

Desafíos para la palmicultura colombiana

Challenges for the Oil Palm Agribusiness in Colombia



JENS MESA DISHINGTON

Presidente Ejecutivo de Fedepalma

En esta ocasión realizamos nuestros eventos gremiales en Bucaramanga, la ciudad de los parques, caracterizada por la pujanza, amabilidad y hospitalidad de su gente. Como es tradición en nuestro gremio, el Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite hace un recorrido por las diferentes zonas palmeras del país, y en este año nos trae nuevamente a esta bella ciudad, epicentro de la Zona Central palmera.

La Zona Central participa con el 32 % del área sembrada en palma de aceite y el 28 % de la produc-

ción nacional, superando las 350.000 toneladas de aceite en 2015. Esta región tiene su propia dinámica de consumo: cuenta con empresas industriales en diversos segmentos de mercado, como aceites y grasas comestibles, biodiésel, alimentos concentrados, y productos de aseo y hogar, entre otros. Como consecuencia, en 2015, el 70 % de su producción se destinó al mercado local y el 30 % al de exportación. Algo similar a lo que ocurre a nivel nacional, donde el 67 % de la producción se dirigió al mercado local y el 33 % restante al mercado internacional.

El 2015 fue un año de cambios abruptos en el ámbito mundial: los precios del petróleo cayeron por debajo de USD 40 por barril; las cotizaciones de los principales *commodities*, incluidos los aceites y grasas, mostraron también un marcado deterioro; el proceso de globalización continuó avanzando con la firma del Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP, por sus siglas en inglés) por parte de las principales economías del Pacífico; la geopolítica también tuvo novedades, el restablecimiento de relaciones diplomáticas entre los Estados Unidos de América y Cuba son una muestra de ello; las preocupaciones acerca del cambio climático lograron poner de acuerdo al mundo alrededor de la importancia de reducir y mitigar la emisión de gases efecto invernadero (GEI) en el COP21, en París, entre otros.

No solo los cambios del mundo actual, sino también la velocidad con que muchos de ellos están ocurriendo, exigen una mayor competitividad de los diferentes sectores económicos, como el nuestro; y un incremento en su productividad, como motor fundamental de crecimiento. Un reciente estudio de la firma *McKinsey & Company* menciona que en los últimos 50 años la economía global ha crecido seis veces, y que para alcanzar en las próximas cinco décadas esa misma dinámica se requiere duplicar la tasa de crecimiento de la productividad en el mundo y triplicarla en países como Colombia.

Por ello, es oportuno que como gremio aprovechemos estos eventos para reflexionar acerca de algunos de los principales desafíos que enfrenta el sector palmero y de la importancia de la productividad y la asociatividad como pilares de la competitividad y sostenibilidad de esta agroindustria.

El lema que enmarca la realización de nuestros eventos gremiales es *La agroindustria de la palma de aceite: cultivando futuro en Colombia*. Si bien, son diversos los desafíos que enfrenta el sector, también es claro que la palma de aceite ha sido fuente de crecimiento y desarrollo para el país, y que son muchas y variadas las oportunidades que tiene esta actividad productiva para generar mayor valor agregado, dinamizar la economía de las regiones y jalonar el agro colombiano.

Productividad

Para enfrentar adecuadamente esos desafíos y que las oportunidades lleguen a ser una realidad, el sector debe avanzar en diferentes frentes, donde uno de los principales es incrementar su productividad. En 2015, el rendimiento promedio de aceite de palma en Colombia fue de 16,6 toneladas de fruto de palma o 3,4 toneladas de aceite por hectárea, lo cual muestra una mejoría frente a los años anteriores; no obstante, este nivel de productividad está aún por debajo de lo observado en los países líderes en la producción de este aceite vegetal, Indonesia y Malasia, que alcanzaron en promedio 19 y 18,5 toneladas de racimos de fruto fresco de palma de aceite por hectárea, equivalentes a 3,9 y 3,8 toneladas de aceite, respectivamente; y en países como Guatemala, más cercanos a nuestra realidad, cuya media estuvo en 28 toneladas de fruto, equivalentes a 6,7 toneladas de aceite.

