

Hechos, suposiciones y consideraciones sobre la palma de aceite y su competitividad*

Facts, Assumptions and Considerations about the Oil Palm and its Competitiveness

César de Hart
Vengoechea¹



Señor Presidente, señores ministros, nos honran ustedes con su presencia en este acto.

Señor Presidente, en primer lugar, debemos darle las gracias por su exitosa insistencia en que el Sistema General de Preferencias de la Comunidad Económica Europea se amplíe por diez años más. Esto representa un ingreso de alrededor de 15 dólares por tonelada de aceite crudo de palma exportado a ese destino.

Colombia está pasando por momentos de grandes definiciones tanto en lo político como en lo social y lo económico.

Nuestro sector, que no es ajeno a ese proceso, reviste condiciones muy especiales que contribuyen a generar riqueza, bienestar y estabilidad social en lugares muy sensibles del territorio nacional. Su aporte es absolutamente estratégico para resolver buena parte de los principales problemas que aquejan a nuestro país y cuyo origen pasa por el meridiano de sus zonas rurales: desempleo y miseria, cultivos ilícitos, subversión, inestabilidad social, desequilibrio rural urbano y los

consecuentes desplazamientos que a su vez causan insolubles problemas urbanos.

En el caso de los reinser-tados, por ejemplo, tenemos un gran reto, la sociedad toda. Se trata de su reinserción social, no limitada a lo económico con aislamiento y marginamiento social. La reinserción consiste en su absorción plena por parte de la sociedad.

La capacidad de nuestro sector hay que aprovecharla al máximo. Lo difícil es formular una estrategia para concretar todo su potencial sin poner en juego la consolidación de lo construido hasta la fecha.

Las actividades económicas se desarrollan dentro de unas posibilidades y unas limitaciones a lo que se puede hacer y a la forma de hacerlo. En ese sentido, el mercado y sus condiciones constituyen una frontera que no puede ser desconocida.

En el caso de la palma, desde hace décadas, sus directivos, en conjunto con el gobierno, hemos realizado un gran esfuerzo en la búsqueda del acierto,

* Palabras del Presidente de la Junta Directiva de Fedepalma en la instalación del XXXII Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite. Santa Marta, 3 de junio de 2004.

combinando la aplicación de instrumentos de fomento al crecimiento con instrumentos que incrementen la competitividad, como lo es nuestro centro de investigación, Cenipalma.

A nivel gremial, el tema central de debate ha sido si Fedepalma debía comprometerse institucionalmente con la promoción masiva del cultivo, o limitarse a contribuir al diseño, desarrollo y promoción de factores de competitividad, dejando que el empresario por su propia iniciativa determine el ritmo de crecimiento.

Desde años atrás se optó por la política de la promoción institucional masiva, lo que representa una gran responsabilidad social que hay que asumir, tanto por parte del gobierno como del gremio.

Personalmente, desde hace muchos años, he expresado, las más de las veces de manera solitaria, tanto al interior del sector como en público, inquietudes sobre la solidez competitiva de la política adoptada y sobre las consecuencias que pudieran acarrear unos excedentes crecientes sobre la suerte económica de la gran masa de los cultivadores.

Si hemos decidido promocionar masivamente la palma enfatizando su beneficio social, entonces la ética y la transparencia obligan a que los elementos de sus perspectivas y de sus limitaciones sean materia de conocimiento y discusión pública.

Hace justamente cinco años se celebró en Santa Marta el Congreso Nacional de Cultivadores de Palma.

Desde ese entonces hasta la fecha, hemos pasado de un área sembrada de 145.000 hectáreas a 205.000. Bajo el supuesto de que este año se inicien viveros para otras 20.000 hectáreas, a diciembre 31 de 2005 tendremos sembradas aproximadamente 250.000 hectáreas. Esto representa una producción anual sembrada de un millón

de toneladas, y exportaciones de más del 50% de la producción, que se materializará entre el año 2008 y el 2009, frente a un mercado nacional actual de 400.000 toneladas, que entre otras cosas, no está creciendo como se quisiera e, inclusive, tiene la amenaza de ser sustituido parcialmente por otros aceites del Cono Sur.

