

La agroindustria de la palma de aceite en América*

Oil Palm Agro-industry in America

CITACIÓN: González-Cárdenas, A. (2016). La agroindustria de la palma de aceite en América. *Palmas*, 37(Especial Tomo II), pp. 215-228.

PALABRAS CLAVE: agroindustria, América, palma de aceite, productividad, sostenibilidad.

KEYWORDS: Agribusiness, America, oil palm, yield, sustainability.

*Artículo original recibido en español.



ANDREA GONZÁLEZ CÁRDENAS
Directora Unidad de Planeación
Sectorial y Desarrollo Sostenible
de Fedepalma
Director Sectorial Planning and
Sustainable Development, Fedepalma
agonzalez@fedepalma.org

Resumen

La industria del aceite de palma, líder a nivel mundial en la provisión de aceites y grasas vegetales y uno de los sectores que cuenta con mayor potencial por la versatilidad de usos y aplicaciones de sus derivados, ha venido desarrollándose de manera destacada en Latinoamérica. Si bien esta región aporta 5,77 % de la producción mundial de aceite de palma, la dinámica que ha adquirido en las últimas décadas lo convierte en un actor estratégico en el interior de las economías de la región. Al mismo tiempo, parte de la expansión del cultivo en los últimos años ha sido impulsada por programas gubernamentales que apoyan la palma de aceite en virtud del desarrollo rural que proporciona, especialmente a países como Ecuador, Colombia, Honduras y Perú.

Sin embargo, y dado este creciente desarrollo y necesaria inserción hacia los mercados internacionales, la región enfrenta desafíos relevantes en varios sentidos: el incremento de la productividad, la orientación hacia modelos sostenibles a través de la adopción de prácticas sociales y ambientales, un mejoramiento de su estatus fitosanitario y la necesaria innovación en productos, procesos, esquemas organizacionales, la diversificación de su oferta exportable, entre otros. Estos elementos contribuirán a la construcción de un modelo de desarrollo sostenible que fortalezca la agroindustria en la región, haciéndola capaz de competir con mejores estándares de calidad y productividad, de la mano con el desarrollo rural territorial que incluye asuntos sociales, ambientales y económicos.

Abstract

The palm oil industry, world leader in the supply of vegetable oils and fats and one of the sectors with the greatest potential given the versatility of uses and applications of its derivatives, has been developing prominently in Latin America. Although this region accounts for 5,7 % of world's palm oil production, the dynamics it has developed in recent decades has made it a strategic stakeholder within the economies of the region. At the same time, part of the expansion of crops in recent years has been boosted by government programs that support the oil palm industry in virtue of the rural development that it provides, specially to countries such as Ecuador, Colombia, Honduras and Peru.

However, given the increased in development and necessary insertion into international markets, the region faces significant challenges in various ways: increased productivity, an orientation towards sustainable models through the adoption of social and environmental practices; an improvement in the state of health systems; and a necessary innovation in products, processes, organizational frameworks, amongst others. These elements will contribute to the construction of a sustainable development model that strengthens agro-industry in the region, making it able to compete with better quality and productivity standards, hand-in-hand with rural development, inclusive of special environmental and economic aspects.

□

Introducción

La agricultura en el siglo XXI afronta múltiples retos: (1) la demanda por alimentos se multiplicará con una población creciente que se proyecta, para lo cual se requiere una mayor productividad de sus recursos en cuanto a tierra y disponibilidad de mano de obra, (2) a su vez, requiere una mayor cantidad de materias primas para un mercado de la bioenergía creciente, (3) ha de contribuir al desarrollo rural de los numerosos países en desarrollo dependientes de la agricultura, (4) debe adoptar métodos de producción más eficientes y sostenibles relativos al cambio climático, que se enmarcan en compromisos internacionales, entre ellos los Objetivos de Desarrollo del Milenio y los retos de la cumbre de París que se efectuará en diciembre de 2015.

Creciente población y demanda por alimentos

Se estima que en el año 2050 la población mundial alcanzará 9.100 millones de habitantes, convirtiéndose la demanda por alimentos en un factor decisivo para la sostenibilidad de las personas, muchas de ellas en condición inferior a los niveles de alimentación adecuados. Es en este escenario donde el desarrollo de la palma de aceite y sus derivados desempeñan un papel importante para el desarrollo económico de las comunidades.

El desarrollo de modelos sostenibles permitirá un crecimiento organizado de la industria, teniendo en cuenta el apoyo y responsabilidad con las comunidades, la protección del medio ambiente, y garantizando una rentabilidad económica que beneficie a cada uno

de los grupos de interés que se encuentran involucrados en la agroindustria del aceite de palma.

Las proyecciones de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés) muestran que para alimentar una población mundial de 9.100 millones de personas en 2050 sería necesario aumentar la producción de alimentos en 70 % entre 2005 y 2050. Ello implica un aumento importante en la producción de varios productos básicos fundamentales.

Teniendo en cuenta el crecimiento de la demanda de aceites y grasas per cápita, para el 2050 se requerirán 150 millones de toneladas adicionales de aceites y grasas vegetales. Para atender esa demanda se tendrían que sembrar “333 millones de hectáreas de soya o 217 millones de hectáreas de colza o 36 millones de hectáreas de palma de aceite”; esto en virtud de su alto rendimiento por unidad de superficie, y la versatilidad en sus usos tanto para la alimentación como para la industria, ya que la aparición de los biocombustibles puede cambiar algunas de las tendencias previstas y provocar un aumento de la demanda mundial, dependiendo principalmente de los precios de la energía y las políticas gubernamentales.

