El cultivo de la palma de aceite: oportunidad o amenaza para Colombia

Luis Francisco Dangond Lacouture
Presidente de la Junta Directiva de Fedepalma

Introducción

Apreciados amigos y colegas, señores y señoras buenas tardes.

Hace un año estábamos *ad portas* de las elecciones presidenciales y con la incertidumbre de cuál sería el resultado. Hoy, nos acompaña el Presidente Iván Duque y su equipo de Gobierno en nuestro principal evento gremial, por lo que antes que nada debo agradecer su presencia en este escenario, no sin dejar de decir que los empresarios palmeros además de apoyarlo, tenemos sembradas nuestras esperanzas en que logrará consolidar un proyecto de país viable, que crezca y procure bienestar para todos.

En tan poco tiempo, desde la última vez que tuve la oportunidad de dirigirme a ustedes, no han cambiado muchas cosas. El problema más crítico de Colombia, hoy y hacia el futuro, sigue siendo la inequidad y la pobreza extrema, en especial en las áreas rurales del país. Salir de ese atolladero, en una coyuntura de polarización, con pocos aportes a la construcción de soluciones, es sin duda un gran reto.

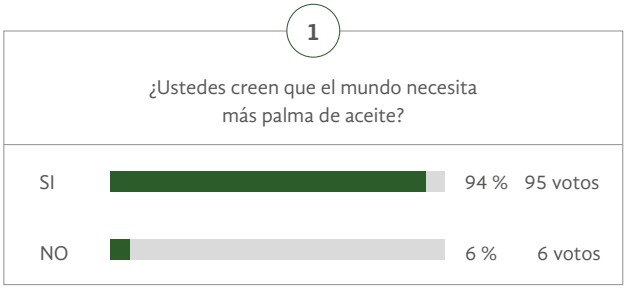
Durante ya algunos años he venido proponiendo a ustedes, que nuestro propósito superior es contribuir

a la disminución de la inequidad y generar bienestar social. El año pasado les presenté un sueño de una Colombia palmera más relevante, mostrando cuál sería el impacto en lo económico, social, y ambiental. Lo que significaría para nuestro campo una apuesta así.

Sigo convencido que contamos con bases sólidas para poder ser protagonistas del comercio mundial de aceites vegetales, con un mercado interno fuerte que nos apalanque hacia el exterior; con una palmicultura única y diferenciada gracias a sus características e historia.

Del propósito y el sueño necesitamos pasar a la acción. Hoy quiero compartir con ustedes algunas reflexiones sobre cómo hacer una realidad el sueño.

He sido muy juicioso en estos años con mantener mi intervención de no más de 25 minutos, y espero no fallar hoy. Pero tomando ese riesgo, quiero hacer de esta intervención un dialogo participativo, con preguntas a las que les pido me ayuden y participen dando sus respuestas. Y vamos con la primera pregunta:



El mundo necesita el aceite de palma

En los últimos 40 años, la población, el comercio y el ingreso *per cápita* mundial han crecido constantemente, y todos los economistas coinciden en que esta tendencia continuará (Figura 1). En 30 años, seremos 2.000 millones de personas más en el mundo y para alimentarnos se requiere producir un 60 % más de alimentos.

Este crecimiento poblacional y económico continuará jalonando la demanda de alimentos. Ya pasamos, en menos de 50 años, de consumir 2.194 calorías diarias por persona a 2.900 calorías. Pero no solo nos estamos alimentando más, sino que hemos cambiado la dieta. Por eso, aunque la producción de alimentos aumentará, habrá unos productos que ganarán y otros que perderán. La palma de aceite es un cultivo ganador. Lo que las tendencias indican es que los alimentos que mayor terreno perderán serán los carbohidratos, mientras que el grupo de mayor crecimiento será el de aceites y grasas vegetales (Figura 2).

Desde 1990, la producción mundial de aceites y grasas vegetales se multiplicó por tres, pasando de 80 millones a más de 230 millones de toneladas, siendo el aceite de palma el de mayor crecimiento.

Hace ya más de una década, el aceite de palma y de palmiste es el más producido, el más transado y el más consumido del mundo, con una participación del 35 % del total del consumo de aceites y grasas vegetales (Figura 3).

Figura 1. Crecimiento de algunos indicadores al 2017

Y es que la palma de aceite es la oleaginosa más eficiente. Por cada hectárea cultivada se obtienen 3.600 kilos de aceite de palma, más otros 400 de aceite de palmiste, a cambio de 780 kilos de colza, 680 de girasol y 300 de soya. También es la que menos fertilizantes, pesticidas, energía y agua requiere, de lejos (Figura 4).

Figura 2. Proyecciones del cambio en la dieta calórica en el mundo

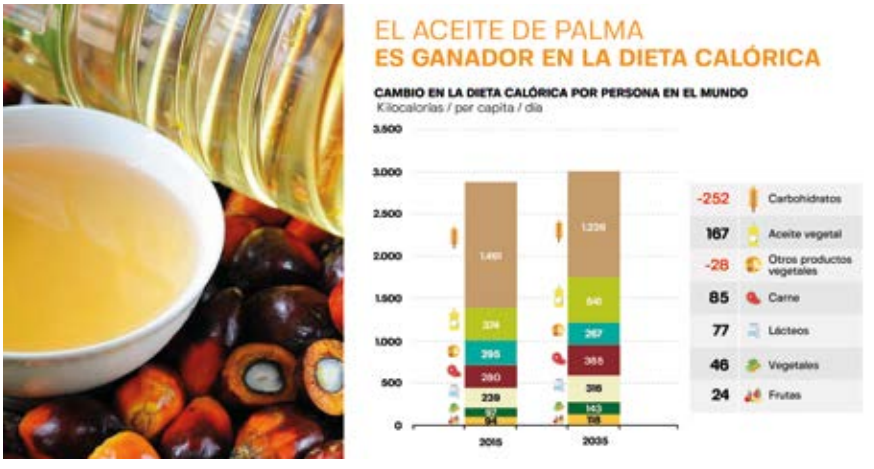


Figura 3. Consumo mundial de aceites y grasas vegetales

Figura 4. Eficiencia de la palma de aceite en comparación con otras oleaginosas

Igualmente, el cultivo de la palma de aceite es el que menos tierra necesita. La palma de aceite representa hoy tan solo el 0,38 % del área total cultivable del mundo, y en cambio aporta el 35 % del total de la producción mundial de aceites vegetales (Figura 5).

