

Intervención del Presidente Ejecutivo de la Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite, Fedepalma, Jens Mesa Dishington, en el acto de instalación de la XVIII Conferencia Internacional sobre Palma de Aceite



JENS MESA DISHINGTON
Presidente Ejecutivo de la
Federación Nacional de Cultivadores
de Palma de Aceite

Saludo

Para Fedepalma es un gran gusto auspiciar, en conjunto con nuestro Centro de Investigación en Palma de Aceite, Cenipalma, esta nueva versión de la Conferencia Internacional sobre Palma de Aceite. En primer lugar, quiero saludar especialmente al señor Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia, Aurelio Iragorri Valencia, al cuerpo diplomático que nos acompaña, a los representantes de entidades del orden nacional, departamental y municipal, provenientes de las diferentes zonas palmeras; a los asistentes a esta conferencia provenientes de países como Alemania (1), Argentina (2), Brasil (38), Colombia (1.449),

Costa Rica (14), Ecuador (114), España (6), Estados Unidos (24), Francia (2), Guatemala (23), Holanda (1), Honduras (26), Indonesia (2), Italia (1), Malasia (12), México (33), Nicaragua (6), Panamá (6), Perú (29), Polonia (1), República Dominicana (1) y Venezuela (3); a los directivos y representantes de otras agremiaciones agropecuarias y, de empresas relacionadas con nuestra agroindustria, a los directivos de Fedepalma y Cenipalma.

También un saludo especial a los directivos de centros de investigación de ciencia y tecnología y miembros de la comunidad académica nacional e internacional; a los representantes de ONG ambientales y sociales del país y del exterior. Así mismo, damos

la especial bienvenida a los cerca de 80 conferencistas que nos acompañan en estos tres días de conferencia, a los moderadores y coordinadores, a todos ellos nuestro cordialísimo saludo y agradecimiento por haber aceptado la invitación a hacer parte de este evento; a todos los aliados que participan en Expopalma; tenemos más de 100 stands que esperamos disfruten y sean de su interés. A todos los miembros de la comunidad palmera del país; representantes de los medios de comunicación, señoras y señores.

Nuevamente nos encontramos en Cartagena de Indias, bella ciudad del Caribe colombiano que se ha constituido en sede de nuestra Conferencia Internacional, y que esperamos todos disfruten durante su estadía. Este año el evento cuenta con más de 1.700 asistentes de 30 países, la gran mayoría de América. Por eso, este evento cada año se consolida como la alternativa en América de eventos similares a los que se realizan en torno a la agroindustria de la palma de aceite en Malasia e Indonesia y es, sin duda, el más representativo para el sector en este continente.

La temática a abordar en esta presentación está dividida en cuatro aspectos principales: por una parte, el mercado de aceites y grasas, que presenta nuevas realidades; por otra, la sostenibilidad de este sector productivo; en tercer lugar, el modelo que tiene esta agroindustria para desarrollarse de manera sostenible; y, finalmente, algunos de los principales retos de

la agricultura y las oportunidades que se derivan de ello para la palma de aceite.

Nuevas realidades en el mercado de aceites y grasas

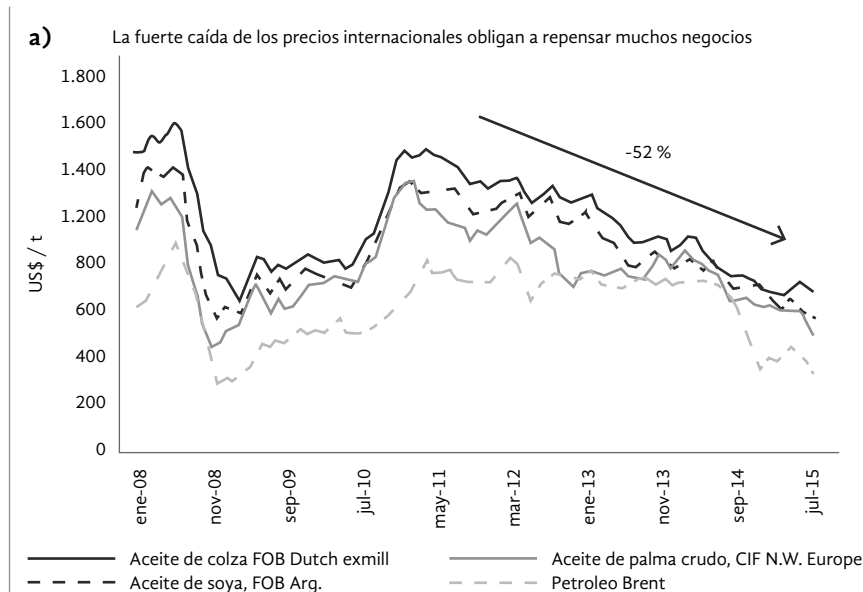
En lo que tiene que ver con el mercado de aceites y grasas, es importante señalar que este se desarrolla en medio de nuevas realidades, la primera de ellas es la caída de los precios internacionales, no solamente de los aceites y grasas, sino en general de los *commodities*. En promedio los precios del aceite de palma han caído a menos de la mitad en los últimos tres años, esa es una realidad de mercado, que sin duda debe llevar a repensar muchas de las acciones que se vienen adelantando en la agroindustria. En Colombia, gracias a la tasa de cambio, la disminución de los precios todavía no se ha sentido en el bolsillo de los palmicultores tal como debería ser, pero no se puede dejar pasar un hecho tan significativo como ha sido esta evolución de los precios internacionales del aceite de palma.

También es importante señalar que, a lo largo de los años, la volatilidad de los precios internacionales de los aceites y grasas se ha acentuado y este es un elemento de riesgo para los negocios, porque así como en algunas épocas pueden tenerse niveles de precios fabulosos, también el sector debe prepararse para vivir con otros niveles de precios no tan favorables (Figura 1).

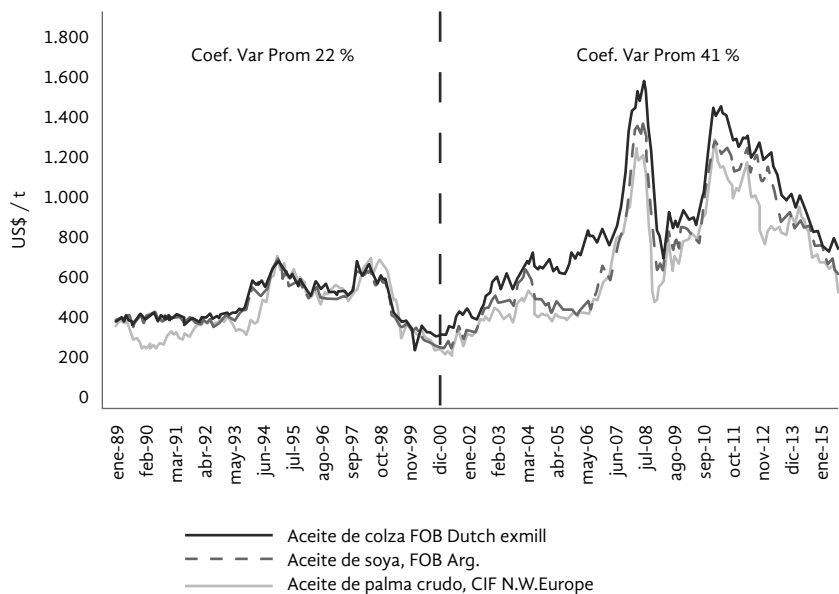
Figura 1. Evolución de los precios internacionales de los principales aceites y grasas.

a) Caída, b) Volatilidad.

Fuente: Oil World y Reuters.



b) La volatilidad de los precios se ha incrementado generando mayores riesgos para el negocio



Continuación Figura 1. Evolución de los precios internacionales de los principales aceites y grasas.

a) Caída, b) Volatilidad

De otra parte, cabe señalar que si bien esta agroindustria tiene una gran bondad de orden social por ser intensiva en mano de obra, ello conlleva que los costos por este concepto pesan más en palma de aceite que en otros cultivos oleaginosos. Así, es de gran relevancia tener una buena productividad laboral, siendo este uno de los temas para tenerse en cuenta en esta industria a futuro. Hasta ahora se tienen muchas labores manuales, pero hacia adelante seguramente será necesario incorporar más mecanización, en especial en países como Colombia y otros de Latinoamérica, donde el costo de la mano de obra es más alto que en los países líderes mundiales de

esta actividad. Por otra parte, en productividad laboral, medida en toneladas de aceite producidas por un trabajador, la palma de aceite tiene una gran desventaja frente a lo que ocurre con otras oleaginosas (Figura 2).

