

Diferenciación competitiva en sostenibilidad: una oportunidad para la palmicultura colombiana

Competitive Differentiation in Sustainability: an Opportunity for Colombian Palm Oil Agroindustry

CITACIÓN: García-Azuero, A. F. (2022). Diferenciación competitiva en sostenibilidad: una oportunidad para la palmicultura colombiana. *Palmas*, 43 (1), 76-79.

GARCÍA AZUERO ANDRÉS FELIPE
Director de Planeación Sectorial y
Desarrollo Sostenible de Fedepalma

En la palmicultura colombiana, además de buscar la mejor productividad, es muy importante aprovechar la ventaja comparativa que tenemos y que permite diferenciarnos competitivamente en sostenibilidad. Es así como hemos avanzado en un par de elementos que son el eje fundamental para asegurar esta diferenciación competitiva en Colombia y el mundo.

En 2019, la última vez que nos vimos presencialmente en una Reunión Técnica, en Bucaramanga, tuve el privilegio de mostrar el marco estratégico de la estrategia de sostenibilidad de la agroindustria de palma de aceite y cómo estábamos consiguiendo el propósito superior y una serie de líneas estratégicas y frentes de acción. Una estrategia sectorial basada en tres pilares: consolidar a Colombia como origen sostenible, lograr mercados sostenibles y tener un eje de gobernanza para nuestra sostenibilidad. Esto, con sus diferentes líneas y frentes de acción, en los cuales no voy a profundizar, pero sí contar los avances que hemos tenido, enfocándome en los logros que han sido muy importantes.

Para ello quisiera hablar sobre los retos en sostenibilidad para esta agroindustria y cómo el entorno viene cambiando a grandes velocidades. En cuanto al primero, si bien hemos hecho una buena tarea, persisten brechas en temas ambientales, sociales y económicos, y aquí la cuestión es cómo avanzamos para cerrarlas. Para esto, hemos realizado un ejercicio articulado con Jorge Alonso Beltrán, Director de Extensión, y su equipo. Un trabajo que está ligado al segundo reto que es la adaptación y la transferencia de esa tecnología, y que permite que los palmicultores puedan emplearla.

Otro reto importante es el de evitar la deforestación, y aunque las cifras sustentan y soportan los logros de nuestra agroindustria en este tema, persiste la deforestación marginal asociada a la palma, y es por eso que tenemos que seguir trabajando para garantizar y asegurar de que esta no exista por causa de la palma de aceite en Colombia.

Como cuarto reto está el desarrollo armónico con el ambiente y con los entornos palmeros. Me encanta que haya una charla final sobre temas sociales, y me

gustaría que cada vez se trataran más estos tópicos en exposiciones y ponencias en las que se presentara cómo nos estamos relacionando con nuestro entorno. Entonces, lo ambiental sí, pero también lo social. Somos parte de un entorno de las comunidades palmeras y lo que hacemos incide positivamente, por lo tanto, debemos saber cómo potenciarlo.

El quinto, tiene que ver con la imagen de la palma de aceite, ya que hay una muy mala prensa que demanda una necesidad de gestión constante, y en eso es que debemos trabajar entre todos.

Otro aspecto para abordar son las exigencias normativas y requisitos por parte de los mercados, en las que no solo se involucran las certificaciones sino unas debidas diligencias e incluso marcos regulatorios de los países, y a nivel comunitario como la Unión Europea, ya que están buscando plantear exigencias de entrada a los productos de destino, como es el caso de las materias primas donde entra el aceite de palma. Y eso es un reto muy importante, que debemos tener presente y saber gestionar.

Muy ligado a lo anterior está el tema de derechos humanos, el cual desafortunadamente en nuestro país ha tenido unas connotaciones asociadas a despojos y desplazamientos. Este es un ítem que está tomando cada vez más relevancia en los mercados destino, no solo en la Unión Europea, sino también en Estados Unidos, Australia, Canadá, por dar otros ejemplos.

La trazabilidad en las cadenas de suministro sostenible también es otro reto, y ligado a ello está la identificación y diferenciación del origen sostenible de Colombia, aspecto fundamental y sobre el cual vamos a profundizar en esta presentación.