Pero, además, es más versátil que sus sustitutos. El aceite de palma está presente en más de la mitad de todos los productos en el supermercado. Es más fácil decirlo que creerlo. Es utilizado como un ingrediente asequible en muchos productos alimenticios como las margarinas, confitería, chocolates, helados y productos de panadería. También es usado ampliamente en productos no comestibles como jabones, velas, pinturas, champús y cosméticos (Figura 6).

Sumado a los segmentos de alimentos y bienestar, la palmicultura está presente en otras áreas como la generación de energía renovable, de biocombustibles o en el uso de subproductos para compostaje y alimentación animal (Figura 7).

El aceite de palma tiene una composición única y balanceada entre los aceites vegetales. Ha sido el gran responsable de la desaparición de las grasas trans en los alimentos industriales. Es una fuente concentrada de energía, ayuda a mantener la temperatura del cuerpo y amortigua los órganos durante el movimiento. Es fuente natural de vitamina E y A, y cada vez se usa más como suplemento alimenticio en infantes, adultos mayores y mujeres en gestación. Los beneficios para la salud son indiscutibles.

Figura 5. Cantidad de hectáreas requeridas para la producción de diferentes aceites

Figura 6. Productos que contienen aceite de palma

Figura 7. Otras áreas en las que hace presencia el aceite de palma

Otro elemento poderoso, que hace de la palma de aceite un cultivo ganador, es que ha sido un cultivo de paz y desarrollo rural en varios de los países en lo que se ha promovido.

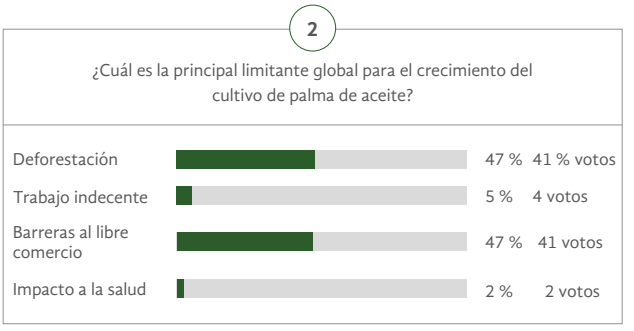
En Malasia, la palma fue fundamental en el desarrollo rural que ayudó a neutralizar los violentos enfrentamientos que existían entre las etnias malaya, más rural, y china, de carácter urbano, presentes en el país. El programa FELDA ha sido reconocido por el Banco Mundial y las Naciones Unidas, como un caso de éxito de colonización y reubicación de población vulnerable en asentamientos rurales.

En Indonesia, la palma de aceite ha generado más de 16 millones de empleos, siendo una de las principales fuentes de desarrollo en muchas regiones apartadas.

En Ecuador, Honduras y Perú, ha sido reconocida por su éxito en la sustitución de cultivos ilícitos. Colombia, no es la excepción. En los lugares en los que está presente, la palma se ha convertido en cultivo de paz al generar bienestar y desarrollo en lugares como el Catatumbo, Urabá, Mapiripán, Sur de Bolívar, Montes de María y Tumaco.

Hoy la palma de aceite tiene grandes limitaciones al crecimiento en el mundo

Si la palma de aceite es la oleaginosa más productiva, versátil y saludable, y tiene tanto impacto en el desarrollo económico y social, surge la pregunta:



A diferencia de lo que muchos piensan, la palma de aceite no es el cultivo que más ha causado deforestación. Lo superan ampliamente la ganadería, la soya y la tala ilegal de bosques para usos maderables. Solo la ganadería produce casi 10 veces más deforestación.

Más importante aún, la palma de aceite, a diferencia de los otros productos agrícolas, tiene un compromiso mundial con ser cada vez más sostenible. Cuenta con un programa de certificación enfocada a demostrarlo: la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible (RSPO, por su sigla en inglés).

Existen estudios que abordan los temas de deforestación y muestran cómo en algunos países, la palma se ha realizado con afectación a los bosques tropicales. Si bien no se puede ocultar esta realidad, también es cierto que para determinados actores es conveniente sacar de contexto y mostrar solo una parte de la situación.

Un amigo siempre me ha dicho que la verdad entre dos partes siempre tiende a estar más hacia la mitad de las dos versiones. En el caso de la palma, por ejemplo, no se habla de que más del 63 % de Indonesia (más de

120 millones de hectáreas) aún es bosque, similar al 50 % de área forestal en Malasia.

Pero solo la palma ha sido estigmatizada, a pesar de ser el producto agrícola que mayor compromiso ha adquirido con la sostenibilidad (Figura 8). Me pregunto por qué otras actividades agrícolas y pecuarias como la cría de ganado, la soya o la explotación de madera (ilegal) no han tenido la misma atención y tratamiento.

De manera similar, en algunos países productores se reclama por un problema de mano de obra infantil en varios sectores, que igualmente afecta el cultivo de la palma de aceite. Organizaciones como Amnistía Internacional han denunciado prácticas de trabajo forzado, explotación infantil y prácticas discriminatorias, incluso en empresas muy reconocidas del sector.

