



La acción futura de Fedepalma: elementos de discusión

Future Action of Fedepalma: Discussion Elements

AUTOR



Jens Mesa Dishington

Presidente Ejecutivo de Fedepalma

Ponencia presentada en el XXXVI
Congreso Nacional de Cultivadores de
Palma de Aceite, Bucaramanga,
30 de mayo de 2008.



La acción de Fedepalma comporta el manejo de una agenda con varios frentes, que deben abordarse tanto desde una perspectiva nacional como desde una perspectiva internacional, ambas complementarias dentro de la esencia misma de la actividad palmera.

Sin duda, la representación gremial es la razón primaria de nuestra organización. De manera que en el ámbito local es necesario continuar fortaleciendo la interlocución con los diferentes actores de interés del sector, cuales son el Gobierno, el Congreso de la República, la industria, los consumidores de los productos palmeros, etc. No se puede relegar, en este punto, la continuación de la labor para ampliar el número de afiliados y el registro de los productores.

En el ámbito mundial, la necesidad de comenzar a darle más énfasis a las relaciones con los consumidores extranjeros, de abrir caminos de interlocución con ellos que nos permitan detectar sus necesidades para satisfacerlas con éxito, se fundamenta en el hecho de que cada día son mayores nuestras exportaciones. Solo el año pasado el 46 por ciento de la producción de aceite de palma se vendió a clientes de países diferentes al nuestro. Además, existen expectativas favorables en relación con la inversión extranjera directa.

Igualmente, nos parece de especial relevancia diseñar y ejecutar una estrategia de comunicaciones para mejorar la imagen del sector que potencie, por ejemplo, las campañas publicitarias que se pongan en marcha. Lo mismo que trabajar mucho en la asesoría jurídica a los palmicultores, para eventuales líos que se presenten y puedan afectar al sector como un todo.



Presencia regional

Otro tema importante al que se deberá prestar atención en adelante es a la presencia permanente de Fedepalma en las regiones. Los ejercicios que hemos realizado hasta el momento nos han permitido observar que, aunque en el nivel nacional ésta es muy fuerte, adolece de debilidades que le restan efectividad en las zonas, que en todo caso podrán subsanarse con algunos cambios en la estructura actual del gremio palmero.

Valga decir aquí que tendremos que aumentar nuestra participación en eventos nacionales de utilidad sectorial. En este orden de ideas, sería conveniente que en esta asamblea, ustedes como afiliados definan por ejemplo dónde quisieran que se realizara este mismo evento el próximo año. Ello, por supuesto, no significa que abandonemos la presencia en eventos internacionales. Por el contrario, seguiremos afianzándola.

Es bueno recordar que en 2009 celebraremos la XVI Conferencia Internacional sobre Palma de Aceite, cuyo lema seguramente estará relacionado con el tema de la sostenibilidad, y bien podría ser: “Los retos del desarrollo sostenible de la palma de aceite”.

Competitividad y sostenibilidad sectorial

El concepto de competitividad y sostenibilidad del sector tiene varios componentes, entre los que se destaca, en primer lugar, el de tecnología agroindustrial, que en nuestro caso está representado en Cenipalma, centro de investigación del cual puede decirse que –después de la representación– es el principal programa gremial en envergadura, y seguirá captando la mayor tajada de los recursos del Fondo de Fomento Palmero.

El sector tiene en Cenipalma algunos retos relacionados con la consolidación y la conclusión del trabajo de prospectiva tecnológica, de manera que pueda enfocarse de forma idónea en la planeación de mediano y largo plazo.

Así mismo, habremos de fortalecer y modernizar los distintos programas. Vale destacar la necesidad expresa en algunas presentaciones que se han hecho en el marco de este congreso, de dotar de campos experimentales a todas las zonas palmeras, luego de la buena experiencia que ha representado en la

Zona Central el Centro Experimental el Palmar de La Vizcaína. Esperamos que pronto en las demás se puedan comenzar a desarrollar proyectos similares que impacten sus territorios de influencia.

En el componente de la competitividad que tiene que ver con la economía sectorial hay un punto crucial que exige convertirse en objetivo de la agroindustria palmera, y es el incremento de la productividad. Este no puede seguir tratándose como un tema subsidiario o tangencial. Se nos va a tener que volver una obsesión. La meta, ambiciosa sí, pero alcanzable, es producir ocho toneladas de aceite de palma por hectárea (En la actualidad la cifra es inferior a cuatro). Los palmicultores colombianos no tenemos por qué ambicionar menos que los malosios –cuya visión denominada 35/25 implica obtener 35 toneladas de fruta y 25 por ciento de extracción de aceite–, mucho menos habiendo logrado producciones similares en La Vizcaína.

