

# El aceite de palma: la alternativa de los aceites y grasas en América

## Oil Palm: the Alternative to Fats and Oils in the American Continent

**Jens Mesa D.<sup>1</sup>**

### Introducción

En nombre de la Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite, Fedepalma, tengo de nuevo el honroso privilegio de compartir con ustedes en el acto de instalación de la XIV Conferencia Internacional sobre Palma de Aceite, el cual es sin duda el evento académico más importante de la Agroindustria de la Palma de Aceite en este hemisferio y una de las pocas alternativas a los eventos de Malasia, primer productor mundial de aceite de palma.

El creciente y significativo número de participantes, conferencistas, expositores y otros asistentes que nos acompañan en esta ocasión y que superan las mil personas, refleja la relevancia de este evento, así como el gran interés que viene generando la actividad palmera para empresarios colombianos y extranjeros, y para otras personas y entidades que ven en esta agroindustria una fuente de progreso y de bienestar para muchos de nuestros países, especialmente de la América tropical.

En la Conferencia anterior, en el año 2000, mencionamos que los palmicultores debíamos trabajar juntos para posicionar y abrir para el aceite de palma los mercados de América, que es fundamentalmente el hemisferio de la soya, y que esta tarea era una prioridad, especialmente para los palmicultores latinoamericanos. No podemos perder de vista que si se logra un mejor balance entre el uso de aceite de soya y de aceite de palma en todos los mercados de América, el futuro para el aceite de palma y para nuestros países sería enorme.

Valga mencionar, por ejemplo, que si el consumo de aceite de palma en Estados Unidos fuese similar al de la Unión Europea, de 8,5 kilogramos *per cápita*, se generaría en solo ese mercado

1 . Palabras del Presidente Ejecutivo de Fedepalma en el acto de instalación de la XIV Conferencia Internacional sobre Palma de Aceite; Cartagena de Indias, 23 de septiembre de 2003. El autor agradece a Jairo Cendales Vargas, Jaime González Triana y Marisol Cuéllar Mejía, su colaboración en la elaboración de este texto.

una demanda anual adicional por nuestro producto de cerca de 2,3 millones de toneladas. En el continente americano, el aceite de palma participa tan sólo con 6% del consumo total de aceites y grasas, mientras en el resto del mundo su participación es de 24,9%, para un promedio mundial de 20,6%. Hay países como Colombia, Ecuador y Costa Rica, que presentan consumos de aceite de palma superiores al 50% como proporción del consumo total de aceites y grasas. Por lo cual, con solo incrementar el consumo de aceite de palma en los demás países de América que no producen esta oleaginosa, a la mitad de su participación en el consumo mundial, la demanda adicional de aceite de palma en América sería de 1,8 millones de toneladas anuales.

Es por ese objetivo fundamental que debemos tener todos los palmicultores latinoamericanos de incrementar el consumo del aceite de palma en nuestro hemisferio, que escogimos como tema central y título para la Conferencia de este año: "El aceite de palma: la alternativa de los aceites y grasas en América".

En octubre de 2002 Fedepalma celebró cuarenta años de existencia al frente de la actividad palmera colombiana, lo que se constituyó en un acontecimiento de gran trascendencia para el sector y en especial para los afiliados a la Federación. La labor adelantada por Fedepalma durante cuatro décadas y los logros alcanzados en el desarrollo de la Agroindustria de la Palma de Aceite en Colombia, confirman que la orientación y las directrices dadas a la Federación por parte de los palmicultores han sido acertadas y han conducido a que esta entidad se constituya en uno de los activos estratégicos más valiosos del sector. Esta Conferencia es el último evento con el cual queremos concluir esa memorable efeméride.

Antes de destacar algunos aspectos de importancia sobre la situación actual y las perspectivas de la Agroindustria de la Palma de Aceite en el ámbito mundial y local, quiero expresar a nombre del gremio palmicultor, un sincero agradecimiento al Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural, Carlos Gustavo Cano Sanz, y al Ministro de Comercio, Industria y Turismo, Jorge Humberto Botero Angulo, por acompañarnos en el día de hoy en la instalación oficial de nuestra Conferencia Internacional. Su presencia nos

compromete aún más con el desarrollo de nuestra actividad, pues la entendemos como una muestra de interés y de compromiso de la administración del Presidente Álvaro Uribe Vélez con el bienestar y el futuro de este sector.

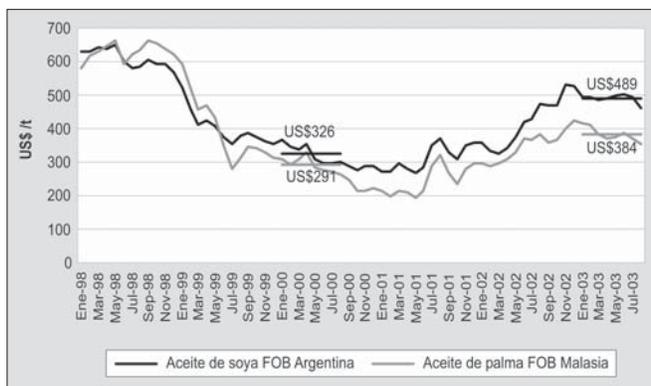
De igual manera, quiero agradecer a los demás participantes y asistentes, y particularmente a todas aquellas personas que nos visitan del exterior, de veinte países diferentes, por la confianza que han depositado en nuestra organización y por acompañarnos y apoyarnos en este evento. Para Colombia y para nosotros su presencia y amistad son importantes.

Espero que la asistencia de todos ustedes a esta Conferencia sea muy provechosa, para lo cual los invito a participar activamente en la programación académica y social que se tiene prevista para los próximos cinco días. Les deseo, igualmente, una agradable estadía en Cartagena de Indias, sin duda, una de las más bellas y amables ciudades del Caribe, lo que nos condujo a escogerla desde hace algún tiempo como sede para la organización de este evento.

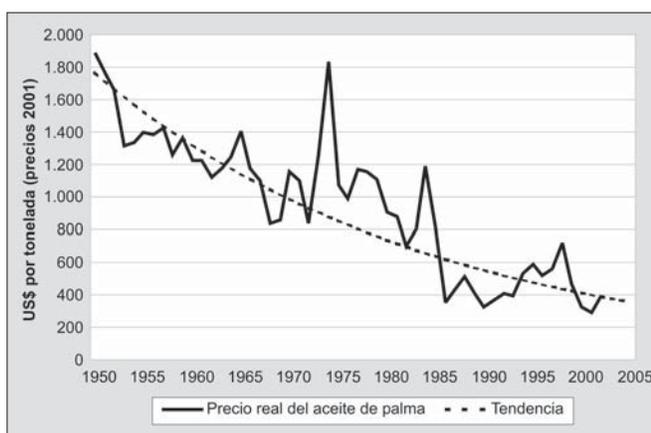
## Desarrollo del sector palmicultor

Con relación a la Conferencia anterior, que se realizó en septiembre de 2000, la novedad más relevante en nuestra actividad palmera tiene que ver con la recuperación de los precios internacionales de los aceites y grasas, y del aceite de palma en cerca de 32%. Algunos seguramente recuerdan que, en promedio, el precio del aceite de palma crudo, en el período enero a agosto de 2000, había sido de US\$291 por tonelada FOB Malasia, después de haber alcanzado US\$665 en mayo de 1998. Pero eso no fue lo más grave, porque los precios continuaron descendiendo hasta llegar a US\$193 por tonelada en mayo de 2001, el nivel más bajo del que se tenga referencia para el aceite de palma en los últimos veinte años. A partir de 2002, similar a lo que sucedió con los demás aceites vegetales, su precio experimentó una recuperación significativa, hasta alcanzar un promedio del nivel, en lo corrido del presente año, de US\$384 por tonelada FOB Malasia (Figura 1).

