

¿Dónde podría el sector palmero innovar a futuro?



JENS MESA DISHINGTON
Presidente Ejecutivo de Fedepalma

Es preciso cerrar este primer módulo del Congreso llamado “Innovación: Fuente de competitividad y bienestar”, con una serie de reflexiones acerca de las áreas en las que en el futuro es posible innovar en la agroindustria de la palma de aceite, porque a nadie le puede caber duda de que es un imperativo hacerlo, entre otras razones, porque hoy día la producción nacional enfrenta un mercado cada vez más competitivo.

Y es que los programas de desgravación de los múltiples tratados de libre comercio que ha suscrito Colombia, en la práctica están agotando la protección arancelaria de nuestro sector. De hecho, a partir del próximo año las importaciones de aceites y grasas de Estados Unidos ingresarán a Colombia con cero por ciento de arancel y en 2018 lo harán las provenientes

de Mercosur, de tal forma que desde el punto de vista de las condiciones del mercado local, la agroindustria de la palma de aceite está terminando una etapa para iniciar otra muy diferente (Figura 1).

Igual ocurre con el Sistema Andino de Franjas de Precios (SAFP), que forma parte de nuestros instrumentos de política comercial, y que están cuestionando algunas personas con el argumento de que el mismo fue concebido con carácter temporal. Pero al SAFP hay que verlo desde la óptica de la volatilidad de los precios internacionales de los aceites y grasas, la cual es hoy día inclusive mayor a la registrada en la década del noventa, cuando se creó ese mecanismo con el fin de darle estabilidad a diferentes sectores agrícolas afectados en gran medida por ella (Figura 2).

Figura 1. Eliminación de la protección arancelaria de la agroindustria

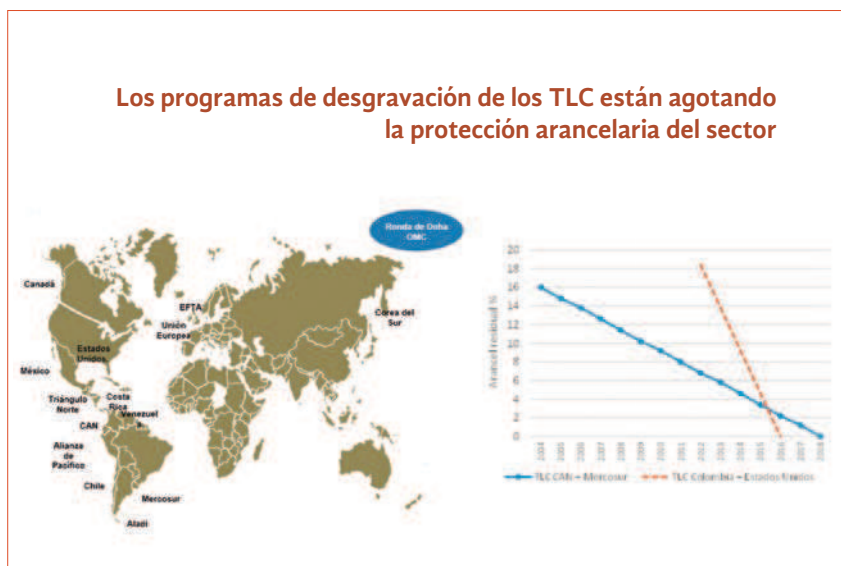


Figura 2. Volatilidad de los precios internacionales del aceite de palma



Es un hecho que el sistema actual es vulnerado por las perforaciones derivadas de los compromisos de los acuerdos comerciales que vienen en marcha, y en ese sentido habría que repensarlo para ajustarlo o quizá para cambiarlo por otro que permita atenuar esa alta volatilidad de los precios internacionales. Sin duda, en esto la agremiación palmera tiene que trabajar y requiere el acompañamiento de los productores en las gestiones pertinentes.

De acuerdo con un estudio reciente de evaluación de políticas agrícolas de Colombia realizado por la OCDE, el apoyo al productor de aceite de palma está muy cercano al de los bananeros y los floricultores

(Figura 3). Los mecanismos de apoyo se han reducido en forma significativa, lo cual es consistente con lo que se pregonó desde tiempos de la apertura económica. En el caso de nuestra agroindustria, el tránsito del escenario de hace 20 o 25 años al actual, ha sido dramático. De manera que tenemos que innovar en instrumentos de política comercial.