La palma es líder en la producción de aceites, puesto que produce 10 veces más aceite por hectárea que la soya, pero otras oleaginosas como la soya tienen una composición diferente en su producción entre aceites y tortas. Por ello, lo que pasa en ese mercado de las tortas es otra variable muy importante que debe tenerse en cuenta para conocer mejor la competitividad real de esta agroindustria.

a) La palma de aceite es intensiva en mano de obra y su productividad laboral es sensiblemente inferior a la de otros cultivos oleaginosos

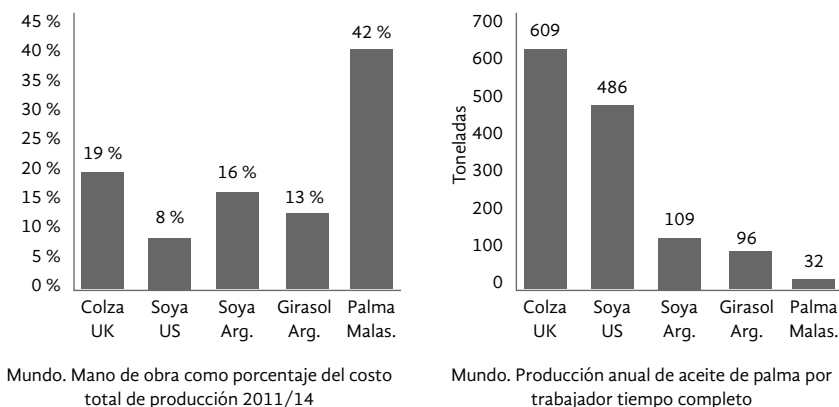


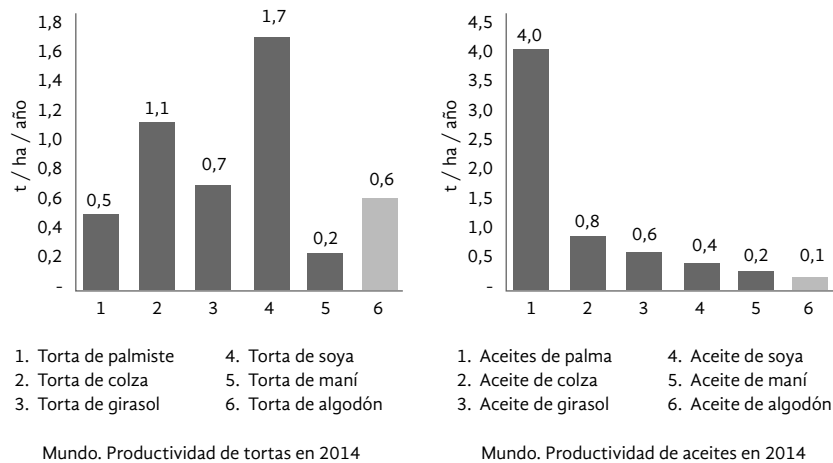
Figura 2. Comparativo entre a) Productividad laboral y b) Rendimientos físicos en oleaginosas.

Fuente: LMC.

Continuación Figura 2. Comparativo entre a) Productividad laboral y b) Rendimientos físicos en oleaginosas.

Fuente: LMC.

b) La competitividad de los aceites vegetales también está determinada por lo que ocurre en el mercado de las tortas



La palma de aceite tradicionalmente se destacaba por ser la oleaginosa de más bajo costo por tonelada de aceite. Sin embargo, estudios más recientes, adelantados por la firma inglesa LMC, muestran que la palma perdió esa preponderancia y la soja la superó ampliamente, a propósito de esa evolución en el mercado de las tortas. Esta Conferencia Internacional permitirá profundizar en algunos de estos elementos, de tal forma que se tenga mayor claridad de las diferentes realidades de esta agroindustria y los productores puedan tomar mejores decisiones.

No se puede olvidar que la palma es fundamentalmente un negocio de aceites, el cual es el segundo grupo de alimentos en importancia en la dieta del mundo, después de los cereales. El mercado de aceites y grasas es muy importante y, con seguridad, lo va a seguir siendo, pero el tema es: ¿cómo tener un buen desempeño dentro de esas posibilidades de mercado?

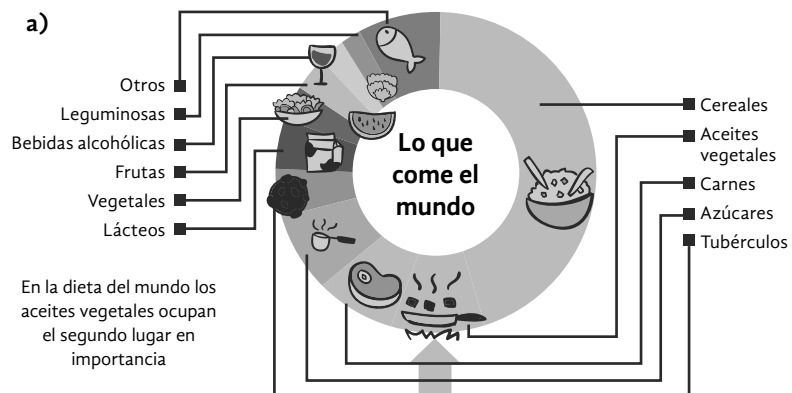
El mercado de aceites y grasas hoy en día supera los 200 millones de toneladas, algo que no muchos hubieran soñado hace algún tiempo y, además, la palma ha ganado un protagonismo extraordinario, gracias a que su crecimiento promedio anual fue de casi 8 %, más del doble de lo que fue la dinámica promedio de los diferentes aceites y grasas, lo que ha ubicado a la palma como el primer aceite o la primera fuente de aceites vegetales a nivel mundial.

También es importante destacar que esa producción de aceites y grasas se ha venido especializando alrededor de tres productos, que son: palma, soja y colza o canola, y entre los tres representan el 70 % de la producción de aceites del mundo; si bien hay muchas otras fuentes, realmente han ido perdiendo participación frente a lo que representan estos tres renglones que son los que deberían estarse monitoreando permanentemente (Figura 3).

Figura 3. Tendencias del mercado internacional de aceites y grasas.

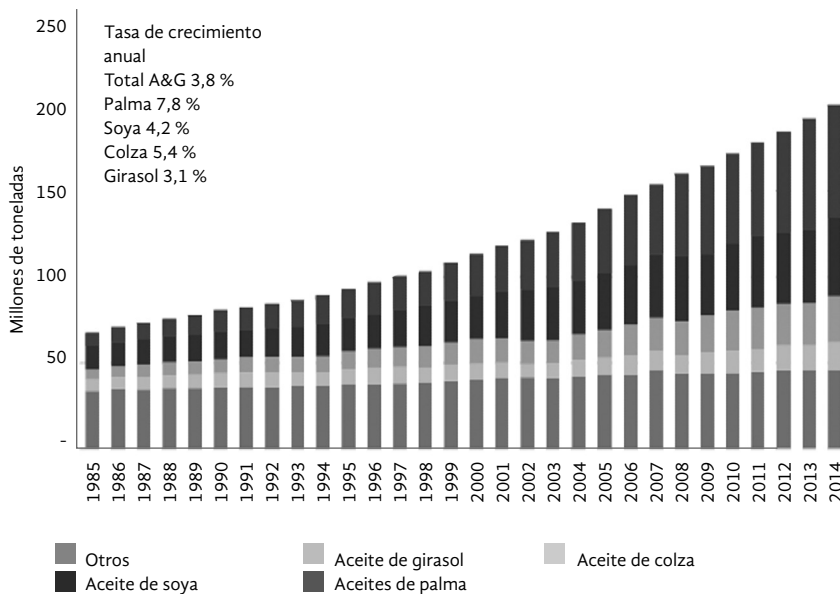
a) Dieta mundial de aceites vegetales. b) Tasa de crecimiento anual de consumo de aceites vegetales.

