

Por qué el ministro de Comercio estuvo equivocado

Durante la clausura del XXXIII Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite en Cartagena el pasado 10 de junio, el ministro de Comercio, Industria y Turismo, Jorge Humberto Botero Angulo, hizo una presentación sobre el sector en el TLC con Estados Unidos que, en lo fundamental, no fue bien recibida por el gremio palmero.

En una presentación que hizo a ese despacho el pasado 21 de junio el presidente de Fedepalma, Jens Mesa Dishington, refutó con sólidos argumentos técnicos las afirmaciones del ministerio, y aseguró que quizás el desconocimiento de algunos temas es el que ha generado ciertas actitudes de la cartera de Comercio en las negociaciones, las cuales han perjudicado a la cadena de semillas oleaginosas, aceites y grasas nacional.

En las siguientes páginas presentamos las afirmaciones del ministro Botero que preocuparon a Fedepalma y la respuesta que obtuvieron del gremio.

Ministro: "El TLC Andinos - EE.UU. es una oportunidad de acceder a un mercado en expansión de aceites y grasas de palma".

Fedepalma: El potencial de mercado que existe para los productos de palma de aceite en Estados Unidos no tiene nada que ver con el TLC. Porque desde hace muchos años los aceites de palma pueden ingresar a ese país sin tener que pagar aranceles. La resistencia de los nor-

- ♦ No es por efecto del TLC que los palmicultores colombianos lograrán aumentar sus exportaciones al mercado norteamericano.

- ♦ No es cierto que el FEP haya ocasionado un aumento del precio del aceite de palma en Colombia, ni que los mecanismos de estabilización de precios que se ejecutan a través de él constituyan un obstáculo para impulsar las exportaciones de aceite de palma.

- ♦ Gracias al FEP, los exportadores de productos procesados a partir de aceite de palma han contado siempre con precios internacionales y competitivos de esta materia prima. Las recientes reformas que se efectuaron a la operación de este Fondo, permiten que las operaciones de estabilización se hagan de forma todavía más transparente y ágil para los palmi-

cultores y para los industriales y comercializadores.

- ♦ A los niveles actuales de costos de producción promedio de aceite de palma en Colombia, las exportaciones desde cualquier zona productora registran una brecha significativa de competitividad, frente a los costos a los cuales Malasia puede colocar su aceite de palma en los Estados Unidos. Por eso es necesario continuar reduciendo los costos de producción y defender en la negociación del TLC plazos largos de desgravación y mecanismos de salvaguardia permanentes para los productos sensibles de la cadena oleaginoso. Estos son elementos fundamentales que el Gobierno Nacional debe tener en cuenta para guardar consistencia con la política de promoción del cultivo de palma de aceite en Colombia y proteger, en especial, a los pequeños y medianos productores.

teamericanos a consumirlos se relaciona mas bien con las agresivas campañas de publicidad que los soyeros de su país vienen divulgando desde comienzos de la década del ochenta para desprestigiarlos, atribuyéndoles efectos nocivos en la salud humana. Adicionalmente, a normas nutricionales vigentes de la Food and Drug Administration (FDA) que restringen su utilización en la fabricación de muchos alimentos.

De igual manera, las importaciones estadounidenses de productos procesados derivados del aceite de palma, como margarinas, mantecas y mezclas de aceites y grasas vegetales prove-

nientes de Colombia, también han tenido acceso libre sin aranceles desde 1991, en virtud del Atpa y del Atpdea. No obstante, las exportaciones de los industriales colombianos de esos productos sólo se iniciaron en el año 2000, y han sido irrisorias: 1.250 toneladas anuales en promedio entre 2000 y 2004.

Por tanto, es impreciso decir que el TLC le abrirá la puerta al aceite de palma en ese país.

En cambio, sí podría hacerlo una norma expedida recientemente por la FDA que obliga a los fabricantes de alimentos a indicar en la etiqueta de sus productos el contenido que tienen de 

Viene de la página 11

Por qué el ministro de Comercio estuvo equivocado

ácidos grasos *trans*, los cuales surgen al someter a los llamados "aceites suaves" -como los de soya, girasol y canola- a un proceso de hidrogenación parcial, con el fin de obtener grasas sólidas. Estudios recientes han puesto de manifiesto que ese proceso incrementa los factores de riesgo de desarrollar enfermedades cardiovasculares y obesidad, y tiene incidencia en algunos tipos de cáncer, entre otros.

Como por sus características intrínsecas el aceite de palma no necesita someterse a la hidrogenación, es ideal en preparaciones que requieran grasas sólidas y estables. Vale señalar aquí la importancia de que Colombia regule también el uso de grasas hidrogenadas, indicándoles a los consumidores qué productos están perjudicando su salud y así ayudarles a tomar las decisiones correctas.

Ministro: Si Colombia quiere acceso a Estados Unidos tendrá que aceptar un costo en términos de la protección al sector.

Fedepalma: La afirmación del ministro carece de fundamento, pues el acceso del aceite de palma colombiano al mercado de Estados Unidos no depende del grado de protección comercial que se otorga al aceite de palma y sus productos en Colombia.

