

La palma de aceite en Colombia es única y diferenciada

Con profunda preocupación, Fedepalma ha seguido de cerca la campaña que se viene desarrollando a nivel internacional, con mayor énfasis en los países de Europa, en contra de la agroindustria de la palma de aceite. Esta campaña, que no es aislada ni espontánea y que, por el contrario, ha dejado entrever que se trata de un movimiento coordinado y con claras directrices, se ha gestado tanto en el ámbito comercial como en el escenario político.

A nivel comercial, esta tendencia inició con el veto de algunas marcas y supermercados de Francia a los productos que incorporan aceite de palma, a la cual se fueron sumando cadenas de supermercados de Italia y más recientemente de España. Por otro lado, en la esfera política, el Parlamento Europeo, tras un álgido debate en el cual los representantes de los países productores de palma de aceite realizaron una férrea defensa, emitió el pasado 4 de abril una resolución en relación con la palma de aceite y la deforestación.

A través de esta resolución se genera una serie de recomendaciones a la Comisión Europea, entre las que se encuentran establecer requisitos mínimos asociados a criterios de sostenibilidad para el aceite de palma y los productos que lo contengan que ingresen al mercado europeo; imponer aranceles y barreras no arancelarias a las importaciones de aceite de palma; realizar campañas informativas dirigidas a los consumidores, instándolos a identificar los productos que contengan aceite de palma sostenible; garantizar que los grandes compradores de este aceite cuenten con mecanismos de trazabilidad para asegurar el origen y la transformación de un insumo sostenible; y prohibir el consumo de biodiésel a partir de 2020. De acogerse estas recomendaciones, se pondrían en riesgo las ventas internacionales de aceite de palma al mercado europeo, las cuales exceden los 3,5 millones de toneladas anuales; para Colombia en particular, se estaría comprometiendo el 60 % de las exportaciones totales de aceite de palma.

Los cuestionamientos a la agroindustria de la palma de aceite en el ámbito mundial se asocian a tres aspectos principales: los ambientales, en particular al impacto generado por la deforestación; los sociales, en cuanto a las condiciones laborales de los trabajadores, el desplazamiento forzoso y el respeto a los derechos humanos; y los relacionados con la calidad del producto, aspectos nutricionales y de inocuidad, como es el caso del 3-monocloropropanodiol (3-MCPD).

La complejidad de este contexto comercial en el que se desarrolla actualmente la agroindustria palmera colombiana se suma a la dinámica propia del sector, el cual se acerca

rápidamente a un escenario en el que la producción superará los dos millones de toneladas y cuyo futuro estará ligado a un crecimiento de las exportaciones. Por ello, se demandan ingentes esfuerzos para contrarrestar estas campañas y diferenciar el aceite de palma colombiano en los mercados internacionales. En este sentido, la adopción de modelos sostenibles y su correspondiente certificación es el único camino.

La agroindustria de la palma de aceite en Colombia tiene fortalezas que la acercan más al propósito de contar con una producción sostenible y certificada. En primer lugar, la expansión del cultivo se ha llevado a cabo sin comprometer bosques naturales o áreas de conservación, adicionalmente, existe un gran potencial para extender el área de siembra, en la medida que la actividad agrícola tan solo ha aprovechado el 16,5 % de la frontera agropecuaria colombiana. Por otra parte, las empresas palmeras se han caracterizado por su alto nivel de formalidad y de cumplimiento de la normatividad laboral, brindando incluso condiciones remunerativas superiores en comparación con otros sectores agrícolas, como fue destacado por el estudio “Caracterización del empleo en el sector palmicultor colombiano”, realizado por Fedesarrollo en 2011. A esto se suma que la palmicultura en Colombia se ha desarrollado bajo esquemas de negocios inclusivos, contando hoy día con 133 alianzas productivas con pequeños productores que demuestran que es posible lograr la organización y la empresarización en todas las escalas.

Si bien estas condiciones facilitan la diferenciación de los productos de palma de aceite colombianos, todos los productores tienen el compromiso de contribuir a posicionar dicha diferenciación mediante la implementación de procesos de certificación, bajo estándares internacionalmente reconocidos como el de la RSPO, pero sin estar restringidos a esta certificación. En el país contamos con siete empresas palmeras líderes certificadas en RSPO y con otras 23 en proceso de certificación, las cuales en 2016 contribuyeron con el 14 % de la producción de aceite de palma. También es de resaltar el ejemplo de empresas como DAABON, cuyos avances en materia de sostenibilidad la han llevado más allá, al punto que actualmente cuenta con la certificación RSPO *Next* y de otros 15 estándares, lo cual le ha significado amplio reconocimiento a nivel internacional. Pero pese a estos importantes avances sectoriales, aún estamos distantes de la meta de certificar toda nuestra producción.