Fuente: FAO.



b)

En las tres últimas décadas el mercado mundial de aceites y grasas se triplicó y superó los 200 millones de toneladas



Continuación Figura 3. Tendencias del mercado internacional de aceites y grasas.

a) Dieta mundial de aceites vegetales. b) Tasa de crecimiento anual de consumo de aceites vegetales.

Fuente: Oil World

Si bien en semillas oleaginosas el frijol soya lidera el comercio mundial, en los aceites el primer puesto corresponde a la palma, con más del 60 % del comercio mundial de aceites y grasas. En un país como Colombia, que ha vivido enfocado más en el mercado local, hablar del comercio mundial es un hecho que para muchos sorprende; pero, sin duda, la palma es protagonista en el mercado global de aceites y grasas.

Cerca de 77 de las 200 millones de toneladas de aceites y grasas producidas en la actualidad se comercializan entre países; tres de cada cuatro toneladas de aceite de palma que se producen en el mundo son para los mercados de exportación, siendo este un renglón productivo con una clara vocación exportadora.

Para concluir esta primera parte, cuando se analiza ¿Cómo se distribuye la producción por regiones del mundo?, América es el continente de la soya y lidera de lejos la producción mundial. Asia, por su parte, es líder en aceite de palma y los principales países productores son Indonesia, Malasia y Tailandia, con otros que están ubicados en esa región del mundo y representan el 89 % del total de la producción mundial.

Sin embargo, América cada día ha venido consolidando mucho más su protagonismo, representando actualmente el 6 % de la producción mundial de aceite de palma.

En razón a lo mencionado anteriormente, puede concluirse que el mercado internacional de aceites y grasas ha tenido profundos cambios en las últimas dos o tres décadas; para no ir muy lejos, incluso en relación a lo observado en la versión anterior de esta Conferencia. Esto es motivo suficiente de reflexión, como sector, para revisar cómo se está adelantando la palmicultura, y cómo proyectar al futuro el negocio de esta agroindustria.

La cuestionable sostenibilidad de este sector productivo

En segundo lugar, una dura realidad que afecta a esta agroindustria se refiere a que la palma está siendo cuestionada por su sostenibilidad en lo ambiental, por deforestar, por atentar contra la vida silvestre en algunas zonas del planeta; en lo social, por temas relacionados con el conflicto de tierras con comunidades rurales; en algunos casos también se cuestiona la generación de empleo o la calidad del mismo.

Al lado de estos cuestionamientos, especialmente en Latinoamérica, algo que genera mucha incertidumbre y que hay que tenerlo también presente con relación a la sostenibilidad de este cultivo, son las plagas y las enfermedades. En Colombia, en la his-

toria del cultivo, se han perdido cerca de 100.000 hectáreas por la enfermedad de la Pudrición del cogollo, un problema que también ha azotado a otros países de Suramérica.

Otro cuestionamiento que se ha presentado desde los años 80 contra el aceite de palma, está relacionado con el hecho de que algunos lo presentan como un producto no saludable (Figura 4).

Todos estos temas, de una u otra forma, afectan la reputación e imagen global de esta industria. Si bien algunos de estos señalamientos, de tipo ambiental y social pueden ser ciertos, corresponden a casos específicos, no en todos los países productores, por lo que no pueden generalizarse; lo que se debe hacer es cuestionar a los responsables de esos hechos y no al cultivo. En cuanto a las dudas sobre los efectos del aceite de palma en la salud humana, estudios científicos recientes demuestran que son más mitos por falta de información veraz, que realidades.

Modelo de la agroindustria para su desarrollo sostenible

Es importante resaltar que la agroindustria de la palma de aceite cuenta con un modelo para desarrollarse de manera sostenible ambiental, social y económicamente.

En la dimensión ambiental, lo primero que debe señalarse es que la mayor contribución que tiene la palma es su baja presión sobre el uso de la tierra. Aunque en el mundo pareciera que la imagen que se vende es la contraria, la realidad es que la palma es la fuente de aceite vegetal que menos tierra requiere.

A manera de ejemplo, si la producción mundial de aceites y grasas, de 200 millones de toneladas, que corresponde a la necesidad del mundo hoy día, fuera a obtenerse de una sola fuente y esa fuera palma, se requerirían solamente 50 millones de hectáreas, mientras que si fuera a partir del frijol soya se requeriría 10 veces más tierra, más de 500 millones de hectáreas. Por

Figura 4. Principales cuestionamientos en sostenibilidad de la palma de aceite. a) Ambientales, b) Sociales, c) Plagas y enfermedades, y d) Salud humana.

a)



La palma de aceite está cuestionada por su sostenibilidad, por deforestar y comprometer a futuro la vida silvestre de ciertas especies

b)



La palma de aceite está cuestionada por desplazamiento de comunidades y trabajo mal remunerado

c)

La PC ha arrasado con cultivos de palma en Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Honduras, Nicaragua y Surinam, entre otros.



Colombia ha perdido alrededor de 100.000 hectáreas en palma por Pudrición del cogollo (PC).

Las plagas y las enfermedades también generan incertidumbre

d)



Algunos señalan que el aceite de palma NO es saludable

esta razón, quienes estudian y abordan con seriedad estos temas y ven los requerimientos de aceites y grasas del mundo futuro, sin duda, expresan que la palma de aceite es una de las fuentes principales para satisfacer adecuadamente dichos requerimientos.

Por otra parte, las siembras de palma de aceite pueden adelantarse sin deforestar, dentro de la frontera agrícola. Colombia tiene cerca de 43 millones de hectáreas aptas para agricultura y solo aprovecha con cultivos un poco más de siete millones. Es decir que hay unas posibilidades enormes de utilizar tierra dentro de la frontera agrícola, si las condiciones son las adecuadas, y eso ocurre también en otros países. Adicionalmente, la palma de aceite puede ser un ecosistema que ayuda a conservar zonas de Alto Valor de Conservación (AVC), y eso requiere cultivos bien planeados, observando las distintas variables de tipo ambiental (Figura 5).

Los cultivos de palma que se adelantan sin deforestación son una alternativa a la situación de cambio climático que está viviendo nuestro planeta, porque su contribución a la reducción de gases de efecto invernadero (GEI) es muy positiva. En el caso del Programa de Biodiésel de Colombia, los estudios realizados por el Instituto Federal Suizo de Investigación y Prueba de Materiales y Tecnologías (EMPA, por sus siglas en inglés) de Suiza, muestran que las reducciones pueden estar entre 83 y 108 % frente a las emisiones que produce el diésel derivado del petróleo o el diésel fósil, lo cual es una contribución muy importante de la palmicultura al tema ambiental.

Igualmente, en ciertas discusiones se dice que la palma seca o desertifica los suelos porque consume mucha agua. La realidad es que existen las tecnologías para que el uso de agua en plantaciones se haga de manera muy eficiente; pero no puede olvidarse algo muy

