

Reseña histórica, estado actual y perspectivas futuras de la agroindustria global de la palma de aceite

Historical Review, Current Status and Future Prospects of Global Oil Palm Agroindustry



AHMAD KUSHAIRI DIN
Director General Malaysian Palm Oil
Board (MPOB)
CEO, MPOB

CITACIÓN: Kushairi A. (2019). Reseña histórica, estado actual y perspectivas futuras de la agroindustria global de la palma de aceite. *Palmas*, 40 (Especial, Tomo I), 32-33.

PALABRAS CLAVE: perspectivas, agroindustria, palma de aceite.

KEYWORDS: perspectives, agroindustry, palm oil.

La palma de aceite comercial, *Elaeis guineensis*, es nativa del África Occidental tropical. Su especie asociada, la *E. oleifera*, es nativa de América Latina. La palma de aceite produce dos tipos de aceite: el de palma y el de palmiste. La producción inicial provenía de cultivos de palma natural de uso residencial y posiblemente se comercializaba con anterioridad a los registros históricos. La palma de aceite africana llegó a Latinoamérica y Asia desde el siglo XVII a través de comerciantes europeos. El aceite de palma rojo, rico en nutrientes, era esencial para los marineros que emprendían largos viajes por mar. La fuerza que

domesticó y revolucionó la industria de la palma de aceite provino en parte del aumento repentino de la demanda que surgió como resultado de la Revolución Industrial Británica a comienzos del Siglo XX.

Los europeos comenzaron a invertir en la producción de aceite de palma en África Occidental y posteriormente en el Sudeste Asiático. Inmediatamente se creó la infraestructura necesaria para la Investigación y el Desarrollo (I&D), la cual, aunada a la colaboración internacional, aceleró el crecimiento de la industria. A pesar de su origen africano, la palma de

aceite se sembró por primera vez a nivel comercial en Indonesia (1911), Malasia (1917), Guatemala (1940) y Colombia (1945). La expansión del área sembrada recibió el apoyo de las políticas gubernamentales y la armonía política, gracias a los suelos y a la idoneidad agroclimática, a la capacidad financiera y al respaldo obtenido en temas de I&D.

Actualmente, el aceite de palma domina el mercado mundial de las grasas y los aceites gracias a su versatilidad para usos alimentarios y no alimentarios, sus atributos nutricionales, su competitividad económica y su abundante oferta durante todo el año. Inicialmente, los principales productores y exportadores de aceite de palma eran los países africanos, especialmente Nigeria; posteriormente, Malasia e Indonesia ocuparon este lugar. Si bien algunos países productores se convierten en futuros países industrializados, el Sudeste Asiático sigue siendo el principal motor del aceite de palma, con un posible giro hacia América Latina. Los mercados del aceite de palma podrían desviarse hacia países con altos índices de población, alejados de los grandes productores de aceites comestibles de la competencia.

La productividad se fortalece junto con la cadena de la oferta, mientras los productos de consumo mejoran y se diversifican. Aunque los híbridos intraespecíficos e interespecíficos son comunes, los híbridos intergenéricos y la modificación genética pueden imponerse, apuntando a rasgos de gran importancia desde el ámbito agronómico, al nicho de

los ácidos grasos de alto valor agregado y a la mitigación de plagas y enfermedades exóticas y mutadas. Se espera que la mecanización de las plantaciones, en especial del sistema de cosecha, logre grandes avances en el futuro cercano.

El camino a seguir es la revolución agroindustrial a través de la adopción de tecnologías transformadoras, dentro de las cuales se cuentan la genómica, las técnicas digitales basadas en la tecnología de la información, los sensores avanzados, la robótica y la automatización. La agricultura inteligente constituye una necesidad y se debe asemejar más al proceso de manufactura.

Así mismo, el esquema de certificación de la sustentabilidad es parte integral del sistema de producción. Se espera que persista la percepción de los problemas actuales, especialmente impulsados por factores económicos que se escudan tras el medio ambiente, la salud y la nutrición. A pesar de las medidas correctivas y las refutaciones científicas, todavía existe la constante necesidad de lanzar ofensivas correctivas. La gestión del éxito de la industria de la palma de aceite orientada por el mercado es costosa y multifacética, e incluye certificación, especificaciones y normas, leyes y reglamentos, tecnologías verdes, atributos nutricionales y de calidad, factibilidad económica, marcas y equidad social. Es así como, a través de estas líneas de desarrollo futuro, el aceite de palma se quedará para alimentar a la creciente población mundial.