Ahora bien. También tenemos que avanzar con paso firme en la certificación de sostenibilidad, pues es creciente el número de empresas que demandan aceite de palma certificado por la Mesa Redonda de Aceite Palma Sostenible (RSPO, por su sigla en inglés) (Figura 4).

Por lo tanto, es necesario repensar los instrumentos de política comercial del sector

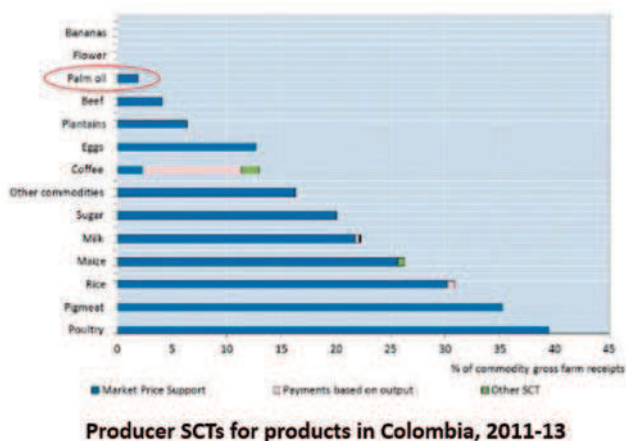


Figura 3. Apoyo al productor por sectores en Colombia

El mercado exige cada vez más aceite de palma sostenible



Figura 4. Principales empresas con requerimientos de aceite certificado RSPO

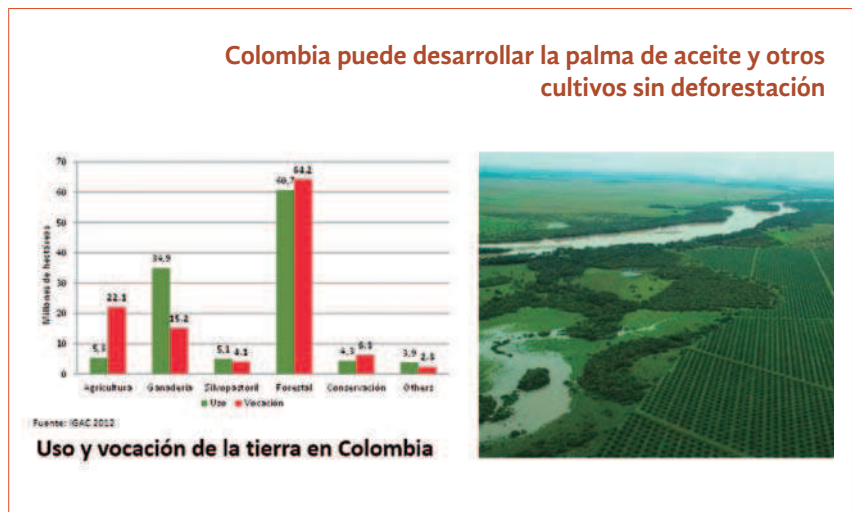
Hoy día, de ese tipo se comercializan globalmente 12,7 millones de toneladas, que corresponden al 20 por ciento de la producción mundial, y la participación de Colombia en esa producción es mínima.

Lo que en realidad no tiene mucha lógica, si se tiene en cuenta que nuestro país cuenta con condiciones favorables para certificarnos, como quiera que la palmiticultura en Colombia viene desarrollándose sin de-

forestar, y ello debería ser un elemento diferenciador de otros países que sí lo hacen, en medio de la preocupación mundial por el medio ambiente (Figura 5).

Además, contamos con una enorme biodiversidad en nuestros cultivos y hemos tenido logros destacados en temas sociales como la generación de empleo formal y bien remunerado, y los negocios inclusivos de las Alianzas Productivas Estratégicas.

Figura 5. La palmicultura en Colombia se adelanta dentro de la frontera agrícola



Los cultivos de palma de aceite en Colombia gozan de gran biodiversidad.



Como otras actividades agrícolas, la palmicultura colombiana se caracteriza por tener pequeños y medianos productores, y esa es una de las razones por las cuales es necesario contar con una organización que les facilite el aprovechamiento de las economías de escala. Los núcleos palmeros han resultado ser una alternativa idónea para ello y han hecho posible mejorar la productividad y la eficiencia.

En el medio está Cenipalma, nuestro centro de investigación, que debe mantenerse a la vanguardia en innovación y a su vez como el mejor aliado de

los productores para hacerlo, entre otras cosas, por ejemplo en la adopción de tecnologías de agricultura de precisión para bajar costos, optimizar recursos y ser más productivos.