Este comportamiento de los precios no debe sorprendernos, puesto que los palmicultores ya hemos visto que los precios internacionales de



**Figura 1** Evolución de los precios internacionales de los aceites de palma y de soya



Fuente: LMC International.

**Figura 2** Tendencia del precio real del aceite de palma crudo EU (ajustado por inflación)

los aceites y grasas, al igual que los de otros productos básicos, son inestables y muy volátiles. En este comportamiento influyen factores de oferta y demanda de los distintos aceites y grasas, por ser altamente sustituibles entre sí, los cuales están determinados por los ciclos y la estacionalidad de su producción, y las políticas comerciales y económicas que adoptan los países oferentes y demandantes de estos productos. Por consiguiente, es importante contar con algún tipo de mecanismo de estabilización de precios, que si bien no elimine por lo menos modere esas variaciones, aunque sus posibilidades normalmente se circunscriben a las ventas en el mercado local. De igual manera, es imprescindible que los productores desarrollemos gran

capacidad empresarial frente a estas variaciones de precios, para poder darle un adecuado manejo financiero al negocio palmero.

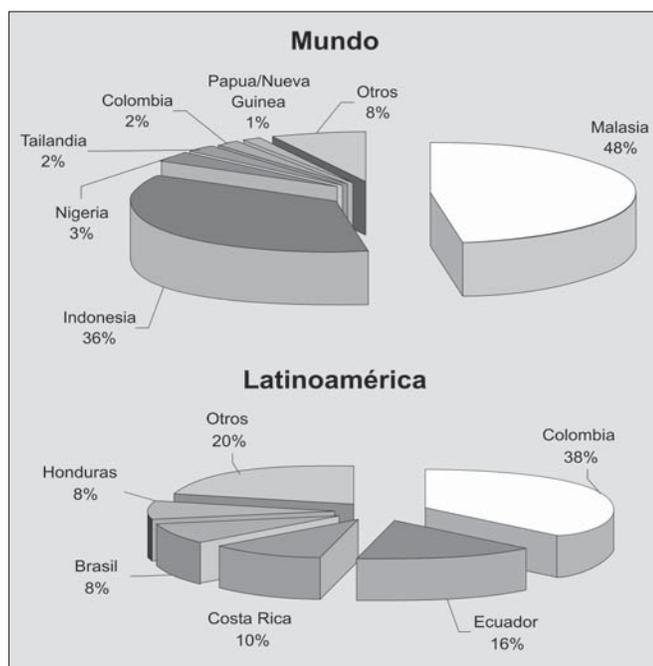
Además de esa inestabilidad y volatilidad de los precios, los palmicultores debemos tener muy presente que también existe una tendencia de largo plazo de reducción del precio real de los aceites y grasas, de 2,8% en promedio anual para el aceite de palma, lo cual es consecuencia de los avances tecnológicos para su producción y la de sus sustitutos. Prácticamente esto es una característica de todos los productos básicos e incluso de los industriales en función de su ciclo de vida (Figura 2).

En Colombia, al igual que en otros países productores latinoamericanos, el precio doméstico para el aceite de palma ha tenido un comportamiento más favorable, más alto y menos inestable que el precio internacional, gracias a que aún no somos altamente exportadores y a la vigencia de algunos instrumentos de política económica y comercial. En nuestro caso, los aranceles a la importación, el Sistema Andino de Franjas de Precios y el Fondo de Estabilización de Precios, le ha permitido a los palmicultores enfrentar y protegerse, en alguna medida, de esa realidad internacional. Valga mencionar, por ejemplo, que entre enero y agosto del presente año el precio local fue, en promedio, de US\$559 por tonelada, 31% superior al FOB Malasia y, en general, también ha sido mucho más estable.

La Agroindustria de la Palma de Aceite en el mundo, en Latinoamérica y en Colombia sigue mostrando un gran dinamismo.

El consumo mundial de aceites y grasas, en 2002, fue de 121 millones de toneladas, el cual ha mostrado un crecimiento anual promedio de 3,8% en los últimos cinco años. China, la Unión Europea, Estados Unidos e India, son los grandes consumidores de aceites y grasas, y conjuntamente representan 54% del consumo mundial. Por su parte, el consumo mundial de aceite de palma ha tenido un dinamismo mayor frente a los otros aceites y grasas, y creció a una tasa del 7,3% anual en el último lustro, con lo cual ya una de cada cinco toneladas de aceites y grasas consumidas en el mundo es de aceite de palma. En América, donde el consumo de aceite de palma es todavía muy bajo, su crecimiento fue de 4%.

La palma de aceite es, desde hace varios años, la segunda fuente de aceites y grasas después de la soya. La producción mundial de aceite de palma, en 2002, fue de 25,1 millones de toneladas. Mientras los demás aceites y grasas aumentaron su producción en 15% en los últimos cinco años, el aceite de palma lo hizo en 42%. Malasia e Indonesia, que participan respectivamente con 48% y 36% de la oferta de este producto, de lejos son también los países que siguen liderando esta expansión. Los países de América, por su parte, participan tan sólo con 5,6% de la producción mundial de aceite de palma y su producción creció más lentamente que la de los países líderes en este sector (Figura 3).



**Figura 3** Principales países productores de aceite de palma en el mundo y Latinoamérica

El hemisferio americano produjo 1,4 millones de toneladas de aceite de palma en 2002, el cual fue aportado principalmente por los siguientes países: Colombia (37,7%), Ecuador (15,5%), Costa Rica (10,0%), Brasil (8,4%) y Honduras (7,9%). Estos cinco países participaron con cerca del 80% de la producción y otros países, con producciones menores, con 20% restante.

Colombia continúa como el líder latinoamericano en la producción de aceite de palma, pero fue

desplazado hace algunos años del cuarto al quinto lugar en el ámbito mundial por Tailandia, país asiático que ha tenido un importante desarrollo en este sector. En 2003, Colombia producirá 550.000 toneladas de aceite de palma y 50.000 de aceite de palmiste.

De la producción mundial de aceites y grasas, cerca de una tercera parte se negocia internacionalmente. El aceite de palma tiene una situación singular, pues 78% de su producción se exporta, lo cual lo ha posicionado desde hace muchos años como el gran protagonista en el comercio internacional, y representa 47% de todas las exportaciones mundiales de aceites y grasas. El aceite de soya, aunque es el primero en producción mundial, en el comercio internacional participa sólo con 22% de las exportaciones totales de aceites y grasas, pues de él se exporta menos de una tercera parte de su producción. Malasia, Indonesia, Argentina, Estados Unidos, la Unión Europea y Brasil, son los grandes exportadores de aceites y grasas, con más de tres cuartas partes del comercio mundial de estos productos.