La protección comercial que reciben los productores de aceite de palma crudo en Colombia ha venido disminuyendo significativamente, como consecuencia de la política de apertura económica y de acuerdos comerciales suscritos con otros países. Mediciones del grado de protección efectiva de esta cadena pro-

ductiva realizadas por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, indican que el que se da al valor agregado en el eslabón agrícola es 8% para el aceite de palma crudo, mientras que el que recibe el valor agregado en el proceso industrial de refinación de aceites y grasas alcanza 103% para margarinas, por ejemplo (cuadro).

De manera que si un alto grado de protección fuera la razón para exigir sacrificios que conduzcan a impulsar las exportaciones de esta cadena agroindustrial, ellos no deberían recaer sobre quienes ya han hecho el mayor esfuerzo exportador y a la vez son los menos protegidos por la política comercial.

En ese sentido, consideramos imprescindible que mientras Estados Unidos mantenga sus ayudas internas para las oleaginosas, el gobierno de Colombia debe mantener en forma permanente la salvaguardia agropecuaria para las semillas oleaginosas y aceites vegetales sustitutos del aceite de palma, puesto que en la negociación arancelaria propiamente dicha, el sector palmicultor colombiano no obtendría ningún beneficio adi-

cional al que ya tiene. En cambio, Estados Unidos sí obtendría un claro beneficio de acceso para la soya, el girasol, la canola y las grasas animales al mercado nacional.

Ministro: La dinámica del precio interno del aceite de palma no es sostenible y ello está asociado al estancamiento del mercado interno en Colombia

Fedepalma: Afirmaciones como esta dan a entender que hay una concepción errónea en el ministerio sobre el proceso de formación del precio interno del aceite de palma en Colombia y en los mercados de exportación, y sobre los mecanismos de estabilización del fondo palmero de estabilización de precios, lo cual no deja de preocupar, pues a su Comité Directivo asisten delegados del ministro de Comercio.

El tal sentido, hay que precisar que el precio interno del aceite de palma se forma a partir de su costo de paridad de importación y de los sustitutos, principalmente el aceite de soya. El valor de la cesión al Fondo de Estabilización de Precios (FEP) no incide para nada en la formación de este

Estructura de protección efectiva promedio de la cadena oleaginosa (2000-2002)

Producto	Tasa de protección efectiva observada (%)	Valor agregado
Aceite de palma crudo	8	50,2
Aceite de palma refinado y sus fracciones	14	44,4
Aceite crudo de palmiste	20	90,9
Aceites de soya y ajonjolí sin refinar	32	23,1
Aceite de soya refinado	63	22,3
Margarina	103	21,9
Hidrogenados vegetales	134	15,0
Aceites mezclas para mesa y cocina	162	11,9

Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

precio interno, de lo cual se deriva que en el período 2000-2004 éste haya estado asociado de manera muy firme al precio internacional y al costo de importación del aceite de palma, el aceite de soya y el sebo bovino.

El hecho de que haya registrado una tendencia ascendente responde simplemente a que los precios internacionales de esos productos aumentaron 52%, 74% y 60%, respectivamente, en el período indicado, como producto de la fase del ciclo de precios que caracteriza el comercio mundial de aceites y grasas. Pero desde agosto de 2004 los precios internacionales entraron en la fase descendente del ciclo lo que, aunado a la revaluación del peso, resultó en una fuerte caída del precio doméstico, cercana al 35%.

La transmisión del precio internacional sobre el precio interno del aceite de palma ha sido muy alta, mas no así sobre los productos industriales de la cadena. El índice del precio del aceite de palma crudo ha fluctuado siguiendo la tendencia en los precios internacionales, en tanto que el índice de precios de los aceites y grasas refinadas y de otros productos industriales como margarinas y jabones ha crecido constantemente, aun por encima de la inflación local en algunos años. Por ello, tampoco es cierto que la causa del estancamiento del mercado interno sea el supuesto alto precio del aceite de palma crudo en Colombia, como se sugirió en la exposición del ministro en Cartagena.

Ministro: Es prioritario buscar mercados externos no financiados con el FEP

Fedepalma: Las cesiones de estabilización del FEP han aumentado porque, a medida que

El sector palmero viene trabajando de tiempo atrás para mejorar la competitividad. La productividad media era de 2,6 toneladas de aceite por hectárea en 1990 y fue de 4 toneladas en 2004, superior a la de Malasia. La productividad media del trabajo ha pasado de 3 hectáreas por trabajador en 1990 a 8 hectáreas por trabajador en 2004.

la producción nacional de aceite de palma creció por encima de la capacidad de absorción del mercado interno, fue necesario exportar un mayor volumen de la producción, especialmente a mercados cada vez menos rentables. El objetivo del FEP es estabilizar el precio que recibe el palmicultor a lo largo del año, en un nivel que refleje el promedio de sus ventas a los diferentes mercados a los que debe dirigir su producción.

