

## Los precios son volátiles, el desarrollo empresarial es constante



El Presidente Ejecutivo de Fedepalma, Jens Mesa Dishington, le envió una carta al Director del periódico El Heraldo de Barranquilla, Juan B. Renowysky, aclarando varios aspectos del editorial "El Derrumbe de una Esperanza", publicado por este diario, que hacía alusión a que el negocio de la agroindustria de la palma de aceite había dejado de ser una opción para el país, ya que los precios bajos del aceite de palma no permitían ver un futuro promisorio.

A continuación el texto de la carta de respuesta de la Federación que fue publicado en su totalidad con despliegue en El Heraldo:

Consciente de la importancia de los medios de comunicación en la formación de criterios de la opinión pública y por la estimación especial que tengo frente a la importante labor informativa que realiza El Heraldo, quisiera hacer los siguientes comentarios para precisar la realidad sobre la situación actual del sector palmero colombiano, la cual guarda diferencias con la presentada en el editorial que ese diario publicó el 8 de agosto de 2001, bajo el título "El Derrumbe de una esperanza".

El comportamiento de los precios de la gran mayoría de los alimentos y materias primas agropecuarias, incluidos los aceites y grasas, se caracterizan por una gran inestabilidad y volatilidad, debido a factores relacionados con la oferta y demanda de estos bienes y con el manejo de las políticas comerciales y económicas en muchos países productores y consumidores. Esta es una realidad de mercado, que contrasta con la percepción de muchos productores y de otras personas, quienes quisieran o asumen que los precios de los productos agropecuarios deben ser estables y rentables de manera permanente.

Por otra parte, la rentabilidad de las actividades agroindustriales, al igual que las de otros sectores de la economía, está determinada por la relación

de precios y costos. Siendo los precios de los productos agrícolas y en particular los de los aceites vegetales muy volátiles, su rentabilidad no puede estar garantizada permanentemente para todos los productores y sólo puede optimizarse a través de un manejo adecuado de los costos de producción. Para ello, es necesario contar con unidades agroindustriales altamente productivas y eficientes, con capacidad y disposición de evolucionar constantemente de acuerdo con los requerimientos del mercado.

En la agroindustria de la palma de aceite tenemos ésto bastante claro y fruto de ello, en la última década, se dieron grandes transformaciones a nivel empresarial y gremial, que le han permitido al subsector crecer y proyectarse muy bien hacia el futuro. Por ejemplo, pasamos de tener 114.600 hectáreas sembradas con palma de aceite en 1990 a 157.300 en 2000 y de producir 225.600 toneladas de aceite de palma crudo a 524.000 toneladas en el mismo lapso de tiempo. Otros indicadores de productividad, eficiencia y costos también han evolucionado muy satisfactoriamente. Gracias a ello el subsector ha podido prospectar su Visión al año 2020, en la que se trazan metas ambiciosas pero alcanzables, si el Estado, el gremio y los productores cumplimos a cabalidad con la responsabilidad y las tareas que cada uno tiene en este propósito de construir el futuro.

Los nuevos retos que enfrentamos los productores agropecuarios y por lo tanto los cultivadores y productores de aceite de palma, derivados de la mayor competencia y transparencia de los mercados internacionales, exigen a los pequeños, medianos y grandes productores una gran capacidad empresarial, para tener mayores probabilidades de éxito en su labor productiva. De lo contrario, sería necesario restaurar mecanismos de apoyo o intervencionismo estatal propios de economías más cerradas y que en el caso de la agroindustria de la palma de aceite son poco viables si queremos crecer, pues ya contamos con una importante oferta exportable y el futuro cada vez está más ligado al desarrollo que tengan los mercados de exportación.

Fedepalma ha visto con preocupación la existencia y el surgimiento de proyectos de palma de aceite sin la suficiente capacidad o acompañamiento empresarial. Las posibilidades de crecer rentablemente en el mediano y largo plazo en este sector son evidentes, pero no de cualquier manera sino con siembras de palma de aceite muy bien establecidas y manejadas y con plantas de beneficio modernas, debidamente articuladas en núcleos productivos con buena gestión empresarial y aprovechamiento de las economías de escala existentes en esta actividad.