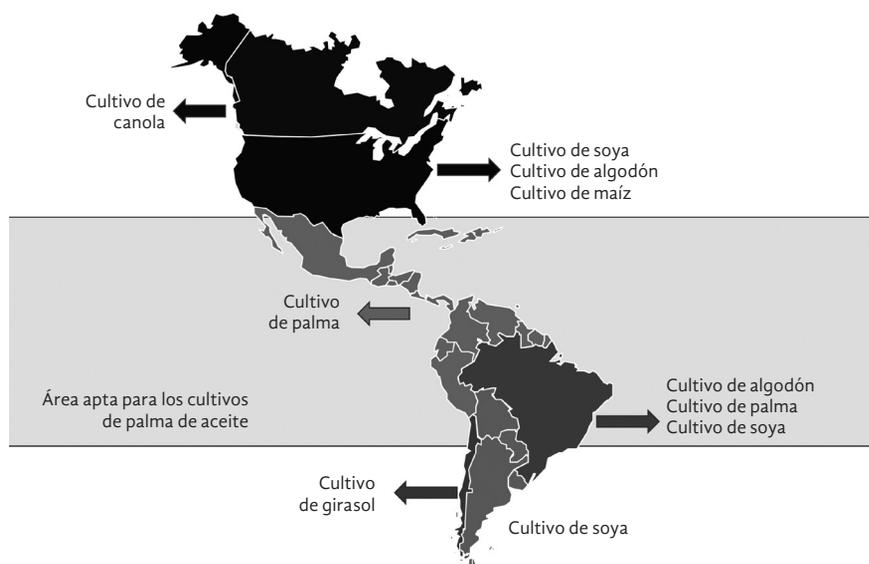
Al respecto es de suma importancia mencionar los Objetivos de Desarrollo del Milenio, los cuales se establecieron en el año 2000 con el fin de, entre otros, el poner fin al hambre, conseguir la seguridad

alimentaria y una mejor nutrición, y promover la agricultura sostenible. Esta agenda para el desarrollo incluye a todos los países, promueve sociedades pacíficas e inclusivas y mejores empleos, y responde a los desafíos ambientales de nuestra era, en particular el cambio climático. Para 2015 se espera también que líderes mundiales alcancen un acuerdo global sobre cambio climático en la Conferencia de las Partes que se llevará a cabo en París. En este escenario tienen un rol determinante los cultivos de aceite de palma, ya que su aporte permite formalizar el empleo, mejorar la calidad de vida de las comunidades, mejoramiento climático y reducción de la dependencia energética de los hidrocarburos.

Aceites y grasas vegetales y los aceites de palma

Área, producción y rendimiento

América se ha venido consolidando como el segundo productor de aceites y grasas después de Asia, con una participación de 23 %. América se conoce como el “Continente de la soya” por su aporte mundial con este tipo de aceite; sin embargo, hay que destacar que en este territorio tan diverso, la variedad de aceites y grasas producidos es amplia. Es en esta región donde el aceite de palma tiene un rol fundamental en el desarrollo de la agroindustria, la generación de em-



Producción de aceites y grasas en América.

pleo digno, la sostenibilidad ambiental y su aporte al desarrollo de nuevas industrias relacionadas con este producto que permitirán dar un mayor alcance a la utilización del aceite de palma, como la industria farmacéutica y los nuevos usos de energía a partir de los residuos de su extracción.

Los aceites de palma provienen de un cultivo que se desarrolla en áreas tropicales y que geográficamente se ubica entre los trópicos de Cáncer y Capricornio, en donde se pueden encontrar los mayores productores de esta oleaginosa a nivel mundial.

El área requerida para el cultivo de palma de aceite es el más bajo en comparación con las otras oleaginosas, debido al mayor rendimiento medido por toneladas de aceite por hectárea en producción/año.

Según datos oficiales,¹ en la región latinoamericana se evidencia un crecimiento del área cultivada de palma de aceite de 150,8 % al pasar de 443.000 hectáreas en 2001 a 1.111.000 hectáreas sembradas en

2014, de las cuales 818.000 se encontraban en etapa productiva y que aportaron cerca de 6 % del aceite de palma producido en el mundo.

El área requerida para la producción de aceites y grasas en América pasó de 75,5 millones de hectáreas en 2001 a 108 millones de hectáreas en 2014, siendo los cultivos de soya los que más área requerida necesitaron para su desarrollo (31 millones de hectáreas), mientras que el cultivo de palma de aceite tan solo creció en 668.000 hectáreas.

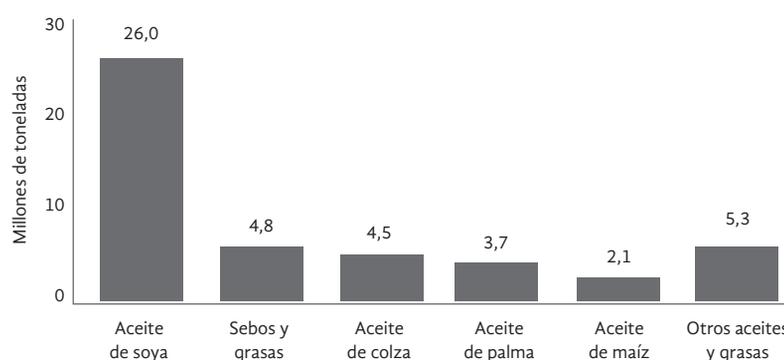
Respecto a la producción mundial de aceites y grasas, en 2014 fue de 200 millones de toneladas, de las cuales el aceite de palma aportó 33 % del total mundial, siendo el aceite más utilizado para suplir la demanda mundial, seguido por el aceite de soya, con 22 %, y en tercer lugar el aceite de colza, con un aporte de 14 %. Asia fue el continente que realizó el mayor aporte, con 52,8 %, seguido de América, con 23,2 % y luego el continente europeo, con 19 % (Tabla 1).