Tan sólo en la década de los noventa tuvimos los primeros excedentes y ya para este año se proyecta una producción de 600.000 toneladas con un excedente exportable cercano al 30%.

Este impulso es el resultado de la orientación y esfuerzo conjunto entre gremio y gobierno. En 2000, bajo el liderazgo de nuestro Presidente Ejecutivo, Jens Mesa Dishington, y el apoyo de sus directivas, Fedepalma formuló la Visión 20/20. Simultáneamente, el Ministerio de Agricultura, en ese entonces bajo el mando de nuestro colega, el Carlos Murgas Guerrero, formalizó el esquema de las alianzas y núcleos productivos. Esta concepción fue apoyada por instrumentos y mecanismos como el Incentivo a la Capitalización Rural, el Fondo de Inversiones Privadas y el Plan Colombia entre otros. Sin embargo, ha quedado pendiente la implementación de un plan indicativo, esto es, un plan de acción conjunta entre gobierno y gremio para su desarrollo integral.

Crece a ese ritmo frente a un mercado doméstico excedentario, señala la inminencia de la internacionalización del sector como consecuencia de los crecientes excedentes. Esa circunstancia, el carácter irreversible del desarrollo de la palma por su naturaleza perenne y el enfoque social de que es objeto, exigen asegurar una capacidad competitiva de nivel internacional. Esto requiere, además de la existencia de mercados, de la garantía de una futura rentabilidad sectorial resultante de la proyección

de los escenarios de precios y costos. Esa autosostenibilidad económica es la primera condición para lograr el beneficio social propuesto.

Una política de promoción masiva con énfasis social representa un compromiso y una responsabilidad gremial y oficial con la suerte económica del cultivador que haga las cosas bien. Gobierno y gremio no podrán conformarse con esgrimir los resultados de unos pocos campeones. La respuesta y capacidad competitiva tiene que ser en los mismos términos de la promoción: esto es, masiva. Precisamente, campesinos y pequeños productores otorgan plena credibilidad a las directrices y señales gremiales y oficiales.

De manera que no se pretende invocar la protección privilegiada de intereses mezquinos y particulares para no correr los riesgos inherentes a las decisiones empresariales. Todo lo contrario, esta preocupación pretende responder al compromiso implícito en la promoción masiva como una bandera social.

La brecha competitiva existente y no suficientemente tenida en cuenta, invita al análisis objetivo de los posibles escenarios futuros. Para aventurarse a saltar una zanja, por osado que uno sea, es indispensable tener una idea de qué tanto salta uno y, además, tener alguna aproximación al ancho de la zanja.

Por diversas razones, el tema se ha distorsionado, prácticamente reduciéndose a la adopción de posiciones como amigos del crecimiento y depositarios de un credo que monopolizan sus bondades sociales, con ribetes patrióticos, por un lado; o como enemigos del crecimiento y excluyentes sociales por el otro. En esos términos es muy difícil adelantar un debate serio y constructivo. Esto resta objetividad y dificulta la definición de

una adecuada y responsable orientación, máxime si se está invocando un discurso social.

Nuestra enorme responsabilidad nos obliga a un análisis objetivo deslindando con toda claridad los hechos de las especulaciones, expectativas o suposiciones, por razonables que parezcan.

Me permitiré resaltar algunos hechos:

- Si nos atenemos a lo seguro, al mercado existente, el equivalente a la totalidad de lo que se está sembrando irá al mercado internacional.

- Es inminente la internacionalización del sector. Y siendo justos, debemos reconocer que esto es así, en buena parte, como consecuencia de los crecientes excedentes, no por el Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos. La internacionalización, en buena medida, es consecuencia de nuestros propios actos.

- Lo anterior no significa que nuestra suerte sea ajena al Tratado de Libre Comercio. Una buena conducción del mismo nos puede abrir el acceso a nuevos mercados. Una mala conducción puede deteriorar los términos comerciales del comercio doméstico.