El FEP ha permitido durante los últimos años el avance de las exportaciones, no sólo de aceite de palma y de palmiste crudo y refinado, sino también de productos procesados que lo incorporan, como margarinas, mantecas vegetales, mezclas de aceites y grasas y jabones, al darle mayor confiabilidad a la oferta de aceite y a la formación de los precios a cada mercado. Así que afirmar que el FEP ha obstaculizado el desarrollo de las exportaciones, porque ha incrementado el precio del aceite de palma crudo en Colombia, no tiene ningún fundamento. Basta al respecto revisar las mínimas cifras de exportación de productos procesados antes de la organización del FEP en 1998 y su crecimiento, que se ha dado a partir de ese año. Las

exportaciones efectuadas por la industria refinadora de aceites y grasas sólo representan el 14% del total de exportaciones colombianas de aceites y grasas en 2004.

Fedepalma comparte con el Ministerio de Comercio la necesidad de desarrollar nuevos mercados más rentables, por lo cual ve con optimismo la elaboración de biodiésel con aceite de palma, cosa que permitiría ampliar su utilización en el mercado local.

Ministro: Las exportaciones colombianas de aceite de palma desde la mayoría de las zonas productoras podrían ser competitivas en el mercado de Estados Unidos.

Fedepalma: En su presentación, el ministro mostró un cálculo de la competitividad del aceite de palma colombiano exportado a Estados Unidos, que carece de algunos elementos fundamentales que posiblemente permiten entender por qué, además de los aspectos señalados en el numeral 1, las exportaciones colombianas aún no han entrado de manera más decidida a ese mercado.

Lo primero que se debe aclarar es que Estados Unidos importa aceite de palma refinado o fracciones de aceite de palma →

Viene de la página 13

Por qué el ministro de Comercio estuvo equivocado

refinado (oleína o estearina), provenientes en su mayor parte de Malasia y no aceite de palma crudo. En Colombia, el proceso fabril que se requiere para obtener esos productos no lo realizan los palmicultores, sino la industria refinadora de aceites y grasas. Por tanto, no es en principio al eslabón agrícola de esta cadena al que le corresponde abrir este mercado, sino al industrial.

Ahora bien, con los costos promedio reportados por algunos estudios, ninguna zona productora de aceite de palma en Colombia podría ser más competitiva que Malasia en costos para llegar al mercado de Estados Unidos, y ninguna obtendría actualmente un margen de rentabilidad sobre el precio CIF del aceite de palma RBD en Estados Unidos.

El sector palmero viene trabajando de tiempo atrás para mejorar la competitividad. La productividad media era de 2,6 toneladas de aceite por hectárea en 1990 y fue de 4 toneladas en 2004, superior a la de Malasia. La productividad media del trabajo ha pasado de 3 hectáreas por trabajador en 1990 a 8 hectáreas por trabajador en 2004. Por consiguiente, los costos de producción del aceite de palma en Colombia han disminuido 1,9% anual en términos reales durante los últimos 15 años. Sin embargo, aún se está lejos de alcanzar los niveles de los países más competitivos del mundo, como Argentina y Brasil, en aceite de soya, y Malasia e Indonesia en aceite de palma.

Por eso, es muy importante que el sector cuente con períodos de desgravación de largo plazo en el TLC con Estados Unidos, de

forma tal que pueda cerrar su brecha de costos. El Gobierno debe acompañar este proceso contribuyendo a disminuir el alto costo país de Colombia, en términos de seguridad, infraestructura, tasa de cambio, costos del capital y de la tierra, entre otros.

Ministro: El mercado de la Comunidad Andina no es solución; con excepción de Venezuela que es deficitario y se encuentra restringido.

Fedepalma: El mercado andino es por naturaleza el más conveniente para desarrollar las exportaciones de aceite de palma de Colombia. No sólo Venezuela sino también Perú son mercados deficitarios. Sin embargo, fue desafortunada la negociación de la nueva etapa de integración regional a comienzos de la década de los noventa, pues dejó en pie un cúmulo de perforaciones comerciales que han hecho prácticamente inoperante el Arancel Externo Común de la cadena oleaginosa.

Esta situación no les ha permitido a los países andinos con poten-

cial exportador en esta cadena, como Colombia, consolidar sus exportaciones en el mercado subregional a partir de aceite de palma. Así mismo, ello propició exportaciones de productos industriales amparadas en sistemas de admisión temporal de materias primas, con lo cual algunas industrias exportadoras de aceites y grasas nacionales adelantaron estrategias de penetración comercial sumamente agresivas a los mercados andinos, que terminaron por inducir el cierre de dichos mercados, ocasionando un grave daño a los demás agentes de la cadena y al desarrollo del mercado andino de las oleaginosas para la producción local subregional.

Las exportaciones de aceite de palma de Colombia, si bien no son aún suficientemente competitivas para acceder al mercado de Estados Unidos sí lo son para acceder al mercado andino por obvias ventajas de logística. Por ello, es imprescindible continuar las negociaciones para levantar las restricciones y las salvaguardias andinas existentes en todos los países. ☞

