

Cambios en los enfoques de las cadenas de suministro sostenibles, ¿oportunidades para Colombia?

Editado por Fedepalma, con base en la presentación realizada durante el XLIX Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite



JOHN BUCHANAN
Vicepresidente de Producción Sostenible de
Conservación Internacional

Ha sido muy interesante ver el progreso de la palmiticultura en los últimos años. Vengo a este evento no necesariamente como experto en la palma de aceite en Colombia, porque ustedes la conocen mejor que yo, sino a compartir los datos de una persona que ha estado involucrada en sostenibilidad durante muchos años y que una vez al año trabaja en la palma sostenible.

Nuestra comprensión como comunidad global que trabaja en agricultura y aceite de palma sosteni-

ble ha ido cambiando dramáticamente en los últimos años. Lo que es relevante para el sector en Colombia es que los mercados importantes para ustedes están reaccionando, y la idea es gestionar la cadena de suministro de una manera diferente. Esto nos abre algunas oportunidades potenciales que, dependiendo cómo se desarrollen, pueden responder a los problemas emergentes en la Amazonia, los llanos y los derechos de tierra, temas que son muy relevantes, y en los que vienen trabajando.

En cuanto a la organización Conservación Internacional, les cuento que trabajamos en más de 25 países en el mundo y nuestra misión es conservar la naturaleza para el beneficio de la gente, pues esta ayuda al medioambiente y nos da servicios críticos de los cuales todos dependemos de alguna manera: aire limpio, clima estable y agua dulce.

Nuestra labor no solo es de conservación tradicional en la que se identifican esas áreas naturales, también trabajamos con las comunidades, los gobiernos y el sector privado para ver cómo podemos implementar sistemas de producción sostenible, de manera que las economías crezcan y proporcionen bienestar a la gente, pero de una forma que no afecte los recursos de los que dependemos.

Y es por eso que estamos trabajando en aceite de palma sostenible en muchas partes del mundo. Mi equipo labora con empresas en la cadena de valor hacia arriba y hacia abajo, buscando estrategias que nos permitan obtener ese aceite de palma, y así lograr la sostenibilidad que necesitamos.

El desafío

Si miramos hacia atrás, el desafío que tenemos en el sector privado es reconocer que el negocio no puede sobresalir con un planeta que está fallando. Si observamos las últimas dos décadas, el bienestar humano ha mejorado y hay un progreso en cuanto a ingresos, pero no es igualitario, no está dividido de manera equitativa. El COVID-19 ha afectado algunos de los avances que habíamos logrado, y los modelos económicos que utilizamos hoy se construyen sobre la degradación de la naturaleza, y eso tenemos que cambiarlo, porque no es sostenible. El Foro Económico Mundial hizo un análisis en el que 44 trillones de dólares, más de la mitad del PIB mundial total, está en riesgo por la dependencia de la naturaleza, pues esta se está degradando, algo que nos afecta a todos.

Cada año, esta entidad y sus socios hacen un estudio sobre la percepción de riesgo global y entrevistan a líderes de negocios, gobiernos, sociedad civil y academia para evaluar qué perciben como la mayor amenaza del mundo. Y al principio de 2020, por primera vez en la historia de este informe, los cinco riesgos principales estaban relacionados con el medioambiente:

climas extremos, cambio climático, pérdida de biodiversidad, desastres naturales y desastres ambientales causados por el ser humano.

Lo que también ha ocurrido es que el COVID-19 ha recordado cómo muchos de esos desafíos globales (alivio de la pobreza, conservación, derechos humanos, etc.), están interconectados, y esa es la razón por la cual tenemos esas conclusiones de la encuesta llevada a cabo por la empresa Ipsos. Ellos entrevistaron a más de 21.000 personas en 28 países del mundo y los resultados presentados en la Figura 1 muestran, de manera general, que la gente quiere volver a una ruta más equitativa y sostenible.

Y aunque la pandemia ha puesto estos problemas bajo la luz, hay que tener en cuenta que no representan nuevos desafíos, pues hemos estado aprendiendo a manejarlos en las últimas dos décadas, desde el momento en que pensamos cómo eliminar la deforestación asociada con la agricultura o cómo incorporar los derechos humanos en el desarrollo productivo. Y lo que reconocemos es que estos son desafíos grandes, complejos y sistémicos que requieren de soluciones del mismo tipo y que no se pueden resolver si solamente nos enfocamos en una cada uno. Entonces, si solo nos fijamos en la conservación ambiental e ignoramos los asuntos económicos, vamos a fracasar; si lo hacemos en la parte económica y de producción e ignoramos la sostenibilidad y los recursos naturales como el agua, el aire, la mitigación, vamos a fracasar; de igual forma, si ignoramos los derechos humanos, tampoco lo vamos a lograr.