- Según cálculos de Fedepalma, más del 20% de los ingresos del sector obedecen a la existencia del Fondo de Estabilización de Precios.

- La vigencia del Fondo de Estabilización de Precios es lo que actualmente permite diferenciar el mercado interno del externo. De lo contrario, la actual oferta extraordinaria de aceites nivelaría los precios nacionales con los internacionales. En ese escenario, los aranceles, aunque existieran, no tendrían incidencia en la formación de precios. Además, los fletes, muy importantes y definitivos por cierto, de constituir hoy en día una barrera de protección, pasarían a ser un sobre costo.

Una política de promoción masiva con énfasis social representa un compromiso y una responsabilidad gremial y oficial con la suerte económica del cultivador que haga las cosas bien.

La palma es un cultivo permanente de muy largo plazo. Más que el café, el banano o el azúcar. Lo que se hace no es susceptible de ajustes. Tiene acelerador pero no tiene frenos ni reversa.

- Aunque se mantenga la estructura del Fondo de Estabilización de Precios, es un hecho que el crecimiento de los excedentes debilita su efectividad, y la incidencia negativa de los fletes irá en aumento. Puesto de otra forma, cada kilo adicional de producción disminuye el precio promedio de venta, en la medida en que la proporción exportable de la producción aumente. Es que el precio promedio es el promedio ponderado de las ventas nacionales y las internacionales.

Esto se traduce en que además de la dificultad que representa el comportamiento cíclico y volátil de los precios, cada kilo adicional hace que nuestra curva de precios se desplace en su totalidad hacia abajo.

- Existe una importante brecha competitiva que no puede ser desconocida y en cuyo análisis se debe tener en cuenta la heterogeneidad del sector.

Nuestra posición relativa de competitividad en 1998, que constituyó el punto de partida para la Visión 20/20, fue la siguiente:

- Costo de producción de una tonelada en Colombia = US\$287

- Costo de producción de una tonelada en Malasia = US\$235

- Costo de producción de una tonelada en Indonesia - US\$165

Algunos cálculos de costos permiten hacer una comparación aproximada entre 1998 y 2003, concluyéndose que aun cuando en Malasia los costos de mano de obra se han encarecido, en general la brecha competitiva se ha aumentado dramáticamente si tenemos en cuenta los avances de Brasil y Argentina en este terreno. Y aunque ese aumento se deba en parte al fenómeno de la devaluación, no por eso deja de ser cierto. Pero, además, en esos dos países existe una impresionante y real capacidad competitiva.

Otros cálculos, como el del doctor Arturo Infante (US\$297/ton. de crudo sin incluir amortización de la inversión en planta extractora) y el conocimiento empírico y el contacto con los colegas, permiten afirmar que el costo de producción promedio de una tonelada de aceite crudo no ha sufrido cambios sustanciales en los últimos seis años y que éste se encuentra entre los 250 y los 300 dólares, más cerca de 300 que de 250.

- Con estos parámetros de competitividad, si desapareciera el Fondo de Estabilización de Precios, y por tanto también la diferenciación entre mercado interno y externo, y se repitieran los precios internacionales de los años 1998 a 2004, el sector arrojaría pérdidas durante casi tres años. Eso ilustra el impacto del Fondo de Estabilización de Precios sobre el sector, y el peligro y consecuencias de hacer proyecciones con precios promedio desconociendo los mínimos.

- La palma es un cultivo permanente de muy largo plazo. Más que el café, el banano o el azúcar. Lo que se hace no es susceptible de ajustes. Tiene acelerador pero no tiene frenos ni reversa.

- Si eventualmente la cadena de aceites y grasas sufre traumáticos ajustes, el industrial tendrá el aliciente de la disminución de costos vía la reducción del precio del aceite crudo, la planta extractora a su vez pagará menos por el fruto. Esto es así porque industria y extracción fundamentalmente trabajan con márgenes, aunque estos pueden variar y, en cambio, el agricultor, quien está en la punta de la cadena, no tendrá a quien transferirle su disminución de precios. Sus principales insumos son mano de obra, fertilizantes y transporte, cuyos precios no guardan ninguna relación con el precio de venta de su fruto.

