

fedepalma

40 años
1962-2002

El palmicultor

Boletín Informativo de la Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite - Fedepalma

Febrero de 2002 No. 360

Publicación cofinanciada por el Fondo de Fomento Palmero

El consumo local y las exportaciones, lo más destacado para el sector palmero en el año 2001

A pesar de la difícil situación que enfrentó la economía colombiana en el año 2001, el sector palmero logró un desempeño aceptable, especialmente por el dinamismo de las exportaciones y la recuperación del consumo interno. La situación en los precios, sin embargo, estuvo muy deprimida en los primeros meses del año y sólo a partir de julio se logró una lenta recuperación la cual se mantuvo hasta final del año.

Desempeño del sector palmicultor

El sector de la palma de aceite en Colombia se caracterizó en el año 2001 por un moderado crecimiento de la producción de los aceites de

CONTINÚA PAG 2 ▶

2002: un gran reto exportador para los palmicultores

La comercialización de aceite de palma enfrenta grandes retos en el año 2002. El crecimiento de la producción previsto para este año el cual se estima en un 5%, que es superior al incremento del consumo local, indica que la oferta exportable de aceite de palma colombiano continuará aumentando.

Esta situación se presenta, además, en un contexto de cambios constantes en los mercados internacionales y de restricción al comercio del aceite de palma en dos de los principales mercados: México y Venezuela.

CONTINÚA PAG 7 ▶



Fotografía tomada del folleto "Toda uses el aceite de palma" del MPOB.

Colombia comprará semillas de palma de Malasia

Fedepalma hará la importación de 1.300.000 semillas de palma de aceite con las cuales se espera sembrar unas 8.000 hectáreas nuevas de palma. Este material podrá ser traído al país gracias al acuerdo que se estableció entre Fedepalma y el Malaysian Palm Oil Board, MPOB.

El convenio que se firmó el 6 de marzo con motivo de la visita de la Delegación Oficial y de empresarios de Malasia a Colombia, es la consolidación de las

CONTINÚA PAG 10 ▶

En esta edición

Convenio entre Cenipalma e Instituciones de Investigación de Nigeria y Ghana

PAG 12

Fedepalma manifiesta preocupación por subida de aranceles en México

PAG 10

La vivienda rural: otro desafío del sector palmicultor

PAG 15

2002: un gran reto exportador... VIENE DE LA PAG 1

En esos países se han tomado recientemente medidas para frenar el acceso de los aceites Colombianos a esos mercados, y no se tiene claridad sobre la movilización de nuestras exportaciones en el corto plazo. En 2001, a esos países se exportaron 69.052 toneladas de aceite de palma, crudo e incorporado en procesados (49% del total de las exportaciones). De este total, a Venezuela se exportaron 51.058 toneladas de aceite de palma, 14.444 en términos de crudo y 36.614 como incorporado en productos procesados; A México, se vendieron 18.000 toneladas de aceite de palma crudo.

En el caso de Venezuela, desde octubre de 2001 aplicó una salvaguardia que consiste en el cobro de un arancel del 29% y la implantación de licencias de importación para los principales aceites y grasas procedentes de Colombia y Perú. Adicional a esto, la reciente devaluación del Bolívar frente al dólar, genera en el corto plazo una pérdida de competitividad de las exportaciones de aceites y grasas de Colombia, mientras se ajustan los precios en ese país.

La devaluación del Bolívar, la cual ha sido ya del 42%, desde que el Gobierno de ese país decidió liberar el mercado, afecta aún mas las posibilidades de las exportaciones Colombianas de aceites y grasas a dicho mercado, al menos en los próximos seis meses, periodo que, según los diversos analistas económicos, conlleva al ajuste inflacionario de sus precios internos. En tanto este ajuste se presente, no solamente se tendrán menos posibilidades de exportaciones Colombianas a ese país, si no que el mercado nacional será presionado por la oferta de aceites de otros países andinos cuyas ventas a Venezuela pierdan competitividad.

Por su parte, México decidió aumentar los aranceles a las importaciones de aceite de palma, atendiendo una solicitud de los productores de palma y coco de ese país. A partir de enero de 2002 los aranceles aumentaron en ese país de 10% que se aplicaba al aceite de palma crudo y 20% a los refinados, a 35%, para ambos productos. Debe agregarse, además, que en razón a los acuerdos de libre comercio que tiene México

con los países centroamericanos, que son importantes productores de aceite de palma, los aranceles aplicados a esos países permanecieron en el 1.3%. Ecuador tiene también un acuerdo vigente con México que le permite ingresar con 0%. Colombia, si bien tiene una Preferencia Arancelaria Regional (PAR) del 28% en este producto el arancel que le aplica México subió del 7.2% al 25%.

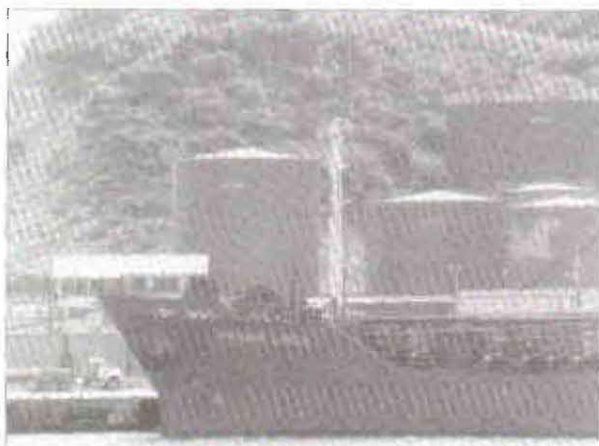
Los principales competidores de Colombia en el mercado mexicano de aceite de palma son

los países centroamericanos. Ante el aumento de preferencia relativa a esos países, las posibilidades de que Colombia mantenga su participación en ese mercado son escasas. Con todo, en la medida que la oferta de los centroamericanos y de Ecuador sean limitadas, Colombia tendrá que competir con Indonesia y Malasia países que tienen una baja participación en ese mercado y a los cuales se les aplica un mayor

arancel, 35% a partir del 2002.