Durante los tres últimos años el mercado mundial de aceites y grasas experimentó una fuerte caída de los precios de sus materias primas, dentro de ellas el aceite de palma, que pasó de US\$705 por tonelada CIF Rotterdam en mayo de 1998 a US\$234 en mayo de 2001, alcanzando niveles históricamente bajos. Esta situación afectó, de manera muy importante, los resultados financieros de las empresas palmeras y de los palmicultores colombianos en estos últimos años. Pero de manera imprevisible a partir de finales del mes de junio de este año comenzó a darse una importante recuperación de los precios internacionales de los aceites y grasas, entre ellos el del aceite de palma que ha subido 48% en cinco semanas, bordeando los US\$ 400 por tonelada actualmente.

La palma de aceite es un cultivo de tardío rendimiento y de largo plazo, cuyo periodo productivo es de 25 o más años, con precios cíclicos y muy volátiles. Por ello, una situación puntual de bajos precios no puede hacernos olvidar su verdadera proyección de mediano y largo plazo, así como el potencial que tiene Colombia en esta actividad. Por

un lado, la demanda mundial de aceites y grasas crece a un ritmo de alrededor de tres millones de toneladas anualmente, de las cuales cerca de un millón es de aceite de palma y, por otro lado, el país cuenta con más de tres millones de hectáreas de tierra con condiciones naturales óptimas para este cultivo, así como una clase empresarial que ha consolidado una pujante agroindustria a nivel nacional. Esta realidad alimenta nuestro compromiso con la construcción de la Visión 2020 de la palmicultura colombiana, la cual, sin duda, constituye una esperanza que puede sembrar de oportunidades muchas regiones de la patria.

Para una mayor ilustración sobre los temas tratados en esta nota, atentamente le adjunto varios artículos y documentos que hemos publicado sobre el particular. Por otra parte, como esta carta presenta una perspectiva del sector que complementa y precisa la que se presentó en el Editorial mencionado, le agradecería de manera especial que fuera publicada para que los lectores tengan los elementos necesarios que les permitan observar la agroindustria de la palma de aceite en su real dimensión. ❀

## Avances en el proyecto de telecomunicaciones

El balance consolidado de la demanda real de líneas telefónicas, bienes y servicios de telecomunicaciones como acceso conmutado a Internet, canales dedicados de datos y redes corporativas, identificado por los Palmicultores colombianos, en desarrollo del convenio de cooperación que adelantan Fedepalma y Telecom es el siguiente:

DEMANDA REAL SEÑALADA POR LOS PALMICULTORES					
ZONAS	LÍNEAS TELEFÓNICAS	CONMUTADORES TELEFÓNICOS	TELÉFONOS PÚBLICOS	TACCESOS CONMUTADOS A INTERNET	CANALES DE DATOS
Central	379	5	22	14	8
Occidental	125	4	7	14	8
Oriental	252	11	28	23	17
Norte	113	6	14	11	7
<b>Totales</b>	<b>869</b>	<b>26</b>	<b>71</b>	<b>62</b>	<b>40</b>

El proyecto ha propuesto como oferta adicional para las empresas con planta de beneficio de fruto la posibilidad de ampliar los servicios de telecomunicaciones para favorecer a sus proveedores de fruto, contratistas y aquellos asentamientos humanos en las zonas de su influencia.

Para avanzar en el proceso de concreción de las propuestas, se han contemplado las siguientes actividades en corto plazo:

1. Con base en las propuestas de Telecom concertar con los Palmicultores, el desarrollo de soluciones puntuales, particulares, acordes con sus necesidades;
2. Definición y evaluación de la demanda de líneas telefónicas y servicios de telecomunicaciones en las cuatro zonas palmeras del país.
3. Revisión del diagnóstico inicial y las soluciones preliminares presentadas por Telecom.
4. Elaboración de una propuesta económica por parte de los proveedores de los bienes, tales como, terminales de radio, torres, etc. y de servicios de telecomunicaciones como Instalación y mantenimiento de equipos y accesorios, requeridos por los Palmicultores, en las cuatro zonas palmeras del país, con base en la demanda y la disponibilidad de infraestructura de Telecom.
5. Reformulación de las soluciones de Telecomunicaciones que se pueden ofrecer en cada zona.
6. Elaboración y presentación del estudio de factibilidad técnica y económica sobre las soluciones de telecomunicaciones propuestas.

La colaboración y apoyo que brinden los palmicultores es de vital importancia para llevar a buen término los objetivos que se han trazado con este proyecto. ❀