

Consumo de aceites y grasas crece más rápido que la producción

El incremento del precio internacional del aceite de palma, así como de los demás aceites y grasas, se debe a un crecimiento de la demanda mundial de estos productos superior al aumento de su producción.

Así lo plantearon Jaime González Triana, coordinador de Comercio Exterior de Fedepalma y Julio César Laguna Loaiza, secretario técnico del Fondo de Estabilización de Precios, durante su ponencia "Evaluación y perspectivas de la comercialización del sector palmero colombiano en 2006", en el marco del XXXV Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite.

Allí también señalaron que el impacto en el ciclo de precios de largo plazo de los aceites y grasas, obedece a la creciente demanda de éstos como materia prima para la elaboración de biodiésel a nivel mundial. No obstante, recordaron la alta volatilidad del precio internacional del aceite de palma y su tendencia a la baja en términos reales.

Igualmente, en el caso colombiano, el efecto negativo de la revaluación del peso generó pérdidas para el sector de alrededor de \$298.000 millones en 2006, tanto por las ventas en el mercado de exportación como por las realizadas al mercado doméstico.

A su vez, la reducción de los aranceles registrados a 0% para la importación de aceites y grasas por efecto de la aplicación del Sistema Andino de Franjas de Precios, que ante la actual coyuntura de altos precios internacionales de estos productos de-

termina rebajas arancelarias, favorece al consumidor nacional de aceites y grasas.

De hecho, la comercialización del aceite de palma en Colombia fluyó de manera adecuada, tanto al mercado interno como al de exportación, lo cual se vio reflejado en el bajo nivel de inventarios en plantas extractoras que estuvieron, en promedio, alrededor de 4 días de producción, frente a 12 días de producción que ha sido el inventario más alto en los últimos años, de marzo de 2004, y a inventarios equivalentes a 22 días de producción en países como Malasia en momentos de pico de producción, en septiembre de 2006.

Este dinamismo del mercado doméstico de aceites y grasas y el incremento del consumo de aceite de palma en 2005 y 2006, obedecieron a un efecto de sustitución de importaciones de aceites y grasas en razón a la mayor competitividad del aceite de palma en el mercado interno y, lo segundo a un efecto de mayor ingreso debido al buen comportamiento de la economía colombiana que creció 6,8% en 2006.

Entre tanto, la organización adecuada de los productores y los instrumentos de política comercial del sector, como el Fondo de Estabilización de Precios para Palmiste, el Aceite de Palma y sus Fracciones, permitieron al sector diferenciar los mercados y optimizar los ingresos de los palmicultores.

Perspectivas

En cuanto a las perspectivas de la comercialización se identificaron cambios estructurales en el mer-

INDUPALMA
Sociedad Anónima

Banca de Inversión y Operación de Proyectos

Ofrece ahora su experiencia para que inversionistas, agricultores y procesadores de fruto, tengan su mejor rentabilidad en el negocio de la palma de aceite y otras oleaginosas

Indupalma, negocios en la palma de su mano

Tel: +57 (1) 3479010 • Fax: +57 (1) 2521016 • Dirección: Calle 67 No. 7 - 94 Piso 8 • E-mail: merczoo@indupalma.com • info@indupalma.com • jrgonzalez@indupalma.com • www.indupalma.com



Jaime González Triana, coordinador de Comercio Exterior de Fedepalma.



Julio César Laguna Loaiza, secretario técnico del Fondo de Estabilización de Precios.

cado internacional y nacional que exigen nuevos retos para el sector palmero colombiano.

En el primer caso, está el compromiso empresarial con el desarrollo sostenible, entendido como la responsabilidad de las empresas con la viabilidad económica de los proyectos, el respeto por el medio ambiente y la responsabilidad social con los trabajadores y las comunidades del entorno. Los compromisos asumidos en el marco de la Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sostenible (RSPO), deben verse como algo fundamental para garantizar el acceso a los mercados. La sostenibilidad será un pasaporte a los mercados. Estos elementos se ven reflejados en las negociaciones del TLC con Estados Unidos y continuarán apareciendo en los nuevos tratados de comercio que aborde el país. Temas que tradicionalmente se trataban en otros foros, tales como requisitos en materia laboral, derechos humanos y protección del medio ambiente, hoy hacen parte de las agendas de negociación.

En el contexto nacional, se prevé que la producción de aceite de palma llegue a 1.200.000 toneladas en 2010, con una oferta abundante para atender los distintos segmentos de mercado. Este crecimiento se da en un contexto de nuevos actores, fundamentalmente pequeños productores, algunos atomizados y otros en alianzas estratégicas.

También se estima que la producción de aceite de palma integrada con las industrias aumentará del 47% en 2006 al 94% en 2010, cuando entren en producción los proyectos de biodiésel. Esto implica un cambio en las condiciones de poder de mercado frente a los productores de fruto, quienes se caracterizan por su atomización, o integración en alianzas productivas para alcanzar economías de escala.

Igualmente, continuará la tendencia a la concentración de compradores en la industria tradicional de aceites y grasas y aparecerán nuevos actores en la cadena de biodiésel altamente regulada por el Gobierno y compuesta por grandes jugadores en la comercialización final de los combustibles. Así mismo, se agudizará el nuevo debate que ha surgido alrededor de la agroindustria para alimentos frente a la agricultura para combustibles.

El gran crecimiento de la producción de aceite de palma y la oferta disponible exigirán retos para el sector palmero en la consecución de nuevos mercados. Estos son: el aumento de la mezcla del biodiésel del 5% actual al 10% en 2010. Esto implica una logística distinta a la que se viene realizando hoy en día en el sector palmero. El desarrollo de normas en el mercado nacional que permitan aprovechar las grandes ventajas que tiene el aceite de palma frente a los aceites hidrogenados, que contienen ácidos grasos trans, nocivos para la salud, como ha sido reconocido en los Estados Unidos por el FDA, lo que representa una gran oportunidad de mercado para el aceite de palma en dicho país. El biodiésel también es una gran oportunidad en el mercado mundial, el cual aumentará su demanda de 4 millones a 14 millones de toneladas de aceites vegetales entre 2006 y 2010.

En conclusión, existe una relación estrecha entre sostenibilidad y comercialización del aceite de palma. También existen grandes cambios en la estructura de mercado. Esto implicará nuevos retos en la comercialización del aceite de palma, en las instituciones y en la logística. Igualmente hay grandes oportunidades en el mercado de Estados Unidos y en el biodiésel que es necesario desarrollar para que se conviertan en realidad. ☞