Y aun cuando estos cuestionamientos están allí y de seguro son importantes, se están resolviendo a pasos agigantados. Debemos reconocer que realmente el verdadero problema es el éxito de la palma de aceite en la conquista de los mercados internacionales. Esta mañana tuvimos la oportunidad de asistir a la muy motivante presentación de la señora Viceministra de Alimentación y Agricultura de Indonesia, mostrándonos la importancia de la palmicultura en el desarrollo económico y social de su país. Las principales potencias no siguen promoviendo el libre mercado. Por el contrario, sus políticas recientes han sido más bien de aislamiento y protección. Estados Unidos ya renegoció el NAFTA, aunque parece que la labor con México quedó incompleta. Está en la tarea con China, y ha anunciado ajustes frente a los tratados comerciales con la Unión Europea. Por su parte, la Unión Europea en defensa de los cultivos de girasol, la colza y la oliva, de producción local, ha emprendido su propia batalla con el Sudeste Asiático, Brasil y Argentina. Indonesia y Malasia, en retaliación a la restricción de entrada al aceite de palma, ya han anunciado que dejarán de comprar aviones, lácteos y licores.

La realidad es que hoy los mercados están más influenciados por la geopolítica que por la oferta y la demanda. Los resultados empiezan a verse. Este panorama ha traído consecuencias como la notoria reducción de las siembras en el Sudeste Asiático (Figura 9). Sin embargo, eso nos presenta el dilema de la "Ley de consecuencias no deseadas". Me explico: si el mundo necesita más aceites y grasas, y se restringe la producción del cultivo más productivo y eficiente para suplir esa demanda, ¿quién o cómo se suplirá?

Si es con soya, se requiere 10 veces más tierra… y no olvidemos que buena parte de ella se siembra en el Amazonas y el Chaco. Si es con colza o girasol, en los países que se producen no hay mayor cantidad de tierra disponible.

En efecto, no habrá suficientes aceites y grasas para atender el creciente consumo mundial, o por lo menos habrá una menor oferta de aceite de palma. Ante menor oferta, un efecto económico inmediato: mayores precios.

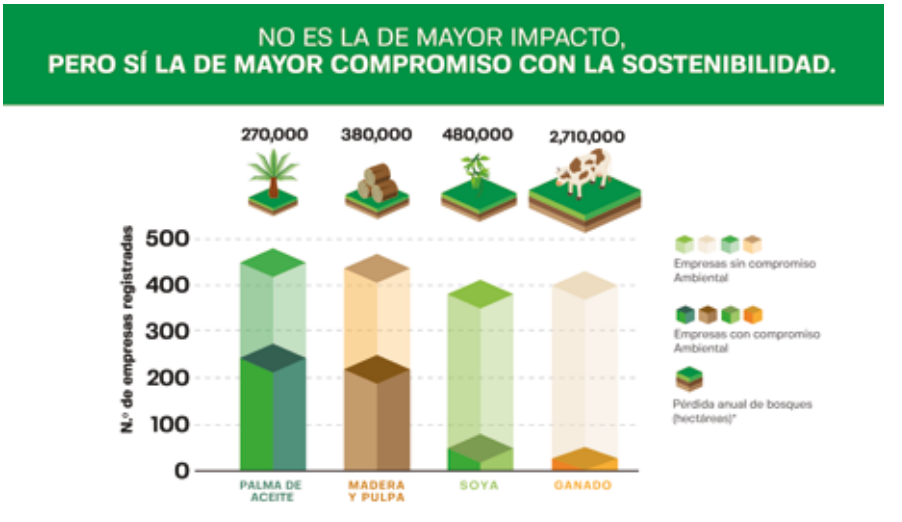
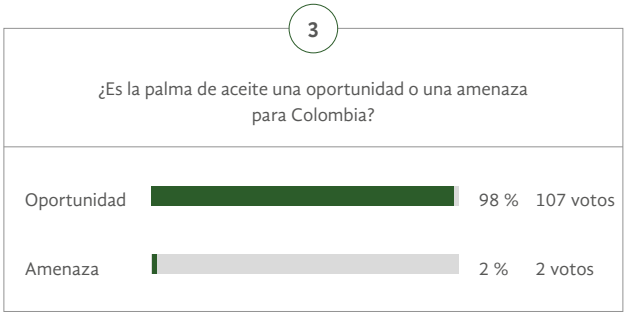


Figura 8. Compromiso con la sostenibilidad de diferentes productos agrícolas

En resumen, el mundo, especialmente la Unión Europea, se está pegando un tiro en el pie. Está induciendo mayor deforestación y precios de aceites vegetales más altos. Ahora bien, con este panorama, que opinan:



La palmicultura colombiana es distinta: única y diferenciada

En Colombia, no tenemos las limitantes que acabo de describir.

Por una parte, hay tierra apta y disponible para sembrar palma (y otros productos) sin deforestar. De las más de 40 millones de hectáreas identificadas dentro de la frontera agrícola, la palma de aceite podría desarrollarse en 23 millones. Solo cinco millones si nos enfocamos en las de mayor aptitud.

Gracias al Ministerio de Agricultura, a través de la UPRA, hoy contamos con una herramienta de planificación del suelo, con una definición de frontera agrícola, que tiene un inmenso valor en la coyuntura mundial (Figura 10). Pocos países cuentan con la información técnica que les permita orientar dónde y qué sembrar, y más importante: dónde NO sembrar.

Gracias a herramientas como esta, el gigantesco reto de mantener a la palma de aceite colombiana lejos de la deforestación se hace posible.

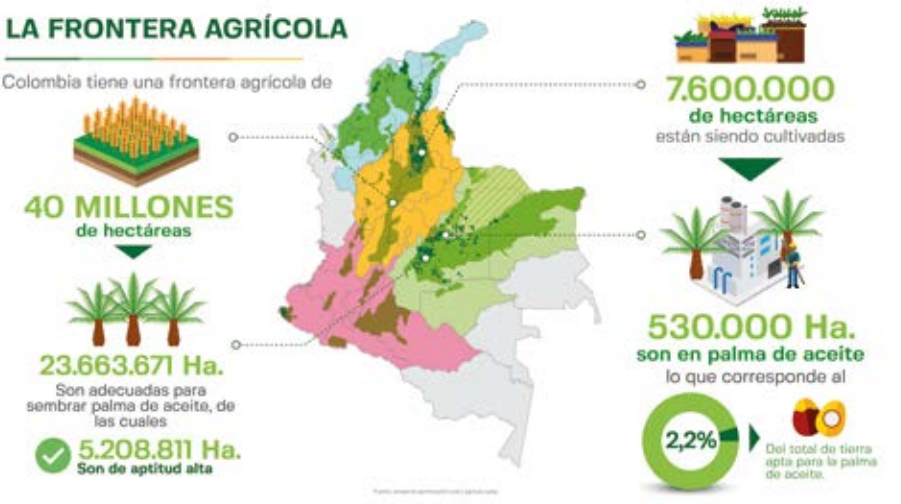
Nuestro pasado nos da una ventaja. Reiteramos en todos los escenarios y de manera frecuente que la palma colombiana ha sido sembrada sin deforestar, reemplazando otros cultivos y pasturas ganaderas. En realidad, no lo hicimos por contar con una cultura o una educación enfocada a la protección del medioambiente, como por ejemplo Costa Rica, pero es una ventaja que debemos aprovechar.