En contraste con esta realidad internacional, los países latinoamericanos productores de aceite de palma sólo exportamos 24% de la producción, por cuanto su mayor parte se destina a atender el mercado local. Colombia presenta una situación en exportaciones de aceite de palma, similar al promedio de la región.

En Colombia, el sector palmero continúa posicionándose como una de las alternativas de desarrollo más promisorias del agro colombiano. En los últimos tres años se ha observado en el país un auge en las siembras de palma de aceite, las cuales pasaron de crecer a una tasa anual de 3,7% en la década de 1990, a una del 9,0% entre 2000 y 2002. Este mayor dinamismo fue producto de la confianza en el sector y en sus instituciones, y de algunos instrumentos de política que el gobierno estableció para éste y otros cultivos, tales como el incentivo a la capitalización rural (ICR), el Fondo de Inversión para la Paz (FIP), y líneas de crédito más adecuadas en costos y plazos.

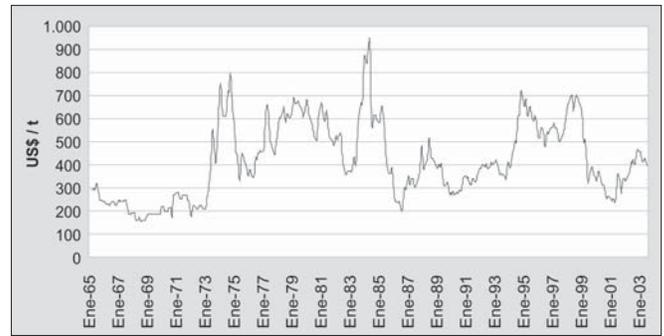
Con la aceleración de las siembras de palma de aceite, Colombia tendrá al final de 2003 cerca de 200.000 hectáreas plantadas, con un potencial de producción de 800.000 toneladas

de aceite de palma y 85.000 de aceite de palmiste, las cuales se consolidarán en los próximos años. El área sembrada actualmente representa tan sólo 5,7% del área potencial identificada en el país para este cultivo, que podría desarrollarse sin restricciones ambientales, de darse las condiciones de competitividad necesarias.

Como muchos conocen, el sector palmicultor colombiano adelantó hace tres años un ejercicio de Visión 2020, identificando algunos escenarios de crecimiento de la agroindustria frente a diferentes condiciones del entorno económico, político y social del país y de políticas públicas. La realidad del sector, tres años después, en cuanto a siembras y consumo doméstico de aceite de palma, supera 90% de los propósitos indicados para estos años en la Visión, cuya meta es crecer la producción de aceite de palma a mediano y largo plazos, en promedio, al 8% anual.

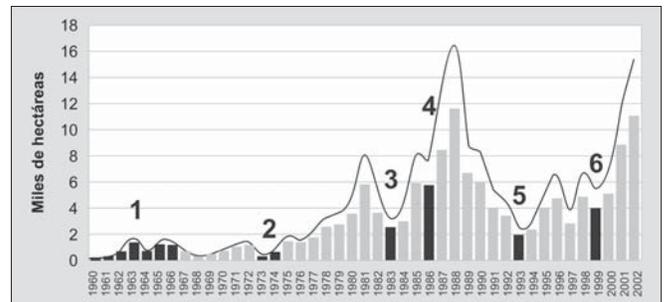
El gobierno colombiano ha venido estimulado el crecimiento del cultivo de la palma de aceite, fundamentalmente a través de pequeños productores organizados en esquemas de Alianzas con medianos y grandes empresarios. Esta estrategia de crecimiento, si bien ha tenido éxito, deja algunas inquietudes en cuanto a su sostenibilidad e impacto en la competitividad sectorial.

Por ejemplo, frente a la alta volatilidad histórica de los precios, en que el precio internacional del aceite de palma crudo en el mercado de Europa viene oscilando en un rango entre US\$200 y US\$700 por tonelada (Fig. 4), el precio de la fruta de palma en Colombia eventualmente podría llegar a moverse también en un rango entre US\$25 y US\$100 por tonelada, con lo cual, en algunas épocas los precios podrían ser inferiores al costo del producto. Los empresarios normalmente planifican su negocio para ganar en los periodos de mejores precios, y también ganar o al menos subsistir cuando no lo sean. Pero los pequeños productores, que son parte fundamental de la estructura productiva de nuestros países ¿podrán subsistir ganando y comiendo en unas épocas y en otras no? Por eso, el crecimiento con pequeños productores requiere de un compromiso mayor por parte del Estado y de los empresarios que los acompañan, de tal forma que se garantice siempre la viabilidad económica de estos proyectos.



**Figura 4** Comportamiento de los precios internacionales del aceite de palma crudo CIF Rotterdam, 1965-2003

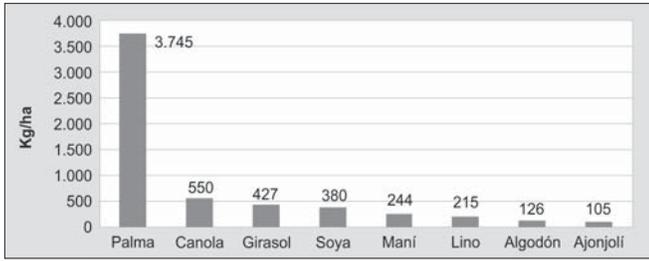
Hace poco se aprobó en Colombia un incentivo tributario, cuya reglamentación aún está pendiente por definir, para estimular el desarrollo empresarial del cultivo de la palma de aceite y de otros cultivos de tardío rendimiento. En el pasado el sector palmero ha respondido muy bien a estos estímulos, por lo que ahora esperamos que el nuevo incentivo sirva para desarrollar unidades productivas de mayor escala y mejorar la competitividad del sector (Figura 5).



**Figura 5** Evolución de las siembras anuales de palma de aceite e incentivos tributarios

### Competitividad de la palma de aceite

Una de las fortalezas más destacadas de la Agroindustria de la Palma de Aceite es su alta productividad en términos de aceite por área cultivada. En 2002, la productividad media mundial de este sector, fue de 3.745 kilogramos de aceite por hectárea (incluyendo aceite de palma y de palmiste), siete veces superior a la de colza, nueve a la de girasol y diez a la de soya (Figura 6). Por eso, a la palma de aceite se le ve como la principal fuente para abastecer las



**Figura 6** Rendimiento promedio de los principales aceites vegetales en el mundo, 2002

necesidades futuras mundiales de aceites y grasas, debido a que con este cultivo se requieren menos tierras agrícolas para atender las nuevas demandas de esos productos, pues tales requerimientos son inversamente proporcionales a la productividad de los otros cultivos alternativos.

Pero desafortunadamente, en los últimos años, la Agroindustria de la Palma de Aceite ha venido reduciendo su ventaja productiva frente a otras fuentes de aceites y grasas, por cuanto su productividad no ha avanzado al ritmo que lo vienen haciendo otros, como por ejemplo la soya.