Y esta revelación ha dado lugar a nuevos enfoques en la última década como el del paisaje y jurisdiccional (Figura 2), lo que nos ayuda a manejar esta complejidad y nos da unos modelos y un marco para crear procesos participativos que puedan traer a los actores clave de los distintos sectores, reconociendo que hay intereses diversos y que se compite entre la parte social, económica y ambiental.

Necesitamos procesos equitativos que nos ayuden a resolver este problema y, si pensamos en eso, podemos enfocarnos en una cadena de suministro. La de ustedes es sostenible porque tienen un buen cultivador y agricultor, sin embargo, él está rodeado por una gran deforestación y, por lo tanto, sus operaciones y su cadena de suministro pueden ser alteradas.

Figura 1. La pandemia ha recordado que los desafíos ambientales están interconectados

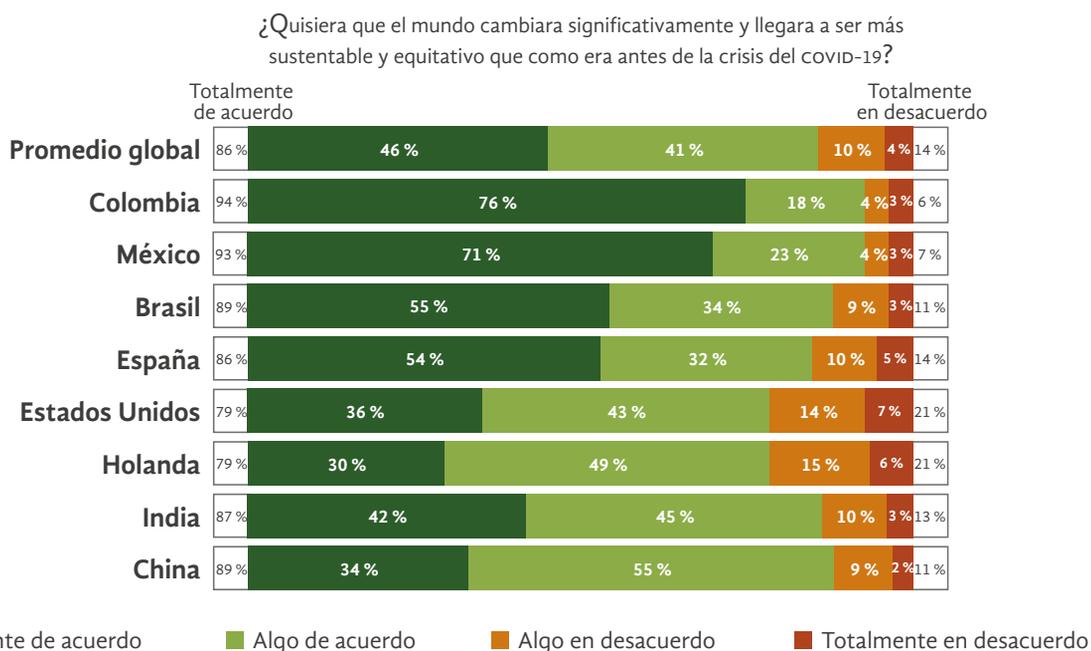


Figura 2. Enfoques jurisdiccionales y de paisaje. Fuente Rainforest Alliance



Colombia tiene una evolución en el enfoque especial de paisaje, en el cual se necesita trabajar en conjunto con los gobiernos, ya que estos tienen un papel crítico que jugar en la parte de aplicación de las leyes y en la jurisdiccional, pues vemos áreas importantes, definidas por límites jurídicos a escala nacional.

Ha habido otros cambios relevantes en los que se ha pasado de hablar y pensar en el bosque y la no deforestación, a la no conversión del hábitat natural. En esto hay un reconocimiento en la importancia de los bosques pero también en las sabanas, los man-

glares, los humedales y los pastizales para la biodiversidad, el almacenamiento de carbono y para el equilibrio hidrológico en las cuencas hidrográficas. Entonces la mayoría de los líderes se han comprometido a la no conversión.

