



Álvaro Silva Carreño, Ph. D.

Gerente Técnico
Fedepalma

Cerrar la brecha de la competitividad: reto de la inversión gremial

Los proyectos gremiales de interés general financiados con recursos del Fondo de Fomento Palmero (FFP) tienen el reto de ser cada vez más relevantes en la generación de soluciones a los principales problemas del sector palmero. Este fue el mandato de las Juntas Directivas de Fedepalma, Cenipalma y el Comité Directivo de los Fondos Parafiscales Palmeros cuando estudiaron y aprobaron los presupuestos para la vigencia 2009.

Los problemas que enfrenta el sector palmero colombiano son de envergadura, pero no hay otra alternativa que resolverlos, porque el tiempo se está agotando. Esta problemática se puede resumir en una breve expresión: el sector palmero colombiano enfrenta una brecha competitiva frente a los líderes mundiales, generada por productividades insuficientes y altos costos, la que es necesario cerrar en los próximos años

Los grupos de trabajo, durante el proceso presupuestal, identificaron las causas más prominentes del cambio de tendencia en productividad, así: la grave incidencia de enfermedades y plagas sobre la productividad y sostenibilidad del cultivo, la necesidad de nuevos materiales mejorados, la lenta

incorporación de tecnología, la limitada disponibilidad y competencia del personal, las limitadas y no oportunas disponibilidades de recursos de crédito, la incorporación de agrosistemas con restricciones para la producción y las limitadas gestiones empresariales, entre otras.

Hasta 2004, el avance del sector palmero colombiano en cuanto al incremento de los rendimientos de aceite de palma por hectárea era alentador. En efecto, con algunos altibajos, los palmeros colombianos habían logrado incrementar su productividad de 2,5 a 4 toneladas por hectárea al año, desde 1990, de manera que estaban en la dirección de cerrar la

Los problemas que enfrenta el sector palmero colombiano son de envergadura, pero no hay otra alternativa que resolverlos, porque el tiempo se está agotando.

brecha con Malasia (Figura 1). A partir de 2004 esa brecha desafortunadamente se está abriendo nuevamente, con graves consecuencias sobre la competitividad del sector palmero colombiano.

Fedepalma ha venido cuantificando y monitoreando los costos de producción y comercialización, año

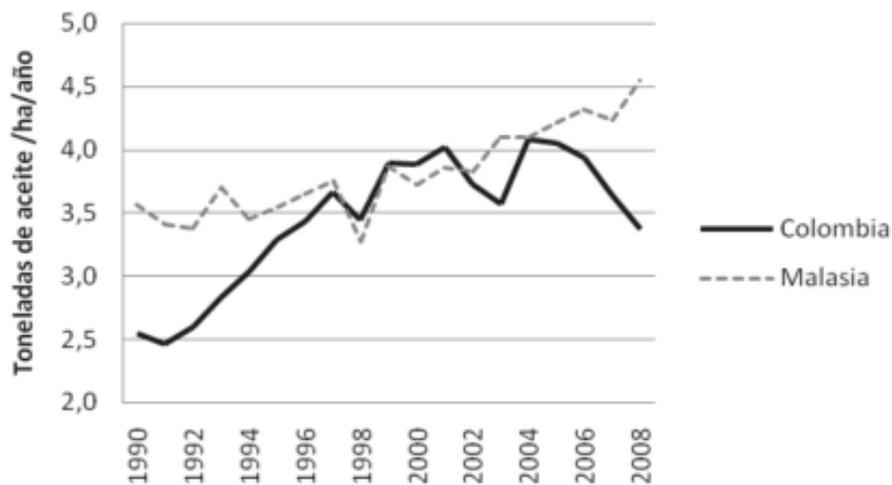


Figura 1. Evolución de los rendimientos de aceite en Colombia y Malasia. 1990-2008

tras año, comprobando reiteradamente que en el sector palmero colombiano los costos son altos en relación con los líderes mundiales. Es más, los costos en 2007 fueron 6% superiores, en términos reales, a los de 2003. Las causas son múltiples: altos costos de todos los factores productivos, tasa de cambio revaluada, lenta incorporación de tecnologías, ausencia de economías de escala, serias limitaciones en la infraestructura física y social, restricciones de acceso a mercados resultantes de manipulaciones de la imagen de la palma y barreras técnicas al comercio. Conocer esta problemática es importante, pero lo es más resolverla.