Por supuesto es necesario seguir avanzando en aspectos como la productividad laboral y en consecuencia hay que mecanizar el cultivo para mejorar la competitividad de la agroindustria de la palma de aceite, y ponernos a la altura de trabajos desarrollados por sectores como el de la soya en Estados Unidos y el de la colza en Europa (Figura 6).

Se requiere innovar en la organización de los productores, especialmente en el caso de Colombia donde hay una alta proporción de pequeños y medianos



Los núcleos palmeros son una alternativa para aprovechar economías de escala y mejorar productividad y eficiencias

Los Núcleos Palmeros son una oportunidad de desarrollo para el sector.

Se requiere mecanizar el cultivo para mejorar la productividad laboral y la competitividad de la agroindustria



Figura 6. La mecanización clave para aumentar la productividad laboral

Retos ambientales

El tema del cambio climático, del que tanto hablamos y escuchamos, trae consigo para nuestra agroindustria a la vez retos y oportunidades, y por tanto debe impulsarnos a innovar para obtener una nueva fuente de ingresos adicionales, y además coadyuvar a detenerlo, con los consecuentes beneficios sociales y ambientales.

Y es que el sector tiene muchas fortalezas frente a ese, quizá el más importante desafío de la humanidad en todos los tiempos, porque por ejemplo con la producción de biodiésel a partir del aceite de palma es posible reducir los gases de efecto invernadero entre 83 y 108 % comparado con el diésel fósil.

Asimismo, con la biomasa actual en las plantas de beneficio, nuestro sector podría llegar a generar más de 340 MWh de energía, que es tanto como lo que genera el embalse de Urrá I.

En relación con la ampliación de los mercados para los aceites de palma, la reflexión está dirigida a que debemos organizarnos para reconquistar los mercados naturales de los aceites colombianos en nuestros países vecinos. De hecho, por ejemplo, aquí en la Zona Oriental, donde celebramos este Congreso, sienten que están aislados del mundo, pero quizá hay que abrir los ojos al vecino Venezuela, que en 2014 importó alrededor del 80 por ciento de sus requerimientos de aceites y grasas, es decir, 750 mil toneladas.

Potencial de generación de energía de la agroindustria de la palma de aceite.

El potencial de generación de energía eléctrica de la agroindustria es más de 340 MWh



Reducción de gases de efecto invernadero GEI.

Fuente de energías alternativas renovables.

El biodiésel de palma en Colombia reduce la emisión de GEI entre 83 y 108 %, frente al diésel fósil

Debemos reorganizarnos para reconquistar los mercados naturales de los aceites de palma colombianos



Ahora bien. Tenemos que ser más audaces en concebir y adentrarnos en nuevos negocios y productos de valor agregado. Los principales grupos palmeros del mundo han desarrollado una alta integración aguas abajo de la cadena de valor, mientras muchos de nosotros estamos quedándonos en la sola producción de aceite crudo.

Es imperativo incursionar en la refinación y el fraccionamiento del aceite de palma, para mejorar nuestra comercialización y la relación con los clientes. Un estudio reciente nos muestra las bondades de que el sector monte unas grandes plantas para refinar y fraccionar los aceites de palma. Imagínense, por ejemplo, la manera como podría mejorar la comercialización de una zona productora como los Llanos

Orientales, si contara con una planta de este tipo, de gran escala y muy competitiva.

Así que nuestro desafío es encontrar la forma de desarrollar nuevos usos en el mercado local e inclusive en el internacional, en alimentos y en el campo de la oleoquímica, al mismo tiempo que seguimos insistiendo en ampliar los que hemos promovido, como el del biodiésel, cuyo porcentaje en la mezcla con diésel fósil esperamos que se incremente.

Hoy día existen muchas oportunidades de innovación con productos a base de aceite de palma. De hecho, expertos afirman que el 50 por ciento de los alimentos que están en estantería en la actualidad, no lo estarán en los próximos cinco años (Figura 7).