El enfoque de la parte ambiental está dando un cambio hacia los derechos humanos e igualdad de género, lo que es fundamental porque nadie puede pensar o hablar sobre algo sostenible en la cadena de suministro si no se resuelven también los problemas sociales.

Como parte de ese enfoque hay que manejar también el tema de la cadena de suministro, y hemos tenido unos casos de alteraciones de esta por preocupaciones ambientales. En el último año, por ejemplo, las agencias de aduana bloquearon importaciones en Estados Unidos, no de aceite de palma, pero de productos que vienen del caucho y de otros como los tomates y paneles solares, por preocupaciones de mano de obra y de problemas sociales en el país de origen. Por eso tenemos que ver cómo manejamos esto.

Y no solamente tiene que ver con los bosques, ya que sus clientes, es decir, sus mercados clave también están cambiando su forma de pensar en cuanto a la cadena de suministro sostenible. El reconocimiento del esfuerzo que da la certificación es muy importante, pero no suficiente y si solamente trabajamos individualmente con nuestros proveedores, probablemente no vamos a tener éxito. De igual forma, hay otra manera de pensar en la que no solo se trabaja para detener la deforestación, sino para tener una transformación positiva, que se enfoca en cómo podemos ayudar a mejorar las condiciones en las regiones de suministro, esos sitios donde se produce la materia prima para que sean más sostenibles con el tiempo, de manera que podamos ser más consistentes en cuanto a esa cadena de suministro.

Por ejemplo, el Foro de Bienes de Consumo tiene unos esfuerzos llamados la coalición positiva del bosque, en la que los 19 fabricantes, que colectivamente tienen un valor en el mercado de 1,8 trillones de dólares y activamente están trabajando, reconocen que no pudieron hacer todo lo que querían en el 2020 en cuanto a la deforestación. Es así como necesitamos avanzar, innovar y descubrir cómo trabajamos mejor con socios o con aliados para resolver estos nuevos desafíos.

Hay un punto muy importante sobre el manejo de la cadena de suministro, pues no solamente se habla de que los proveedores entreguen productos sostenibles, sino de que se aseguren que toda su operación lo sea. Entonces tiene que haber un cambio sistémico, no solamente por parte de ellos o en un nuevo enfoque en la cadena de suministro, sino en el uso de la tierra también.

De igual forma, se tienen ejemplos de empresas que están actuando de manera individual. El año pasa-

do, Walmart, en septiembre de 2020, anunció nuevos compromisos de sostenibilidad y uno de estos era trabajar con proveedores, gobiernos y sociedad civil para ayudar a proteger, manejar y restablecer, por lo menos, 50 millones de acres de tierra y 1 millón de millas cuadradas de océano. Unilever este año anunció que tiene un fondo del clima por 1.000 millones de euros para encontrar soluciones en la cadena de suministro, Procter & Gamble hizo un compromiso similar y Nestlé también realizó una inversión significativa en cuanto al restablecimiento y soluciones del problema climático, por lo tanto, hay muchos que se están moviendo en esa dirección, invirtiendo en la cadena de suministro sostenible.

Hay una buena cantidad de empresas que están actuando, y esto va a crecer porque hay iniciativas, como la basada en ciencia, que las ayuda establecer sus objetivos para enfrentar el cambio climático. Esta iniciativa comenzó con una necesidad mundial en la que se cuestionaba: si nosotros necesitamos mantener el cambio climático a dos grados o menos, ¿en qué capacidad están los sectores para guiar a las empresas a establecer dichos objetivos?

Lo que es importante para el sector palmicultor es pensar en la emisión de gases efecto invernadero dentro de su cadena. Ellos cuentan con tres emisiones que están relacionadas con la red que tiene un enfoque similar, pero mirándolo desde la tierra, el agua, la biodiversidad, el límite del planeta y en cómo podemos asignar las tierras a distintos sectores, lo que va a dar un marco a las organizaciones para pensar qué tanta tierra o huella de carbono pueden sacar. Esto los va a llevar a pensar en eficiencia dentro de la cadena de suministro y a impulsar más preguntas en el enfoque en la producción.