Si el sector no cierra la brecha, la competencia internacional lo irá "apretando" en la medida en que el proceso de apertura económica ya negociado se va profundizando.

Ecuador, por su parte, está exportando la mitad de su producción de aceite de palma y como miembro de la CAN no enfrenta barreras para ingresar al mercado colombiano, de manera que los flujos de

aceite y derivados del aceite de palma provenientes de ese país crecen sostenidamente causando daño al sector.

Bolivia, también miembro de la CAN, continúa ampliando su participación en el mercado colombiano de sustitutos del aceite de palma. Los acuerdos de libre comercio CAN-Mercosur también avanzan en la desgravación arancelaria, dándole mayor espacio a Argentina y Brasil, que son competidores de talla mundial.

Las marcas de las grandes superficies, en su mayoría de aceites de canola y girasol importados, aumentan su espacio en las góndolas y en el gasto de los consumidores.

Internacionalmente, los países líderes tienen los mercados asiáticos, que son de mayor crecimiento en consumo, muy cercanos compiten con Colombia en el mercado europeo y han logrado penetrar con fuerza en el mercado de los Estados Unidos. En suma, el aceite colombiano encuentra una fuerte

Indupalma, un gran paso hacia adelante

Con nuevos frentes empresariales crecemos y dirigimos ahora nuestra misión, a impulsar, asesorar, promover y operar nuevos cultivos de palma de aceite dentro y fuera de Colombia, como un negocio promisorio que genera riqueza. Nuestra nueva imagen lo expresa.

INDUPALMA
Negocios en la palma de su mano

INDUSTRIAL AGRARIA LA PALMA
Calle 67 No. 7-94 Pso 8 Tel: (571) 347 0810 • Bogotá, D.C. - Colombia
E-mail: mercosol@indupalma.com - www.indupalma.com

Diseño y reestructuración de negocios social empresarial.
Operación administrativa y logística.
Asistencia técnica agropecuaria e industrial.
Comercialización de la producción.
Innovación y análisis estratégico.
Formación de equipos de responsabilidad agroindustriales.
Banco de tierras y proyectos.

