EDITORIAL

Desafío a la capacidad empresarial de los nuevos palmicultores

Un número significativo de nuevos cultivadores, especialmente pequeños productores, está ingresando al negocio de la palma de aceite en Colombia. Esta nueva etapa del cultivo ha contado con el apoyo del Gobierno, de organizaciones no gubernamentales y del sector palmero, mediante programas de alianzas productivas de distinto tipo, las que, a su vez, reciben un aporte significativo de recursos del Fondo de Inversión para la Paz (FIP) y del Incentivo para la Capitalización Rural (ICR). No todos estos nuevos cultivadores son curtidos empresarios y por ello resulta oportuno hacer algunas reflexiones sobre las realidades del negocio palmero y sus expectativas futuras y la urgente necesidad de promover y apoyar el desarrollo de la capacidad, organización y espíritu empresarial de estos nuevos productores.

Aunque el negocio de la palma de aceite está sujeto a múltiples factores propios del mismo y de su entorno, deben destacarse dos de especial significación. El primero, es el de la volatilidad de los precios internacionales de sus principales productos, el aceite de palma y el aceite de palmiste, y el segundo, es el de los mayores niveles de costos de Colombia frente a los principales países productores y la necesidad de reducirlos. Por lo tanto, los empresarios deben prepararse y anticiparse, tanto para manejar los riesgos por las fuertes fluctuaciones de los precios como para no ser inferiores al reto de competitividad sostenible, mediante la incesante reducción de los costos de producción, procesamiento y comercialización. Este manejo de los riesgos y de los costos es propio de la actividad empresarial y, por consiguiente, en la medida en que los nuevos cultivadores sean empresarios, pequeños, medianos o grandes, será mayor la probabilidad de salir airosos.

Es probable que quienes actualmente están sembrando palma de aceite logren precios buenos en sus primeras cosechas, en unos tres años, ya que posiblemente iniciarán sus ventas en una etapa alta del ciclo de precios. Pero la prueba verdadera aparecería cuando lleguen de nuevo los ciclos de bajos precios, como los enfrentados por el sector desde 1999 y hasta mediados de 2001, o incluso inferiores. Allí se observarán los resultados, tanto de la previsión como de la responsabilidad empresarial de los nuevos palmicultores, que debieron aplicar desde el inicio de sus negocios.

A largo plazo, los precios internacionales de los aceites vegetales, incluido el de palma, muestran una tendencia a la baja en términos reales. La tendencia de largo plazo será aún más dura para los palmicultores colombianos en los próximos años, porque el sector de aceites y grasas está superando su etapa de importador neto para convertirse en exportador neto de aceites y grasas y ello tiene un impacto en la formación de los precios locales de los productos. Ya los aceites de palma y de palmiste llegaron a esta etapa de netos exportadores. En la medida que las exportaciones de aceite de palma ganen importancia, también adquirirá más peso el precio de exportación, que es menor, en la formación del promedio del precio de venta y, por consiguiente, en la determinación del ingreso del palmicultor.

El reto que enfrenta el sector palmero colombiano es el de lograr que la baja de sus costos de producción sea más rápida que la de la tendencia internacional de los precios de los aceites y grasas, si quiere mantener y mejorar su competitividad. Ésta no es una tarea fácil, ya que los

costos deben bajar a una tasa superior al 2,5%, en términos reales, por año. Además, esta tarea de baja de costos será de todos los días y sin reposo, ya que la tendencia a la baja de los precios internacionales de los aceites vegetales y de la mayoría de los productos agrícolas, es secular.