Somos conscientes del reto, al punto que tenemos suscrito el Acuerdo de voluntades para la deforestación cero en la cadena de aceite de palma en Colombia con el Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible y varios países de la comunidad económica europea, así como un memorando de entendimiento para adelantar otras acciones que contribuyan a una palmicultura sostenible.

De igual manera, en el 2018 se celebró la firma de la Declaración Conjunta entre Fedepalma, la Industria de Aceites y Grasas de los Países Bajos (MVO), Solidaridad Network y la Iniciativa de Comercio Sostenible de los Países Bajos (IDH), con el objetivo de

Figura 9. Tendencia de la siembra de palma de aceite en Indonesia y Malasia

Figura 10. Frontera agrícola de Colombia



aumentar la producción y el comercio internacional del aceite de palma colombiano, teniendo en cuenta el compromiso de la Unión Europea de consumir 100 % de aceite de palma sostenible para el 2021.

La palma de aceite en Colombia genera trabajo decente, estable y bien remunerado. La primera gran encuesta de empleo en el sector palmero, realizada en el 2017 por Fedepalma y el DANE, muestra que el sector palmero es uno de los mayores generadores de empleo formal y de calidad en el campo colombiano (Figura 11). Con niveles de formalización superiores al 82 %, nuestro sector está cerca de 20 puntos por encima del promedio nacional.

Ayer, en el marco de este Congreso, precisamente hicimos el lanzamiento de libro *Frutos de la palma de aceite: empleo formal y negocios inclusivos*, de Carlos Gustavo Álvarez Guzmán, que busca darle cara a los resultados obtenidos en la encuesta de empleo, a través de la construcción de una serie de narrativas que son muestra del impacto del cultivo en las personas, las familias y la comunidad. Espero se lleven una copia y disfruten su lectura.

Un estudio reciente adelantado por Fedepalma con el apoyo de la firma C-Análisis, encontró que, al comparar las cifras en 36 variables en temas como educación, salud, ingresos e inversión pública, en los municipios palmeros existen importantes impactos sociales y económicos, bautizados por el DNP como el dividendo social palmero (Figura 12). Por cada 1 % de mayor densidad de área sembrada, aumentan los indicadores de cobertura en educación primaria y secundaria, afiliados en salud, el Ingreso Base de Cotización, la tasa de formalidad y gasto en programas ambientales. Más interesante, los municipios productores de palma tienen un PIB *per cápita* estimado 2,3 veces más alto que en los municipios no productores.

En los últimos años, la palma de aceite en Colombia ha tenido un crecimiento importante. El área sembrada ha pasado de 158 mil hectáreas en el 2000 a más de 540 mil hectáreas en el 2018. Esta se encuentra localizada en 160 municipios de 20 departamentos del país, organizados en 64 núcleos palmeros que agrupan a más de 6.000 productores pequeños, medianos y grandes (Figura 13).

La palma de aceite se ha convertido en el segundo cultivo agroindustrial después del café en área, y con una producción de más 1.6 millones de toneladas de aceite, el segundo cultivo en toneladas producidas después de la caña. El valor de la producción estimado en 3.400 billones de pesos representa el 8 % del PIB agropecuario en nuestro país (Figura 14).

Una buena parte de los elementos que caracterizan la palmicultura colombiana y la hacen única y diferenciada deben no solo conservarse, sino ser apropiados y promovidos. Con el objetivo de hacer de la sostenibilidad la práctica generalizada en el sector, nace el Programa de Aceite de Palma Sostenible de Colombia. Sus pilares son:

Figura 11. Primera gran encuesta nacional de empleo directo del sector palmero colombiano

Figura 12. Estimación del dividendo social palmero en Colombia 2019

Figura 13. Panorama actual de la palmicultura en Colombia

Figura 14. Agroindustria del aceite de palma en cifras

- La promoción, implementación y masificación de prácticas agroindustriales sostenibles en la producción de aceite de palma.
- El diseño, formulación y promoción de políticas sectoriales dirigidas a consolidar la sostenibilidad de la palmicultura colombiana.
- Desarrollar un esquema de verificación y reconocimiento de la sostenibilidad del aceite de palma colombiano.
- Profundizar el acceso a mercados, el consumo y el posicionamiento del aceite de palma sostenible de Colombia.

Bajo estos preceptos, esperamos no solo proteger nuestra reputación, sino sacar provecho de nuestra ventaja competitiva como país palmero: la sostenibilidad.

Hay otro factor diferenciador de la palmicultura colombiana y es que existe una institucionalidad potente que soporta el sector:

- Un gremio sólido y reconocido que vela por los intereses colectivos y mantiene el sector a la vanguardia de las tendencias mundiales.
- Un centro de investigación que genera conocimiento y lo transfiere.
- Un fondo de fomento que financia las actividades sectoriales. Los productores ponemos de nuestra parte en el esfuerzo por alcanzar mayor productividad.
- Un fondo de estabilización de precios que favorece la comercialización, y genera condiciones óptimas para aprovechar al máximo cada mercado (interno y externo)… de ahí la importancia de corregir cualquier distorsión que lo afecte.