También hay muchos ejemplos en los que los gobiernos están involucrados. En Europa hay una legislación que tiene que ver con una mayor debida diligencia cuando están importando materiales, en la que se requiere que se miren los problemas laborales y los asuntos de sostenibilidad, y hay una legislación específica relacionada con el riesgo de deforestación asociado a productos agrícolas. De igual manera, hay medidas similares en Estados Unidos con un proyecto de ley propuesto por el Senador Chatz, que tiene que ver con áreas deforestadas ilegalmente, y que está asociado con importaciones agrícolas. Estas determinaciones van a

requerir que los importadores hagan debida diligencia y busquen declaraciones y certificaciones que prueben que los productos básicos que están entregando no están asociados con deforestación. Es así como hay muchos requisitos nuevos que van a buscar las consideraciones de deforestación y de sostenibilidad.

Por supuesto, tenemos la parte del sector financiero que se está moviendo hacia la sostenibilidad desde hace años, porque a los inversionistas les importa recuperar su dinero y quieren tener utilidades, por lo tanto, buscan negocios de bajo riesgo. Esto significa que están sondeando sitios y regiones donde puedan invertir, que hagan un buen trabajo para manejar los riesgos de cambio climático y de sostenibilidad, y esto es una tendencia que va a continuar con el tiempo.

Implicaciones para Colombia

Ustedes tienen una ventaja de sostenibilidad en el mercado, esto es un comentario que fue hecho por un ejecutivo *Senior* de uno de los compradores de palma más grande del mundo, lo que muestra que no solo se está revisando el costo sino mirando hacia el futuro, pensando en sostenibilidad, haciendo estrategias para la obtención de productos. Y mucho de esto tiene que ver con la Tabla 1. Sé que las cifras están un poquito desactualizadas, pero entre 2014 y 2019 Colombia mostró un crecimiento increíble en las exportaciones de aceite de palma crudo y lo que

nos entusiasma con esto es el hecho de que todas las exportaciones de América Latina hacia Europa solamente representan el 25 %, así que hay espacio para crecer, para tomar una mayor participación en ese mercado.

Parte de eso va a ser facilitado porque ustedes tienen una reputación de sostenibilidad. El riesgo, sin embargo, es que la reputación es difícil de conseguir pero muy fácil de perder, y sé que el aceite de palma en el Amazonas colombiano es bastante pequeño, pero si se está dando a cualquier escala puede generar un problema en la reputación del país. Y tener en cuenta esto es importante porque lo único que se requiere es otro titular errado de una publicación para generar una mala imagen. Por eso, es indispensable resolver este asunto y revisar la trazabilidad a nivel de finca, si hay aceite de palma que se produce en la región de la Amazonia y en qué condiciones. Si esta trazabilidad no se realiza, ¿cómo saben que esto no termina en la cadena de suministro?

En Colombia tenemos el Acuerdo de Cero Deforestación, la *Línea base de deforestación* asociada al cultivo de *palma de aceite* en Colombia y los sistemas de monitoreo en sitio. También se tienen unos ejemplos sobre modelos innovadores en cuanto a los pequeños palmicultores y otro en los que estos también pueden ser propietarios o accionistas de las plantas, y hay que tener ese valor de la palma como un jalonador muy importante.

Tabla 1. Oportunidades para continuar el crecimiento en el mercado.

Exportación de Latinoamérica a la UE	2014	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR
Colombia	110.227	231.771	256.702	415.962	448.111	437.199	32 %
Guatemala	167.492	204.321	302.446	352.662	436.547	426.983	21 %
Honduras	153.580	193.279	293.404	372.889	424.846	328.521	16 %
Costa Rica	1.717		3.023	18.155	20.269	73.224	112 %
Otras fuentes latinoamericanas	86.777	89.671	69.506	63.962	47.176	30.109	-19 %
Total de exportaciones latinoamericanas a la UE	519.843	719.042	925.081	1.223.630	1.376.949	1.296.035	20 %
% de las importaciones totales de APC de la UE	7 %	13 %	21 %	28 %	31 %	25 %	

Fuente: Resourcetrade.earth

Necesitamos esos modelos que nos llevarán a un crecimiento equitativo. Tenemos el trabajo de Fedepalma que ofrece una oportunidad para unir la industria, y a una sociedad civil muy fuerte, también se cuenta con muchos socios como Tropical Forest Alliance, y todos esos grupos que están ahí, que tienen la capacidad y están listos para ayudar.