Lo anterior, unido a pruebas experimentales del potencial productivo de los materiales genéticos sembrados actualmente en el país y realizadas por Cenipalma, nos permite afirmar que es posible obtener mayores rendimientos en el cultivo y en la extracción de aceite, en la medida en que se realicen las inversiones en adecuación de suelos y en la infraestructura de riego y drenaje que requiere el cultivo, que los productores adopten mejores prácticas empresariales y agrícolas, y que realicen de manera oportuna y adecuada los ciclos de fertilización, entre otros. El sector también requiere modernizar muchas de sus plantas de beneficio con tecnología de punta que permita mejores eficiencias en el procesamiento, consolidando economías de escala y aprovechando los subproductos de la extracción en diversas opciones de valor agregado, de tal forma que las plantas realmente migren hacia un concepto de biorrefinería.

La reciente situación de sequía generada por el Fenómeno del Niño en la Zona Norte, en mayor medida, y en la Zona Central, que en algunos cultivos redujo la productividad hasta en 40 %, pone de presente también la necesidad de prepararse y hacer las inversiones requeridas para un adecuado manejo del agua como factor estratégico para incrementar la productividad.

El tema sanitario, para este sector sin duda ha sido un desafío mayor. Las afectaciones por la Pudrición del cogollo, PC, devastaron alrededor de 40.000 hectáreas en Puerto Wilches, Santander, y Cantagallo, Sur de Bolívar, y cerca de 35.000 en Tumaco, Nariño. Si bien aún hay mucho por hacer para recuperar estas zonas palmeras, es claro que el trabajo de Cenipalma, aunado al mejor manejo y la adopción de mejores prácticas por parte de los productores, ha permitido tener avances y la confianza en que esta problemática sanitaria, que también limita la productividad del sector, podrá superarse.

Para apoyar esos esfuerzos de los productores, el gremio estableció que superar la problemática sanitaria e incrementar la productividad serían sus dos objetivos estratégicos principales, de forma tal que buena parte de las acciones, recursos y oferta de bienes públicos sectoriales de la Federación se han orientado en esa dirección.

La importancia de la generación de conocimiento y la adopción de las mejores tecnologías, no es algo nuevo para el gremio. Estamos celebrando 25 años de Cenipalma, nuestro Centro de Investigación en Palma de Aceite, y es muy satisfactorio observar el desarrollo tan significativo que el ha tenido. En un principio, los esfuerzos se dirigieron a atender exclusivamente la problemática sanitaria, pero con el transcurso del tiempo se le amplió su horizonte, y hoy en día cuenta con cuatro programas de investigación bastante consolidados, a saber: Biología y mejoramiento de la palma, Plagas y enfermedades, Agronomía, y Procesamiento. Estos programas se han complementado con una estrategia de extensión rural para promover la adopción de las mejores prácticas y tecnologías disponibles. Igualmente, se avanza en el establecimiento y consolidación de cuatro campos experimentales, uno en cada zona palmera.

Cenipalma es un centro de investigación de alta calidad y con reconocimientos en el ámbito local e internacional, que le han permitido hacer parte de importantes redes de conocimiento con otros centros y universidades a nivel mundial, y se constituye, sin duda alguna, en uno de los principales activos estratégicos del sector palmero colombiano.

Por otra parte, el gremio viene gestionando el fortalecimiento del modelo de las Unidades de Asistencia y Auditoría Técnica, Ambiental y Social, UA-ATAS, en los núcleos palmeros para mejorar el estatus sanitario e incrementar la productividad de los cultivos, pues son el vehículo a través del cual los se puede transferir eficiente y disciplinadamente el conocimiento y la tecnología a todos los integrantes del respectivo núcleo, plantaciones de la empresa ancla y de sus proveedores. Actualmente, 34 UAATAS atienden 43 de los 67 núcleos palmeros existentes y continuamos avanzando. El establecimiento de este modelo ha sido un proceso gradual, que necesita continuar consolidándose para alcanzar los mejores estándares de competitividad y sostenibilidad en esta agroindustria.

Es claro que buena parte del crecimiento del área sembrada en palma de aceite, en los últimos años, responde a la promesa por parte del Gobierno Nacional de aumentar gradualmente las mezclas de biodiésel al 15 y 20 %. El incumplimiento por parte del Gobierno a dicha promesa, además de generar una gran frustración, pues el sector realizó cuantiosas inversiones para atender una mezcla mayor a la que hoy tiene, aumenta los excedentes exportables y, por ende, la necesidad de ser más competitivos.