- La inversión en cultivo por tonelada de aceite producida es muy

superior a la inversión en planta extractora por tonelada producida (aun sin tener en cuenta el costo de la tierra).

- Las economías de escala por volumen son mayores en la planta extractora que en el cultivo. Esto es así porque las principales operaciones del cultivo no han podido ser mecanizadas y la extracción en cambio, es una operación esencialmente mecánica.

- Existen campeones, tal vez uno solo, que constituyen la excepción, que producen con costos por debajo de los 200 dólares. En primer lugar debe aclararse que ese costo se refiere al operativo y no incluye las amortizaciones de las inversiones en cultivo y en planta extractora ni el costo de la tierra. Además, verifiqué que esos mismos productores, en sus empresas en otras partes del país, operan con costos de 100 dólares adicionales por tonelada. Eso sucede con la misma gerencia, con el mismo equipo humano, con la misma tecnología. En esas otras zonas tienen costos parecidos a los demás productores. Esto indica que la estructura de costos no sólo obedece a la calidad de la gestión. Se podría afirmar, o si se quiere, especular, que esos 100 dólares en alguna forma se relacionan con el llamado costo país o agenda interna. Pero, además, como respuesta a una promoción masiva, la competitividad también debe ser masiva.

A continuación mencionaré algunas suposiciones, expectativas e interrogantes

- "Los indicadores de productividad y de eficiencia mejorarán en el inmediato futuro". Comentario: La verdad es que se requiere de un dramático progreso en este terreno para evitar que se siga aumentando la brecha competitiva. Obviamente con el agravante de que quienes nos llevan la ventaja competitiva también son más avanzados tecnológicamente.

- "Si las cosas se hacen bien, el crecimiento es bueno. Si se hacen mal, el crecimiento es malo". Comentario: El único crecimiento bueno es el que es competitivo.

- "China consumirá todo lo que se produzca". Comentario: En los años setenta hubo una situación de demanda muy similar por parte de la Unión Soviética. Hoy día ésta no existe.

- "Brasil ha logrado aumentar su eficiencia porque su gran volumen le ha permitido mecanizarse". Comentario: ¿No será al revés, que la naturaleza mecanizable de la soya le ha permitido alcanzar grandes volúmenes? Si el volumen es lo que permite la mecanización, ¿por qué entonces Malasia e Indonesia con sus volúmenes no han mecanizado sus cultivos de palma? Cabe señalar que en la soya la mano de obra representa menos del 10% de los costos totales y en la palma entre el 40 y el 50%.

- "Por qué en Brasil sólo hay un poco más de 100.000 hectáreas de palma y siembran 18.000.000 de hectáreas de soya?" Sin comentario.

- "En el futuro Estados Unidos consumirá toda la palma que podemos producir". Comentario: Efectivamente, Estados Unidos representa una gran oportunidad de mercado, pero a precios internacionales menos fletes, incluidos los internos de Estados Unidos.

- "En el futuro encontraremos nuevos usos y mercados para la palma". Sin comentario.

- "La exención tributaria de las nuevas siembras mejora la competitividad". Comentario: Efectivamente aumenta la tasa interna de retorno de los nuevos proyectos, pero no tiene incidencia en la estructura operativa y sólo tiene aplicabilidad si se producen utilidades. Es un instrumento efectivo de estímulo al crecimiento.

El único
crecimiento bueno
es el que es
competitivo.

Muy grave sería asumir que si representa una mayor competitividad y que esto conduzca a hacer concesiones en las negociaciones del Tratado de Libre Comercio.

El proyecto biodiésel con aceite de palma

Señor Presidente, sobre este tema lo primero que tenemos que hacer es agradecer su atención y cariño con este sector, lo que nos obliga a buscar el éxito y el acierto, no sólo por nosotros mismos, sino como la mejor manera de corresponderle.

Este proyecto merece un cuidadoso estudio, tanto en su viabilidad técnica como económica.