Recomendaciones

- Ustedes tienen personas que se desempeñan muy bien en la sostenibilidad, pero hay que ayudar a mejorar la de los demás porque la industria colombiana va a ser juzgada y evaluada con base en los más débiles, por lo tanto, hay que fortalecerlos, ver como se mueve todo el sector hacia adelante.
- La transparencia y la trazabilidad son muy importantes, hay que probar que son buenos, hay que demostrar de dónde viene el fruto.
- Hay que trabajar con los gobiernos y la sociedad civil en la región de la Amazonia y la zona de los llanos. Esto es un desafío muy importante que hay que vencer porque puede tener un impacto muy fuerte.
- Tienen que ampliar el compromiso de la no deforestación, hacia la no conversión, especialmente en la parte de los llanos.
- Es necesario ampliar todas las alianzas que tienen con los pequeños palmicultores para que sea algo incluyente, que haya un crecimiento equitativo. Ustedes están invitando a las comunidades, a los pequeños para no crear más inequidad, yo creo que eso es muy importante para el futuro de la industria, no solamente en Colombia, sino en otros sitios.
- Sé que Fedepalma ha tenido mucho progreso y se está inclinando hacia una mano de obra formal, y eso también representa muchos beneficios, pues es clave para una industria a largo plazo.
- Hay mucho espacio y necesidad de innovación, por ejemplo, sus clientes, sus mercados clave, están buscando la manera de reducir la emisión de gases efecto invernadero. Entonces se pueden asociar con ellos que son parte de sus operaciones en Colombia.
- El país también tiene unos compromisos hacia la restauración y la reforestación y creo que esa área se necesita y es muy interesante para los clientes, aguas abajo. La pregunta es, ¿cómo se pueden establecer proyectos a gran escala de reforestación y restauración que no solamente produzcan beneficios climáticos, sino en biodiversidad y comunidad?
- También deben ofrecer un compromiso de protección y restauración de 100 % en todas las zonas palmeras. Esta es una gran señal para la industria y para el mercado que muestra que están comprometidos con la sostenibilidad. Eso también puede tener un impacto positivo en los servicios de las cuencas, beneficia la biodiversidad, crea nuevos empleos y corredores, y también conecta mucho. Incluso puede generar nuevos sectores en la economía de restauración, allí en esa área pueden mostrar liderazgo y favorecer a los clientes.
- Y en cuanto al enfoque jurisdiccional, Colombia tiene experiencia en esta área y quiero retarlos a que lo fortalezcan, que demuestren que eso funciona, es decir, que evidencien cómo pueden comprometerse con departamentos, también a escala nacional, para que la gente vea que no solamente están tomando parte de la sostenibilidad sino que la están mirando de manera integral, que se pueden comprometer con desarrollos positivos.
- Esa es la colaboración que requieren, necesitan el enfoque jurisdiccional, el compromiso con el gobierno, que este trabaje con ustedes en aquellos desafíos que se pueden presentar en la deforestación del Amazonas y de los llanos, en los conflictos de la tierra, en remediación, en desarrollo rural.
- Reconozco que es fácil para mí, desde Washington D. C., presentarles estos retos, porque son desafíos grandes. Pero es importante reconocer que nadie va a esperar a que esto se resuelva de la noche a la mañana, sin embargo, si son transparentes en relación a los desafíos que enfrentan, en la manera como

están tratando de solucionarlos y en presentar los planes y cronogramas, van a recibir mucho apoyo y aumentar la credibilidad.

Conclusiones

- Sus mercados claves están buscando soluciones de sostenibilidad y han cambiado en la manera como miran la cadena de suministro, y eso es una oportunidad para el sector palmero en Colombia.
- La idea es que se posicionen con los socios y con los clientes, algo que va a requerir lide-

razgo, una colaboración importante, innovación continua y transparencia para solucionar estos desafíos.

- Si uno mira los desafíos que enfrenta un mundo donde hay limitación de recursos, y el sector de la palma de aceite tiene mucho que ofrecer, pues es un cultivo de alto rendimiento, es valioso, es versátil y tiene el potencial de sacar a muchos de la pobreza, tenemos que trabajar de la manera correcta, en el sitio correcto y utilizando prácticas justas y equitativas. Así podemos lograr una contribución a la estrategia de este desarrollo sostenible a largo plazo.