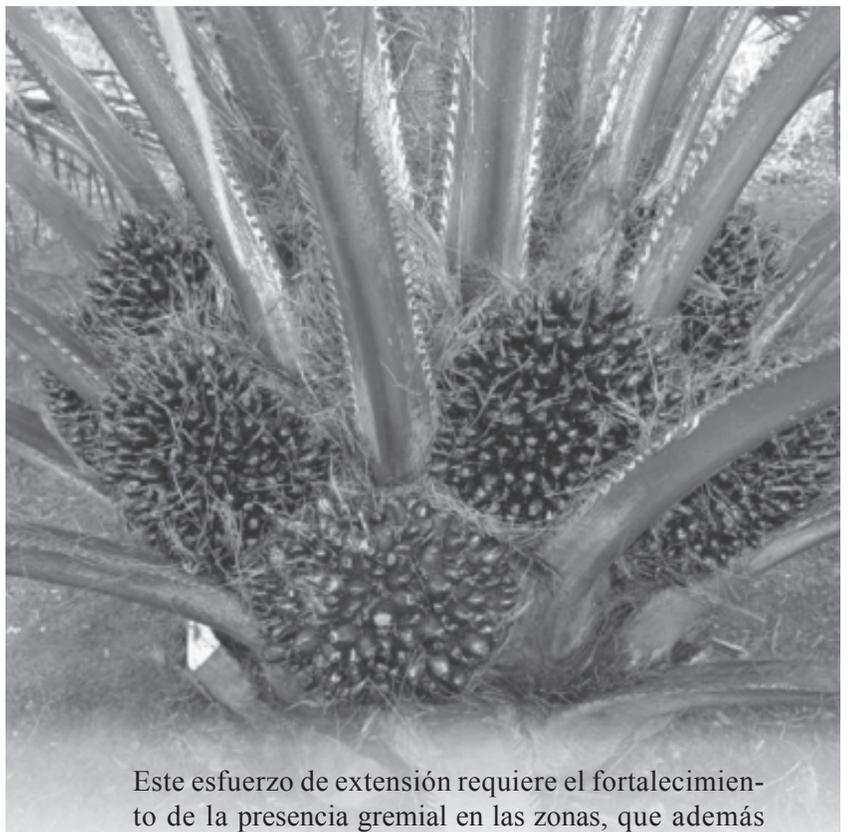
RSB
Cuenta de la palma de la palma
2008

competencia en todos los mercados, incluido el mercado interno, siendo cada vez más clara la señal de la apremiente necesidad de mejorar la productividad y reducir los costos.

Estas reflexiones unidas a las recomendaciones de la Universidad Javeriana contenidas en el estudio *Revisión de la Estructura Organizacional Gremial de Fedepalma y Cenipalma*, tuvieron un impacto en la reorientación del presupuesto del FFP para la vigencia 2009. Ante todo, los proyectos estarán más dirigidos a resultados que resuelvan los problemas en forma integral. Se hizo un esfuerzo de planeación en cada una de las fichas técnicas y, además, se formularán planes para el diseño de soluciones integrales.

Los proyectos, a lo largo de la cadena, deben contribuir a resultados entregables a los productores, como los siguientes: tecnologías apropiadas de cultivo y extracción, producción de semillas y plántulas mejoradas, oferta de capacitación, fertilizantes y maquinaria apropiada, mercados abiertos, modelo de gestión social y ambiental responsable, gestión de políticas y normas favorables, representación y defensa gremial, y propuesta de visión a largo plazo.

Estas definiciones se reflejaron en el presupuesto del FFP para la vigencia 2009. En efecto, se mantuvo la prioridad de la investigación e innovación, pero a su vez se abrieron caminos para que estas y otras tec-



Este esfuerzo de extensión requiere el fortalecimiento de la presencia gremial en las zonas, que además gestione la inversión en infraestructura regional, que es uno de los factores necesarios para reducir los costos de producción y comercialización.

Forman parte del fortalecimiento las actividades de planeación relacionadas con el seguimiento del entorno nacional e internacional y la formulación de planes estratégicos que permitan solucionar problemas apremiantes en forma integral, como el manejo de enfermedades y el mejoramiento de la productividad, en un marco de sostenibilidad ambiental y responsabilidad social empresarial, apoyados en la adopción de modelos para la sostenibilidad, como los contemplados en los Principios y Criterios de la RSPO, cuya interpretación nacional está siendo desarrollada con una amplia participación de diferentes actores,

El aceite colombiano encuentra una fuerte competencia en todos los mercados, incluido el mercado interno, siendo cada vez más clara la señal de la apremiente necesidad de mejorar la productividad y reducir los costos.

nologías lleguen al productor y sean adoptadas para que tengan un impacto en el mejoramiento de la productividad y reducción de los costos. En esta tarea se refuerza el programa de capacitación, que en estrecha coordinación con el de transferencia de tecnología y mediante el apoyo directo a las Unidades de Asistencia y Auditoría Técnica de los núcleos productivos, deben llegar a los productores.

Finalmente, se prevén recursos para la difusión y desarrollo de sistemas de información que permitan consolidar la imagen real de un sector productivo que genera riqueza, empleo productivo y desarrollo rural en zonas marginadas. Es necesario que este esfuerzo lo conozcan las comunidades urbanas y rurales. 