

La palma de aceite en Colombia apunta a ser un sector de clase mundial

El Gobierno Nacional ha venido promoviendo una iniciativa para desarrollar y consolidar sectores de clase mundial. En este propósito, inició la tarea hace varios años con cadenas industriales, que recientemente ha sido extendida a cadenas del sector agropecuario. Con satisfacción, el sector palmero registra que el Gobierno y el Presidente de la República, Juan Manuel Santos Calderón, hayan acogido esta agroindustria como parte de dicha iniciativa, que constituirá un proyecto bandera de la actual administración.

La propuesta general implica la transformación productiva de la economía colombiana hacia el logro de una oferta diversificada, sostenible, de alto valor agregado, que promueva su adecuada inserción en los mercados globalizados y, de esta forma, se alcance un mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar de la población.

Fedepalma y algunas empresas palmeras decidieron participar en el concurso del Programa de Transformación Productiva –PTP–, presentando su propuesta de valor, la cual resultó seleccionada por un jurado de alto nivel en 2009. En total, fueron escogidos cuatro sectores agropecuarios: palma, aceites y grasas vegetales y biodiésel; carne bovina; camaronicultura; y chocolatería, confitería y sus materias primas.

El PTP es, ante todo, una Alianza público–privada, por cadena productiva para emprender, por la vía del consenso y de manera coordinada, la transformación de cada una de ellas. Adicionalmente, el programa contó con la participación de la firma consultora internacional AT Kearney, la que orientó metodológicamente y lideró el proceso de diagnóstico y formulación de estrategias y planes para las cuatro cadenas de la denominada “Ola Agro”.

En el caso de la cadena de palma, la alianza está conformada, por el sector privado, por empresas pal-

micultoras, industrias fabricantes de grasas y aceites vegetales comestibles, y plantas de biodiésel, al igual que por las agremiaciones Fedepalma, Asograsas y Fedebiocombustibles. Por el sector público, participan los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo (MCIT), el de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR) y otras instituciones. Para articular los procesos requeridos, a efectos de potenciar los esfuerzos y concretar las iniciativas contempladas, se creó una gerencia privada y una gerencia pública. La formulación del plan ha superado dificultades de diverso orden; una de ellas consistió en la propuesta de agendas coyunturales, resultantes de la preocupación por el comportamiento de los precios y el abastecimiento del momento. Pero, finalmente, se enfocaron los esfuerzos hacia temas estratégicos de mediano y largo plazo, objeto prioritario de este ejercicio.

Con el consenso de la alianza público–privada, la primera fase del programa “Ola Agro” se cumplió en 2010, mediante la elaboración del diagnóstico y la formulación del plan; le siguen la Fase II de diseño y ejecución temprana en 2011 y 2012; y la Fase III, de ejecución y seguimiento, con dos horizontes: 2019 y 2032. Todo ello requerirá de construcción colectiva y de inversiones empresariales.

Del diagnóstico de la cadena de la palma se concluyó que el aceite de palma RBD (refinado, blanqueado y desodorizado), aunado a sus fracciones (oleína y estearina), tiene el mayor atractivo global, seguido de cerca por el aceite crudo de palma. Por su parte, el biodiésel y la glicerina tienen atractivos globales menores, pero valiosos, como quiera que son mercados nacientes. No obstante, la competitividad de todos estos productos, en comparación con Malasia tomado como el líder mundial referente, muestra una brecha importante debido a los altos costos locales.

A la luz de lo anterior, el derrotero a seguir es construir una cadena que sea líder regional, diferenciada por su competitividad y sostenibilidad. Para ello, se debe consolidar, ante todo, el rol preponderante en la producción de aceite crudo en un horizonte hasta 2015; desarrollar una posición competitiva en aceite refinado y fracciones en el ámbito regional, logrando economías de escala y ubicación estratégica y finalmente, asegurar el liderazgo en el ámbito nacional en productos intermedios y terminados, comestibles y no comestibles, de aceite de palma.

A este respecto, se deben apalancar las condiciones de sostenibilidad ambiental y social, como factor diferenciador de los productos colombianos, para convertirse en un motor de generación de empleo, bienestar y desarrollo rural, y asegurar la rentabilidad de las empresas de la cadena.

El plan formulado comprende acciones públicas y privadas para dar un salto en la productividad y empleo; la formalización empresarial y laboral; el desarrollo de la ciencia, tecnología e innovación; el mejoramiento de las condiciones del entorno y los servicios transversales.

El 23 de febrero de 2011, el Presidente Santos lanzó oficialmente la “Ola Agro” del PTP, con un mensaje optimista y llamando a la acción, ante un auditorio

colmado de líderes sectoriales, y logrando un despliegue amplio en los medios de comunicación. Sobre la cadena de la palma destacó que: “Las acciones que emprenderemos al respecto están encaminadas, por un lado, a mejorar la productividad de las áreas sembradas de palma de aceite y, por otro, a cerrar brechas en los costos de producción.”

Fedepalma y Cenipalma vienen incorporando la estrategia del Plan de Transformación Productiva en su plan de acción gremial. En efecto, se está desarrollando el engranaje de las diferentes iniciativas y acciones con los objetivos estratégicos y los distintos programas y proyectos gremiales, todo lo cual hace parte de su direccionamiento estratégico actual. Correlativamente, otros actores y entidades públicas y privadas involucrados en el plan deben apuntar en una dirección similar.

Finalmente, en lo que respecta al eslabón de la agroindustria de la palma de aceite, debe quedar claro que la tarea básica corresponde fundamentalmente a los productores, pues son ellos quienes deben realizar la transformación en sus plantaciones y plantas extractoras, que permita mejorar la productividad, reducir los costos y, en definitiva, lograr una actividad agroindustrial más competitiva.