En la última década, Brasil y Argentina mejoraron su productividad en soya, medida en términos de aceite por hectárea cultivada, 22 y 16,3% respectivamente, mientras Estados Unidos tan sólo 5,1%. En el caso de aceite de palma, Malasia incrementó su productividad 13,6%, mientras Indonesia la redujo 7,5%, posiblemente como consecuencia del rápido incremento de nuevas áreas; Colombia, en forma muy positiva, incrementó su productividad 35,8%.

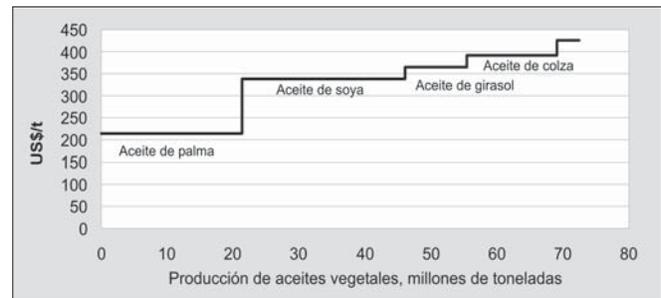
En algunos casos, este esfuerzo en productividad ha tenido un impacto favorable sobre los costos de producción. Por ejemplo, en aceite de soya, Brasil y Argentina muestran, en promedio, reducciones anuales de costos de 6,9% y 3,6%, respectivamente; mientras que, en aceite de palma, Indonesia lo está haciendo al 3,7%, Colombia al 1,4%, y Malasia al 1,3%. El avance en la reducción de los costos de producción es muy positivo en algunos de los principales países productores de soya, mientras que en el caso de la palma solo Indonesia está mejorando sus costos a una tasa que supera la de la caída de los precios internacionales del aceite de palma.

Pero esto pudiera no ser sostenible a largo plazo, pues la mejoría de los costos en Indonesia no se fundamenta en eficiencias y avances tecnológicos sino, principalmente, en mano de obra barata.

El aceite de palma tiene, en promedio, el costo de producción más bajo de todos los aceites y grasas que se producen y comercializan en el ámbito mundial. Estimativos realizados por *LMC International*, firma inglesa especializada en el análisis económico de los aceites y grasas, y cuyo director nos acompaña en esta Conferencia Internacional, indican que el aceite de palma cuesta producirlo, en promedio, 59% menos que el aceite de soya, 70% menos que el aceite de girasol y 84% menos que el aceite de colza (Figura 7).

Pero este panorama, si bien puede ser cierto en el agregado, oculta muchas realidades productivas de diversos países, que deben tenerse en cuenta para entender mejor la complejidad que rodea la competitividad de los diferentes aceites y grasas, especialmente en función de los lugares donde se producen. Hay diferencias muy marcadas entre países en los costos de producción de un mismo producto, con lo cual la competitividad de un aceite no sólo está dada por el producto en sí mismo, sino también por su procedencia.

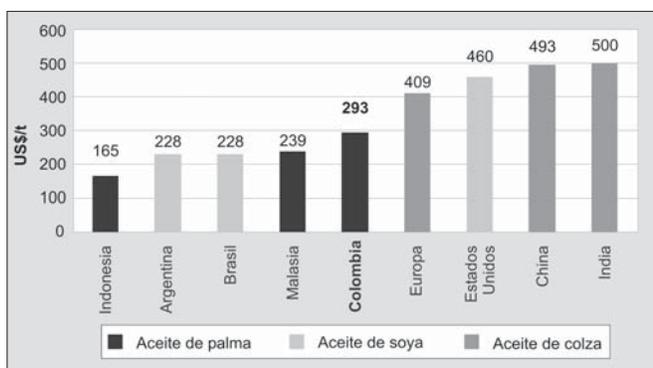
Los países latinoamericanos aparentemente somos más costosos en la producción de aceite de palma que los principales productores mundiales, Malasia e Indonesia, entre otras cosas, por las economías de escala que han logrado esos países. Algunos indicadores señalan que la producción de aceite de palma en Colombia es más costosa que la producción de aceite de palma en Malasia (22%), e Indonesia (77%); e



**Figura 7** Costos de producción promedio de los principales aceites vegetales en el mundo, 1999-2000

incluso que la producción de aceite de soya en Argentina y Brasil (28%), dos de los líderes mundiales en esta oleaginosa (Figura 8).

Por el contrario, Estados Unidos y la Unión Europea, dos de los grandes formadores de los precios internacionales de los aceites y grasas, por el tamaño de su sector productivo y de su mercado, tienen altos costos de producción para su oferta de aceites y grasas. En el comparativo con Colombia, los costos de producción del aceite de soya de Estados Unidos y del aceite de colza de la Unión Europea son 57 y 40% más altos, respectivamente, que los del aceite de palma colombiano. Algo similar ocurre con China e India, dos de los grandes compradores mundiales de aceites y grasas, cuyos costos de producción para el aceite de colza superan en 68 y 70%, respectivamente, el costo del aceite de palma de Colombia.



**Figura 8** Costos de producción promedio de los principales países productores de aceite de palma, aceite de soya y aceite de colza 1999/2000

Pero ¿cómo pueden entonces subsistir producciones con costos de producción tan dispares? y, además, ¿cómo puede ser posible que países con producciones de alto costo continúen posicionados como potencias mundiales en la producción de oleaginosas? La respuesta está en las políticas públicas.

Estados Unidos y la Unión Europea, por ejemplo, apoyan su producción de oleaginosas con cuantiosos subsidios y ayudas internas (Tabla 1). Algunos estudios indican que los apoyos en dichos países representan más del 25% del ingreso de los agricultores de esos productos. Argentina y Brasil, si bien no cuentan con las

**Tabla 1** Indicadores de ayudas al productor de bienes agropecuarios según la OECD. 2001

Producto	% ESP*	CPN
Leche	50,8	2,0
Azúcar	48,4	1,9
Arroz	46,8	1,9
Trigo	40,0	1,7
Maíz	26,4	1,4
Semillas Oleaginosas	25,5	1,3

\*ESP: Equivalente subsidio al productor.

tesorerías de los países desarrollados para otorgar cuantiosos subsidios y ayudas internas, han manejado una política cambiaria que le ha dado una alta competitividad a sus sectores productivos y a sus exportaciones, a través de grandes devaluaciones. En el caso de China e India, importadores netos de oleaginosas, la sostenibilidad de sus producciones locales está dada a través de fuertes controles y restricciones a la importación de aceites y grasas, y de aranceles altos, que en muchas ocasiones superan 60%.

Por tanto, es claro que la competitividad mundial de los aceites y grasas no sólo está determinada por los costos de producción de los productos o de los países de donde proceden, sino también por un cúmulo de políticas públicas que los gobiernos de muchos de los principales países productores y consumidores adoptan para apoyar y proteger a sus sectores productivos. Los palmicultores y los gobiernos de los países latinoamericanos productores de aceite de palma debemos tener mucha claridad sobre este asunto, especialmente frente a las acciones que comprometen el desarrollo del sector y su viabilidad económica futura.