Este reto exige de la convergencia de las políticas agraria y de combustible sin que la una quede subordinada a la otra. Las primeras aproximaciones al tema despiertan las siguientes consideraciones:

- La producción de biodiésel con aceite de palma requiere de tecnología de punta hasta hoy supuestamente en manos de los malos. Sobre este particular sería conveniente visitarlos para explorar con ellos el acceso y condiciones bajo las cuales ello es posible. Me atrevo a sugerir que ese contacto lo adelanten un representante del gobierno y otro del sector palmicultor, quienes deben tener las condiciones técnicas del caso.

- La viabilidad económica de este proyecto depende de las cotizaciones relativas del petróleo y del aceite de palma, teniendo en cuenta su naturaleza perenne. Según los estudios de prefactibilidad que hasta ahora han adelantado los doctores Arturo Infante y Eduardo del Hierro, se concluye una clara factibilidad cuando la cotización del petróleo supera los 35 dólares; y depende del precio de la palma cuando el petróleo se ubica entre 20 y 35

dólares por barril. Esto es así aun con la exención de impuestos a la gasolina y al IVA. Es muy importante conocer las proyecciones del Ministerio de Minas y Energía del precio del petróleo para el largo plazo. Proyectos tan de largo plazo como éste no se pueden afianzar sobre situaciones de coyuntura y bajo el riesgo de que el petróleo baje de 35 dólares. No olvidemos que en la década de los setenta igualmente se presentó un aumento crítico de las cotizaciones del petróleo que posteriormente disminuyeron. En ese entonces, en términos reales, el precio fue superior al actual.

- Por otro lado, hay que tener en cuenta los beneficios económicos de los bonos ambientales, que indudablemente pueden hacer una diferencia.

- Desde el punto de vista palmicultor habría que estudiar la posibilidad de que este proyecto constituya un medio para darle salida a unos excedentes.

La alternativa del biodiésel de palma debe ser estudiada tanto como alternativa para la palma como para el combustible.

Pero hay que tener claridad en que una cosa es desarrollar el proyecto de biodiésel para unos excedentes ya en camino, y otra cosa muy distinta es promocionar socialmente la siembra de palma pensando en el biodiésel, debido al riesgo económico implícito en promover el cultivo con destinación específica para este proyecto, en caso de que se le apueste a que el precio del petróleo no baje de 35 dólares, lo que es poco posible.

Sembrar palma con destino a la producción de biodiésel exige el perfeccionamiento de unas políticas para eliminar los riesgos y contingencias que ella encierra, de manera que su desarrollo se motive en la factibilidad económica.

La alternativa del biodiésel de palma debe ser estudiada tanto como alternativa para la palma como para el combustible.

Hay que considerar que las cuentas serían otras, en la posibilidad, así sea remota, de que se encuentre petróleo en Colombia.

La naturaleza perenne de la palma no le permite acomodar su producción a las señales del mercado. La palma que se produce hoy es consecuencia de lo que se decidió hace 4 ó 5 años y no se puede ajustar mayor cosa durante los próximos 20-25 años.

Estas características obligan a indicar que las señales que se transmitan a los cultivadores deben corresponder a políticas muy definidas y sostenibles en el largo plazo.

Consideraciones finales

Los atractivos del crecimiento de la palma son de un gran poder seductor. Tomando como punto de referencia 540.000 hectáreas adicionales, las que faltan para completar la Visión 20/20, se pueden mencionar los siguientes factores sociales y económicos:

- Aproximadamente 54.000 empleos directos adicionales, además de los indirectos.

- \$680.000/ha/año en fertilización.

- El transporte de más de dos millones de toneladas de aceite adicionales de crudo anual.

- Futuras exportaciones de 500.000 toneladas de aceite por valor de 215 millones de dólares por año.

- Un mercado de 78 millones de dólares de semillas de palma para la siembra de esas 540.000 hectáreas o de 243 millones de dólares según el valor comercial de palmas de vivero listas para sembrar.