Las medidas de Venezuela y México ponen de manifiesto que gran parte de los volúmenes de exportación que en años pasados se dirigieron a esos mercados, deberán canalizarse a países de Europa principalmente. Lo anterior, requiere de una gran organización por parte de los palmicultores para contar con una programación que permita realizar los negocios y disponer de la logística adecuada con suficiente anticipación, dadas las características y volúmenes que exige ese mercado.

El mercado de Europa es uno de los más importantes y desarrollados para el aceite de palma, donde compradores y vendedores realizan negocios a largo plazo (Forward). Por ejemplo, actualmente en este mercado existen altos inventarios, debido a que las ventas y compras para este periodo se realizaron con anticipación y por las expectativas de la gran cosecha de frijol soya de Argentina y Brazil, que tendrá un impacto en los precios de los aceites. Además, los movimientos empresariales que se están dando en dicho mercado, según Pasternak Baum, indican que se tendrán menores compradores de aceite de palma. En efecto, la venta de las refinerías de Unilever, uno de los tres principales compradores en Europa, a Golden



Hope Plantations de Malasia, le permitirá a esta empresa autoabastecerse, por lo que no estará en el mercado abierto demandando aceites.

Mientras esto sucede en el contexto internacional, algunos palmicultores se sienten más cómodos vendiendo en el mercado nacional, debido a que el precio interno del aceite de palma se ubica en un nivel óptimo del 100% frente al de paridad de importación de los sustitutos, por los bajos inventarios y producción de fines de 2001 y principios del año 2002. Este hecho, ha llevado a muchos palmicultores nacionales a no comprometerse para ventas en el mercado de exportación para el año 2002, sin tener en cuenta que los niveles actuales de producción del país generan oferta exportable durante todos los meses del año, y más aun, que la estacionalidad de la producción que se estima será muy marcada en los meses de marzo a junio de 2002, por lo que se presentará una producción que no podrá ser colocada en el mercado local.

C.I. Acepalma ha señalado que los compromisos de exportación de los palmicultores con esta entidad, a 21 de marzo de 2002, solamente alcanzan 34.255 toneladas de aceite de palma, 22.875 toneladas en negocios de fórmula y 11.380 toneladas en negocios expost.

Por otra parte, Julio César Laguna, Secretario Técnico del Fondo, informó que el Comité Directivo del Fondo de Estabilización de Precios para el Palmiste, el Aceite de Palma y sus Fracciones, en su reunión del pasado 8 de febrero, revisó

las perspectivas para el 2002 y decidió aumentar la oferta exportable del 25% al 27% de la producción nacional de aceite de palma, y por consiguiente, disminuyó del 75% al 73% la proporción para el mercado local, debido al menor consumo registrado de aceite de palma en este último mercado en el 2001, frente a las cifras que se habían analizado en diciembre pasado. De cumplirse las proyecciones de producción de 580.000 toneladas, se deberían destinar 423.400 toneladas para el consumo local y 156.600 para el mercado de exportación.

Según el Presidente Ejecutivo de Fedepalma, Jens Mesa Dishington, "el sector palmicultor debe realizar una profunda reflexión sobre la comercialización. Las perspectivas de comercialización del aceite de palma son preocupantes, máxime cuando existen algunos palmicultores que no tienen definidos los compromisos de exportación de los próximos meses y en las principales bolsas del mercado internacional de commodities, a la fecha ya están negociando la cosecha del año 2003".

Así mismo, señaló que "algunos palmicultores piensan que los problemas que se han tenido en la comercialización de la producción durante la década de los noventa, son cosa del pasado. Pero, si los productores no organizan su comercialización, estaremos pasando rápidamente de un mercado de "vendedores" a un mercado de "compradores", con las consecuencias que esto puede traer en el precio local, debido a que los precios tenderían a formarse por el piso, o sea el FOB de exportación".

Firma estadounidense escogida para promover el uso del aceite de palma

Una compañía de relaciones públicas con sede en Estados Unidos será nombrada el próximo mes para promover y maximizar el uso del aceite de palma y productos derivados de la palma de aceite en el mercado internacional.

La compañía, Arthur De Little International, será designada para promover los nuevos descubrimientos relacionados con los productos de palma de aceite, y para encontrar compañías potenciales que pudieran desarrollar productos finales.

Los productos incluirán aquellos que usan los derivados oleoquímicos del aceite de palma y la biomasa que se hace de los troncos, hojas y racimos sin frutas de las palmas.

El Ministro de Industrias Primarias de Malasia, Datuk Seri Dr. Lim Keng Yaik, dijo que el Consejo de Acción Económica Nacional (ENAC) había discutido el nombramiento de la compañía con el Ministerio el sábado después que el Consejo conoció a los representantes de la compañía recientemente.

El Dr. Lim dijo que los detalles de los términos y condiciones del nombramiento serían divulgados después de firmar el acuerdo.

Añadió que la mayoría de los nuevos descubrimientos hechos por el Instituto de Investigación de Palma de Aceite de Malasia (Palm Oil Research Institute of Malaysia) no estaban siendo utilizados ni comercializados.