Tabla 1. Producción mundial de las principales grasas y aceites en 2014.

Continente	Producción (millones de toneladas)	Participación mundial %
Asia	105,7	52,8
América	46,4	23,2
Europa	37,6	18,8
África	5,8	2,9
Oceanía	4,7	2,4
Total mundo	200	100

Figura 1. Principales aceites producidos en América en 2014.

Fuente: OilWorld 2015. Cálculos Fedepalma– UPSDS.



1 Oil World Annual 2004 y 2015.

En América la producción de aceites y grasas fue de 46 millones de toneladas, de las cuales el aceite de soya aportó 55 %, seguido por sebo, con 10 %; colza, con 9,8 %; y los aceites de palma, con 8 %. Estos cuatro productos representan cerca de 84 % del total de la producción de aceites y grasas en la región (Figura 1).

Estados Unidos fue el país con el mayor aporte, con 36,6 % del total del continente; seguido de Brasil, 20,8 %, y Argentina, con 18,3 %, quienes en conjunto suman 75,5 % de la producción del continente; le siguen Canadá, México y Colombia, con 15,3 %, y el resto de países del continente, con una pequeña participación de solo 9,0 % (Tabla 2).

El continente americano se sigue distinguiendo por la mayor producción de aceite de soya, donde los aceites de palma ocupan el cuarto lugar; sin embargo,

continúa consolidándose como una alternativa en la producción de aceites en el mundo.

En América la producción de aceite de palma ha sido liderada por Colombia, seguido de Ecuador, Honduras, Guatemala y Brasil, estos países aportan cerca del 84 % de la producción de América, de igual manera se observa un crecimiento de la producción del 143,5 % en el período 2001–2014, cuyos incrementos más significativos se encuentran en países como Honduras, Guatemala y Brasil, lo que le ha permitido a la región mantener la cuota de participación en la producción de aceite de palma mundial (Tabla 3).

Si se pensara en abastecer la demanda mundial de grasas y aceites, bajo el supuesto de usar una sola oleaginosa, la palma de aceite requeriría cerca de 50 millones de hectáreas cultivadas, siendo la menor

Tabla 2. Producción mundial de las principales grasas y aceites en América, 2014.

País	Producción (millones de toneladas)	Participación en América %
Estados Unidos	17,0	36,6
Brasil	9,7	20,8
Argentina	8,5	18,3
Canadá	4,0	8,5
México	1,8	3,9
Colombia	1,3	2,8
Otros	4,2	9,0
Total América	46,4	100

Tabla 3. Producción de aceite de palma en miles de toneladas.

País	2001	2014	Crecimiento % 2001-2014
Colombia	547,6	1.108,6	102,4
Ecuador	227,8	490,0	115,1
Honduras	130,0	460,0	253,8
Guatemala	70,1	448,0	539,1
Brasil	110,0	370,0	236,4
Costa Rica	149,9	210,0	40,1
Perú	37,0	105,0	183,8
México	34,0	83,0	144,1
Rep. Dominicana	26,0	47,0	80,8
Venezuela	52,0	47,0	-9,6
Panamá	11,8	33,0	179,7
Nicaragua	8,0	17,0	112,5
Total	1.404,2	3.418,6	143,5

área requerida si es comparada con las 506 millones de hectáreas de área cultivable en caso de la soya, y esto se debe al mayor rendimiento en toneladas de aceite por hectárea cultivada, que para el caso de la palma de aceite es de 3,6 t/ha/año (Figura 2).

El promedio de rendimiento del cultivo de palma de aceite en la región latinoamericana para 2014 se mantiene en 3,6 t/ha, donde se evidencian países con un bajo nivel de rendimiento, lo cual se debe principalmente a los asuntos fitosanitarios que ha tenido que afrontar la región en los últimos años (Figura 3).

Se debe resaltar las tasas de rendimiento en toneladas por hectárea de países como Guatemala, Panamá, Honduras y Colombia, quienes presentan los mejores promedios de la región. Por otro lado, se ha evidenciado una mayor afectación por problemas fitosanitarios

y prácticas agrícolas inadecuadas que han generado unas brechas de productividad, principalmente en países como México y Venezuela, que presentan rendimientos en toneladas por hectárea de 1,8 y 1,1, respectivamente. Esto puede deberse, entre otros aspectos, a la entrada de múltiples productores nuevos y pequeños, lo cual obliga a trabajar como región en la solución de esta problemática. Una de las alternativas puede ser la cooperación entre países, la transferencia de conocimiento y la implementación de buenas prácticas agrícolas que prevengan la expansión de enfermedades y mejoren la productividad, lo que, por ende, traería sostenibilidad a este tipo de productores (Tabla 4).

Consumo de aceite y grasas vegetales y de los aceites de palma

“El cultivo de la palma de aceite se destaca por ser más productivo utilizando menor área sembrada con respecto a las otras oleaginosas”

El consumo mundial de grasas y aceites durante 2014 (Figura 4) fue de 199 millones de toneladas; el principal consumidor sigue siendo China, con 18,12 %, seguido por India, con 10,31 %, y Estados Unidos, con 9,51 %, quienes representan 37,95 % del consumo

Figura 2. Rendimientos oleaginosas.

Fuente: OilWorld 2015. Cálculos Fedepalma-UPSDS.