El reto reside en establecer el equilibrio entre la capitalización de oportunidades y la disminución de riesgos, con la claridad de que el costo de crecer equivocadamente es irrepa-

vable e irreversible. Ese es el error que no se puede cometer. Es por eso por lo que no podemos crecer sobre supuestos, sobre expectativas, o sobre competitividad futura. El matiz social, el carácter permanente, los excedentes y la volatilidad de los precios gravitan sobre las políticas de desarrollo de este sector. Las consecuencias de un fracaso tendrían grandes repercusiones sociales que gremio y gobierno tendrían que afrontar.

Las iniciativas privadas y particulares, por su misma esencia, admiten un mayor grado de especulación, de arrojo y de riesgos que las que gozan de un enfoque social.

El gran dilema, la paradoja, bajo la óptica exclusivamente social, es qué tanto se puede irradiar y repartir el beneficio social, a conciencia de que ese avance debilita la posición competitiva de todos, debido a que, en presencia de excedentes, cada kilo adicional producido incide negativamente en el precio promedio. ¿Cómo podemos hacer más sin arriesgar lo que tenemos?.

La volatilidad de las cotizaciones internacionales no permite enfocar el tema con los precios promedio únicamente, desconociendo los precios mínimos de los ciclos, que es lo que realmente constituye el punto crítico de competitividad.

La verdadera competitividad es la capacidad de sobrevivir económicamente bajo las condiciones de los diferentes escenarios previsibles.

Un documento de Fedepalma de la semana pasada afirma que la brecha competitiva se ha ampliado y los precios internacionales a largo plazo tienden a la baja a un ritmo mayor que el de la reducción de los costos de producción en Colombia. Este es un reto competitivo urgente de resolver.

Surgen entonces serios interrogantes sobre el rumbo que llevamos. Debemos preguntarnos si no resulta aventurado otorgarles al crecimiento y a sus economías de escala las bondades del incremento competitivo que se le otorgan, sin darles el suficiente peso a otras acciones y hechos que deben antecederlo o acompañarlo. Los hechos así lo aconsejan.

El entusiasmo con el cultivo no puede impedir que le cerremos la entrada a capitales indeseables. Hay que distinguir entre planes de reinsertados o planes oficiales de cultivos alternativos, e inversiones que sirvan de burladero de dineros mal habidos.

La promoción del cultivo por encima de cualquier otra consideración, no puede ser interpretada por parte del cultivador de manera distinta a que como país somos competidores de talla mundial. Y no lo somos.

El sentido de responsabilidad y de la ética obliga a transmitir estas realidades y a no promocionar cultivos bajo la ilusión de la presente bonanza, difícilmente, si no imposible, de sostener en el futuro. La producción de lo que se siembre hoy encontrará un mercado muy diferente al actual.

La evidencia y, por qué no decirlo, la humildad, invitan a aceptar que actualmente la sobrevivencia del sector está montada sobre la existencia del Fondo de Estabilización de Precios. ¿Sinceramente, eso representa una competitividad nacional de talla mundial? Por otro lado, si suponemos la permanencia de este mecanismo, hay que admitir que su progresivo debilitamiento, causado por los excedentes crecientes y ya irreversibles, nos acerca indefectiblemente a la situación de ver amenazada la capacidad de sobrevivencia económica del sector en el caso de que no cerremos la brecha competitiva existente. En otras palabras, el Fondo de Estabilización de Precios es necesario, pero no es suficiente.

De la manera más constructiva y respetuosa, debo señalar que en presencia de la evidente y creciente brecha competitiva, la promoción masiva y social de este sector debe estar condicionada por la garantía de la permanencia del Fondo de Estabilización de Precios. Este condicionamiento no sería necesario si el sector fuera competitivo en cualquier escenario y, por tanto, la existencia del Fondo de Estabilización de Precios simplemente significara una mayor o una menor rentabilidad. Pero ese no es el caso. El Fondo de Estabilización de Precios hoy en día es definitivo para la viabilidad del sector. Y con la claridad de que no constituye más que un apoyo en nuestro camino hacia la internacionalización y no un soporte sobre el cual afianzar el crecimiento. Sirve para manejar una situación ya creada, no para proyectar el futuro.