Para finalizar el tema de retos, cabe mencionar el de buscar alternativas y mecanismos complementarios de financiamiento. El crédito nacional, los instrumentos, el interés de nuestros bancos, todo eso se queda corto frente a las necesidades de la palmicultura, por eso hay que trabajar en ello.

Avances de la estrategia y líneas de sostenibilidad

De forma complementaria con la metodología de las Líneas de Investigación que ha venido desarrollando Cenipalma, estamos definiendo qué necesita y qué debemos entregarle al palmicultor, para saber cuáles son los productos principales e intermedios que requiere para ser más productivo, pero también para reconocer cómo puede diferenciarse competitivamente. Para eso hemos desarrollado una serie de acciones metodológicas, entre 2020 y más fuertemente este año 2021, cuando debemos culminar la formulación de esta estrategia y línea de sostenibilidad.

A partir de los tres pilares tenemos una serie de productos principales que se han venido definiendo (Figura 1). En el pilar de *Colombia origen sostenible* hay 15 productos principales asociados a las líneas estratégicas de Núcleos Palmeros y a las regiones palmeras resilientes. En el de *Mercados sostenibles*, 6 productos que están asociados a la línea estratégica de posicionamiento y diferenciación comercial y a la de innovación y nuevos mercados. Finalmente, en el pilar de *Gobernanza para la sostenibilidad*, se han definido 4 productos principales para consolidar una participación y gobernanza para la sostenibilidad y el desarrollo de alianzas en este tema.

Figura 1. Los pilares, productos y líneas estratégicas



Colombia origen sostenible

En Colombia origen sostenible, en lo que coloquialmente hemos definido “de la cerca para dentro”, hay tres productos. El primero es un mecanismo de monitoreo de la sostenibilidad sectorial que nos permite identificar cómo avanzamos en términos agregados, los retos presentados, pero sobre todo los progresos de cara a los actores externos.

El segundo es un plan sectorial que nos dé orientaciones para el cumplimiento legal ambiental. En nuestro país hay una gran proliferación normativa en esta materia, lo que genera retos como conocer esa diversidad normativa que va surgiendo y se va modificando, y lograr que nuestros palmicultores apunten sus esfuerzos a cumplirla. Mientras que el tercer producto es un plan para impulsar la aplicación del protocolo de aceite de palma sostenible, tema en el cual profundizaré más adelante.

Núcleos Palmeros

En cuanto a la línea estratégica de Núcleos Palmeros, se tiene una diversidad de productos, siendo el primero una herramienta para contribuir a la debida diligencia en la implementación de derechos humanos y de empresa, concepto acuñado y desarrollado desde las Naciones Unidas. Mientras que el segundo también es una herramienta para contribuir a la debida diligencia pero esta vez en la formalización laboral, la cual también se ocupa de cosas como la seguridad y salud en el trabajo, conceptos muy importantes para nuestra agroindustria.

Haciendo referencia a temas ambientales se tienen como productos un plan sectorial para la producción sostenible, buscando la conservación de la biodiversidad y garantizando la provisión de servicios ecosistémicos; un plan sectorial para orientar el uso adecuado y eficiente del agua, el suelo y la energía; un programa sectorial para la prevención y mitigación de la deforestación, pues les mencionaba que ahí tenemos todavía un reto importante porque en nuestro país tenemos una deforestación grande y eso nos genera muchos efectos de mala prensa; y un plan sectorial de prevención y mitigación de la deforestación asociada a la palma de aceite.

También en esta línea estratégica se va a apuntar a un plan sectorial frente al cambio climático en temas de adaptación y mitigación, y a un modelo

de competitividad económica para proyectos de la agroindustria, como otro producto, poniendo a la consolidación del Sispa, nuestro repositorio y portal de estadísticas sectoriales, como el último producto de esta línea.

Regiones palmeras resilientes

En esta línea se encuentran tres productos fundamentales a resaltar: un plan de acción para la gestión integral de cuencas, articulado con la línea de investigación de agua; una política de responsabilidad social sectorial, pues hay cosas maravillosas que vienen haciendo muchos de nuestros palmicultores en materia de entornos y comunidades, pero se tratan de esfuerzos dispersos que necesitan de un enfoque común para potenciar nuestro impacto, interlocución e interacción con los entornos palmeros; y una política sectorial para el impulso de alianzas productivas, que han sido muy importantes en el desarrollo de la palmicultura.