Las causas de la brecha de competitividad de costos que enfrenta la Agroindustria de la Palma de Aceite en Colombia, frente a los líderes mundiales, se pueden agrupar en dos categorías: factores *de la cerca para adentro* y factores *de la cerca para afuera*. Los primeros, fundamentalmente de responsabilidad de los empresarios, y los segundos, atañen al gobierno.

Entre los principales factores a cargo de los empresarios, que deben ser atendidos de manera individual o colectiva, según sea la naturaleza y

el alcance de los temas, dependiendo de si su impacto es individual o cubre a otros productores, se encuentran: el manejo de los problemas sanitarios del cultivo, asociados a la gran variabilidad de ecosistemas que se tienen en el país y en las zonas palmeras; los altos costos asociados con las prácticas de fertilización; la operación de riego, en plantaciones ubicadas en zonas con altos déficit hídricos; el poco aprovechamiento de economías de escala por parte de muchos productores; la baja utilización de la capacidad instalada de procesamiento de muchas plantas de beneficio; y las ineficiencias y altos costos de la logística.

Los factores de la cerca para afuera, que el gobierno debe atender, están fundamentalmente asociados a los temas de seguridad, infraestructura, tierras, financiamiento y políticas macroeconómicas. Sobre esto, valga señalar que de acuerdo con el indicador de competitividad para varias economías desarrolladas y en desarrollo, del Foro Económico Mundial, Colombia viene perdiendo terreno en este campo y en 2002 se ubicó en el puesto 56 entre 80 países. Algunos países líderes en la producción de aceites y grasas, cubiertos por este indicador, presentan calificaciones mucho más destacadas. Tal es el caso de Estados Unidos, primero en dicho escalafón, Malasia, en el puesto 27, y Brasil, en el 46. Por ello, es importante tener presente que las mejoras en competitividad en nuestro sector, no sólo están dadas por los esfuerzos empresariales y gremiales, sino también por los esfuerzos que finalmente realice todo el país.

Por otra parte, la Agroindustria de la Palma de Aceite enfrenta un gran reto competitivo en el orden mundial con el desarrollo de los cultivos transgénicos (GMO, por sus iniciales en inglés) de otras oleaginosas, principalmente de ciclo corto, como soya, colza y girasol. Las características de estos cultivos han permitido un rápido avance científico en el desarrollo de esas tecnologías y una adopción comercial espectacular de los nuevos materiales, principalmente en países como Argentina, Brasil y Paraguay. Los beneficios de esta nueva tecnología son amplios y se refieren, principalmente, a incrementos de productividad, modificaciones en la calidad de los aceites, reducción de prácticas de cultivo e

insumos, y menores costos de producción. Todo esto, de forma mucho más rápida a lo que normalmente ocurre en palma de aceite.

En esos cultivos de semillas oleaginosas no sólo se ha generado una revolución del paradigma científico y tecnológico sino también de las propias instituciones que realizan tales desarrollos. En efecto, la investigación y la transferencia de tecnología, que eran bienes con un alto contenido público y que en tal virtud su "producción" era liderada por el Estado y las universidades, han pasado a ser servicios que se negocian en el mercado, dando paso a que la inversión la lideren las empresas transnacionales.

Pero en la Agroindustria de la Palma de Aceite no se observa un cambio significativo de paradigma y de institucionalidad en su modelo de ciencia y generación de tecnología en el mundo. La investigación y la transferencia siguen teniendo un fuerte componente público -cuando existe- o colectivo, y tal parece que las grandes empresas multinacionales no están liderando el cambio, como sí sucede en el caso de la soya y de otras semillas oleaginosas. La investigación en transgénicos para el cultivo de la palma de aceite está rezagada. El cultivo de tejidos, que ha sido uno de los avances recientes, no parece tampoco un cambio de paradigma científico en el sector de la palma de aceite sino una articulación del paradigma existente.

En Colombia se viene trabajando en el desarrollo de un híbrido interespecífico entre *E. Guinensis* x *E. Oleifera*, con el cual se han obtenido resultados preliminares sumamente interesantes, inclusive en el ámbito semicomercial, especialmente relacionados con su adaptabilidad y comportamiento fisiológico, su resistencia a muchas enfermedades y plagas, y la composición del aceite. Este material se perfila con un gran potencial para muchas zonas del país y de América, en las que el cultivo de la palma de aceite presenta muchos problemas de plagas y enfermedades, algunas de ellas letales, que impactan los costos de producción de forma significativa y que en algunos casos ponen en entredicho la viabilidad económica del cultivo.

De otra parte, este nuevo material tiene una gran importancia como germoplasma, para probar

resistencia para plagas y enfermedades e identificar otro tipo de características, tanto de la planta como de su aceite. Cenipalma ha comenzado a desarrollar un programa de variedades y de mejoramiento genético, en el que este material puede tener una importante contribución y abrir una nueva frontera al desarrollo de la palma de aceite en América y el mundo.

Si la Agroindustria de la Palma de Aceite busca salir de la encrucijada tecnológica en que se encuentra actualmente, especialmente por los rápidos avances técnicos en los otros cultivos oleaginosos, no tiene alternativa diferente a incrementar, de manera significativa, su inversión en ciencia y tecnología y en sus actividades de innovación, investigación, transferencia y capacitación. La importancia mundial del cultivo no se compadece con el poco esfuerzo que, en general, se observa en esta materia, con excepción quizás de Malasia, y en alguna medida de Colombia, así como de una que otra compañía privada para la que la inversión en ciencia y tecnología es definitivamente una prioridad.

En Colombia, los palmicultores han desarrollado un mecanismo institucional, a través del cual aportan algunos recursos para diferentes propósitos de interés de la agroindustria. En la última década, el aporte promedio destinado a ciencia y tecnología ha sido alrededor de 0,6% del valor de la producción del sector. Aunque este esfuerzo es importante, aún es insuficiente. Los palmicultores debemos tomar conciencia de que la inversión en ciencia y tecnología es una prioridad y que el esfuerzo no debería ser inferior al 1% de las ventas, pues otros sectores productivos, líderes en el orden mundial, fundamentan su éxito en inversiones para este propósito que superan 2% de sus ventas.

### Impacto de la liberación comercial sobre el sector palmicultor

Se avecina para Colombia y para los demás países latinoamericanos una nueva y más profunda etapa de apertura comercial de sus economías, luego del proceso que en varios de estos países comenzó a darse desde finales de los años ochenta.

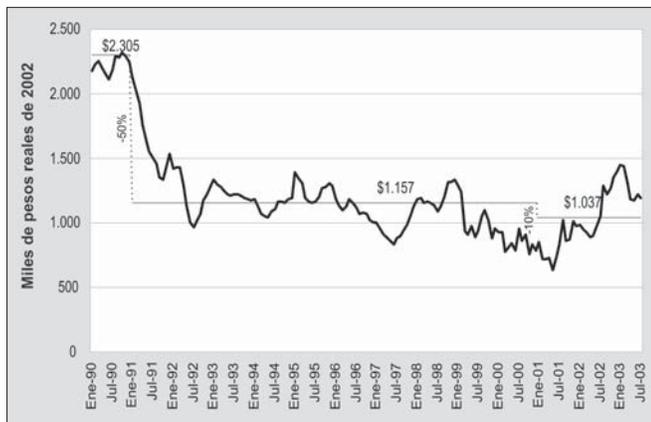
En Colombia han pasado más de trece años desde cuando se inició ese proceso, y los efectos sobre algunos sectores de la producción nacional han sido muy desfavorables, en especial para el sector agropecuario, en el que una buena parte de los productores nacionales no tenían capacidad de competir con importaciones de productos básicos a menores precios. Este hecho propició la disminución de las áreas sembradas, principalmente de cultivos de ciclo corto, entre ellos soya y algodón, lo que generó un incremento de la pobreza y la desigualdad en el sector rural.