Si analizamos nuestra competitividad comparando nuestros costos con los de otros países productores de palma y de soya, no somos competitivos. Si confrontamos nuestros costos con los precios mínimos de los ciclos de precios, se deduce que nuestra supervivencia depende de que podamos tener unos precios en el mercado interno diferenciados de los del externo. Esto significa que nuestro mercado interno, que está saturado, es precioso y que hay que cuidarlo.

Ante un mercado saturado no suena lógico adoptar una estrategia de crecimiento como puntal del incremento de la competitividad. Lo sensato es promover el consumo y que éste estimule la producción.

Y si con la óptica social sinceramente se busca el bienestar general, y no simplemente invocar un argumento efectista, es imperioso, con toda honestidad, llamar la atención del gobierno sobre algo muy delicado, que es la confluencia simultánea de varias circunstancias que aparentemente no

han sido percibidas, para que introduzca los correctivos que considere del caso. Bajo el actual modelo de promoción masiva, en los que se inyectan recursos públicos nacionales e internacionales para la promoción de los pequeños cultivadores para que estos a su vez les vendan el fruto a las plantas extractoras cabezas de núcleos, efectivamente se socializa el crecimiento, pero también en alto grado, se socializa el riesgo del capital invertido. Recordemos que la inversión por tonelada de aceite producida en cultivo es superior a la inversión en planta extractora por tonelada de aceite producida. Además, se concentra el beneficio por economías de escala en cabeza de las extractoras por su naturaleza mecánica. Y, por último, también se concentra la absorción de los futuros ajustes del mercado en el punto más débil de la cadena, el cultivador, ya que éste no tendrá a quién transferirle las disminuciones del precio. Esto resulta en un desequilibrio estructural en contra del cultivador que no se compadece y, todo lo contrario, riñe con el enfoque social que inspira esta política. Esta situación sugiere la necesidad de ajustes.

Lo anterior no sería motivo de mayor preocupación si nuestro crecimiento estuviera siendo jalonado por una auténtica capacidad competitiva y no por instrumentos de estímulo al crecimiento que inciden en estos desbalances.

Como colombiano, como palmero, me he sentido en la obligación de advertir sobre los peligros que enfrentamos, con la intención de que abramos los ojos para evitar actuar con el deseo como en tantas cosas se ha hecho en el pasado en diversos frentes con funestas consecuencias. Debemos aterrizar en la realidad. Es muy peligroso ignorar las limitaciones que impone el mercado mismo.

Todas estas consideraciones equivalen a unas luces rojas encendidas

en el tablero de instrumentos, que deben ser atendidas y sugieren una revisión del modelo actual, de manera que de una política centrada en instrumentos de crecimiento, transitemos hacia una basada en instrumentos de competitividad, como lo son que el valor de la tierra guarde relación con su productividad, la investigación, la tecnología, la salud, la educación, los incrementos en productividad y eficiencia, las mejoras en la efectividad de la gestión administrativa, la reducción del costo de los insumos y servicios, la infraestructura, cuya fragilidad se evidenció con la crítica situación vivida hace dos meses, cuando por la falta de previsión e incapacidad para manejar la logística de despachos, transporte y almacenamiento, estuvimos cerca del colapso.

En los procesos dinámicos es apenas natural que los esquemas, por bien que hayan funcionado en el pasado, se agoten en sus posibilidades, pierdan vigencia, y sea necesario ajustarlos o reemplazarlos por otros frente a nuevas circunstancias. Los instrumentos del esquema vigente adolecen de un desequilibrio entre los estímulos al crecimiento y a la competitividad.

La más alta conveniencia nacional y social, lo mismo que la sectorial, justifican que gobierno y gremio, conjuntamente, revisen la política sectorial de cara a las realidades y perspectivas actuales. Eso incluye una revisión de la Visión 20/20.