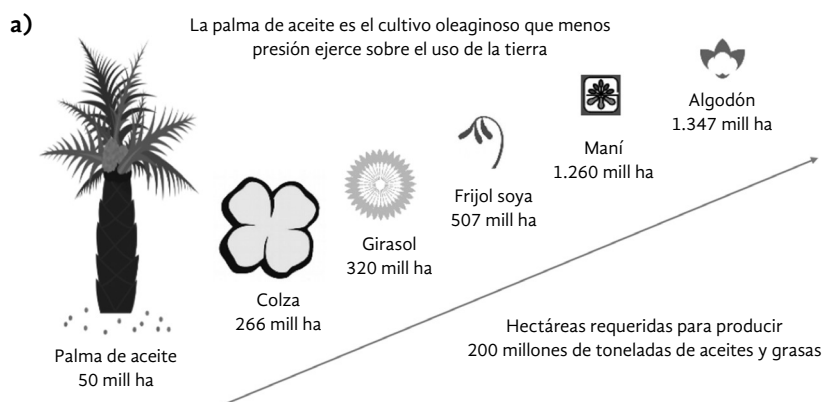
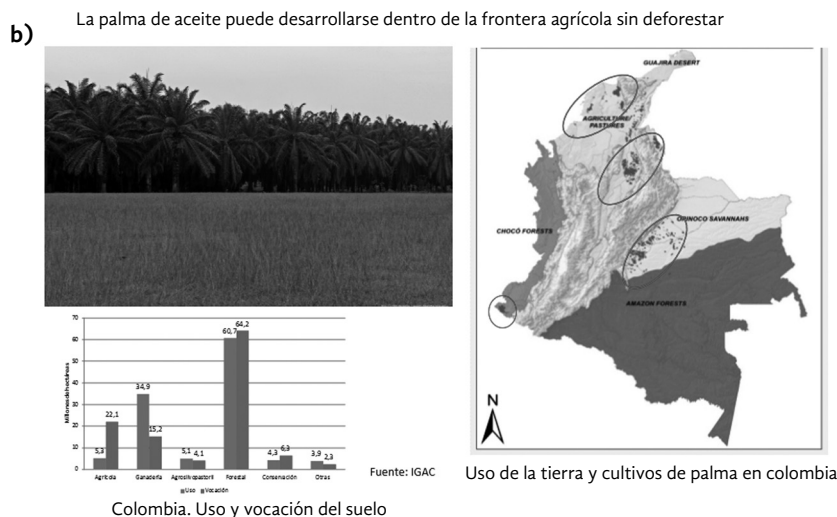


Figura 5. Baja presión sobre a) Uso de la tierra y b) Desarrollos de la palmicultura dentro de la frontera agrícola.



importante, a la hora de sembrar palma, lo ideal es que se elijan aquellas áreas de la frontera que están disponibles, donde hayan buenas precipitaciones naturales.

Así, distintos estudios muestran que la palma no utiliza más agua que otros cultivos, contrario a la afirmación que algunos plantean, incluso en foros académicos sin algún sustento técnico. Estudios sobre la huella hídrica en Colombia evidencian una condición muy favorable para la palma frente a otros cultivos (Figura 6).

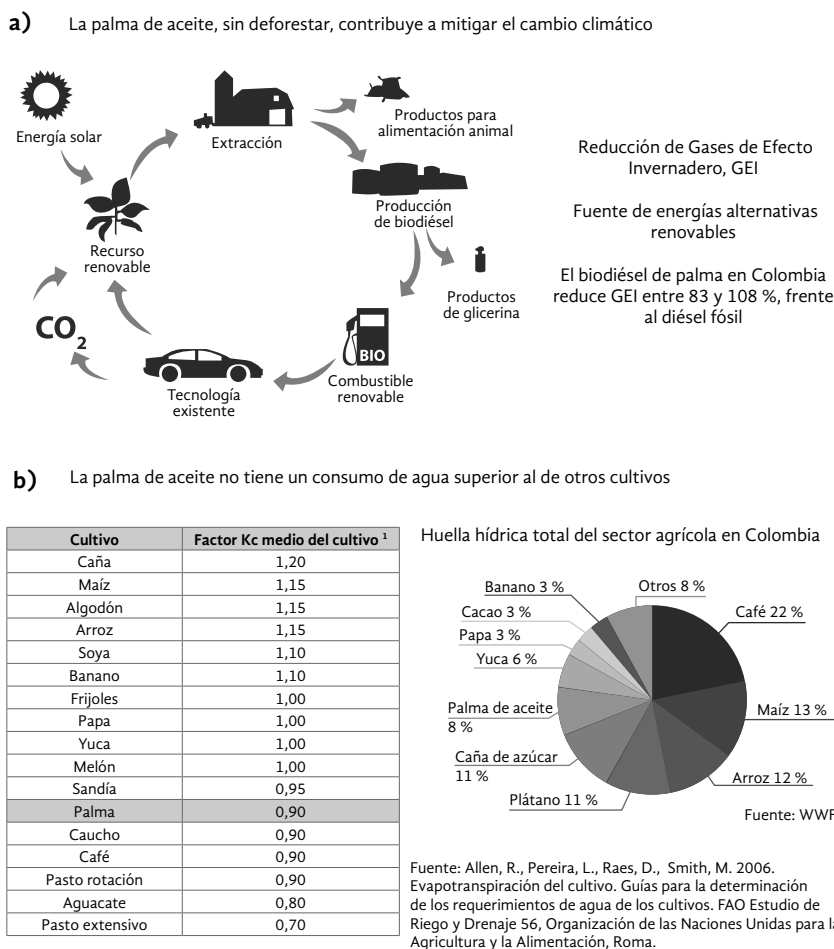
En cuanto a biodiversidad, otro tema sensible a nivel ambiental, un estudio comparativo entre más de 30 cultivos en Colombia, realizado por la Universidad Nacional, muestra que la palma de aceite favorece la biodiversidad mucho más que otras actividades agrícolas. Finalmente, cabe recordar que una buena gestión ambiental a nivel de las plantaciones favorece ampliamente la biodiversidad y la fauna silvestre.

En la dimensión social, lo primero que vale la pena señalar es que hace algún tiempo, el Banco Mundial

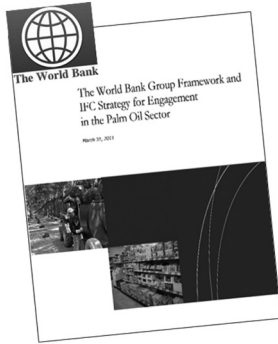
estuvo muy cuestionado por apoyar el cultivo de la palma de aceite a nivel mundial. Durante un par de años entró casi en moratoria para no seguir invirtiendo en este cultivo y, por ello, adelantó una iniciativa en los cinco continentes para determinar cuál era realmente el balance entre lo que unos decían en contra de la actividad y lo que otros defendían. La conclusión de ese ejercicio, en el cual también participó Fedepalma, es que la palma de aceite es un instrumento de desarrollo que mejora las condiciones de vida de la población rural, vía empleo y reducción de la pobreza.

En ese orden de ideas, la palma de aceite puede tener amplios beneficios sociales en las zonas rurales. Algunos estudios sobre el tema de empleo, en el caso de Colombia, muestran que la palma realmente mejora las condiciones económicas en las regiones; hay más formalidad, los empleos son de mejor nivel comparados con los ofrecidos por otras actividades rurales. Esto corrobora que hay aportes muy significativos en materia social (Figura 7).

Figura 6. La palma contribuye con a) Reducción de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y b) Uso eficiente del agua.



a) La palma de aceite mejora las condiciones de vida de la población rural



Empleo

La palma de aceite genera 30 veces más empleo por unidad de área que cultivos como el frijol soya.

Reducción de la pobreza

Un incremento de 1 % del área en producción en palma de aceite, reduce entre 0,15 y 0,25 puntos porcentuales los niveles de pobreza.

b) La agroindustria de la palma de aceite genera empleo estable, bien remunerado y de calidad

En Colombia un estudio de empleo arrojó que en la agroindustria de la palma de aceite:

Los niveles de **formalidad son superiores al 60 %**, mientras que en el campo no supera el 15 %

Los trabajadores **ganan 20 % más** que en otras actividades agrícolas

Hay **mejores condiciones de calidad de vida (ICV)** en los hogares de los trabajadores

Se incrementa la probabilidad de contar con **salud, pensiones y cobertura de riesgos**



Figura 7. La agroindustria de la palma a) Reduce la pobreza y es b) Fuente de empleo formal.

Paralelamente, el tema de inclusión social es algo que se impulsa en muchos países. Para el caso de Colombia se tuvo en cuenta la experiencia de Malasia, específicamente la liderada por FELDA, agencia del gobierno de Malasia, sobre cómo la palma logró sacar de la pobreza a miles de personas de la zona rural; y hoy en día, después de varias décadas de trabajar en este cultivo, muchas de esas comunidades presentan una situación económica muy distinta a la que tuvieron en su momento.