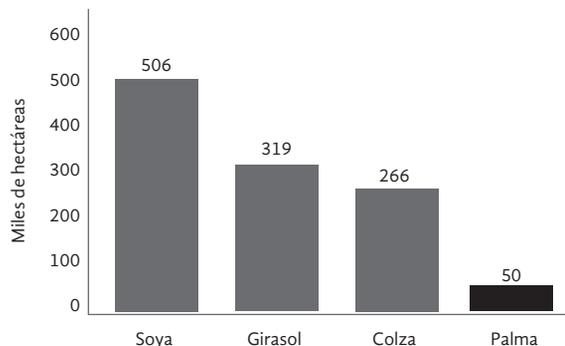


Figura 3. Rendimiento t/ha/año de otras oleaginosas.

Fuente: OilWorld 2015. Cálculos Fedepalma-UPSDS.

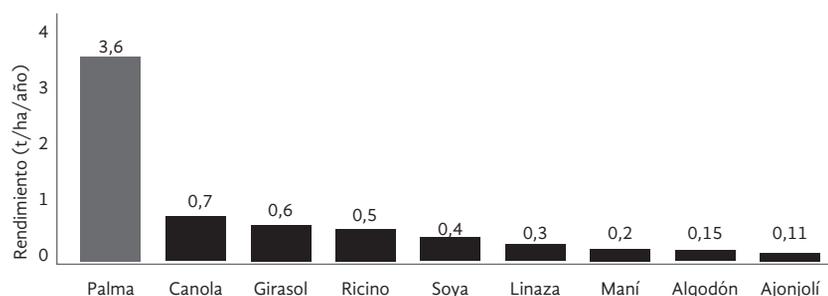


Tabla 4. Rendimientos en toneladas de aceite por hectárea y por año en Latinoamérica.

País	2001	2014	2001-2014
Guatemala	3,3	6,9	106,5
Panamá	3,0	4,1	39,8
Honduras	3,9	3,7	-6,6
Colombia	4,0	3,4	-14,0
Nicaragua	4,0	3,4	-15,0
Rep. Dominicana	3,3	2,9	-9,6
Costa Rica	3,8	2,9	-24,1
Brasil	2,6	2,8	8,7
Perú	3,7	2,6	-29,1
Ecuador	2,2	2,1	-5,6
México	2,8	1,8	-36,3
Venezuela	1,7	1,1	-35,4
Total	3,2	3,2	-1,4

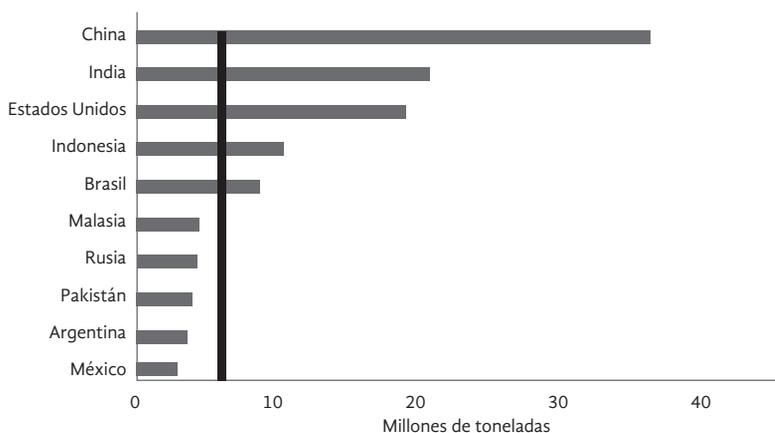


Figura 4. Consumo mundial de grasas y aceites.

Fuente: OilWorld 2015. Cálculos Fedepalma-UPSDES.

mundial de aceites y grasas. En el *ranking* de los 10 principales consumidores se encuentran Estados Unidos, Brasil, Argentina y México, que representan 17,34 % de dicho consumo.

Al analizar el comportamiento del mercado, se encuentra que el consumo per cápita de aceites y grasas en general es de 27,27 kg por año en el mundo, mientras que en América es de 44 kg por año. Para los aceites de palma, el consumo per cápita mundial es de 8,95 kg por año, y en América es de 5,57 kg por año. El mayor consumidor es Indonesia, seguido de India, China y Malasia (Tabla 5).

Estados Unidos se ha venido consolidando como el principal mercado para los aceites de palma, al consumir cerca de 1,4 millones de toneladas, su participación

en el mercado es de 26 % del total del continente, seguido por Colombia y Brasil con 1,0 y 0,8 millones de toneladas, respectivamente. Sin embargo, al observar el consumo per cápita en la región, se encuentra que países como Costa Rica, Colombia, Honduras y Ecuador presentan los consumos más altos por encima de 18 kg per cápita durante 2014, y Estados Unidos, a pesar de ser un gran consumidor de aceites de palma, su consumo es de tan solo 4,27 kg per cápita (Tabla 6).

Un análisis más profundo de esta información permitirá el fortalecimiento de los mercados actuales en la región, ya que el incremento poblacional y la mayor oferta de aceites de palma conducirán al aumento del consumo per cápita no solo en la región sino a nivel mundial.

Tabla 5. Consumo mundial de aceite de palma crudo.

País	Consumo (millones de toneladas)	Participación mundial %
Indonesia	10,2	16,09
India	8,0	12,6
China	6,5	10,3
Malasia	4,2	6,6
Nigeria	2,3	3,7
Pakistán	2,3	3,6
Tailandia	1,8	2,9
Estados Unidos	1,4	2,2
Bangladesh	1,3	2,0
Colombia	1,0	1,6
Otros países	24,5	38,5
Total América	63,6	100

Tabla 6. Consumo de aceite de palma crudo en América.