A lo anterior se suma el hecho que la agroindustria de la palma de aceite enfrenta una creciente competencia en el mercado local, resultante de los Tratados de Libre Comercio, TLC, que suscribió el país en los últimos años. Por consiguiente, otro de los grandes desafíos que enfrenta el sector es reducir sus costos de producción para incrementar su competitividad.

Asociatividad

Es sabido que una de las estrategias más efectivas para reducir costos es precisamente incrementar la productividad, aunque hay otros factores que también pueden aportar a dicho propósito. En la agroindustria de la palma de aceite se han identificado economías de escala en diferentes fases y etapas del negocio, como la compra de insumos, la extracción del aceite de palma y en muchos de los procesos industriales

que agregan valor. Por ello, es fundamental que los núcleos palmeros consoliden una mayor cobertura de cultivos y un mayor volumen de producción.

En 2015, una tercera parte de los núcleos palmeros explicaba alrededor del 70 % de la producción de aceite de palma y dos terceras partes el 30 % restante, lo cual evidencia que muchas operaciones de producción de palma de aceite se adelantan a muy pequeña escala en nuestro país. Por consiguiente, si se quiere avanzar en competitividad, el sector debe pensar en un tránsito hacia la consolidación de operaciones de mayor tamaño, para lo cual los pequeños y medianos productores requieren asociarse.

En ese sentido, cabe recordar que el sector ha tenido buenos ejemplos de asociatividad. A principios de los años noventa, con el fin de acopiar y exportar aceites de palma a los mercados internacionales de manera eficiente, Fedepalma y sus afiliados impulsaron y crearon CI Acepalma S.A., empresa que hasta la fecha ha jugado un rol muy importante en la comercialización de los aceites de palma hacia al exterior; y ahora también desarrolla otros importantes negocios de apoyo al sector que contribuyen a su consolidación.

De igual forma, varias de las empresas que hoy en día producen biodiésel de palma son resultado de la asociación de empresarios palmeros, que vieron en los biocombustibles la oportunidad de integrarse verticalmente y generar mayor valor a sus emprendimientos agrícolas individuales.

Así mismo, la promulgación reciente de la Ley Zidres abre oportunidades para desarrollar proyectos a gran escala en regiones apartadas de bajo desarrollo agrícola, a través de esquemas de asociación con pequeños y medianos productores. Esto, sin desconocer que aún existe una gran incertidumbre en relación a los derechos de propiedad sobre la tierra rural, a raíz de la interpretación de retroactividad de la Ley 160 de 1994.

Certificación RSPO

En materia comercial, debemos señalar que los consumidores están cada vez más preocupados por la sostenibilidad de los productos que adquieren en el mercado, tendencia que ha significado un escrutinio

generalizado y especial para la industria del aceite de palma a nivel mundial. Esto originó hace más de una década la creación de la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible (RSPO, por sus siglas en inglés) de la cual prácticamente somos socios fundadores.

Por ello, es preocupante que a la fecha solo el 21 % de la producción mundial de aceite de palma esté certificada como sostenible, con la certificación RSPO, pues esta se ha convertido en una condición de compra para un número creciente de empresas procesadoras de aceites y grasas, en mercados tan importantes como el de la Unión Europea, que consumió el año pasado cerca de 7 millones de toneladas de aceite de palma; y una situación similar se viene generalizando en todos los demás mercados. En Colombia, tan solo el 8 % de la producción ha obtenido a la fecha dicha certificación, correspondiente a cuatro núcleos palmeros; 15 más se encuentran en proceso para lograr su certificación; pero la mayoría de los núcleos existentes, especialmente los más pequeños, poco han avanzado en esta materia.

Lograr la certificación de sostenibilidad de la totalidad de la producción de aceite de palma, es uno de los grandes desafíos que tiene la agroindustria de la palma de aceite en Colombia como estrategia para lograr un mejor posicionamiento de nuestros aceites en los diferentes mercados, locales y de exportación, y garantizar su acceso a los mismos; y así mismo, poder diferenciarlos como aceites producidos sosteniblemente en América.