FELDA actualmente tiene más de 100.000 familias y es un proyecto que le ha permitido a todos estos pequeños agricultores participar, tanto en el cultivo como en actividades aguas abajo de la cadena. Incluso FELDA es uno de los grupos palmeros de Malasia con mayor presencia a nivel internacional.

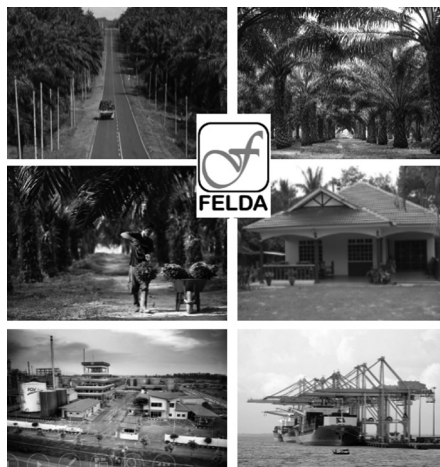
En Colombia, por su parte, ha habido una experiencia importante denominada Alianzas Productivas Estratégicas (APE), que ha logrado tener un impacto muy favorable en muchas zonas, más de 120 alianzas que se desarrollaron en poco más de una década, be-

neficiando a muchos cultivadores de pequeña escala, que de otra manera nunca hubieran podido incursionar como productores de palma. Las Alianzas han sido modelos que con un buen acompañamiento empresarial y de parte del Estado, en corto tiempo han generado cambios significativos en la calidad de vida de esos pobladores y sus comunidades. Estas Alianzas se han evaluado y, sin duda, todas las conclusiones apuntan a que sus impactos son relevantes, aunque también hay mucho por mejorar, porque la gestión, sobre todos estos proyectos, no siempre es igual y no todas han tenido iguales oportunidades. Pero lo que sí es claro es que con palma, con buenos modelos y buen acompañamiento, se puede tener un impacto social muy positivo en muchas zonas rurales (Figura 8).

En Colombia se presenta otra particularidad y es que la palma ha servido, en algunas regiones, para la sustitución de cultivos ilícitos, como en Tumaco, el Magdalena Medio y la región del Catatumbo. En ese sentido, el New York Times visitó el Catatumbo hace algún tiempo y pudo ver que la palma de aceite, cuan-

Figura 8. Los negocios inclusivos son una realidad en el sector palmero. a) Modelo asociativo de Malasia y b) Modelo asociativo en Colombia.

a) El éxito del modelo asociativo de Malasia, promovido por el FELDA, mostró que la palma puede ser un negocio inclusivo



112.000 familias
724 mil hectáreas en palma de aceite (16 % Malasia)
71 Plantas Extractoras y la segunda refinería más grande de aceite de palma en Malasia
3 mill t de aceite de palma
19.000 empresas filiales
2012 cotiza en la Bolsa Bursátil de Malasia

b) En Colombia, el modelo de Alianzas Productivas Estratégicas (APE) ha logrado incorporar productores de pequeña escala al negocio, de manera organizada



127 alianzas establecidas para 2014
Más de 5.600 productores de pequeña y mediana escala
1 de cada 4 hectáreas sembradas en la última década se han hecho bajo el modelo de Alianza Estratégica
Cerca de 70.000 ha

do se desarrolla de una manera empresarial, de cara al mercado y con buenas prácticas, puede ser una alternativa real frente a la economía de lo ilícito, tema de mucha relevancia hoy para el Gobierno Nacional. Así mismo, los impactos que vienen registrando muchas empresas palmeras en las distintas regiones del país son claros, en materia de servicios de salud, educación, vivienda rural para los trabajadores e infraestructura; así mismo, en algunas zonas las plantaciones han desarrollado obras de infraestructura, lo cual tiene mucho impacto social. Como este, hay múltiples casos maravillosos que se pueden registrar (Figura 9).

Por lo anterior, es claro que la palmicultura es un instrumento de desarrollo. En Colombia, varios estudios han tratado de comparar municipios palmeros con no palmeros, y lo que se puede observar es que hay una clara conexión entre necesidades básicas satisfechas y el desarrollo de la palmicultura, los

municipios con más tradición en palma han logrado desarrollarse mejor que otros que tienen otras culturas productivas.

Por otra parte, en la dimensión económica, es muy importante señalar que esta agroindustria cuenta con algunos centros de investigación en diversos países productores, que vienen trabajando en palma de aceite. A manera de ejemplo, desde hace 25 años en Colombia contamos con Cenipalma y, en ese mismo sentido, varios países y grupos empresariales especialmente en Asia, están haciendo esfuerzos en ciencia, tecnología e innovación, lo que, sin duda, se constituye en un respaldo y acervo de conocimiento para el desarrollo de esta agroindustria a nivel mundial. Sin embargo, hay mucho por hacer todavía, por ello, la invitación a los productores de cada uno de los países de Latinoamérica, a organizarse para hacer su propio esfuerzo.

a) La palma de aceite contribuye a la educación en el campo



Figura 9. La palma de aceite fuente de bienestar en las comunidades rurales. a) Educación, b) Vivienda.

b) La palma de aceite mejora las condiciones de vivienda de sus trabajadores y comunidades



El gremio palmero en Colombia, aparte de Cepipalma, también cuenta con el Fondo de Fomento Palmero, el cual es un mecanismo a través del cual todos los productores aportan el 1,5 % del valor de su producción y la mayoría de esos recursos se destinan a financiar programas de investigación y transferencia de tecnología. Eso es lo que le ha permitido al sector posicionarse con una inversión de alrededor del 1,1 % del valor de la agroindustria en programas de investigación. Quienes se han movido en las líneas académicas saben que normalmente los países o las empresas líderes invierten cerca del 3 % de su producto en temas de investigación e innovación, pero niveles del 1 en adelante se consideran muy positivos. Para tener una referencia, en Colombia apenas se invierte el 0,2 % (Figura 10).

Por otra parte, también es importante destacar como una gran fortaleza en el tema de sostenibilidad económica, lo que ha ocurrido en Suramérica con los

materiales de palma de aceite híbrido OxG, el cruce de la palma africana con la palma americana, que se experimentó y desarrolló en algunas plantaciones como una alternativa para afrontar los problemas sanitarios. Aparte de que los híbridos han permitido seguir cultivando palma en zonas con grave afectación sanitaria, también a nivel de producto, del aceite, muestra cosas muy interesantes, que a futuro pueden constituirse en oportunidades muy significativas.

Al respecto, vale la pena hacer un reconocimiento a las personas y plantaciones en varios países de nuestra región que han trabajado por muchos años en investigación sobre híbrido. En el caso de Colombia, cabe destacar a Philippe Genty, su empeño y terquedad permitió que los esfuerzos y enseñanzas iniciales con los híbridos no se perdieran y que en los últimos años, cuando los problemas sanitarios se agudizaron en Colombia, estos materiales se hubieran podido ver como una esperanza.

Figura 10. La investigación y transferencia de tecnología son un activo del sector palmero.

- a) Respaldo empresarial a la investigación en Colombia.
- b) Inversión en investigación de la Federación

a) Hay centros de investigación especializados que dan confianza y respaldo a la agroindustria palmera de distintos países



b) El sector palmero colombiano invierte 1,1 % del valor de su producción en investigación y desarrollo



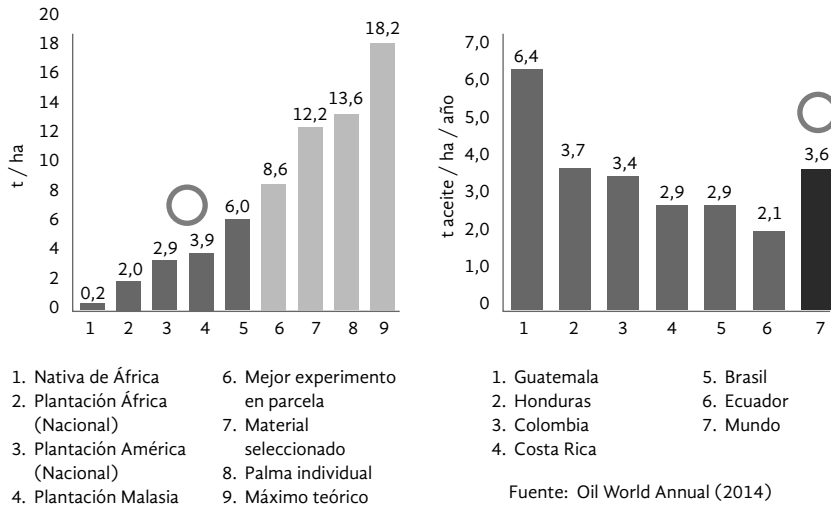
Por otra parte, una gran fortaleza de esta agroindustria, como negocio, es que el espectro productivo de la palma es muy amplio. La productividad global promedio es de 3,6 toneladas de aceite por hectárea, pero se puede observar que, con buenas prácticas, los rendimientos pueden ser mucho más altos, incluso alcanzar las 8 toneladas, situación que no se observa comúnmente en otros cultivos.