Si se toma en cuenta el área sembrada en palma de aceite en el país, alcanzando la meta planteada estaríamos produciendo más de dos millones y medio de toneladas, sin tener que sembrar una sola hectárea más. Colombia tiene que cambiar su idea de hacer agricultura extensiva y eso incluye a los palmicultores, muchos de quienes se conforman con producir una o dos toneladas de aceite por hectárea, al tiempo que piensan en adquirir más tierras –que dicho sea de paso están carísimas– para seguir en las mismas.

¿Por qué no intensificar y poner todo nuestro esfuerzo, no en comprar tierras, sino en mejorar lo que tenemos? Creo que el gremio debe trabajar en este frente.

Ahora. Si de cualquier manera en el futuro vamos a seguir creciendo, bien sea por la vía de la mayor productividad o por la del aumento de la superficie, estamos obligados a trabajar en la reducción de los costos que estén bajo nuestro control. No podemos dejar de hacer lo que hay que hacer.

Por ejemplo, en mecanización. Quizá en Colombia haya mano de obra disponible y suficiente en muchas zonas, pero no es barata comparada con la de otros países. Así que tenemos que desarrollar un paquete tecnológico intensivo en mecanización, para reducir al máximo el impacto del costo de ese recurso.

Comercialización

Otra reflexión que se hacía en estos días el presidente de la junta directiva de Fedepalma, es que a las ventas del sector en el mercado tradicional local pronto se sumarán las que se deriven de la mezcla de biodiésel al 10 por ciento, y ello supone que el mercado interno demande alrededor de un millón de toneladas, es decir, el doble de lo que hemos manejado.

Por supuesto que este escenario no representa riesgos. La institucionalidad palmera, la institucionalidad que tenemos en Colombia permite administrar el tema de los dos millones de toneladas hacia adelante. De hecho, es satisfactorio saber que en la actualidad no vamos a la zaga del proceso de desarrollo del sector,

como quizá ocurrió en años anteriores, cuando nos vimos obligados a exportar al tiempo que aprendíamos en el camino. Ahora la situación es diferente; contamos con instrumentos que nos permiten visualizar lo que vendrá y estamos forjando nuestra propia dinámica sectorial, como lo demuestra el proyecto biodiésel que pudimos hacer realidad.

Los palmicultores colombianos tenemos que ponernos a trabajar en serio en ver cómo podemos convertir a América en nuestro mercado, que es el más inmediato.

Quiero referirme específicamente al tema de la comercialización, que traté en la ponencia que presenté en una reunión en Indonesia sobre las perspectivas de la palma de aceite en América. En ella se destacó el crecimiento que ha tenido el consumo en este continente, y no deja de sorprender que mientras nosotros exportamos aceite crudo para Europa, nuestra región en conjunto, y más específicamente los Estados Unidos, está importando grandes cantidades del mismo producto de Indonesia y de Malasia. ¿Es eso lógico? En realidad, no. Los palmicultores colombianos tenemos que ponernos a trabajar en serio en ver cómo

podemos convertir a América en nuestro mercado, que es el más inmediato.

Algunos podrán argumentar que las importaciones son de RBD, oleína y estearina en lo fundamental. No importa. Debemos ponernos como meta copar nosotros ese mercado, asumir en el corto plazo ese reto, especialmente si tomamos en cuenta que en el futuro próximo nuestro sector podría estar generando excedentes de exportación, aun con biodiésel. Démosles aquí, en nuestro país, mayor valor agregado a nuestros productos, como lo han hecho los malayos. Sí hay mercado para la oleína y la estearina, así lo indican las importaciones. Los invito a que revisen en la página web de Fedepalma la ponencia de la que les estoy hablando, que brinda un marco conceptual interesante sobre el asunto.

Precios

No puedo dejar de mencionar el nivel extraordinario de los precios actuales de la palma. Yo oigo a muchos de ustedes decir que no van a volver a bajar, y cada uno se forma sus propias razones para afirmarlo. No se puede olvidar que hace unos años se oía lo mismo, pero a la inversa: “Los precios no van a subir de nuevo y no hay nada qué hacer”. Hay algo en la naturaleza humana que no nos permite manejar bien los cambios, y los palmeros tenemos que abstraernos de ello. Porque la única realidad es que los precios de nuestros productos suben y bajan. Así que no es menester propio sucumbir ante las vacas flacas, como tampoco lo es embriagarse con los buenos precios. Lo que hay que hacer con la viabilidad económica de hoy, es invertir de la mejor manera para llegar a producir ocho toneladas de aceite por hectárea. A la pregunta permanente de qué hacer en nuestras tierras, en nuestra finca, la respuesta obvia es: producir ocho toneladas de aceite por hectárea. Así que cada plantación debe organizar un plan de inversiones juicioso en aras de lograrlo.