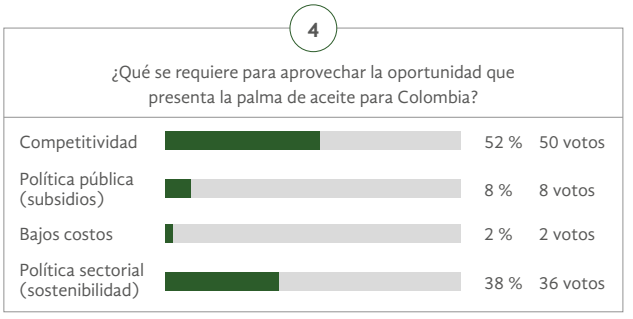
A veces olvidamos lo importante que ha sido la institucionalidad para llegar a donde estamos, y lo que será para llegar a donde queremos ir.

Con el cultivo de palma de aceite, el Gobierno puede apoyarse para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Figura 15) y más importante, las metas del Plan Nacional de Desarrollo. Cómo hemos mencionado en este y otros escenarios, la palma de aceite ha sido un motor de desarrollo que ha permitido reducir la pobreza y la desigualdad en la población que recibe la influencia de su economía; es su propósito superior.

El año pasado les hice una presentación bajo el título de la Colombia palmera del 2030, ¿un sueño posible? El propósito de la presentación estaba en el título, soñar. Y es que lo que no se sueña no se hace. Eso sí, la invitación era a soñar en grande, ¡a pensar en grande!

Algunos colegas y amigos confundieron la invitación con que se proponía un aumento irresponsable de áreas sembradas… no es cierto. Lo que propongo es el crecimiento de una industria, a partir de una posición de valor, con empresas cada vez más potentes

y enfocadas, aprovechando la posición de Colombia como un origen único y diferenciado entre los productores de aceite de palma del mundo. Y esa es la invitación de este año, pensar en el cómo… contestemos la siguiente pregunta:



¿Qué entendemos por competitividad?

Una definición, con la que me siento identificado y que es producto del trabajo que realizamos hace unos años con The Breakthrough e iNNpulsa, es que la "Competitividad es la capacidad que tienen las empresas, en ciertas industrias y en ciertas regiones o países, de prosperar sometidas a creciente competencia". Competitividad es acerca de cómo ganar (Figura 16).

Muchas veces se confunde competitividad con enfocarse en competencia de bajos costos. Por supuesto que debemos tener los menores costos posibles para ser competitivos, pero líder en costos solo hay uno, como lo muestra la Figura 17. Debemos tener

Figura 15. Objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas

Figura 16. Definición de competitividad

en cuenta que, en el futuro cercano, Colombia no logrará ganar en precios bajos porque no tiene los costos más bajos frente a los grandes jugadores, Indonesia y Malasia (Figura 18). Eso no quiere decir que no podamos prosperar encontrando nuestras posiciones de valor, y trabajando incansablemente por garantizar productividad.

No es un tema fácil mientras el mercado esté dominado por la geopolítica y no por la oferta y la demanda. Estados Unidos, China y la Unión Europea se encuentran, como dije antes, en una carrera desenfrenada por proteger su producción local utilizando todos los recursos a su disposición. Solo hace unas dos semanas, el Presidente Trump decretó 16.5 billones de dólares de ayuda a sus agricultores para poder sortear los precios bajos de sus productos, mientras termina de negociar con China. Yo me pregunto ¿y nosotros?, ¿los productores agrícolas del mundo en desarrollo? … me recuerda la célebre frase del Chapulín Colorado… ¿Y ahora, quien podrá defendernos?... lo que acabo de decir no aplica para los millennials en el salón.

Lo primero que tenemos que hacer es pintar la cancha, y la cancha es el mundo desde Colombia.

Figura 17. Biología del mercado. Frontera de la productividad

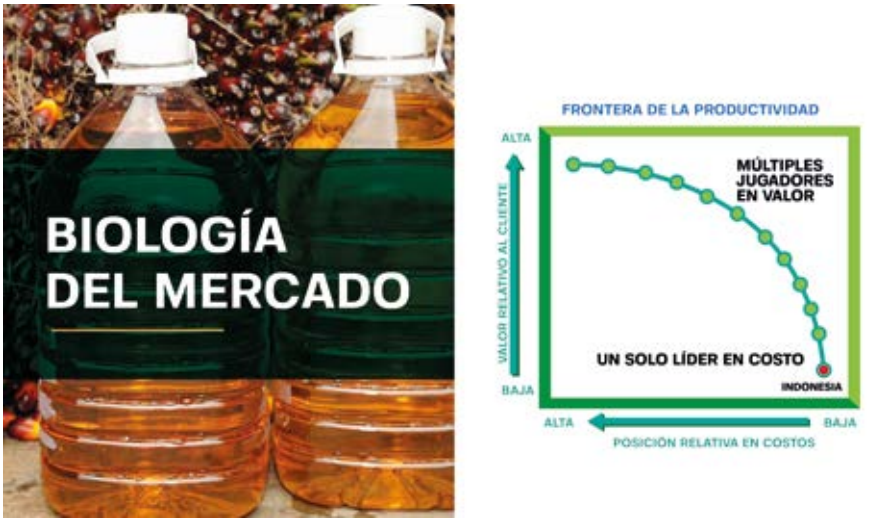
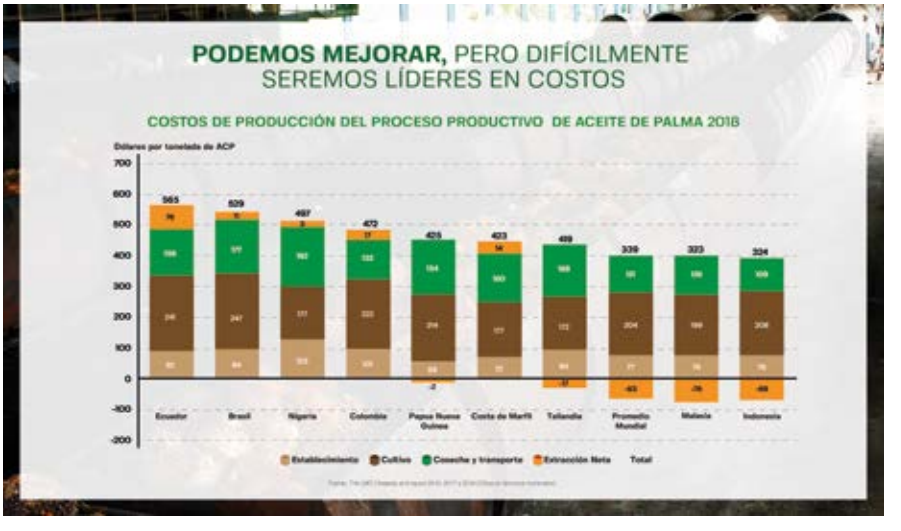