En muchos países existen brechas de productividad entre productores que hay que cerrar. La fortaleza productiva de la palma es fundamental para su sostenibilidad económica a futuro. Muchas de las soluciones a los problemas que enfrenta esta agroindustria están relacionadas con los avances en materia

de productividad, al igual que en materia de buenas prácticas agrícolas y empresariales. Hay ejemplos de plantaciones en América con desempeños muy similares a las mejores plantaciones de otros continentes (Figura 11).

La asociatividad es otro aspecto fundamental en esta actividad productiva. Si bien en muchos casos los cultivos de palma de aceite se han desarrollado por grandes grupos empresariales, en la realidad latinoamericana priman los agricultores de pequeña y mediana escala, frente a lo cual es muy importante la organización de los productores para lograr economías de escala y mejores resultados en eficiencias que permitan avanzar mucho más en el negocio. Al res-

a) La palma de aceite tiene una gran fortaleza productiva, pero aún hay disparidades en su desempeño, entre productores y entre países



Fuente: Corley 1998, MPOB y Oil World 2011

Figura 11. Alto potencial de productividad y buenas prácticas agrícolas. a) Estadísticas de productividad, b) Manejo agronómico.

b) Con mejores practicas agrícolas y empresariales se pueden lograr cultivos productivos y rentables



pecto, desde el gremio palmero en Colombia se está promoviendo la conformación de núcleos palmeros, como una estrategia para organizar a los palmicultores de pequeña y mediana escala alrededor de una empresa ancla líder.

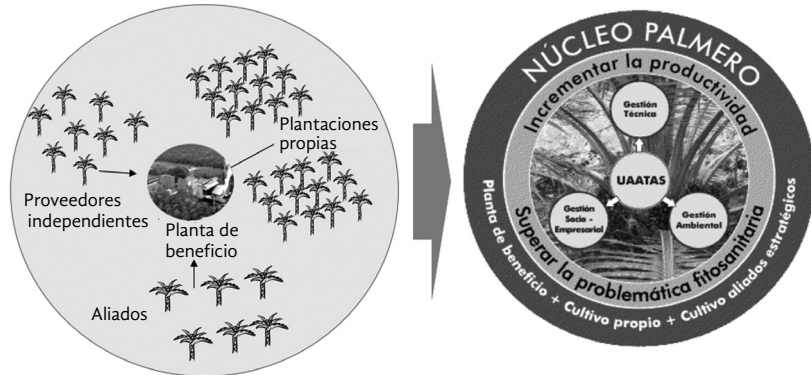
Cabe destacar que por esta vía de organizar a los productores alrededor de las plantas extractoras, se ha logrado incrementar el tamaño promedio de esos núcleos. Hace 20 o 30 años estábamos en niveles de alrededor de 2.000 hectáreas por planta extractora, y hoy en día alcanzan más de 7.000 hectáreas. Si bien en promedio aún el país está lejos de donde se quiere llegar, ya existen núcleos superiores a 20.000 hectáreas, lo que muestra un movimiento en la di-

rección correcta, para aprovechar las economías de escala. Aunque hace falta velocidad, hay que continuar y persistir en esa tendencia de tener núcleos con plantas de más tamaño y envergadura, que permitan hacer mejor uso de otras tecnologías. Fruto de esta tendencia, se observan casos de plantas que han adelantado una reconversión tecnológica fuerte, otras se han construido con nueva tecnología, y plantas antiguas que se han replantado y fusionado para desarrollar nuevos proyectos con mayor viabilidad económica (Figura 12).

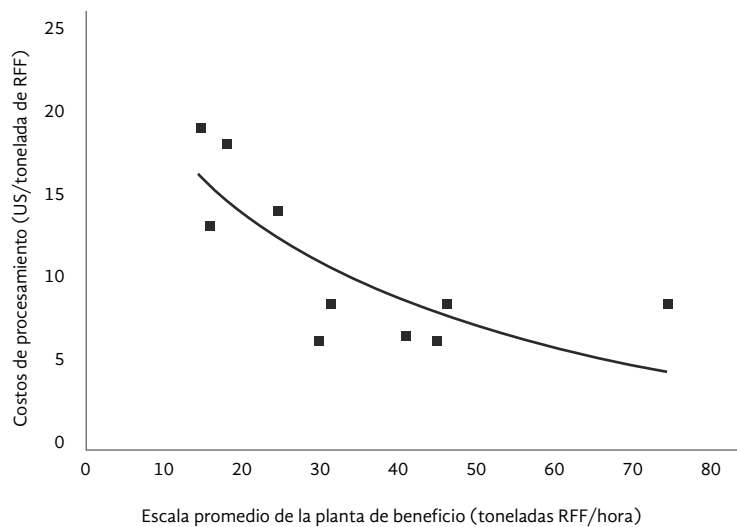
En ese orden de ideas, el sector palmicultor en Colombia se está moviendo en la dirección correcta, alrededor de las oportunidades que brinda la bioma-

Figura 12. a) Núcleo palmero
b) Economías de escala, acceso a financiamiento y otros beneficios.

a) La organización de los palmicultores de pequeña y mediana escala permite mayores eficiencias y economías de escala



b) Dado que las economías de escala son fundamentales para reducir los costos de extracción de aceite, el crecimiento de los núcleos palmeros mejora su competitividad



sa resultante del proceso de extracción de aceite, principalmente en la generación de energía, para autoconsumo de la propia planta extractora o para la venta a la red. En relación a ello, Colombia cuenta con una nueva legislación de energías alternativas renovables, la Ley 1715 de 2014, y se está trabajando en su reglamentación, con la cual podrán potencializarse nuevos negocios de generación de energía a partir de las plantas extractoras de aceite de palma, y fortalecer así el desempeño económico de esta agroindustria.

En el tema del mercado, la versatilidad del aceite de palma es maravillosa; son muchos los productos que pueden elaborarse a partir de él, como variados los nichos de mercado que atiende esta agroindustria. En la versatilidad de esta agroindustria yacen muchas

de las fortalezas que serán fundamentales para enfrentar los retos futuros.