La apertura comercial, en Colombia y en otros países latinoamericanos, ha tenido como principal estrategia la reducción de la protección arancelaria al aparato productivo. En el caso de los aceites y grasas, la protección arancelaria en Colombia se redujo de niveles cercanos al 60%, en la década de 1980, a 20% a comienzos de los noventa, y posteriormente a 16%, que es el arancel efectivo desde finales de la década anterior.

Esta desgravación ha tenido un impacto adverso sobre los precios, los ingresos y la rentabilidad de los palmicultores. El precio promedio de venta del aceite de palma colombiano, durante la década de 1990, fue la mitad del que se tuvo en los años ochenta. En los primeros tres años de la presente década, dicho precio ha registrado una caída adicional de 10% (Figura 9).

En los años noventa, en el continente americano se tuvo una gran proliferación de Tratados de Libre Comercio (TLC), dentro de una concepción de regionalismo abierto, y en los que se destacan el Nafta, Mercosur, el G-3, Caricom, y la profundización de la CAN. En 1994, Estados Unidos propuso, adicionalmente, una iniciativa mucho más agresiva en materia de integración comercial, que condujo al lanzamiento de las negociaciones del Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA), tendientes a establecer una Zona de Libre Comercio entre 34 países del continente. Este proceso de negociaciones se encuentra en curso, con algunos tropiezos y dificultades, pero se prevé que entre en operación en enero de 2005.

Al respecto, es necesario recordar que cuando hablamos de semillas oleaginosas, aceites y grasas en el continente americano, hacemos



**Figura 9** Evolución del precio real promedio de venta del aceite de palma crudo, 1990-2003

referencia principalmente al frijol soya y aceite de soya, y que la palma de aceite es todavía algo marginal. En tal sentido, las condiciones en que se acuerde la liberación del comercio para el conjunto de los productos de nuestra cadena, en las negociaciones del ALCA, son determinantes para el futuro de la Agroindustria de la Palma de Aceite.

En la última década, lo más destacado para Colombia en todo este proceso de apertura económica, y para su sector productivo de oleaginosas, ha sido tal vez el esfuerzo de integración con los demás países de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), hoy profundamente resquebrajada. De los cinco países miembros, Bolivia, Colombia y Ecuador tienen una producción relativamente importante de oleaginosas y cuentan con oferta exportable; mientras que Perú y Venezuela tienen un sector productivo de oleaginosas relativamente pequeño y son fundamentalmente importadores de estos productos. Por tanto, en teoría, la CAN ofrece condiciones favorables para propiciar el comercio intrarregional de estos productos.

Pero, en la práctica, Perú y Venezuela continuaron favoreciendo el comercio de oleaginosas y de aceites y grasas procedente de terceros países, estimulado por otras preferencias arancelarias bilaterales, afectando la preferencia de sus socios andinos. Como resultado de ello, en la última década, sólo 24% de la oferta exportable colombiana de aceite de palma y de aceite de palmiste pudo ser colocada en los mercados de

la CAN, y el resto, 76%, tuvo que ser vendida, a menores precios, en otros mercados.

Por ésto y por otras razones, la CAN no ha sido un buen negocio para los palmicultores colombianos, pues el esfuerzo de abrir nuestro mercado interno a una mayor competencia de los socios andinos y de soportar un sinnúmero de distorsiones y perforaciones arancelarias sobre el mercado local, no fue compensado con suficiente acceso en el mercado subregional. Bolivia es quizás el único de los países de la CAN que ha tenido con esta integración un beneficio neto en el sector de oleaginosas, aceites y grasas, principalmente fruto de la apertura del mercado colombiano para su soya.

Otro acuerdo donde la experiencia para nuestro sector no ha sido favorable, es el Tratado de Libre Comercio TLC G-3. En este Tratado, muchos de los productos del ámbito agrícola y de la cadena de oleaginosas, aceites y grasas, quedaron por fuera de la negociación, pero para algunos bienes finales, como los jabones, su protección arancelaria quedó comprometida en programas de desgravación. Esto ha colocado a la industria jabonera en una grave situación de protección efectiva negativa, por cuanto sus materias primas continúan gravadas con aranceles y el producto final se desgravó. Por ello, ha comenzado a darse algún desplazamiento de la producción nacional de jabones por los de origen mexicano, y consecuentemente una menor absorción doméstica de los aceites de la palma. Para nuestro sector es urgente que el gobierno corrija esta inconsistencia en el manejo arancelario de los productos de la cadena de oleaginosas, aceites y grasas, pues amenaza la viabilidad económica, o bien de la producción industrial de jabones o de la producción de sus materias primas, en ambos casos con efectos desfavorables sobre el empleo y la generación de riqueza en el país.

En cuanto a los resultados de los Acuerdos de Alcance Parcial (AAP), suscritos a finales de la década de los años noventa, entre Colombia con Brasil y Argentina, podríamos afirmar que las ganancias en el sector de oleaginosas, aceites y grasas, sólo han sido para estos dos últimos países, pues las importaciones de aceite de soya provenientes de esos dos orígenes se han consolidado, mientras que la apertura de sus mercados apenas se cuantifica en unas incipien-

tes cantidades de aceite de palma colombiano que han podido ser exportadas, fundamentalmente a Brasil.

Esto reafirma que la desgravación arancelaria, por sí sola, normalmente favorece cambios en los proveedores de los productos en los que hay un hábito de consumo, mas no en la sustitución de los mismos. En muchos países de América, especialmente los líderes de la producción de semillas oleaginosas de ciclo corto, que no tienen un consumo importante de aceite de palma, sino de sus sustitutos, una liberación del comercio con esos países no garantiza el acceso efectivo a esos mercados. Esto debe ser tenido en cuenta por el gobierno en las negociaciones que actualmente se adelantan entre la CAN y el Mercosur, tendientes a establecer una Zona de Libre Comercio entre estos dos bloques. Igual recomendación es válida para una negociación de un TLC Colombia y Estados Unidos, en la que recientemente el gobierno de Colombia ha mostrado un particular interés.

Para una economía en desarrollo, como la colombiana, pareciera ser muy positivo un acuerdo de esta naturaleza, con la mayor economía del mundo, por todas las oportunidades que supuestamente se tendrían para estimular nuestro crecimiento. Sin embargo, muchos sectores agrícolas de la economía estadounidense no se soportan en ventajas comparativas reales sino en cuantiosos apoyos públicos, como ocurre en el sector de semillas oleaginosas, aceites y grasas. Esto realmente frena las posibilidades de ingreso a uno de los mayores mercados del mundo en aceites y grasas, de los productos de la palma de aceite colombiana, sector que tiene claras ventajas comparativas. El arancel para la importación de aceite de palma al mercado de Estados Unidos desde hace muchos años es 0%, pero este país prácticamente no registra importaciones de ese producto, como tampoco de Colombia ni de otros países.