Además de los esfuerzos de los palmicultores, es fundamental la articulación con la gestión gremial y con las políticas públicas. En términos de estas últimas, el país debe propender por unas condiciones que favorezcan el desarrollo sostenible de esta agroindustria, como por ejemplo, el impulso al programa de biodiésel, la adopción de medidas que faciliten la fluida y ordenada comercialización en los diferentes mercados, y el estímulo a la investigación e innovación para generar tecnologías sostenibles y con agregación de valor.

Por parte del gremio, este escenario demanda orientar mayores recursos sectoriales al desarrollo de programas y proyectos que contribuyan directamente a la difusión de modelos de sostenibilidad, y en especial, que pongan en marcha estrategias para el posicionamiento, en el ámbito nacional e internacional de la imagen de una agroindustria de la palma de aceite colombiana sostenible. Es compromiso de todos demostrar y difundir ampliamente, que la palma de aceite en Colombia es única y diferenciada.

Oil Palm Agribusiness in Colombia is Unique and Differentiated

With great concern Fedepalma has been following closely the international campaign against oil palm agribusiness, which has been particularly strong in Europe. Neither isolated nor spontaneous but rather a coordinated movement that follows clear mandates, this campaign has been raging both in the trade as well as the political scenarios.

Commercially, this trend began with the veto from certain brands and supermarkets in France against products containing palm oil, joined by other retailer chains in Italy and, more recently, in Spain. On the other hand, in the political sphere, and after a heated debate where oil palm producing countries made a strong defense of their case, the European Parliament issued last April 4th a resolution on the subject of oil palm and deforestation.

The Resolution generates a series of recommendations for the European Commission, among them, the imposition of minimum sustainability-related requirements for palm oil and palm oil-containing products coming into the European market; setting up tariff and non-tariff barriers to palm oil imports; undertaking consumer-targeted information campaigns urging them to identify products containing sustainable palm oil; ensuring that big-scale buyers of this oil count on traceability mechanisms in order to guarantee the origin and transformation of a sustainable raw material; and banning biodiesel consumption as of 2020. Should these recommendations be accepted, international sales of palm oil to the European market, amounting to more than 3.5 million per year, would be in jeopardy. As for Colombia, 60% of its total palm oil exports would be compromised.

Concerns regarding oil palm agribusiness worldwide related to three main areas: environmental, particularly in connection to the damage caused by deforestation; social, in terms of working conditions, forced displacement and respect for human rights; and those linked to product quality and nutritional and harmlessness characteristics, as is the case of 3-monochloropropanediol (3-MCPD).

Together with the complexity of the commercial environment in which Colombian oil palm agribusiness currently develops, adds up the dynamics of the sector itself, that is rapidly approaching a point in which production will exceed two million tons, whose future is tied to export growth. Hence the need to make huge efforts to counteract the effects of these campaigns and differentiate Colombian palm oil in international markets. In this sense, the only way to achieve this goal is the adoption of sustainable models and their certification.

The strengths of oil palm agribusiness in Colombia bring our country closer to the aim of having sustainable certified production. To start with, crop expansion has been accomplished without compromising natural forests or conservation areas. Moreover, there is great potential for expanding planting areas, considering that only 16.5% of Colombia's farming frontier is being dedicated to agriculture. On the other hand, oil palm companies have been characterized by a high level of formality and compliance with labor laws, offering even better compensation conditions compared to other agricultural sectors, as has been highlighted in the study "Characterization of employment in the oil palm sector in Colombia" conducted by Fedesarrollo¹ in 2011. In addition, oil palm activity in Colombia has developed under inclusive business models, with currently 133 strategic production alliances² with small, showing that it is possible to achieve organized enterprise structures of different scales.

Although these conditions facilitate differentiation for Colombian oil palm products, all producers are committed to contribute to position such differentiation by implementing certification processes under internationally recognized standards such as RSPO, but not limited to this certification. In Colombia there are seven oil palm leading companies certified under RSPO standards and other 23 are currently in the process of certification. These companies accounted for 14% of palm oil production in 2016. Worth highlighting is also the example done in the area of sustainability shown by companies such as DAABON, whose progress has led it to the achievement of RSPO Next and other 15 standards. This has resulted in wide international recognition for this company. However, despite these significant sectorial advances, there is still a long way to go in order to accomplish the goal of full certification for the country's entire production.

Along with the efforts made by oil palm growers, its articulation with Fedepalma's activity and that of the public policy-makers is essential. As far as the latter are concerned, the country needs to strive for conditions that will favor the sustainable development of this agribusiness, such as fostering the biodiesel program, adopting measures to enable a smooth and organized commercialization to the different markets and promoting research and innovation in order to develop sustainable and value-added technologies.

As far as Fedepalma is concerned, this environment requires devoting a higher proportion of the sector's resources to the development of programs and projects designed to contribute directly to the dissemination of sustainability models and, in particular, implementing strategies designed to position the image of a sustainable oil palm agribusiness in the domestic and international markets. It is up to all of us to illustrate and broadly publicize that oil palm in Colombia is unique and differentiated.

-
- 1 Fedesarrollo is an organization devoted to research on issues related to economic and social policy.
 - 2 Productive partnerships between small producers and large oil palm plantations and mills.