De lo anterior se desprende que resulta equivocado pensar que al entrar al cultivo de la palma de aceite se llega a un negocio de ingresos estables y rentables en forma permanente. La realidad de esta actividad es la variabilidad y la volatilidad de los precios e ingresos y la lucha incesante por mejorar la eficiencia y bajar los costos. Los pequeños productores, al igual que los medianos y grandes, desde antes de sembrar, deben preocuparse sobre cómo van a manejar la inestabilidad de los precios e ingresos y la baja de costos. Por ello, Fedepalma ha insistido en la política de que el Gobierno apoye una unidad mínima familiar sembrada con palma de aceite, tal que, bajo condiciones normales de precios, pueda generar un ingreso holgado, para que sus propios ahorros le permitan sobrevivir en forma razonable en las épocas de precios bajos, y además, que se promueva una cultura empresarial para que se entienda el negocio dentro de un horizonte de largo plazo. Si los pequeños negocios no tienen claro estos criterios esenciales, podrán venir las desilusiones y los problemas sociales en el futuro. El sector palmero colombiano se caracteriza por su seriedad y capacidad empresarial y Fedepalma desea que esta imagen se fortalezca para bien de toda la comunidad que directa o indirectamente se relaciona con esta actividad.

También resulta equivocado creer que por vivir en el campo cualquier persona tiene las calidades y la posibilidad de ser empresario. Lo que debe estar presente en el país es la aplicación de una eficaz política de generar trabajo, a través, tanto de la promoción de unidades productivas propias como de la generación de oportunidades de empleo productivo. Si esas políticas dan fruto, existirían opciones para que quienes tienen calidades y posibilidades de ser empresarios, sean pequeños, medianos o grandes productores, empresarios y aquellos quienes no las tienen, puedan acceder a un trabajo productivo y estable.

Ahora bien, las economías de escala son una realidad económica en varias de las etapas del proceso productivo del aceite de palma. Por esto, los productores están en la obligación de organizarse para poderlas aprovechar y lograr así reducciones de costos en su producción. A este respecto, el cultivo de la palma de aceite se presta para organizar núcleos a gran escala alrededor de una planta extractora. Actualmente, el núcleo palmero en Colombia, en promedio, supera ligeramente las 3.000 hectáreas. Desde 1960 se ha venido planteando que el núcleo productivo mínimo en la Agroindustria de la Palma de Aceite debería ser de 5.000 hectáreas de cultivo por planta extractora de aceite. Fedepalma ha planteado que debe lograrse esa meta a la mayor brevedad posible. Mirando hacia el futuro y observando la experiencia de los principales países productores, Fedepalma ha llegado a la conclusión de que el núcleo productivo óptimo en el sector debe ser de 10.000 o más hectáreas y que es necesario empezar a recorrer este camino aceleradamente en Colombia. En el caso de los pequeños y medianos productores, es apremiante su crecimiento, articulación y organización, para conformar estos núcleos productivos.

Estas reflexiones pretenden, entonces, enviar un mensaje al Gobierno y a los empresarios palmeros que están gestando el desarrollo de nuevos cultivos con pequeños productores, sobre lo imprescindible de su capacidad empresarial, de ahorro y de organización, para que quienes hoy se perfilan como beneficiarios de los programas de alianzas productivas sean los empresarios curtidos del mañana y no se vaya a frustrar a mucha gente años después. Además, resulta indispensable un fuerte esfuerzo en una capacitación y difusión pertinente, amplia y que incluya la creación de valores, puesto que una buena siembra en capital humano también dará buena cosecha futura.

EDITORIAL

Entrepreneurial skills will be a challenge to new oil palm growers

A significant number of new oil palm growers, particularly small holders, are becoming involved in the oil palm business in Colombia. This new stage of the oil palm business has been supported by the government, the NGOs and the oil palm sector through productive alliance programs of various kinds. In turn, these Alliances receive significant contributions from the FIP (Investment for Peace Fund) and the ICR (Rural Capitalization Incentive). Not all the newcomers are experienced businessmen. Therefore, this is the right time to make some comments on the reality of the oil palm business and its future, together with some thoughts about the urgent need to promote and support the development of entrepreneurial skills, organization and spirit among these new oil palm growers.

