

EDITORIAL

PALMICULTURA PARA LA EXPORTACION

El modelo económico colombiano en la década de los 90's estará influido, de manera importante, por lo que se ha llamado hasta ahora "la apertura económica". Este nuevo enfoque busca, ante todo, que el sector productivo nacional mejore su competitividad frente a terceros países y el sector externo dinamice el crecimiento económico que la Nación requiere para alcanzar las metas de desarrollo de los próximos años. Así que, tanto el sector agropecuario como la actividad palmicultora, en particular, no pueden estar ausentes a esta realidad y seguramente deberán hacer ajustes importantes en su operación, para actuar con éxito dentro del nuevo entorno económico que se va a presentar.

Pero qué tan competitivos somos en realidad? Para responder a ésto hay que analizar varios aspectos: es necesario evaluar la productividad y la eficiencia de los recursos utilizados dentro de cada empresa; hay que comparar el costo local de los insumos con el costo que ellos tienen en otros países productores; y debe mirarse la eficiencia de las demás actividades externas a la empresa, como por ejemplo los servicios de transporte y de puertos, que se requieren para llevar el producto al mercado. Los productores deben responder principalmente por el primero de los aspectos anotados, mientras que el Estado es el llamado a crear las condiciones necesarias para que los dos últimos se den en términos más favorables. Por lo tanto, en un proceso de apertura de la economía, no sólo se debe pensar en que los empresarios sean más competitivos sino también en que el Estado sea más eficiente.

Desde hace varios meses el sector palmicultor ha estado explorando el mercado de exportación como una alternativa para regular el mercado interno del aceite de palma. Sin embargo, el diferencial que existe actualmente entre el precio de exportación y los costos de producción es negativo y muy alto, por lo que exportar, en sí mismo, no es atractivo para los palmicultores. Esta situación se presenta porque los precios internacionales del aceite de palma están coyuntura/mente muy deprimidos y los costos de producción son supremamente altos en Colombia. Dado que el país no está en capacidad de influir sobre el comportamiento de los precios internacionales del aceite, la única posibilidad de llegar al mercado externo, sin pérdida, es reduciendo los costos de producción.

La productividad, la eficiencia y el precio de los insumos utilizados en el proceso productivo son factores determinantes de los costos. Muchas plantaciones de palma, localizadas en diferentes regiones del país, tienen buenos rendimientos de aceite por hectárea, comparables con los mejores de otros países productores. Pero también hay otras cuyos rendimientos son bastante pobres para enfrentar un mercado más competitivo. La productividad promedio del país todavía no toca techo, por lo que hay posibilidad de reducir los costos unitarios de producción vía incrementos en productividad. Los desarrollos tecnológicos en el cultivo de la palma africana han permitido incrementar la frontera de productividad paulatinamente. Por tal motivo, todos los palmicultores deben estar atentos a modernizar y a renovar su operación de acuerdo con las exigencias del mercado, pues un rezago en la toma de tales decisiones podría conllevar a una situación económica difícil para algunas empresas y aplazaría la posibilidad de una integración ventajosa del país al mercado internacional.

Productividad y eficiencia, es el aporte que deben hacer los palmicultores para que la producción nacional sea más competitiva. El Estado, a su vez, tendrá que hacer lo propio para que el costo de los insumos y las demás actividades de apoyo a la producción se den en condiciones similares a las de otros países productores. Sin esto, la apertura de la economía tendría consecuencias económicas y sociales irremediables. Surge aquí el problema de los subsidios que muchos países otorgan para proteger su producción nacional y que en muchos casos hacen que otros países, a pesar de ser productivos y eficientes, no compitan en el mercado externo. Por esto es necesario que la apertura se haga dentro de un marco de concertación entre el Gobierno y el sector productivo y así la política adoptada tenga coherencia.

El mercado interno está prácticamente agotado como factor de crecimiento de la actividad palmicultora. Los mayores rendimientos de aceite por hectárea y las nuevas áreas que están iniciando producción, hacen prever que el mercado interno no será suficiente para absorber toda la producción nacional. Por lo tanto, el cultivo de palma solamente podrá continuar creciendo si las nuevas producciones pueden colocarse competitivamente en el mercado externo.