

ducir aceites, el impacto ambiental por deforestación y pérdida de biodiversidad es muy grande, así como por la liberación de gases de efecto invernadero presentes en la biomasa del bosque. De esta manera, se desvirtuaría cualquier beneficio ambiental de los biocombustibles que provengan de cultivos que deforestan.

Estos son problemas que el fabricante del producto final no puede desconocer porque hoy día el consumidor internacional es más exigente con esos temas.

La sostenibilidad alrededor de la cadena de grasas y aceites y de los *commodities*, en general, está tomando un rumbo enfocado en los mercados y es por ello que se han creado instancias como la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible (RSPO por su sigla en inglés),

o la de soya responsable (RTRS), que en últimas persiguen un estándar de sostenibilidad que se pueda cumplir a lo largo de toda la cadena, comenzando con los cultivadores y las plantas de beneficio para, a partir de ahí, certificar el aceite hasta el producto final e incluir un sello de sostenibilidad en la etiqueta.

Ahora, las ONG internacionales como WWF están centrando sus esfuerzos en lograr que las grandes compañías comercializadoras y fabricantes de bienes de consumo se comprometan a comprar únicamente aceites certificados con sellos de sostenibilidad. Es así como grandes compradores de aceite de palma en Europa y Estados Unidos han suscrito estos compromisos para el 2015. Estas compañías, a su vez, exigirán a sus proveedores de aceite de palma en países productores como Colombia el sello RSPO.

En tal sentido, Fedepalma se ha preocupado por preparar al sector en esta nueva realidad. Por ello, el gremio es miembro de la RSPO desde sus inicios y lideró la Interpretación Nacional de sus Principios y Criterios para el contexto colombiano. Con ello, las empresas palmeras cuentan con el estándar sobre el cual podrán comenzar a certificarse en la medida en que tengan la posibilidad.

En síntesis, el mensaje central de esta charla introductoria fue invitar a los asistentes al Congreso para abordar el tema de sostenibilidad, de manera conjunta, a lo largo de toda la cadena y teniendo en cuenta que será una exigencia de mercado cada vez más estricta. Para cumplirla serán necesarias alianzas efectivas entre los diferentes eslabones de la cadena de aceites y grasas.

Más competitividad de costos: aumento de la productividad



De izquierda a derecha, durante AOCs, aparecen Carlos Osorio Flórez, Director de Gestión Comercial Estratégica de Fedepalma, James Fry de LMC International y Julio César Laguna Loaiza, Líder de Comercialización Sectorial de Fedepalma.
Foto María Goretti Esquivel Camacho.

El reto para los palmicultores colombianos es mejorar su productividad y sus costos porque las perspectivas de producción mundial del aceite de palma son de un incremento fuerte, en los próximos años, principalmente en países como Indonesia, lo cual presionará los precios hacia la baja, según se concluyó de la presentación de James Fry, de LMC International.

De acuerdo con el Líder de Comercialización Sectorial de Fedepalma, Julio César Laguna Loaiza, el mensaje de Fry fue claro, las buenas siembras de años ante-

riorios en Indonesia, harán que la oferta de aceite de palma vaya en ascenso, por lo cual se prevé un crecimiento de cuatro millones de toneladas por año hasta el 2020.

Señaló Laguna que estas tendencias de precios, más bajos que los actuales, va a hacer difícil la competencia y a eso se suma que el país tendrá mayor producción y oferta de exportación, puesto que se va a aumentar de 950.000 a 1.600.000 toneladas la producción de aceite de palma en los próximos cinco años y, dado el límite del mercado interno, hay que vender en el

mercado externo en medio de un escenario de precios que no va a ser muy bueno.

Así mismo, Fry, en su intervención, señaló que a futuro los precios de los aceites y grasas dependerán de lo que pase con los del petróleo, por la relación estrecha que se ha formado entre las oleaginosas y los biocombustibles. Sin embargo, también dependerá de las existencias de aceite y la estacionalidad de la producción.

Hacia 2012, el mercado también estará determinado por la relación de los precios de la soya y el maíz que establecen la rentabilidad para las siembras en Estados Unidos y Mercosur. En la medida en que los precios del maíz han sido mejores, la gente siembra más este producto que soya, pero el ciclo se puede revertir en la siguiente temporada.

De igual forma, el experto internacional manifestó que en el largo plazo la oferta mundial de semillas oleaginosas va a depender de lo que pase con el aceite de palma. En los próximos seis a nueve meses, Fry considera que los precios del aceite de palma van a estar alrededor de US\$850 por tonelada en Asia, y

dependerá del impacto de la crisis económica en Europa y el mundo.

Adicionalmente, dijo que los biocombustibles han llevado a que desde el punto de vista de los precios de los aceites vegetales se genere una nueva relación con los precios de los combustibles, ya que antes de 2007, se movían de forma independiente al de los combustibles fósiles y después surgió una banda de precios que lleva a una estrecha relación entre ambos.

La razón fundamental para que esto suceda es que la regulación de los biocombustibles en Europa y Estados Unidos, da libertad a los usuarios de decidir cuándo y cuánto de la mezcla van a utilizar, lo cual lleva a que cuando los precios de los aceites vegetales, que es el principal costo de los biocombustibles, se elevan por encima de los precios del diésel, los usuarios disminuyen la demanda esperando que haya una nivelación.

No obstante, los biocombustibles representan el 13% de la demanda mundial de aceites y grasas y es lo que mueve los precios, porque el resto de usos va creciendo de forma más moderada y no genera

esos grandes saltos. Además, esto crea una gran volatilidad, teniendo en cuenta la alta capacidad disponible de producción de los biocombustibles.

Respecto a la relación de precios con los inventarios, Fry mostró que si bien las existencias continúan siendo una variable importante, se presenta una ruptura después de 2007, porque ahora mayores existencias generan precios altos y viceversa, lo cual no tiene lógica desde el punto de vista económico. Sin embargo, la nueva relación es la siguiente: altos inventarios implican primas bajas de los precios de los aceites sobre los del diésel, y al contrario, inventarios bajos, primas altas de los precios de los aceites vegetales sobre los combustibles fósiles.

De otra parte, indicó que los consumos de aceites vegetales en América Latina venían cayendo hacia el 2006, sin embargo, con la aparición de los biocombustibles, ese consumo en América Latina empieza a recuperarse hasta alcanzar 8,5% de participación mundial.

Finalmente señaló la importancia del aceite de palma en el consumo mundial para alimentos (32%) y en otros usos industriales, especialmente oleoquímica donde representa cerca del 90%. Sin embargo, en biocombustibles es poca la participación, y es donde gana espacio la soya y la colza que se producen en Estados Unidos y Europa.

Esto ha generado que en el total, la participación de la palma haya disminuido de 70% a menos del 50% en el consumo mundial para todos los usos. Los biocombustibles han ocasionado que la palma disminuya su participación en el consumo total.



Los participantes de Colombia en la Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sustentable. De izquierda a derecha: Alexandra Mondragón Serna, Cenipalma; Juan Carlos Espinosa, Fedepalma; Juan Méndez, HOLCIM; Felipe Guerrero, DAABON; y Francisco Pradilla, Ibicol Ltda. resaltaron el papel de la sostenibilidad en el desarrollo del sector de aceites y grasas.
Foto: Mónica Tatiana Acuña Castro.