Como el buen ejemplo empieza por casa, en materia de certificaciones no puedo dejar pasar por alto y compartir con ustedes que Fedepalma logró en 2015 por parte del Icontec la certificación ISO 9001:2008 de todos sus procesos, tanto misionales como de dirección, apoyo y control. Así mismo, Cenipalma logró la renovación de la certificación, que bajo la misma norma ostenta desde 2007, en los procesos de prestación del servicio de análisis de laboratorio foliar y de suelos.

Agregación de valor

Insertar la agroindustria de la palma de aceite en las cadenas de valor conlleva también un desafío impor-

tante para la agroindustria. En 2015, se adelantó un estudio de prospectiva y estrategia para la cadena del aceite de palma, con la firma *The Breakthrough*, en el marco del Programa de Transformación Productiva (PTP) del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, MCIT, el cual plantea que son muchas las oportunidades que tiene esta agroindustria para agregar valor, pero que ello demanda romper paradigmas, salirse de la zona de confort y emprender nuevas acciones y frentes de gestión en la comercialización y transformación de los aceites y demás productos de nuestra actividad.

Esto implica realizar mayores esfuerzos para posicionar mejor los aceites de palma frente a los demás aceites y grasas sustitutos; promover masivamente las bondades de los aceites de palma, en usos comestibles y no comestibles; y adelantar campañas de promoción del consumo de los mismos. El desarrollo de estrategias de negocio individual para la generación de valor, por parte de cada uno de los núcleos palmeros, se hace también más inminente.

Se avecinan transformaciones

Las nuevas realidades que se derivan de la profundización de la apertura económica y el crecimiento esperado de las exportaciones del sector, tienen consecuencias para los instrumentos de política pública comercial que ha tenido el sector por mucho tiempo. Los aranceles y el Sistema Andino de Franjas de Precios, SAFP, se han venido agotando, lo cual va a representar transformaciones importantes para el sector en sus negocios.

Observamos también que las políticas gubernamentales para el agro en Colombia han tenido enormes contradicciones en los últimos años. Países como Estados Unidos y los de la Unión Europea han modernizado y ajustado su institucionalidad e instrumentos de apoyo a las nuevas realidades del sector agrícola mundial. En Colombia no debemos quedarnos atrás. Tenemos el desafío de innovar para desarrollar nuevos mecanismos e instituciones que apoyen efectivamente esta agroindustria de cara a esas nuevas realidades. Desde el sector hay que adelantar una tarea de sensibilización con el Gobierno para que esto sea acogido.

Pero, ¿cómo atender y financiar todos los nuevos desafíos y oportunidades que enfrenta la agroindustria desde la perspectiva sectorial? Desde su creación, en 1994, el Fondo de Fomento Palmero ha destinado mayoritariamente sus recursos a financiar programas y proyectos de investigación e innovación tecnológica y extensión. Alrededor de tres cuartas partes de los recursos que ha invertido el Fondo, durante más de 20 años, han tenido esa destinación; ese esfuerzo no puede suspenderse y debe continuar. A futuro, con los nuevos desafíos y retos que tiene esta agroindustria, seguramente deberán incrementarse muchas acciones y gestiones; por lo que el sector debe comenzar a hacer una evaluación cuidadosa sobre cómo se atenderá y financiará todo eso.

Por último, el Gobierno Nacional ha venido adelantando por más de cuatro años, un proceso de negociación con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, Farc, para la terminación del conflicto armado. Son muchas las inquietudes y preocupaciones que un sector como el nuestro puede tener sobre ese proceso, pues falta mucha información y el sector rural es el único sector económico que se incluyó en la negociación. Así mismo, no se nos escapa que el agro será protagonista en la etapa del postconflicto.

En el sector palmero somos amigos de la paz, por lo cual quisiéramos que el proceso que adelanta el Gobierno llegue a buen término y permita que el país avance en esa dirección. Pero la incertidumbre y las preocupaciones que se derivan del alcance del proceso y su posterior desarrollo, se constituyen en un desafío muy importante para toda la actividad empresarial en el agro, especialmente mientras haya claridad sobre el clima de inversión en Colombia y particularmente en el campo. Esperamos que una vez culminado este proceso político, el contenido de lo pactado permita realmente que el agro colombiano sea motor de crecimiento y desarrollo para el país.

Espero que continuemos todos trabajando de manera decidida para que la agroindustria de la palma de aceite aborde con renovado entusiasmo sus desafíos y pueda seguir cosechando muchos éxitos hacia el futuro.