País	Consumo (millones de toneladas)	Consumo kg (per cápita)	Participación en América %
Estados Unidos	1,4	4,3	26,01
Colombia	1,0	20,8	19,2
Brasil	0,8	3,9	14,7
México	0,6	5,1	12,0
Ecuador	0,3	18,5	5,6
Venezuela	0,2	7,5	4,4
Honduras	0,2	20,5	3,2
Perú	0,1	3,9	2,3
Haití	0,1	11,1	2,2
Costa Rica	0,1	23,4	2,2
Otros	0,4	4,8	8,3
Total América	5,3	5,6	100,0

Con el fin de conocer el comportamiento del consumo de aceite de palma en la región, se ha hecho una clasificación de los países consumidores que a su vez son productores, y países consumidores que son importadores de esta materia prima; es importante resaltar la oportunidad que se presenta en estos últimos por su cercanía geográfica y por la importancia que tiene para el desarrollo de nuevos mercados en la región.

En Latinoamérica se encuentran mercados que se pueden considerar como autoabastecidos en el sentido de que la mayor parte del consumo de aceites y grasas

se basa en los aceites de palma, de los cuales son productores, como ocurre con Honduras, Costa Rica, Colombia y Ecuador, principalmente. De ellos se puede inferir que no hay dependencia de importaciones de aceite de palma, y donde es importante mantener el ritmo de consumo interno actual. A su vez se debe considerar incrementar su producción con el fin de alcanzar nuevos mercados, lo cual representa una oportunidad potencial para el continuo desarrollo y crecimiento de la agroindustria en el continente (Figura 5).

En el caso de los países no productores, se puede observar una gran demanda en algunos como El Sal-

vador y Haití; además se puede observar una oportunidad de mercado sobre todo en países como Argentina, Estados Unidos de América y Canadá como

grandes consumidores de aceites y grasas y en otros como Trinidad y Tobago, y Jamaica, por la cercanía geográfica (Figura 6).

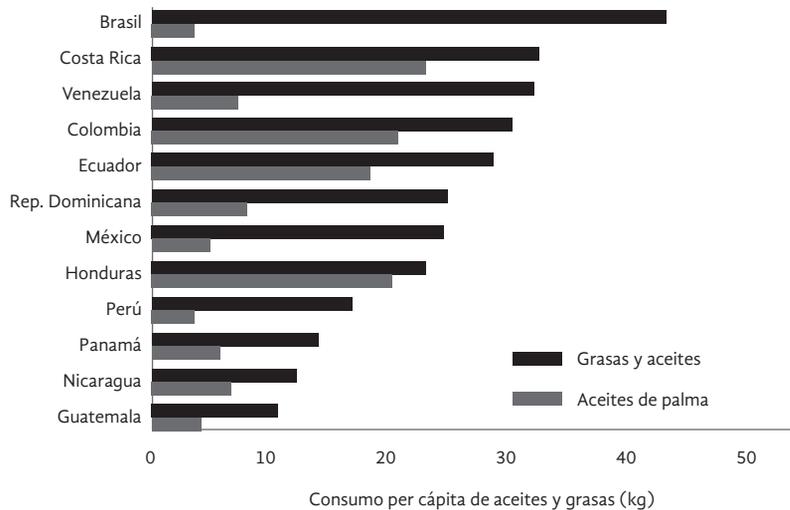


Figura 5. Consumo per cápita de aceites en América en países productores.

Fuente: OilWorld 2015. Cálculos Fedepalma-UPSDS.

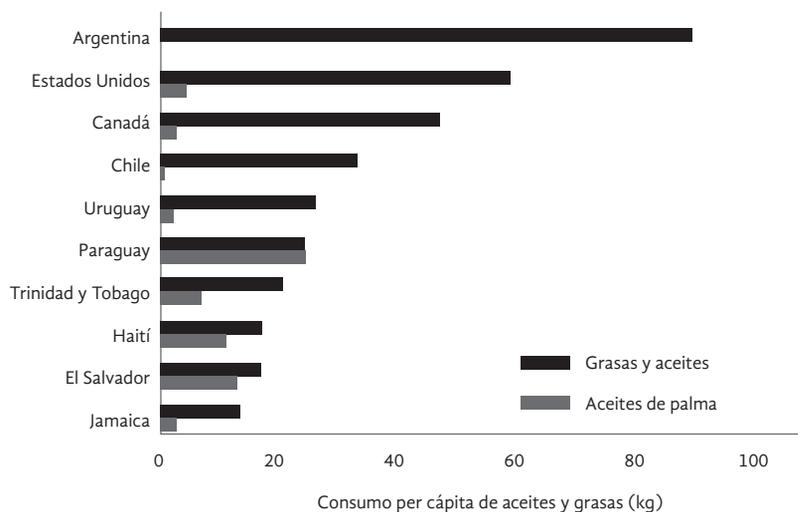


Figura 6. Consumo per cápita de aceites en América en países no productores.

Fuente: OilWorld 2015. Cálculos Fedepalma-UPSDS.

Retos y oportunidades del mercado de aceites de palma

Para poder analizar la situación en el contexto actual se han tomado los costos de producción de tres de los principales productores de la región, donde se puede evidenciar que existe un alto costo de mano de obra, el cual puede llegar a ser hasta de 42 %

de los costos totales de producción, en comparación con los países asiáticos, en donde el promedio de esta es de 25 %. Este costo elevado viene generando una pérdida de competitividad de los países latinoamericanos frente a los asiáticos.

En promedio, el 42 % de los costos de producción se asocian a la mano de obra

En la Figura 7 se puede observar los costos de producción del aceite de palma en los principales productores a nivel mundial; allí se destacan países como Malasia, Indonesia y Tailandia, como los de menores costos de producción.

Adicionalmente a los costos de producción, se suman los problemas de productividad y fitosanitarios que han afectado a la región durante los últimos años, y que han provocado una pérdida de la competitividad de los aceites de palma en el contexto internacional.