En tal sentido, no debería ser aceptable que en el marco de las negociaciones de un TLC con los Estados Unidos, nuestro país adquiera compromisos ciertos sobre los productos de nuestro sector, en materia de cronogramas de desgravación arancelaria, mientras que los Estados Unidos sólo manifieste su intención de discutir los temas de subsidios y ayudas internas en el

foro multilateral de la OMC, en donde, como es conocido por todos, las conversaciones se pueden prolongar indefinidamente. Por tanto, los compromisos de Colombia en materia agrícola deberían supeditarse a los avances que se logren en la OMC, en reducciones significativas de dichos subsidios y ayudas internas.

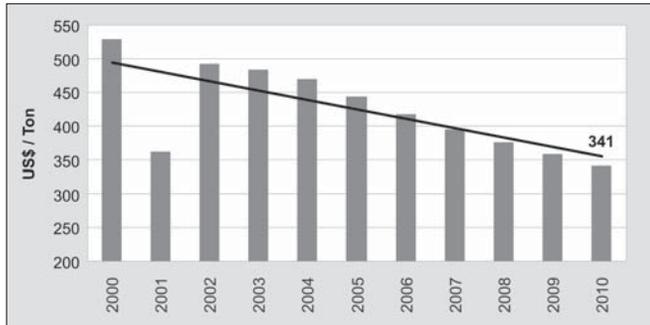
Los acuerdos de liberación comercial no son buenos ni malos *per se*. Sus efectos positivos o negativos dependen, en buena medida, de *qué* se negocie y *cómo* se negocie. Por esto, es de trascendental importancia que se evalúen con detenimiento las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades de la economía nacional en su conjunto y de los sectores productivos en forma individual. No puede olvidarse que una apertura comercial con Estados Unidos o con Mercosur, líderes mundiales en la producción de soya y de otros aceites y grasas, en la práctica, es una apertura con el mundo.

El gobierno debe tener claridad en que las distorsiones del mercado mundial de semillas oleaginosas, aceites y grasas, deben corregirse con los instrumentos de política comercial apropiados, para evitar que la producción doméstica se vea afectada como resultado de la profundización en la apertura comercial. Por ejemplo, la volatilidad de los precios internacionales requiere de algún tipo de mecanismo de estabilización de precios; los subsidios y las ayudas internas deben ser esterilizados en frontera, donde el instrumento arancelario es el más idóneo; y el riesgo de devaluaciones en algunos de los principales países productores, debe mitigarse con un mecanismo de salvaguardia cambiaria, la cual tiene que ser automática para que cumpla con su objetivo.

El sector palmero colombiano continúa creciendo y su oferta exportable también lo hará, por lo cual debe establecerse un adecuado equilibrio y un compromiso entre proteger el mercado interno y mejorar el acceso a los mercados de exportación. La atención de los palmicultores colombianos continúa orientada fundamentalmente al mercado local y relativamente poca al mercado de exportación.

Los estimativos de Fedepalma muestran que una desgravación arancelaria total, en un plazo de quince años, como resultado de los eventuales

acuerdos comerciales que se negocien con Estados Unidos y Mercosur, adicionado con el impacto del crecimiento de la oferta exportable, podría conducir a que el precio promedio de venta del aceite de palma colombiano, durante esta primera década de 2000, tenga una reducción de 31% frente a la década anterior (Figura 10).



\*Corresponde a un escenario con ALCA o TLC con Estados Unidos.

**Figura 10** Perspectivas del precio promedio unitario para todas las ventas de aceite de palma crudo colombiano\*

Por tanto, debemos prepararnos, tanto sectorial como empresarialmente, para manejar con éxito nuestro negocio con menores precios del aceite de palma, los cuales podrían ser al final de la presente década ligeramente superiores, en promedio, a US\$300 por tonelada en plantación. Con esta expectativa de precios, no se vislumbra alternativa mejor que la de enfocar todos los esfuerzos públicos, gremiales y empresariales para abrir nuevos y mejores mercados, locales y de exportación, y reducir nuestros costos de producción, para poder llegar a un nivel similar al de los líderes mundiales, Malasia e Indonesia en aceite de palma, y Brasil y Argentina en aceite de soya. Esta será la única forma de hacer sostenible nuestra actividad, y que los empresarios e inversionistas del sector puedan obtener rentabilidades adecuadas.

## Mercados y usos de los productos de la palma de aceite

El aceite de palma es un producto muy versátil y tiene una gran multiplicidad de usos. Hoy día, por sus ventajas técnicas y económicas, todos los productos que requieren de aceites o grasas pueden utilizar el aceite de palma como una de sus fuentes más competitivas. Por esta razón,

más de cien países en el mundo, que no cuentan con esta fuente de caloría propia, importan el aceite de palma y, además, los países productores tienen una gran oportunidad para el desarrollo de industrias aguas abajo a partir de este producto.

Hay muchas aplicaciones en las cuales el aceite de palma ofrece condiciones de desempeño más favorables que las de otros aceites y grasas. En la industria de freidura, por su mayor resistencia a altas temperaturas, y en la elaboración de productos grasos sólidos comestibles para los que no necesita hidrogenación, el aceite de palma ha logrado ya un reconocimiento mundial, no sólo porque resulta ser más competitivo en términos de costo, sino también por sus ventajas para la salud. Los altos contenidos de vitamina E y de betacaroteno, son destacados por nutricionistas de todo el mundo como atributos especiales del aceite de palma, con amplios beneficios para la salud.

En ese sentido, la reciente legislación que han establecido algunos países desarrollados, como Estados Unidos, respecto de los llamados ácidos grasos *trans*, producto de la hidrogenación de los aceites *blandos*, como los de soya y girasol, y que entrará a regir a partir de enero de 2006, ofrecen nuevas oportunidades para ampliar el consumo de aceite de palma en ese país, especialmente en los productos comestibles que requieran grasas sólidas. Para el caso de los aceites comestibles líquidos, las ventajas del aceite de palma no son tan evidentes, por lo que su incorporación en esos usos seguramente seguirá siendo predominantemente en los mercados locales.

Así mismo, el uso de grasas animales, especialmente de ganado bovino, en la elaboración de productos destinados al consumo humano, en buena medida se ha restringido como consecuencia de la aparición de problemas sanitarios en Europa, dando como resultado la sustitución de esas grasas por aceites de origen vegetal, particularmente en la industria de jabonería y de alimentos balanceados.

En general, el aceite de palma se utiliza principalmente en la fabricación de aceites y grasas comestibles, para lo cual más del 90% de su producción se destina a esos productos, y sólo

10% restante al mercado de productos no comestibles. Sin embargo, la creciente preocupación mundial por los asuntos del medio ambiente, ha despertado el interés en los aceites vegetales, materias primas naturales, renovables y biodegradables, para ser utilizados en procesos que tradicionalmente han sido hechos a partir de grasas animales o materias primas de la petroquímica.

