil palm crops are on a growing spree, while the local demand for its products declines. This has required a more decisive involvement in external markets where prices are lower and the competition is tougher.

In fact, oil palm plantings in our country are growing at a fast pace, reaching 12 percent annual average growth rate between 2000 and 2004. This will raise the palm oil production by 1 million tons in five years, in contrast with the evident deterioration of the internal purchases, whose annual average dropped by 1.5 percent, from 406,000 to 375.000 tons in the same period.

This situation adds up to the fact that palm oil consumption in Colombia is still very low compared to other producing countries with similar or lower degree of economic development. Palm oil consumption in Colombia reached only 8.8 kg per capita in 2003, whereas the consumption in Costa Rica was 16.6 kg, 16 kg in Ecuador, 9.8 kg. in Honduras and 9.4 kg. in the European Union, which is not a producer.

This unfavorable scenario is inconsistent with the trend of the demand for oils and fats worldwide, which recorded an annual growth rate of 3.5 percent in the last five years, and particularly palm oil, which grew at an annual rate of 7.8 percent.

As a result of the supply dynamics and the contraction of the domestic demand, oil palm growers are being forced to substantially increase their exports, which moved from 124,000 tons in 2000 (23% of the total production) to 248,000 tons in 2004, with an annual growth rate of 18.8 percent, a figure higher than most any other productive sector in Colombia.

As a result, the average price of crude palm oil paid to the Colombian producer has dropped from an equivalent average price of CIF Rotterdam plus US\$ 41 in 2000 to CIF Rotterdam plus US\$ 29 in 2004.

The previous considerations, plus the results of the recent study made for Fedepalma by Duarte Guterman & Cia Ltda.. whose strongest conclusion relates to the lack of competitiveness of the domestic palm oil in export markets -particularly in a medium

and low price scenario-, support the need for a strategy adjustment to revert this situation. The new strategy must reflect the convoking power, effectiveness and strength acquired by the trade organization.

The cost-competitiveness gap of the Colombian palm oil with its competitors -either Argentinean or Brazilian soybean oil or Malaysian or Indonesian palm oil- has widened in the last years due to the economic policies and the great technological, logistic and business development advances achieved in those countries.

In fact, while in 2003 the cost of producing one ton of palm oil in Colombia was US\$ 336, the cost in Malaysia was US\$ 249 and US\$ 176 in Indonesia; and the cost of producing one ton of soybean oil was US\$ 148 in Argentina and US\$ 172 in Brazil. In other words, production costs in Colombia are not coming down fast enough as to allow for an open competition in the international market.

So, we must work on production costs, particularly for exports to countries where difficult access and expensive logistics are involved. This is the case of the European markets where we have been forced to increase our oil palm exports in the last years, because of the trade restrictions imposed to Colombia by the Andean Community of Nations, CAN.

All of this, of course, required the sacrifice of profitability margins of the palm oil industry. It is imperative to join efforts to ensure its sustainability and competitive development, which can be achieved only by closing that gap.

Many tasks must be undertaken to achieve such objective: reduction of capital costs, fertilization, transportation, harvest and administrative expenses; improve crop and oil mill productivity; and efficient implementation of economies of scale. All of them key factors in production costs.

We must also strengthen our alliances with Malaysia and Indonesia to seek jointly better palm oil competitiveness against the soybean oil, whose producers have achieved faster technological advances in the last years. Biotechnology, transport modernization and mechanization are aspects in which soybean growers have taken the lead.

The State cannot ignore the private effort. The State must support it by building a macroeconomic envi-

ronment favorable to the palm industry's competitiveness. This is of the utmost relevance in the trade openness scenario created by the trade integration agreements signed by the country. Technological innovation, reduction of capital costs, competitive foreign exchange rate, fiscal balance, logistics and transport infrastructure modernization, and training of the human resource, among others, are key factors for the palm oil industry, and they are very much within the state's realm.

Similarly, in the FTA negotiations with the United States and other countries, the National Government must seek that the oilseed, oils and fats chain, particularly the oil palm, be treated in accordance with its high economic and social sensitivity as it is the source of income for nearly 75,000 families in 60 municipalities of 20 Departments of the national territory.

The sector currently has important Instruments for price stabilization, optimization of the producer's income, and palm oil trade, such as the Andean Price Band System and the Price Stabilization Fund. It is estimated that in 2004, the Price Stabilization Fund accounted for 16 percent of its total income. These instruments allowed the sector to take some time and generate resources to improve its competitiveness. However, its permanence can be compromised by the FTA negotiations with the United States. Additionally, their impact will become less and less significant as the sector's export supply keeps on growing.

We will have to go beyond costs reductions to ensure the sector's competitiveness, as, in many cases, the results from the efforts to achieve it will not show up in the short term. We need to find and develop new markets, with better prices for the Colombian palm oil, to absorb the excess supply. These markets should preferably be located in countries where comparative advantages are apparent.

Biofuels represent a new opportunity for vegetable oils and fats and particularly, an incentive for the internal demand for palm oil in Colombia. Current and future prospects for oil prices favor biofuel production, which has already started successfully in several countries, especially in Europe and in the United States. The world demand for oils and fats for biodiesel production is expected to reach 5.7 million tons, in 2005 alone. In future years, if this trend persists, it would even be difficult to increase the supply sufficiently enough to meet the demand.

In Colombia, however, if the palm oil-based biodiesel is found to be economically and technically feasible, it would be necessary to create commercial and institutional instruments so that all parties involved in the business are benefited. Fedepalma has been working with that objective in mind, to bring clarity on the real potential of that biofuel in the country.

We will also have to consider the risks involved in this initiative such as the future introduction of more competitive alternative fuel sources. This is a relevant issue, as the oil palm cultivation requires very long term investments.

Besides biodiesel, which for its size could be the most attractive potential market for the domestic palm oil in the mid and short term, we have to work on other industrial uses to encourage domestic consumption, such as the traditional market of edible oils and fats, soap, animal feed and basic oleochemistry. These uses represent a fairly large market niche whose raw materials (animal and vegetable oils and fats) are mostly imported.

Exports should be made mainly to countries with the lowest access and logistic costs such as the CAN countries. Recent regulations about the use of trans-acids in the food market, particularly in the United States, are also an opportunity for the Colombian palm oil; but to take full advantage of this opportunity, closing the cost gap with the main international competitors is an essential condition.

These thoughts seek to call current producers' attention and the attention of possible new investors about the risks and opportunities faced by the oil palm agro-industry in Colombia, so that they can weight the reality of this productive activity and its potential Tinure development.

The oil palm business is a very long term activity whose sales are made in rapidly changing markets and prices. So, the analysis of investments and profitability for new projects must be done within the context of several years. Current market conditions are different from those in previous years and different from those expected in future years.

Given the circumstances, it is very important that any investor starting a new oil palm project knows the real production costs, the markets and the sale price he can expect to get, so that the investor can make a proper evaluation of the convenience and technical and economic feasibility of the project.

Although it is true that the sector is facing a difficult competitive situation, it is also true that, along the 40 years of oil palm development, Colombia has gained many strengths upon which to build the foundation to overcome the constant challenges our industry faces.

Our business capacity: trade organization, research and technological development: trained human resources. and in general, the extensive knowledge we have about the oil palm agro-industry, are valuable assets that will help us continue building a competitive and profitable business sector with social responsibility for the development of this productive activity in Colombia.