

EDITORIAL

UN RESBALON EN ACEITE

Durante este año los palmicultores colombianos han enfrentado la peor crisis desde el inicio del cultivo de la palma africana en Colombia. El rápido incremento en la producción de aceite de palma y la falta de concertación entre gobierno, industriales y agricultores, especialmente para el manejo de las importaciones, resultó en un exceso relativo de aceites y grasas en el mercado, que trajo como consecuencia dificultades para la absorción de la producción nacional y una caída en los precios del aceite de palma superior al 50%, en términos reales. El nivel de precios alcanzado no le permite a muchas plantaciones cubrir todos sus costos de producción y de no haber una rápida recuperación en los precios, la estabilidad económica de las empresas productoras se verá gravemente afectada.

La coyuntura actual exige que los productores hagan un diagnóstico cuidadoso de la actividad palmicultora y de sus perspectivas, e identifiquen las fortalezas y las debilidades de su negocio particular, para orientar el plan de acción a seguir. Los palmicultores deben tener como propósito consolidar todas las empresas palmeras, en especial aquellas que han hecho más énfasis en su crecimiento. Por lo tanto, aspectos relacionados con una producción eficiente y una comercialización fuerte y creativa, necesariamente deben hacer parte de la agenda futura del sector.

La eficiencia en el proceso productivo es un aspecto de particular importancia, especialmente ahora que la rentabilidad del cultivo se ha deteriorado. Los costos de producción del aceite de palma en Colombia son altos y reducirlos no será tarea fácil. Algunos de ellos están dados por condiciones estructurales de la economía. La mano de obra empleada en las plantaciones es relativamente más costosa que la de otros países productores; ante la ausencia del Estado muchos programas sociales están a cargo de las empresas palmeras; el gran número de enfermedades que afectan el cultivo de la palma en Colombia, le exige a las plantaciones controles fitosanitarios más rigurosos; además hay también sobrecostos importantes en los insumos y equipos importados, y en el transporte interno. Todo esto coloca en desventaja a la producción nacional, por lo que los palmicultores deben hacer un seguimiento muy cuidadoso de su operación, para tratar de incrementar la productividad y evitar gastos sin justificación económica.

La comercialización del aceite de palma tiende a ser cada vez más compleja, en la medida que esta materia prima abastece una mayor proporción del mercado y parte de la producción se orienta a nuevos usos. La falta de almacenamiento de aceite, adecuado y suficiente, en manos de los productores, fue uno de los factores que más incidió en la actual crisis del sector palmicultor. La capacidad de almacenamiento no sólo es insuficiente frente a las exigencias de la producción nacional, sino que se encuentra muy mal distribuida. El almacenamiento es una herramienta que puede utilizar los productores para regular la oferta de aceite que sale al mercado en un momento dado, de tal forma que los precios no se vean afectados por aumentos o disminuciones temporales en la oferta de su producto. Para poner en marcha una política de manejo de inventarios, con resultados efectivos, es necesario que cada productor ajuste su capacidad de almacenamiento a su nivel de proceso. En otros países se recomienda que ésta sea equivalente a dos o tres meses de producción. Según ésto, el almacenamiento total del país, en manos de los productores, debería ya alcanzar un nivel cercano a 40 o 50 mil toneladas. Resulta que la capacidad actual no llega, en promedio, a un mes de producción.

La calidad del aceite es otro factor que cada día adquiere mayor relevancia para el sector palmicultor. Los cultivadores solamente pueden pensar en almacenar aceites si la producción se realiza bajo condiciones estrictas de calidad. Para ofrecer luego un buen producto hay que guardar un buen producto. La calidad se constituye también en un elemento determinante para colocar el aceite en los momentos en que el mercado está relativamente bien abastecido ya que, ante una mayor oferta, los compradores pueden ser más exigentes en las especificaciones del producto que adquieren. De otra parte, también es más fácil abrir nuevos mercados para el aceite de palma, tanto a nivel interno como externo, si es de óptima calidad.

El acceso al mercado de exportación es una buena forma de fortalecer el esquema de comercialización de los productores y regular el mercado del aceite de palma. Retirando del mercado interno el aceite que no es absorbido por la industria de aceites y grasas comestibles, y por los nuevos mercados, como jabonería y alimentos concentrados para animales, se puede evitar que los precios se deterioren para toda la producción y caiga la rentabilidad global del negocio. Sin embargo, con un mercado externo con precios deprimidos, como los que tiene actualmente el aceite de palma, es difícil que haya exportadores independientes dispuestos a sacar el producto del mercado, a menos que exista algún otro incentivo económico para hacerlo. Con la comercialización de "excedentes" los cultivadores buscan, ante todo, racionalizar la oferta de aceite y defender el precio de venta, lo cual justifica que los palmicultores exporten a pérdida ya que, serían ellos los únicos que tendrían un beneficio colateral al evitar una caída en el precio interno del aceite. Por este motivo, es importante que el sector disponga de algún mecanismo que le permita organizar una acción de exportación conjunta de todos los palmicultores, cuando el mercado interno lo requiera y las condiciones del mercado internacional demanden un sacrificio.

Un Fondo Palmero, al que aporten todos los cultivadores, podría ser el mecanismo adecuado para intervenir en la comercialización de los excedentes de aceite, especialmente cuando ello conlleve una menor rentabilidad o una pérdida con relación al mercado tradicional. La fortaleza y la efectividad de un instrumento de esta naturaleza está dada principalmente por su capacidad económica. Por lo tanto, es necesario que el sector cree el Fondo y comience a capitalizarlo, para que realmente pueda operar cuando se le necesite. En la medida que el Fondo sea económicamente fuerte puede servir para apoyar otros programas para el fortalecimiento del sector, tales como promoción al consumo del aceite de palma y sus subproductos, investigación y asistencia técnica agrícola, entre otros.

Toda unidad productiva o actividad económica puede verse eventualmente afectada por factores externos o imponderables que pongan en peligro su operación. Pero no por eso se exime al empresario o a los dirigentes de su responsabilidad de hacer todo el esfuerzo necesario para tener una operación fuerte y vigorosa, con capacidad para enfrentar las dificultades y adversidades propias del negocio. La crisis que durante este año ha afectado a los cultivadores de palma africana en Colombia es una llamada de alerta. Si el sector palmero no se prepara para enfrentar los nuevos retos que se presentarán en el futuro, para muchos productores la próxima crisis será un "porrazo" y no sólo un "resbalón".