Figura 18. Costos de producción del aceite de palma a nivel mundial



Estoy convencido que hemos llegado a acuñar que la palma de aceite de Colombia es única y diferenciada exitosamente. Podemos consolidar nuestra posición de ser un país que produce aceite de palma de origen sostenible, y con altos niveles de contribución social y ambiental. Incluso, debemos agregar un componente de alto interés en el contexto internacional: somos un cultivo con experiencia exitosa probada en sustituir cultivos ilícitos, y que ayuda a consolidar una paz realmente estable y duradera, desde la ruralidad colombiana.

Una política industrial para el desarrollo

Sin embargo, es una ventaja, pero no es suficiente. El mejor ejemplo es cuando la selección Colombia juega en el Metropolitano de mi natal Barranquilla a las 3:45 de la tarde. Ninguna selección quiere enfrentar a Colombia en esa cancha, a esa hora. Es única y diferenciada. Pero ¡Colombia debe jugar bien si quiere ganar!

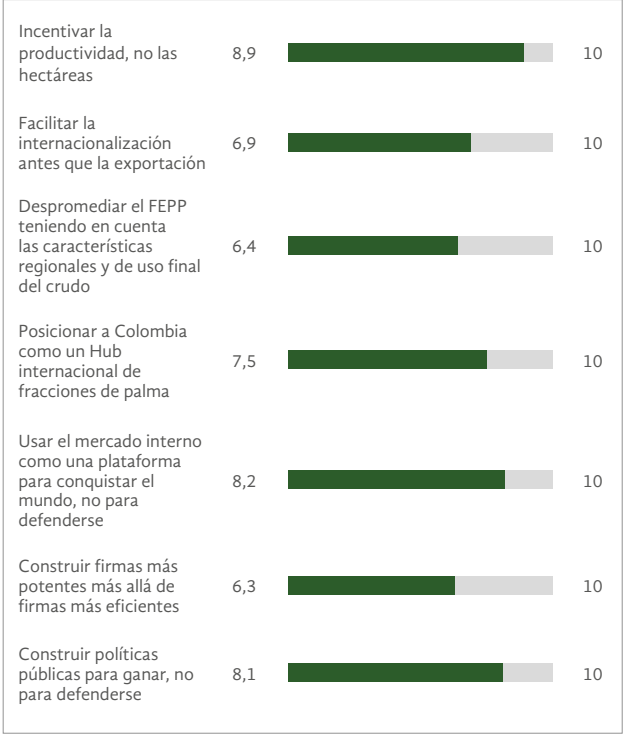
En ese sentido, considero que requerimos con urgencia una política industrial, que nos permita aprovechar nuestra ventaja competitiva y alcanzar nuestro máximo potencial. Necesitamos una política industrial diferente, para desarrollar una industria exitosa (Figura 19).

Del trabajo de estrategia que mencione antes, identificamos siete propuestas.

Ayúdenme a priorizarlas:

6

Califique de 1 a 10, según su importancia, las siguientes propuestas de políticas para la industrialización del sector:



Ustedes han elegido las más relevantes. Les voy a compartir mi selección y voy a referirme solo a tres de ellas en estos momentos, las que considero cruciales hoy.

Figura 19. Política industrial que requiere Colombia

Mercado local

Usar el mercado interno como una plataforma para conquistar el mundo, no para aislarnos. Tenemos que ganarnos el corazón de nuestros consumidores, de nuestros clientes. En el sector de alimentos hemos definido claramente quien es el cliente, y tenemos ya en marcha una campaña de comunicación y posicionamiento de la palma de aceite 100 % de Colombia, con excelentes resultados. En corto tiempo hemos incrementado el *awareness*, es decir, la identificación del aceite de palma colombiano hasta en un 60 %. Hoy, seis de cada 10 colombianos saben que existe el aceite de palma 100 % colombiano (Figura 20).

Por el lado del biodiésel creo que nos hace falta definir quién es el cliente. ¿Es el Estado o es el conductor de un vehículo que llega a la estación de combustibles y tanquea su carro con diésel?

Yo creo que es el conductor del vehículo, y el Estado, como ente regulador, más bien debería colaborar a que nos ganemos el corazón de ese conductor.

No se entiende cómo, con todos los beneficios económicos y ambientales que tiene el biodiésel, cuantificados de manera independiente, Colombia se haya estancado en la última década, desde una posición de liderazgo en la mezcla a nivel mundial a uno de los de menor crecimiento de mezcla. Hoy estamos logrando un incremento del 2 %, para llegar a una mezcla del 12 %, un aumento del 20 %, mientras los países con potencial de producción de biodiésel han duplicado su mezcla en el mismo periodo (Figura 21). Esta mañana nuestros colegas de Indonesia nos contaban cómo han logrado llegar al B20, y se encuentran recorriendo el camino hacia B30. Su apuesta claramente es hacía un sector estratégico para su economía, que cuenta con cerca de tres millones de pequeños productores, y ha logrado que el desarrollo económico y social también se dé en la ruralidad.

Tenemos que comunicar mejor los beneficios del biodiésel al consumidor final, a los transportadores de carga, las navieras, conductores particulares de vehículos diésel y a la población en general, para que sean estos quienes jalonen la demanda. Es el ciudadano de a pie el que debe estar solicitando más mezclas para mejorar su bienestar, la calidad del aire que respira, alimentos y la paz rural.

