EDITORIAL

La palma africana en Colombia ha sido un cultivo de un desarrollo pujante. En el breve lapso de casi treinta años ha sustituido eficientemente los aceites comestibles que antes debían ser importados, con el consiguiente ahorro de divisas y generación de importante empleo y desarrollo local.

El entusiasmo por su siembra ha sido grande, al punto que en los últimos tres años se ha plantado una tercera parte del área total sembrada hasta el momento. Este hecho inusual debe ser motivo de reflexión.

Uno de los pilares fundamentales de la actividad palmicultora en los últimos años ha sido el adecuado mercadeo del aceite. Gracias al empeño de FEDEPALMA porque hubiera concertación entre palmicultores, industriales y Gobierno vía la Comisión de Mercadeo Exterior de Aceites y Grasas, se logró la oportuna colocación del aceite en el mercado, garantizando que la actividad palmera creara polos de desarrollo en zonas rurales marginales con beneficios de orden social y económico para el país. Sin embargo, la concertación dejó de hacerse e importaciones excesivas, agravadas con ingreso de aceite de contrabando han originado el problema que ahora vivimos.

Qué pasó? Llegamos acaso a la autosuficiencia en materia de aceites comestibles? Parece que aún no es el caso. Sin embargo, queda claro que se ha omitido, para tomar decisiones de política económica, el hecho de que el consumo está segmentado entre aceites líquidos y sólidos. Estos últimos, a los que no se valoró en su real dimensión, son los que tienen abastecido el mercado y es justamente el aceite de palma, la principal materia prima para la elaboración de sólidos.

El anterior hecho sorprendió a los palmicultores. En general nunca se pensó que la situación se presentara tan rápidamente y muy pocos tenían la capacidad de almacenamiento en plantación, necesaria para poder negociar al futuro.

Como solución de corto y mediano plazo se debe pensar en volver a la concertación con industriales y Gobierno. Buscar la colocación del aceite en usos adicionales al comestible tales como en jabonería, portadores de agroquímicos y alimentos concentrados para animales. Promocionar el aceite de palma con miras a incrementar su consumo per cápita y buscar un cambio en los hábitos de consumo, orientándolo hacia los sólidos. Por último prepararse para colocar el aceite en el exterior, a pesar de las dificultades que se puedan presentar.

Los temas están sobre el tapete. De aquí a 1991 ingresarán treinta y siete mil nuevas hectáreas en producción. Los agricultores deberán reflexionar sobre lo que viene y en todo caso se verán obligados a ser eficientes como única alternativa para permanecer en el mercado y seguir aportando al desarrollo económico y social de este país, que tanto lo necesita.