Gestión ambiental y responsabilidad social

De otro lado, hay que hacer claridad en cuanto a la Interpretación Nacional de los Principios y Criterios de la RSPO en el marco del desarrollo sostenible, de cara a la normatividad colombiana. A partir de agosto de este año hay un plan para comenzar a trabajar en ese



frente y poder así iniciar los procesos de certificación de algunas empresas.

El Grupo Daabon ha venido trabajando intensamente en ese aspecto y entiendo que está próximo a certificarse. Lo menciono porque a veces también pensamos que aquí no podemos. Aquí sí podemos. De hecho hay colegas haciendo cosas extraordinarias, y en este campo del RSPO el Grupo Daabon ha tenido un nivel de compromiso ejemplar, que bien puede convertirse en una guía para que otras empresas se muevan en la misma dirección.

En cuanto a la certificación ISO 9000 e ISO 14000 ya hay un buen número de empresas que iniciaron ese camino, el mismo que debe volverse común entre todas las empresas, pues solo así será posible alcanzar la certificación de sostenibilidad del Roundtable. Para ello pueden contar con la colaboración gremial.

De la misma manera cabe mencionar que esperamos renovar en los próximos meses el convenio de producción limpia con el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, que produjo tan buenos resultados, como que todas las extractoras del país cuentan con planes ambientales. Vale mencionar el trabajo que adicionalmente se está realizando para consolidar el Proyecto Sombrilla, al que me referí en este mismo escenario.

Al programa de Responsabilidad Social Empresarial definitivamente tenemos que inyectarle más dinámica para que haga muy visible todo lo que ustedes ya hacen en sus empresas. Pero hay que lograr la coordinación sectorial, porque el esfuerzo a veces se diluye en lo individual, lo que impide mostrar los impactos positivos de este tipo de acciones sobre la agroindustria y el país. Es necesario priorizar algunos temas y focalizar hacia ellos los esfuerzos, de forma tal que podamos mejorar la imagen y la percepción del sector entre la opinión pública. El tema de evaluación de seguimiento de las alianzas productivas con los pequeños agricultores es también clave para obtener los resultados que se esperan de ellas.

Capacitación

En capacitación se seguirá fortaleciendo el convenio que tenemos con el Sena y se sacará adelante lo que éste plantea con el Ministerio de Educación Nacional.

Igualmente se impulsará con mayor intensidad el desarrollo empresarial, especialmente entre pequeños y medianos productores, de manera que no sea el tamaño el que determine la calidad del empresario. Todos los productores debemos serlo, independientemente de si somos pequeños, medianos o grandes.

El programa de extensión es un tema que hay que analizar, porque hemos encontrado ciertos vacíos. En efecto, parecería que hubiera un eslabón roto en la cadena de transferencia tecnológica entre Cenipalma y la base, los palmicultores. Es como si estuvieran desconectadas la transferencia de Cenipalma y la adopción de tecnología por los productores. Y si queremos llegar a producir ocho toneladas por hectárea, hay que unir todos los eslabones.

Fondos palmeros

Fedepalma seguirá cumpliendo con su compromiso de manejar de manera impecable estos fondos, y seguir recibiendo altas calificaciones por parte de las entidades de control.

Reestructuración administrativa

Hay algunos aspectos administrativos que me parece importante compartir con ustedes. En primer lugar, pronto concluirá el proyecto de revisión y reestructuración gremial de Fedepalma y de Cenipalma. Y en este frente las juntas directivas de estas organizaciones que hoy se elijan desempeñarán un importante papel, pues deberán definir, por ejemplo, cómo incrementará y mantendrá el gremio su presencia regional, y como se posibilitará la réplica de la experiencia de La Vizcaína en las zonas Norte, Oriental y Occidental.

De otro lado, en Bogotá hay que unificar las sedes, pues tenemos tres y eso es en verdad ineficiente. La concentración del grupo humano en un solo sitio redundará en mayor eficiencia y efectividad en el trabajo.

Los anteriores son algunos de los elementos que queríamos esbozarles a ustedes en esta Asamblea, con el propósito de incentivarlos para que enriquezcan la acción gremial con sus sugerencias, ideas y proposiciones.

Muchas gracias.