La agroindustria debe ampliarse a refinación y fraccionamiento, para mejorar su comercialización y la relación con sus clientes

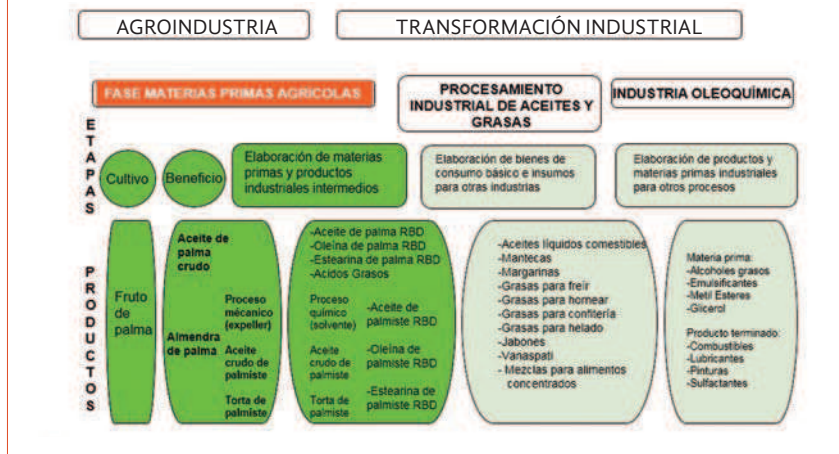


Figura 7. Oportunidades de integración y agregación de valor de la cadena de la palma de aceite.

Hay que desarrollar nuevos usos para aumentar el mercado local. La oleoquímica una alternativa



Existen oportunidades de innovación con productos a base de aceite de palma, el 50 % de los productos que están en estantería hoy no estarán en 50 años

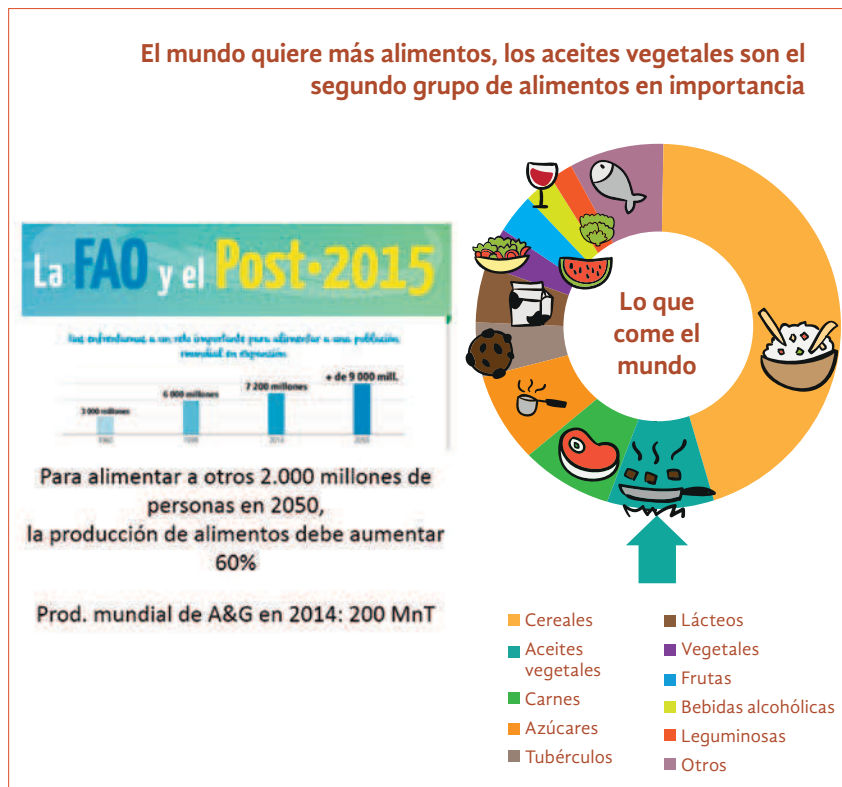


Según la FAO, en 2050 tendremos que aumentar la producción de alimentos en 60 por ciento. Hoy el mercado global de aceites y grasas es de 200 millones de toneladas, el 60 por ciento sobre el cual serían más de 120 toneladas. En Colombia acabamos de superar el millón de toneladas, pero podemos convertirnos en una de las despensas del mundo, teniendo en cuenta que los aceites vegetales son el

segundo grupo de alimentos en importancia, después de los cereales.

Finalizo estas reflexiones con una frase alrededor de la importancia de la innovación en los negocios, de Michael Porter: “La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. Las empresas consiguen ventajas competitivas si consiguen innovar”.

Ilustración de la demanda mundial de alimentos. Íconos diseñados por Freepik.es



La competitividad según Michael Porter.