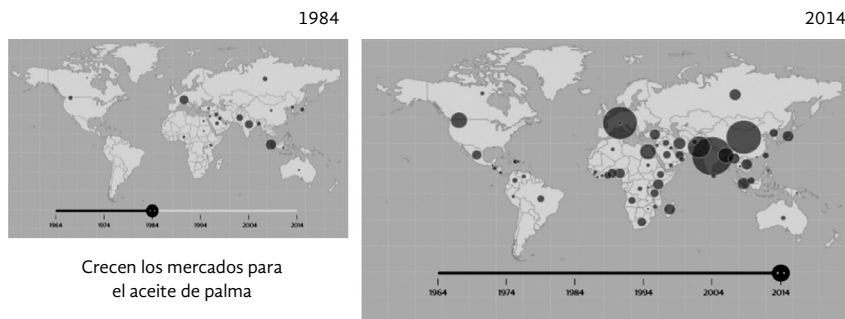
El biodiésel, sin duda, ha sido un nuevo mercado muy importante para la producción de aceites y grasas en el mundo y ha coadyuvado a su sostenibilidad económica, pues en década y media se ha posicionado y consume cerca del 15 % del volumen total de aceites y grasas a nivel mundial. En Colombia, el Programa Nacional de Biodiésel ha evolucionado de manera muy destacada y se espera que el Gobierno Nacional ayude a que ese mercado siga evolucionando como lo requiere la sostenibilidad del sector palmero. Los mercados para el aceite de palma han venido creciendo en el mundo de manera significativa en los últimos 30 años, y el aceite de palma cada día se ha incorporado en más usos comestibles y no comestibles (Figura 13).

a) La palma de aceite tiene una gran versatilidad y es usada en múltiples industrias a nivel mundial



Figura 13. La versatilidad de la palma dinamiza su consumo en el mundo. a) Usos industriales y alimenticios, b) Crecimiento del mercado internacional

b) Cada vez más países demandan aceite de palma para múltiples usos comestibles y no comestibles



Crecen los mercados para el aceite de palma

Fuente: The Guardian

De tal forma que realmente hay un panorama muy positivo para la palmicultura y existe el modelo, al cual Colombia le ha apostado de manera muy fuerte, que es el de la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible (RSPO, por sus siglas en inglés), para garantizar una sostenibilidad integral de la agroindustria de la palma de aceite y que así pueda contrarrestarse debidamente los cuestionamientos mencionados al principio de este documento, que se han presentado en algunos casos particulares y que, desde luego, no deben generalizarse.

Es claro que la palma si puede desarrollarse sosteniblemente en lo ambiental, en lo social y en lo económico, constituyéndose en motor de desarrollo para las zonas rurales, pero es responsabilidad de todos los empresarios y productores hacerlo bien para contribuir a un nuevo posicionamiento de la agroindustria palmera (Figura 14).

Principales retos de la agricultura y las oportunidades para la palma de aceite

En lo que tiene que ver con los retos, en primer lugar está el tema del cambio climático, situación que enfrentan muchos países y que afecta no solamente el campo sino también las zonas urbanas. Hacia adelante, la agricultura estará enfrentada a esta nueva realidad, que tiene que entenderse y conocerse mucho mejor, para poder continuar adelantándola con éxito.

Otro reto que enfrenta la agricultura está relacionado con el fuerte crecimiento que se espera de la población mundial. Hoy en día hay un poco más de siete billones de personas en el planeta y para el año 2050 se estiman más de nueve billones; es decir, son más estómagos para alimentar, más personas demandan-

Figura 14. Modelo sostenible de la agroindustria de la palma de aceite según la RSPO.



do bienes y servicios para su bienestar, lo cual, según cifras de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), incrementará la demanda actual de alimentos en 70 % para 2050. Este es un hecho que hay que tener presente, para saber cuál puede ser el rol de la palma frente a esta situación.

Pero no solamente la agroindustria enfrenta el reto del crecimiento poblacional. Los países también vienen desarrollándose y ello implica que la clase media, la clase consumidora, también esté creciendo a pasos muy acelerados, aumentando cada día más la demanda de bienes y servicios. Es decir, que el crecimiento de población más el crecimiento del consumo, explicarán el crecimiento futuro de la demanda total de alimentos (Figura 15).

Todo esto ocurre en un mundo donde la velocidad de los cambios es cada vez mayor; y esto, para quienes están en el campo, que normalmente están acostumbrados a vivir de una manera tranquila y piensan que los temas dan espera, es un reto de mucha importancia. A manera de ejemplo, veamos simplemente el tiempo que a distintos productos les tomó alcanzar 50 millones de usuarios: la radio se demoró alrededor de 38 años para llegar a superar esa meta; *Twitter* en menos de un año ya desbordó ese nivel. Es decir, que mucho de lo que algunos consideran que aún funciona, rápidamente se vuelve obsoleto.

Estudios de la FAO muestran que el 50 % de lo que actualmente está en las estanterías de muchos supermercados no lo estará en cinco años; luego, si las empresas no innovan, la pregunta es: ¿cómo van a participar de este mercado?, si no tienen nuevos productos para presentar, difícilmente mantendrán esos mercados. El mundo está cada vez más interconectado; lo producido localmente se consume en cualquier parte del mundo y esa realidad debe tenerse muy presente para el desarrollo de los negocios.

Otra tendencia de los mercados es a consumir productos saludables y sostenibles, en muchos lugares, ya no es solamente a nivel de unos pocos productos, hay supermercados completos, comunidades enteras trabajando en esa orientación; entonces, la pregunta es: ¿cómo posicionar nuestra agroindustria de cara a esa nueva realidad? (Figura 16).

Oportunidades de la agroindustria de la palma de aceite

Por una parte, cabe resaltar que la palma de aceite es un cultivo tropical y que América tropical es una de las regiones del planeta donde existe mayor disponibilidad de tierra para desarrollar cultivos. Si se tiene en cuenta que la palma presenta la más alta productividad, en términos de aceite por hectárea, sin duda, esta

a) El cambio climático amenaza la productividad del campo lo que requiere un mejor manejo y desempeño de la actividad agrícola



b) El crecimiento de la población mundial implicará mayor consumo de alimentos



Figura 15. Los retos de la agroindustria de la palma de aceite son a) Mitigación del cambio climático y b) Cubrir el incremento en la demanda mundial de alimentos.



Figura 16. Preferencia por productos sostenibles y saludables.

agroindustria tiene muchas posibilidades de tener un rol importante en ese nuevo escenario, siempre y cuando las condiciones de inversión sean las apropiadas.

De otra parte, es claro que la agricultura se adelanta cada vez a mayor escala y la palma no es la excepción. A manera de ejemplo, un grupo empresarial en Malasia recientemente superó un millón de hectáreas en palma de aceite, dos veces o más el área sembrada en Colombia. Este contexto es el que precisamente

permite visualizar los modelos asociativos, que organicen alrededor de empresas ancla a productores de pequeña y mediana escala, que son en buena medida la realidad en América, para desarrollar el negocio de la palma de cara al futuro.

En cuanto a nuevas tecnologías disponibles para mejorar la productividad y el desempeño de la agroindustria, afortunadamente, como se señaló anteriormente, existen grupos de investigación que han gene-

rado tecnologías y lo que se requiere ahora es acelerar los procesos de adopción de esas tecnologías, especialmente frente a los desafíos que enfrenta el sector.

En la actualidad, a pesar de que los materiales de palma de aceite que se vienen sembrando tienen mucho potencial productivo que no se ha aprovechado completamente, la agroindustria cuenta con nuevos materiales que avizoran un mejoramiento productivo significativo, que también es necesario aprovechar (Figura 17).

Así mismo, esta actividad puede adelantarse con una visión cero desechos. El aprovechamiento que ha tenido la agroindustria de la palma por muchos años se circunscribe a solo cerca del 30 % de lo cosechado y que se lleva a la planta extractora; una visión cero desechos podría alcanzar un aprovechamiento de más del 60 %, con otro tipo de usos y aplicaciones, y superar la idea de que esta agroindustria es solo aceite.

Al respecto, lo que se requiere es desarrollar las plantas extractoras como biorrefinerías, para darle curso a otro tipo de negocios, con los tamaños y las tecnologías apropiadas para hacer un verdadero aprovechamiento de la biomasa, que en el caso de Colombia, y seguramente de otros países latinoamericanos, es todavía muy baja frente a su potencial (Figura 18).

En cuanto a las características nutricionales del aceite de palma, apenas se está conociendo su verdadera riqueza, su contenido de antioxidantes naturales y las grandes alternativas que ofrece para elaborar los productos cada vez más saludables que el mercado demanda. Está cambiando la percepción que se tenía del aceite de palma, incluso en mercados sofisticados como el estadounidense. Esto ya se observa en medios masivos de comunicación, como el programa en televisión del Doctor OZ.