Es que no es desmedido afirmar que si la palma se promueve socialmente, la competitividad necesariamente debe ser un tema institucional, oficial y prioritario, que es el tratamiento que se le otorga en los países que precisamente nos llevan tanta ventaja. El tema de la competitividad no puede ser subsidiario y un apéndice del crecimiento. No tiene sentido un crecimiento que no esté

La naturaleza
perenne de la palma
no le permite
acomodar su
producción a las
señales del mercado.
La palma que se pro-
duce hoy es
consecuencia de lo
que se decidió hace 4
ó 5 años y no se
puede ajustar mayor
cosa durante los
próximos 20-25 años.

No es desmedido afirmar que si la palma se promueve socialmente, la competitividad necesariamente debe ser un tema institucional, oficial y prioritario, que es el tratamiento que se le otorga en los países que precisamente nos llevan tanta ventaja.

respaldado en una sólida competitividad. Este es el único instrumento que no es artificial. Además, la competitividad es el mejor estímulo al crecimiento. Si somos competitivos cabemos todos.

El ejercicio de trabajar en la agenda interna para incrementar nuestra competitividad, resulta muy oportuno a la luz de las circunstancias, retos y oportunidades que nos plantea el nuevo escenario de negociaciones internacionales de comercio.

A los palmicultores aquí presentes, al sector todo, quiero transmitirles un mensaje:

He sido Presidente de la Junta Directiva de Fedepalma durante diez años.

Esa dignidad la he ejercido con absoluta pulcritud material y mental, anteponiendo el interés general al particular, empezando por el mío. Hacer eso, significa no permitirse a uno mismo mayor margen de maniobra y, las más de las veces, adoptar posiciones que no son las más cómodas ni populares. Pero no puedo hacer transacciones ni conciliaciones con mi conciencia y con mis responsabilidades. Sin embargo, a pesar de la diversidad de opiniones, hemos mantenido un gremio unido y de una gran fortaleza institucional.

Por último Señor Presidente, Señores Ministros, quiero referirme muy brevemente al tema del orden público.

La experiencia de ya varias administraciones ha sido que a lo largo de los cuatro años se hace el tránsito de la mano firme al apaciguamiento o viceversa. Bajo su mando, señor Presidente, el país empieza a vislumbrar con ilusión los resultados de la política de seguridad democrática sostenida con toda la voluntad política y sin titubeos, hasta el punto de que ya caló en la conciencia nacional. Los resultados, las estadísticas, lo mismo que la percepción de la opinión nacional, no dan lugar a equívocos.

Los colombianos nunca más nos podemos permitir conceder el monopolio de la sensibilidad social y de sus reivindicaciones a la extrema izquierda, como tampoco podemos aceptar que el ejercicio de autoridad es exclusividad de la derecha. Jamás podemos dejar que se vuelva a someter a la población. Jamás podemos permitir que se nos vuelva a engañar. Jamás podemos volver a caer en el error de creer que la contemporización y el apaciguamiento despiertan generosidad y finalmente conducen a la paz. El apaciguamiento sólo alimenta la intransigencia.

Ahí están los resultados de su política. ¿Que si los grupos subversivos están golpeados o en repliegue estratégico? Pues más firmeza. Negociación cuando sea real, con muestras contundentes de voluntad de paz, no de conquista.

Señor Presidente, le quedan a usted tropas todavía en la reserva: le quedan 40 millones de colombianos, le queda la gran reserva de todo un pueblo, de toda una nación, que no sólo apoye a la fuerza pública, sino que reaccione enérgicamente al unísono. Este pueblo tiene ese legítimo derecho cuando diáfananamente usted está borrando el oprobioso capítulo del paramilitarismo.

Tenemos la obligación de trazar una raya que señale que no estamos dispuestos a transar ni a escatimar sacrificio alguno en la defensa de nuestra libertad y de la democracia. Esto está por encima de cualquier otra consideración.

El pueblo tiene en sus manos decidir si nuevamente quiere hacer el tránsito hacia el apaciguamiento, o si quiere construir una opción sólida de paz con el apoyo sostenido de la política de seguridad democrática.

Muchas gracias.