Manejar la volatilidad de las variables de mercado

En el caso colombiano, el comportamiento de los precios internacionales del aceite de palma (Figura 8), ha sido contrapuesto al de la tasa de cambio del peso frente al dólar, lo cual ha permitido al sector

palmero mitigar el efecto que pueda generar en sus ingresos la variación del precio internacional o de la tasa de cambio. Sin embargo, se hace necesaria la implementación de medidas o esquemas que permitan minimizar los impactos generados por los precios internacionales de los aceites de palma, teniendo en cuenta que la región es precio aceptante, y por esta razón, se encuentra supeditada a los efectos de los mercados internacionales.

La misma presión de las importaciones de productos sustitutos, dado que la tasa de cambio de los países latinoamericanos en la última década y que hasta hace un año perdía entre 30 y 50 % en Colombia y Brasil, entre otros países, y la depreciación del dólar, hicieron que la importación resultara un buen negocio. Esto impuso un reto a esta agroindustria de palma latinoamericana. Para Ecuador, que está dolarizado, seguramente la apreciación del dólar actual afectará su comportamiento.

Figura 7. Costos de producción de aceites de palma.

Fuente: OilWorld 2015. Cálculos Fedepalma-UPSDS.

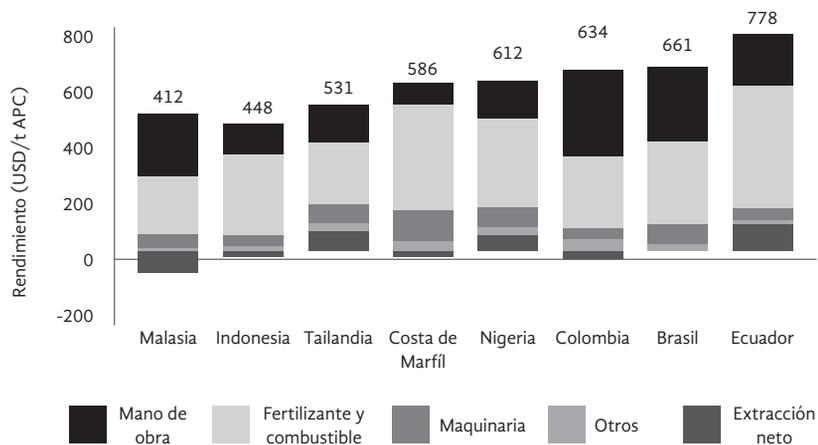
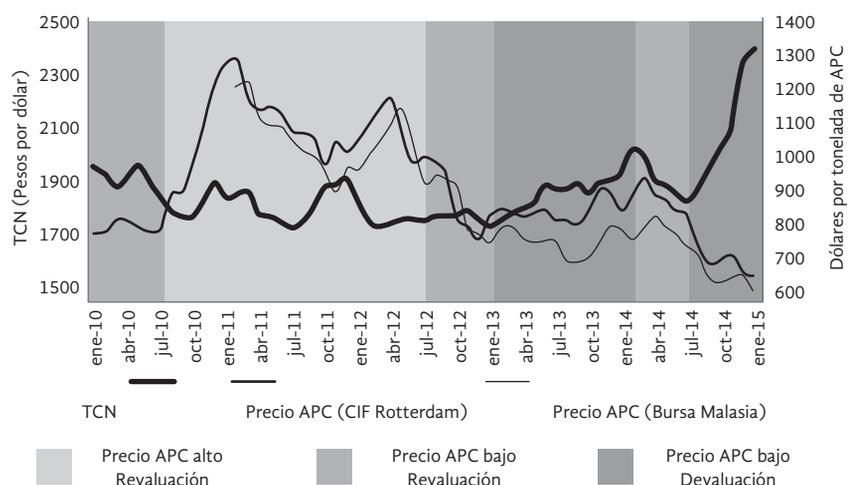


Figura 8. Comportamiento de los precios internacionales del aceite de palma y tasa de cambio en Colombia.

Fuente: Fedepalma-UPSDS.



Incrementar y diversificar la oferta exportable

Incrementar y diversificar la oferta exportable tanto de bienes primarios como de productos derivados de la palma de aceite, a través de la investigación, la innovación y el desarrollo de productos de procesos, que permitan mejorar la oferta exportadora de la región, y complementada con una disminución en los costos de producción, sería de relevancia frente a la creciente producción en la región y la dificultad de crecer internamente. Por ello conviene considerar cómo pueden los países latinoamericanos mejorar los procesos y generar productos de calidad que puedan abastecer mercados compradores.

Respecto a las exportaciones de aceites de palma en la región (Figura 9), se observa un incremento de 270 % desde 2004 hasta 2014, en donde el incremento observado en exportaciones hacia el continente americano fue de 238 %, y al resto del mundo 366 %.

En 2014 los países que más exportaron aceites de palma fueron Guatemala, con 437 mil toneladas; seguido por Honduras, con 365 mil toneladas; Co-

lombia, con 304 mil toneladas; Ecuador, con 238 mil toneladas; estos aportaron 74,7 % del total de las exportaciones de los países latinoamericanos.

Por el lado de las importaciones de aceites de palma se observa un crecimiento de 166% del total entre 2004 y 2014 (Figura 10). Los principales importadores fueron Estados Unidos, con 1,451 millones de toneladas, México con 524 mil toneladas y Brasil con 457 mil toneladas, quienes representan 74 % del total de importaciones del continente americano.

Esto significa que existe una oportunidad alta para participar con mayor fuerza en mercados que han ido incrementando la demanda, y donde el consumo del producto del mismo continente puede resultar más atractivo dada su ubicación.