Figura 17. Las oportunidades de competitividad de la agroindustria se basan en a) Innovación y tecnología y b) Nuevos materiales.

a) Las investigaciones en palma de aceite y las nuevas tecnologías son fuente para innovar y ser más competitivos



b) Ya se proyectan nuevos materiales y tecnologías para avanzar en la sanidad y productividad del cultivo



a) Visión de cero desechos en la agroindustria

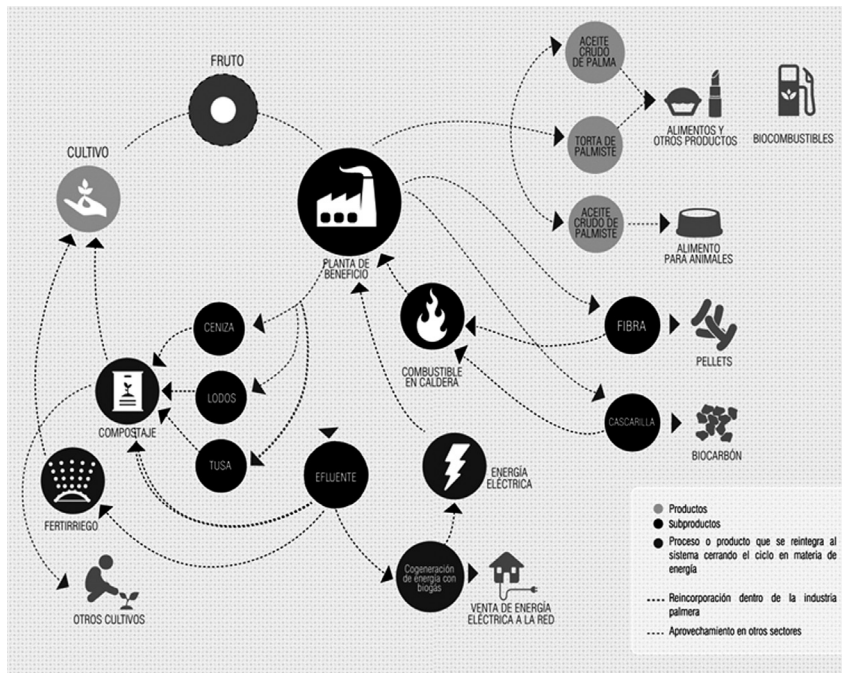
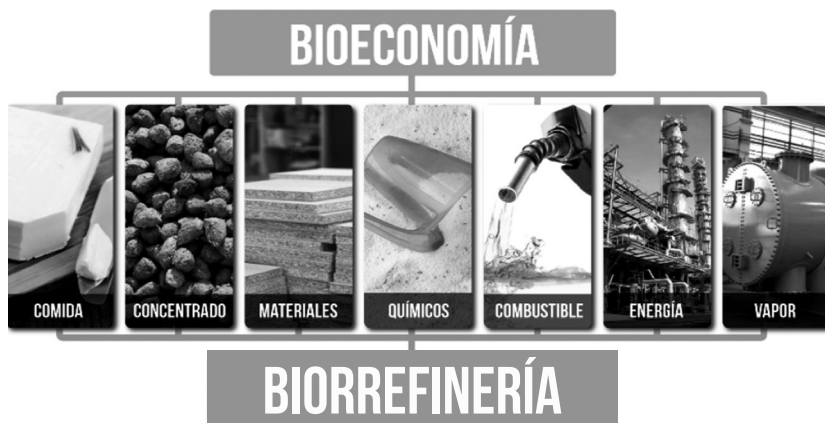


Figura 18. Aprovechamiento integral de biomasa, una oportunidad de agregar valor en la agroindustria con a) Cero desechos y b) Diversificación de la palma como materia prima para otros usos.

b) La palma es mucho más que aceite



Estos cambios en las percepciones, con nuevos hechos y nueva información, han conducido a que recientemente en Estados Unidos se prohíba la ingesta de grasas *trans*, lo cual, según algunos expertos, rápidamente puede generar un aumento significativo en la demanda de aceite de palma para el mercado americano, de alrededor de un millón de toneladas anuales, frente a lo que ya ha venido creciendo en los últimos años. Esta, sin duda, es una nueva realidad que la agroindustria palmera en Latinoamérica puede aprovechar.

De otra parte, fruto del desarrollo del híbrido O_xG, la agroindustria cuenta con el aceite de palma alto olei-

co, que tiene unas excelentes propiedades para atender el consumo de alimentos saludables. Al respecto, grupos industriales en Estados Unidos empiezan a percibir que el aceite de palma alto oleico es una de las grandes maravillas e innovaciones que esta agroindustria ofrece a nivel mundial. Sus diferencias en el contenido de fitonutrientes, especialmente en tocotrienoles, pueden aprovecharse para avanzar en el desarrollo de muchos otros productos. Esta agroindustria tiene una gran versatilidad, no solamente en el campo alimenticio sino también en cuanto a usos no comestibles, como sustituto renovable de productos derivados del petróleo.

Las tecnologías, en muchos casos, ya están listas o muy avanzadas; es cuestión de terminar de afinar cómo algunos de esos frentes de desarrollo de productos pueden llegar a ser viables económicamente (Figura 19).

Como se mencionó anteriormente, la palma cuenta con un modelo de sostenibilidad integral que le permite tener un ciclo sostenible desde el cultivo hasta la mesa del consumidor, y en la medida que los productores avancen en su certificación, podrán aprovecharse cada vez mayores oportunidades de mercado.

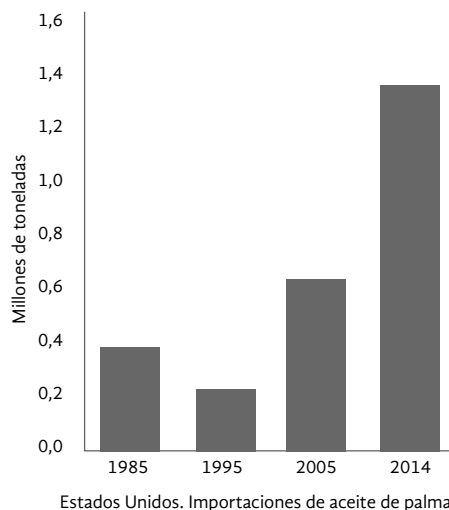
Actualmente, cerca del 20 % de la producción mundial de aceite de palma está certificada como sostenible. En América apenas el 8 % de la producción está certificada RSPO según información de mediados de 2015; es decir que esta región del mundo está bastante rezagada. Teniendo en cuenta las nuevas tendencias de los mercados que se expusieron anteriormente, es necesario avanzar mucho más rápido en la certificación RSPO de América y abordar estos temas de una manera más amplia como una estrate-

Figura 19. El aceite de palma es un
a) Alimento saludable y tiene
b) Grandes bondades nutricionales.

a) El aceite de palma es fuente de antioxidantes naturales y fitonutrientes que protegen la salud, y representan posibilidades de agregación de valor a la agroindustria



b) Como resultado de las nuevas regulaciones sobre aceites y grasas, se espera que Estados Unidos incremente sus compras de aceite de palma en más de 1 millón de toneladas



gia de alcanzar mayor productividad en la agroindustria (Figura 20).

Finalmente, una reflexión para quienes están produciendo palma en América. Este continente ha ganado importancia en la producción de aceite de palma; desde luego, muy lejos de lo que Asia ha logrado en esta agroindustria. América ya alcanza alrededor de 3,5 millones de toneladas de aceite de palma, de tal forma que para defender este mercado y avanzar en el posicionamiento de la agroindustria, es necesario trabajar unidos. En cada uno

de los países palmeros de América, los productores deben organizarse, y luego, como organizaciones de productores, conformar una organización que represente y defienda la palmicultura en esta parte del mundo; esto le corresponde a quienes adelantan esta actividad productiva en América. La agroindustria de la palma de aceite puede ser un sector ganador frente a los desafíos que tiene la agricultura a nivel mundial, pero siempre y cuando se haga de manera sostenible y logre un aprovechamiento integral de la producción.

a) La sostenibilidad puede ser un elemento diferenciador para el aceite de palma en América



Figura 20. La certificación RSPO es la alternativa de diferenciación para la palma en América.

a) Recomendaciones de la RSPO,
b) Cadena de suministro.

b) La certificación de sostenibilidad RSPO fortalece el acceso de los aceites de palma a los mercados pues asegura su trazabilidad de la finca a la mesa

CADENA DE SUMINISTRO RESPONSABLE DE PALMA DE ACEITE