Esto ha permitido abrirle un campo enorme al desarrollo de la oleoquímica, que consiste en la transformación de los aceites y grasas mediante procesos químicos, por cuanto sus productos son más amigables con el medio ambiente. Los productos oleoquímicos son utilizados en gran cantidad de industrias tales como: emulsificantes para comidas, productos de aseo personal y del hogar, cosméticos, textiles, farmacéutica, pinturas, plásticos, lubricantes y combustibles, entre otras.

La industria oleoquímica aún no está desarrollada en Colombia, especialmente en los procesos intermedios, y puede ser una importante alternativa para la creciente oferta de aceites de palma y de palmiste en el país. El panorama al respecto es alentador si miramos el ejemplo de Malasia, país que impulsó hace más de veinte años el desarrollo de la industria oleoquímica como una estrategia para colocar e industrializar su producción de aceite de palma. Fruto de esto, Malasia es también hoy el primer productor mundial de productos oleoquímicos, con lo cual ha podido atenuar los problemas y las dificultades de comercialización de este producto que se han presentado en algunas épocas.

Un frente que ha cautivado el interés de mucha gente, es el de la fabricación de combustibles y en particular de biodiesel, a partir de los aceites y grasas. El biodiesel es una alternativa de combustible ampliamente probada en Europa, y respaldada por grandes programas gubernamentales de producción de aceite vegetal, principalmente de colza.

El aceite de palma puede ser utilizado como combustible para motores diesel en diferentes formas: en su estado original después de filtrarlo; como oleína de palma; y como biodiesel, mediante un proceso de producción de metil ésteres. Estas tres alternativas de utilización del aceite de palma

como combustible requieren ser evaluadas, especialmente en sus aspectos económicos, para los mercados que se desean atender.

Las principales preocupaciones sobre el biodiesel están referidas a su competitividad precio frente a los combustibles derivados del petróleo y al reducido volumen de la oferta mundial de aceites y grasas, frente a las necesidades de combustible diesel. Si bien el biodiesel puede ser una alternativa interesante para el mercado de los aceites vegetales, como el de palma, por cuanto permitiría colocar la totalidad de los incrementos de la oferta de estos aceites evitando drásticas caídas de sus precios, no lo es tanto para el mercado de hidrocarburos, salvo que se trate de programas especiales con apoyo del gobierno que mejoren su competitividad y que los beneficios ambientales del biodiesel sean valorados por la sociedad y ésta tenga la posibilidad de pagarlos.

Quiero referirme ahora a un tema que viene recibiendo gran atención por parte de algunas ONG, especialmente europeas, relacionado con el impacto adverso para el medio ambiente, que según ellas tiene nuestra agroindustria, específicamente con el argumento de que el desarrollo de la palma de aceite está arrasando con el hábitat de especies de fauna nativa como el orangután. Ésta tal vez podría ser una preocupación sobre la expansión del cultivo de la palma de aceite en algunas regiones de Malasia e Indonesia, y eventualmente de la Amazonia, donde aún existen grandes reservas de bosques primarios que podrían llegar a ser afectados. En el caso de Colombia, la expansión del cultivo de la palma de aceite se está dando en zonas de frontera agrícola ya abierta. Como se mencionó anteriormente, nuestro país cuenta con suficientes tierras aptas para este cultivo, y por tanto no existe necesidad de intervenir bosques primarios y áreas estratégicas, que atentan contra la pérdida o disminución de su potencial biológico y ecológico. Otros países productores de aceite de palma tampoco tienen esa limitación.

Por este motivo queremos hacer un llamado a esas ONG para que eviten hacer generalizaciones que pueden ocasionar inconvenientes para los palmicultores de muchos países del mundo. Estas organizaciones deben hacer un balance entre la problemática ambiental y la generada por la pobreza y la miseria, que enfrenta gran

parte de la humanidad. No es equitativo que mientras algunos ambientalistas enarbolan su lucha por la protección de los bosques, éstos sean a su vez indiferentes a la miseria y a la exclusión productiva de muchos pobladores rurales. La pobreza y la miseria son la principal causa de la degradación de muchos ecosistemas, pues la población que allí reside sólo está en capacidad de realizar actividades de tipo extractivo y el desarrollo de la palma de aceite podría ser una redención para algunas de estas comunidades.

Los palmicultores debemos estar atentos frente a esta nueva arremetida que se viene orquestando contra nuestra actividad en algunos mercados internacionales, no sea que ello sea una excusa para establecerle nuevas barreras al comercio de los productos de la palma de aceite.

Finalmente, es necesario destacar la oportunidad que se abre para la palma de aceite con el Protocolo de Kyoto, que entra a regir a finales de 2003, al permitir que los beneficios ambientales

de esta agroindustria se conviertan en una nueva fuente de ingresos para los productores, a través de la emisión y venta de certificados por la captura de CO<sub>2</sub> y gas metano, a los países que están obligados a reducir sus emisiones que afectan el calentamiento global.

Señores palmicultores, si bien las oportunidades que presenta la Agroindustria de la Palma de Aceite en América y en el mundo son enormes, gracias a las fortalezas del cultivo y a la versatilidad de sus productos, también existen muchas amenazas, especialmente por las distorsiones de los mercados y los rápidos avances en la competitividad de sus sustitutos. Debemos entonces aunar esfuerzos para continuar fortaleciendo y posicionando esta agroindustria en los países latinoamericanos productores de aceite de palma, con miras a desarrollar mayores ventajas competitivas, que le permitan constituirse en una verdadera alternativa de los aceites y grasas en América. 🌴

## Bibliografía

- LMC INTERNATIONAL. 2002. The LMC Worldwide Survey of Oilseeds and Oil Production Costs. LMC International Ltd., Oxford, England, 116p.
- LMC INTERNATIONAL. 1999. Comparative Costs of Production for Palm Oil in Colombia, Indonesia and Malaysia. LMC International Ltd., Oxford, England, 104p.
- FRY, J. 2003. Price Outlook for Vegetable Oils, including Palm Oil. En: PIPOC 2003. Palm Oil: The Power-house for the Global Oils and Fats Economy (Economics and Marketing Conference). Proceedings. MPOB, Kuala Lumpur.
- FRY, J. 2003. Biodiesel: How will it affected the fuel and oilseeds markets. En: Conferencia Internacional sobre Palma de Aceite, Cartagena, 23-26 de Septiembre de 2003. Memorias. Fedepalma, Bogotá (Ponencia).
- FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE PALMA DE ACEITE. 2000. Visión y Estrategias de la Palmicultura Colombiana: 2000 - 2020. Fedepalma, Bogotá, 290p.
- FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE PALMA DE ACEITE. 2002. Anuario Estadístico. La Agroindustria de la Palma de Aceite en Colombia y el Mundo. 1997-2001. Fedepalma, Bogotá, 118p.
- ISTA MIELKE GMBH. 2003 Oil World Annual. ISTA Mielke GmbH, Hamburgo, Germany.
- NACIONES UNIDAS. 1997. Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático. Protocolo de Kyoto, 11 de Diciembre de 1997.