Ya contamos con algunos pioneros. Transportadoras como Coordinadora o Servientrega cuentan con vehículos operando con B100 como parte de sus programas de sostenibilidad, porque han visto el valor que ello representa para sus clientes. Esperamos sumar muchos más a nuestro Club de Biotanqueo.

Valor agregado

Ahora bien, debemos tener el producto correcto. Nos hemos centrado en la producción de aceite crudo de palma y para competir, la tendencia ha sido compararnos con grandes jugadores, imitando políticas y prácticas que nos permitan igualar sus precios (Figura 22).

Figura 20. Estrategia de la campaña del aceite de palma 100 % colombiano

Figura 21. Comparativo de la evolución de las mezclas de biodiésel en diferentes países

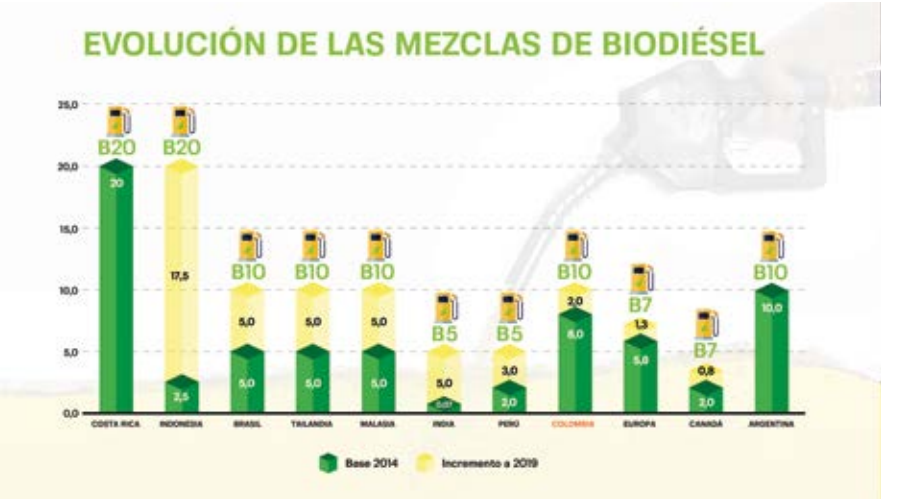


Figura 22. Exportaciones de CPO y fracciones de Colombia y el mundo

Es evidente que tenemos una gran desventaja allí y por ello requerimos de nuestras herramientas de comercialización como el Fondo de Estabilización de Precios. El aceite crudo de palma no es lo que se transa mayoritariamente en el mundo. Tenemos que migrar hacia propuestas de valor agregado enfocándonos en fracciones y derivados (Figura 23).

Firmas más potentes

Y para enfocarnos en fracciones y derivados, distintas fuentes nos han señalado la importancia de contar con firmas más potentes. Firmas que cuenten con el tamaño, el músculo y la escala que se requiere para acceder a ciertos mercados, a economías de escala y que generen sinergias. Firmas más grandes enfocadas en competir en valor, en hacer parte de las cadenas globales de valor.

Y para visualizar este tema, bien toca volver a las odiosas comparaciones con los principales jugadores. Sus plantas de beneficio son, en promedio, dos veces más grandes que las nuestras; las refinerías, entre tres y cinco veces. Las plantas de biodiésel son cinco veces más grandes en el caso de Indonesia. Y las de palmiste, procesan entre 20 y 30 veces más que el promedio de las nuestras (Figura 24).

Figura 23. Exportaciones de aceite de palma crudo y procesado de Malasia e Indonesia

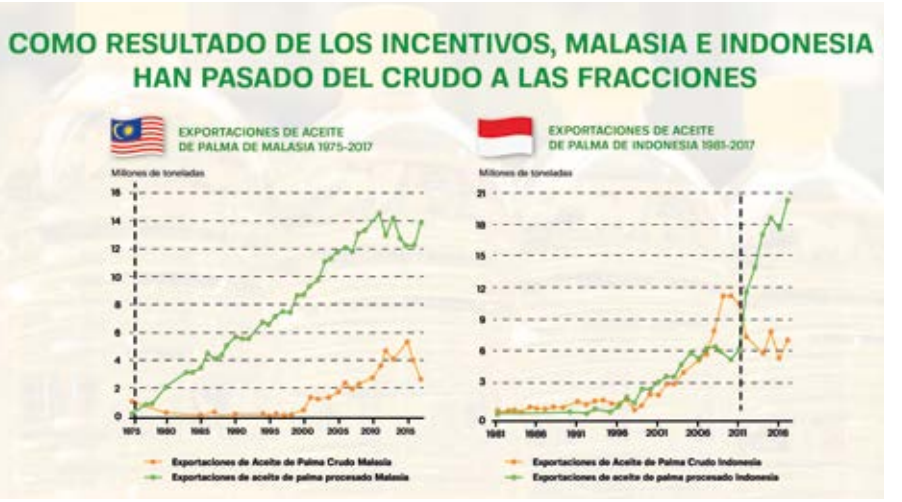
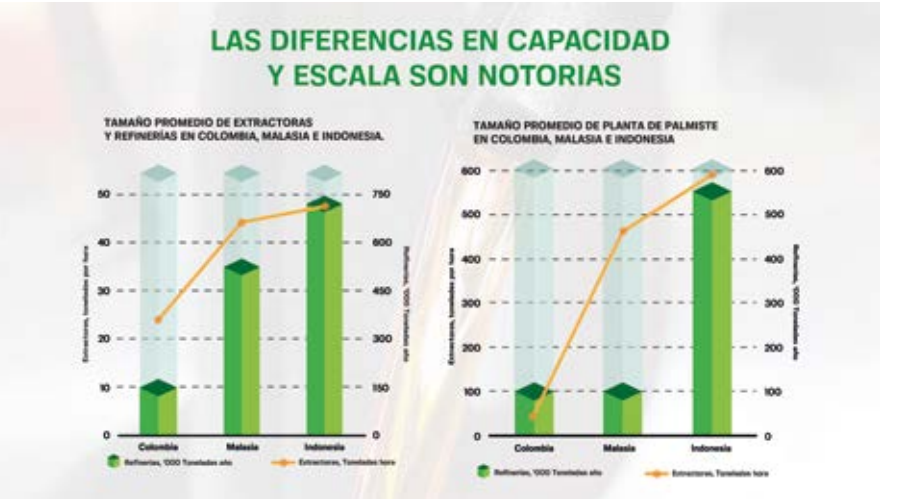