Although the oil palm business is exposed to multiple factors inherent to the crop itself and to its environment, two of them must be pointed out due to their significance. The first one is the international price volatility of oil palm products, i.e. palm oil and palm kernel oil. The second one is the fact that costs in Colombia exceed those of the world's largest palm oil producers. These prices must be lowered. Therefore, entrepreneurs must be prepared to handle the risks involved in strong price fluctuations, in order to cope with the challenge of sustainable competitiveness through the steady reduction of production, processing and trading costs. Cost and risk management are inherent to entrepreneurial activities. Consequently, to the extent that new oil palm growers become small, medium- sized or large entrepreneurs, the potential for success will increase.

Those who are currently planting oil palm are likely to obtain high prices for the first crops they harvest in around three years, since they will probably start selling at a high stage of the price cycle. However, they will actually be tested when low price cycles return, such as those experienced by the sector from 1999 to mid 2001 or even lower. Only at that time will the results become evident, both in terms of the foresight and entrepreneurial responsibility of new oil palm growers, which should be implemented at the onset of their business activity.

International edible oil prices, including palm oil, show a bearish trend in real terms in the short run. The long-term trend will be even tougher for Colombian oil palm growers in coming years, due to the fact that the oils and fats sector has already gone from a net importer stage to a net exporter of oils and fats. This has an impact on local price setting. Palm oil and palm kernel oil have already reached the net exporter stage. As palm oil exports become significant, export prices will have more weight (which is lower) on the average sales price setting and consequently on oil palm growers' income.

The challenge of the oil palm sector in Colombia is to accomplish a production cost reduction faster than the international oils and fats price trend, in order to keep and improve its competitiveness. This is not an easy task because costs must go down at an annual rate of over 2.5% in real terms. Additionally, cost reduction must be a daily and endless task because the bearish trend of international oils and fats prices, as well as of most agricultural products, is temporary.

From the above we must conclude that believing that the oil palm business will give you access to a source of steady and profitable income is a mistake. Actually, this activity is characterized by significant price and income variability and volatility, as well as by an endless struggle to improve efficiency and reduce costs. Small holders, as well as medium-sized and large growers, must consider in advance how they plan to handle the lack of price and income stability and cost reduction. This is the why Fedepalma has insisted on the need for a government policy supporting minimum family units planted with oil palm. Under normal price conditions, these units would produce enough income in order to reasonably enable the small holder to survive on his savings at times of low prices. This would also promote an entrepreneurial culture that understands the business within a long-term horizon. If smallholdings do not have a clear understanding of these essential principles, future disappointments and social problems may occur. The Colombian oil palm sector is characterized by its earnestness and entrepreneurial capabilities. Fedepalma wishes to strengthen this image for the benefit of the community directly or indirectly related to this activity.

Believing that any farmer who lives out in the country has the skills to become an entrepreneur is also a mistake. The country requires the implementation of an effective employment policy through the promotion of own productive units and productive employment opportunities. Should these policies be fruitful, those who have the right skills and potential will become small, medium-sized or large entrepreneurs, while those who lack them will have access to a productive and steady job.

Economies of scale are an economic reality at various stages of the palm oil production process. Consequently, growers must become organized in order to take advantage of these economies and consequently reduce production costs. In this regard, palm oil production may be organized in large nuclei surrounding a single palm oil mill. At present, the average oil palm nucleus in Colombia is slightly over three thousand hectares. Since 1960, the suggested size for the smallest oil palm production nucleus has been five thousand planted hectares per one palm oil mill. Fedepalma has proposed that this goal be accomplished as soon as possible. Looking into the future and considering the experience of the largest palm oil producing countries, Fedepalma has come to the conclusion that the optimum production nucleus should be ten thousand hectares or more, and that this endeavor should be undertaken immediately. Regarding small and medium-sized growers, these must grow, organize themselves and become articulated in order to set up the above-mentioned production nuclei.

These thoughts are meant to send a message to the government and to the oil palm entrepreneurs who are planning on developing new crops with small holders on the need to develop their entrepreneurial, saving and organizational skills. This would mean that the beneficiaries of the Production Alliance System would be the experienced entrepreneurs of the future, thus preventing future disappointments for many people. A permanent and comprehensive diffusion and training effort is also essential. This effort should include the creation of values, since a good crop, in terms of human capital, will also produce a fruitful harvest.