Fortalecimiento de modelos productivos sostenibles

De igual manera, un aspecto importante dentro de los retos y oportunidades debe ser la creación y fortalecimiento de modelos productivos que permitan la incorporación de pequeños y medianos product-

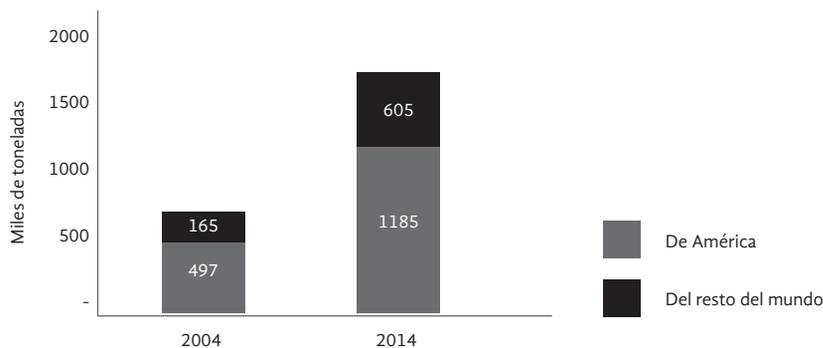


Figura 9. Exportaciones de América de aceites de palma.

Fuente: OilWorld, 2015. Cálculos Fedepalma-UPSDS.

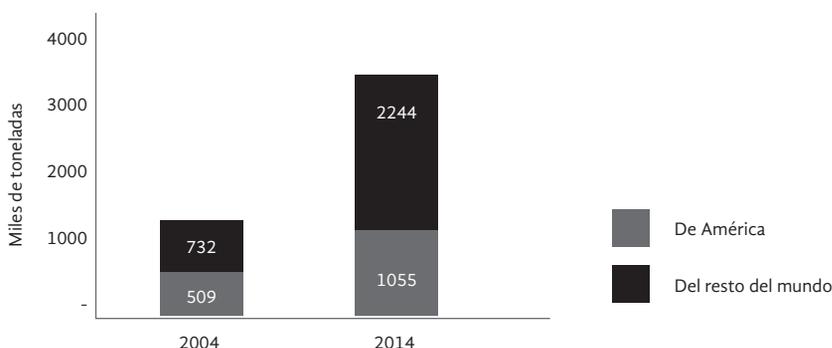


Figura 10. Importaciones de aceites de palma de América.

Fuente: Oil World 2015. Cálculos Fedepalma-UPSDS.

res (Figura 11). Esto incentivaría el intercambio de conocimiento, la implementación de buenas prácticas agroindustriales y la transferencia de tecnología, lo cual incidirá en el mejoramiento de las tasas de productividad, rendimiento, optimización de procesos y rentabilidad económica de cada uno de los modelos de productividad establecidos.

Generación de modelos de responsabilidad

La generación e implementación de un modelo de responsabilidad (Figura 12a) lleva implícitos aspectos ambientales, sociales y económicos, cuya importancia se basa principalmente en el impacto que genere sobre sus grupos de interés,

la orientación y el fin último de sus acciones en pro del beneficio en el interior de cada organización y de sus beneficiarios externos.

Pero este modelo de sostenibilidad debe ir ligado a un modelo de competitividad (Figura 12b) que permita que las actividades económicas que se derivan de la agroindustria perduren a través del tiempo; la interacción de estos modelos garantiza a largo plazo una eficiencia de la industria a nivel económico, social y ambiental, y permitirá hacer frente a las situaciones de riesgo que afronta el sector.

La generación del modelo de sostenibilidad permite la creación de un producto económicamente viable, ambientalmente compatible y socialmente aceptable

Figura 11. Modelo de integración productiva.

Fuente: Fedepalma-UPSDS.

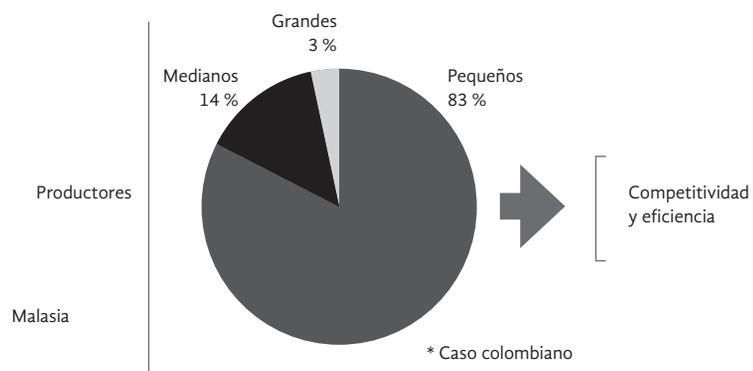
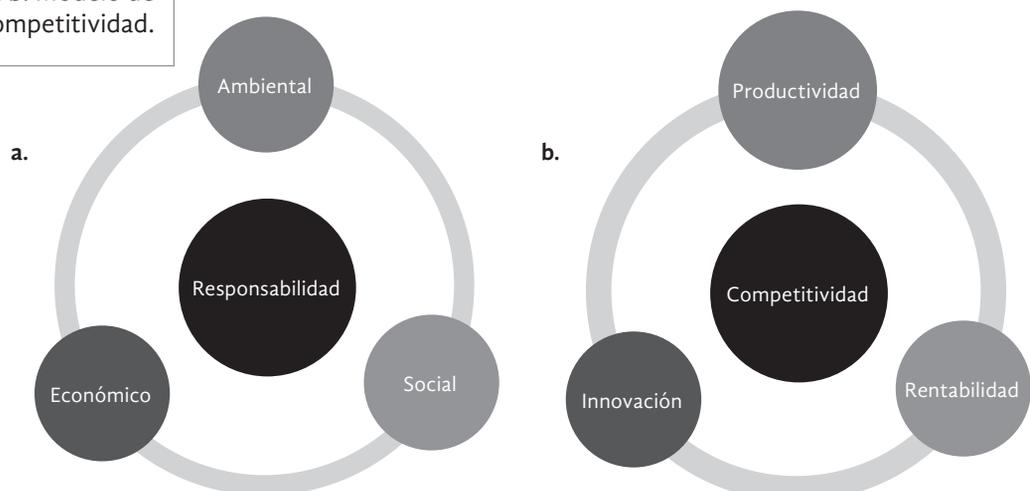


Figura 12. a. Modelo de responsabilidad. b. Modelo de competitividad.