Figura 24. Tamaño promedio de extractoras, refinerías y planta en Colombia, Malasia e Indonesia



Quiero destacar que este camino se ha recorrido antes en el sector. El inicio del Programa de Biocombustibles, cuando pudimos trabajar unidos Gobierno, gremio y empresarios, nos abrió puertas en la agregación de valor y la consolidación de grupos empresariales. En comercialización, pudimos juntar esfuerzos para acceder a los mercados de exportación. Y en el segmento de consumo masivo, tenemos al menos un caso exitoso de una industria competitiva e internacionalizada.

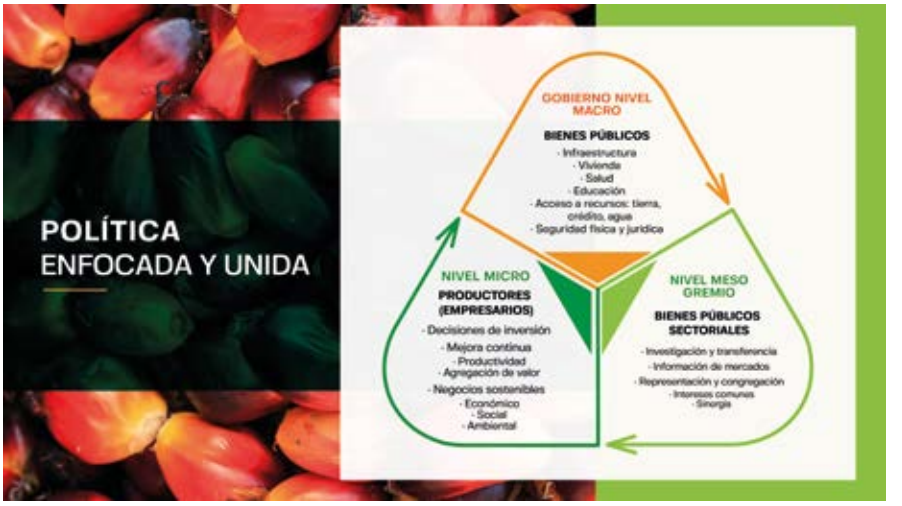
En resumen, necesitamos una política industrial sencilla, enfocada, trabajando juntos productores, gremio y Gobierno, por un mercado interno sólido y bien desarrollado, fomentando el incremento del consumo de aceite de palma colombiano, con incentivos que estén enfocados a la industrialización y a la integración de los productores para aprovechar la escala y prosperar (Figura 25).

De todo lo que les he presentado quisiera que, en una palabra, me compartan qué creen que necesita nuestro sector.

5

En una palabra, ¿qué necesita nuestro sector?

Figura 25. Trabajo entre productores, gremio y Gobierno, por una política industrial apropiada



Amigos palmicultores, ser una agroindustria exitosa depende de nosotros, de creer en nosotros y trabajar incansablemente con ese propósito, ¡de obsesionarnos con el crecimiento de nuestras empresas, y sí ¡de pensar en grande!

Para terminar, y les pido unos minutos más de paciencia, quiero dirigirme a ustedes en un tono personal. En el transcurso de este Congreso estaremos eligiendo nuevamente las juntas directivas de nuestras instituciones gremiales, Fedepalma y Cenipalma. Durante estos últimos seis años he tenido el honor y privilegio de dirigirme a ustedes en mi condición de Presidente de la Junta Directiva de Fedepalma. Hoy quiero confesarles algo: cada año, he llegado a la primera junta con la total convicción que no sería reelegido. En esta oportunidad y con el propósito de fortalecer el gobierno corporativo de nuestra institución, hemos diseñado un mecanismo de postulación y elección de la mesa directiva. Por tanto, he decidido de manera protocolaria, y solamente protocolaria, agradecerles a ustedes y a la Junta Directiva, de corazón, la oportunidad de servirle a mi país a través de este sector que admiro y quiero, y del cual me siento orgulloso de ser parte.

Finalmente, quiero decirles que yo sé que estamos sufriendo mucho, yo sufro con ustedes. La administración de Fedepalma es consciente de la difícil coyuntura que estamos atravesando. El deterioro de nuestro mercado interno por las crecientes importaciones de aceite de palma de nuestros vecinos y socios comerciales, el estancamiento de la mezcla de biodiésel, el inusual largo periodo de precios bajos, y la ausencia de una política de financiamiento contracíclica que nos ayude a superar estos momentos, nos tienen contra las cuerdas. Pero trabajando unidos, productores, gremio y Gobierno, está en nuestras manos resolver más mercado y financiación apropiada.

Solo está fuera de nuestro alcance el comportamiento de los precios internacionales. Pero si la historia nos enseña algo es que los precios altos volverán, y cuando los precios bajos están tan bajos como los actuales, cuando suben lo hacen espectacularmente.

Por tanto, no es momento de desesperanza, no debemos perder el foco, no debemos olvidar nuestro propósito superior. Recordemos quienes somos. Nosotros somos los cultivadores de palma de aceite de Colombia. Unidos transformamos los territorios rurales de nuestro país. Unidos generamos riqueza y bienestar a nuestras comunidades y al mundo. Unidos construiremos una palmicultura próspera y sostenible.

Señoras y señores, amigos y colegas palmicultores, en nombre de la Junta Directiva y la administración de Fedepalma, les doy la más cordial bienvenida al Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite y les deseo que al término del evento, regresen a sus comunidades y a sus empresas reconociendo las dificultades, pero llenos de optimismo para liderar sus organizaciones hacia un mejor futuro. Muchas gracias.