América Latina ha mostrado en la última década un importante crecimiento y desarrollo de la industria, siendo cada vez más relevante su participación mundial en el mercado de acetites y grasas; sin embargo, para que este crecimiento sea sostenible en el tiempo se requieren esfuerzos adicionales que permitan un desarrollo continuo, mediante la aplicación de nuevas técnicas, metodologías y políticas que hagan posible ganar cuota del mercado y desarrollar las industrias de cada uno de los países que integran la región.

El consumidor mundial reclama una producción competitiva desde el punto de vista económico, que cumpla con una serie de estándares ambientales y sociales, haciendo de esta manera que la venta y colocación de productos en los mercados sea más exigente. Es en ese punto donde surge la posibilidad de aprovechar las condiciones favorables del mercado, el crecimiento de la agroindustria, junto con la generación de estándares de sostenibilidad, lo que permitirá desarrollar la industria desde una perspectiva de responsabilidad con competitividad.

Dada la importancia de los desafíos relacionados con la sostenibilidad que la sociedad enfrenta, el gremio palmero debe buscar conjugar sus acciones bajo un esquema integral de estrategia de negocio. Con ayuda de un modelo de sostenibilidad se deben incorporar prácticas sostenibles en operaciones diarias y en procesos de toma de decisiones en todo el continente.

Un modelo de este tipo debe asegurar la concentración de esfuerzos y recursos en los temas de superior relevancia para el negocio, además de una mayor preocupación en los grupos de interés, que en el caso latinoamericano se circunscriben a los asuntos laborales y las prácticas ambientales. En este asunto existe

una posibilidad clara de que los países latinoamericanos lleguen a diferenciarse de la producción de otras latitudes, dado que su compromiso e impacto sobre el medio ambiente ha sido estructurado con mayor rigor, como se puede observar en el caso colombiano.

Este modelo de sostenibilidad debe ir de la mano con un modelo de competitividad que permita el incremento de la productividad y rentabilidad económica del negocio y la constante innovación.

Estos modelos de responsabilidad y competitividad deben ser el punto de partida para afrontar los diferentes retos que se presentan en el sector agrícola en la región, pero también las oportunidades que se encuentran y que permitirán el desarrollo continuo de los diferentes procesos.

Modelo RSPO en América

Un gran avance que se ha evidenciado en la agroindustria de la palma de aceite tiene que ver principalmente con la adopción del modelo de la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible (RSPO, por sus siglas en inglés) por medio del cual, en el año 2014, se ha logrado certificar 274.655 miles de toneladas de aceite de palma; el principal país certificado es Brasil, seguido de Colombia, Guatemala y Ecuador (Figura 13); se estima que para 2015 se producirán 244.000 toneladas de aceites de palma certificadas, que corresponde a 12,6 % de la producción de América. Esto evidencia que hay un importante camino por recorrer. La RSPO ha constituido una oficina en Latinoamérica, lo cual se observa como una oportunidad para lograr en corto plazo un reconocimiento de las prácticas y la realidad de esta latitud.

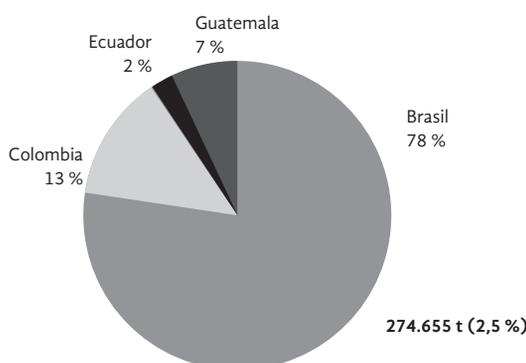


Figura 13. Producción certificada en América.

Fuente: RSPO 2014.

Conclusiones

Se hace necesario en la región americana mejorar el rendimiento de los cultivos de palma y aceite, mediante el uso de buenas prácticas agrícolas, prevención y tratamiento de enfermedades, lo que permitirá alcanzar un mejor desarrollo de las áreas cultivadas y en crecimiento de cada uno de los países cultivadores.

Es fundamental que los países de la región implementen esquemas que les permitan mitigar el impacto de la volatilidad de los mercados a nivel mundial, vía precio o vía tasa de cambio, que pueden afectar sus ingresos, permitiendo una sostenibilidad financiera de más largo plazo.

Es de gran importancia para la agroindustria latinoamericana la búsqueda de nuevos mercados; actualmente 66 % de los intercambios comerciales se dan dentro del mismo continente, y solo 34 % apunta a mercados europeos principalmente.

Finalmente, crear una diferenciación de la producción latinoamericana a través de la certificación de estándares ambientales y sociales podría ponderar no solo el esfuerzo que se hace en esta región por incorporar este tipo de prácticas en la agroindustria, a la vez que se genera un desarrollo rural apropiado, sino también consentiría la valoración de la producción de los productos de la palma de aceite por parte de integrantes del mismo hemisferio. Se trata de países que tienen mercados importantes por ser abastecidos.