Mercados sostenibles

Es importante avanzar en una agroindustria que sea reconocida, rentable y que maximice el valor agregado en dos líneas estratégicas fundamentales.

Posicionamiento y diferenciación

En este le estamos apuntando a un modelo de inteligencia de mercados para el aceite de palma sostenible de Colombia y eso es preguntarse, ¿qué quieren y cómo podemos orientar la producción de aceite sostenible hacia esa demanda? También le apuntamos a un programa para el desarrollo de un segmento especializado para el mercado de aceite de palma sostenible en Colombia, y esto es bien importante en Europa, pues es un consumidor más consciente, y en otros países desarrollados. Pero sin duda, en el mercado colombiano también hay que hacerlo, pues allí hay una oportunidad fundamental.

El tercer producto que aquí se resalta es un modelo de trazabilidad sectorial para el sector palmero de nuestro país que permita tener condiciones básicas y generales que aseguren ese origen colombiano. Este se liga con un cuarto producto que es una estrategia de posicionamiento nacional e internacional, con la

que se espera resaltar esos atributos diferenciados de la palmicultura de nuestro país.

En cuanto al quinto de esta línea, vale la pena mencionarlo como una estrategia de defensa comercial, nacional e internacional. Aquí lo que se busca es reconocer cómo los mercados destino, los europeos y el americano, entienden y reconocen la diferenciación y nos meten a todos los orígenes en la misma canasta, por decirlo coloquialmente.

Innovación y nuevos mercados

El producto para esta línea estratégica es un modelo sectorial de economía circular y generación de valor, muy enfocado a los productos y subproductos de nuestro sector.

Gobernanza para la sostenibilidad

Que abarca el respaldo para los esfuerzos de los productores del gremio, en donde se fortalecen las alianzas y sinergias sostenibles.

Consolidación, participación y gobernanza

En este hay tres productos fundamentales que estamos consiguiendo y desarrollando. El primero es un esquema de autorregulación sectorial que nos permite poner nuestras reglas buscando garantizar la diferenciación competitiva sin depender ni esperar a que los gobiernos nos digan lo que tenemos que hacer. El segundo es un programa de formación para los palmicultores, pues hemos identificado brechas en el capital humano en diferentes niveles y aspectos. Y un tercero, que es la apuesta más reciente y un mandato de nuestros órganos de dirección desde el Congreso Palmero, que es la consolidación de la Corporación Aceite de Palma Sostenible de Colombia (APSColombia), con el fin de lograr una un estatus de sostenibilidad y una diferenciación competitiva en este aspecto.

Alianzas para la sostenibilidad

Son alianzas con diversos actores públicos y privados, pero también nacionales e internacionales. Las alianzas muy recientes como las del IDH, una organización europea con sede en Holanda ha sido muy útil para ayudarnos a avanzar en sostenibilidad, pero

también con la OIT, para acompañarnos en formalización y trabajo decente, entre muchas otras.

Aceite de Palma Sostenible de Colombia

Esta es la apuesta y plataforma para consolidar nuestra diferenciación competitiva en sostenibilidad, ese logo (Figura 2) es composición de nuestro Aceite de Palma 100% Colombiano y con esto le apuntamos a diferenciarlo, pero también a posicionarlo por sus atributos especiales de sostenibilidad, en Colombia y en el mundo. Es una iniciativa que busca que trabajemos colaborativamente con diferentes actores, en distintos frentes de la estrategia. Y es por eso por lo que hemos definido los Diez Principios del Aceite de Palma Sostenible de Colombia, desarrollando un índice de sostenibilidad y elaborando la norma sectorial del cultivo, de la mano con el Icontec, que va a ser la base para garantizar nuestros atributos y condiciones diferenciadas. De igual forma, también estamos en la construcción de una norma sectorial de plantas de beneficio que debe culminar este año. Entonces estas son nuestras apuestas por establecer unas condiciones básicas que puedan ser verificadas, y así diferenciarnos ante el mundo.

Este es el camino que estamos recorriendo y que debemos construir entre todos. Una parte fundamental, sin duda, son los palmicultores, pues tenemos una institucionalidad palmera que se debe a ustedes y que es necesario acompañar y apalancar para que esto sea posible. En esto tenemos la fe puesta y el empeño.

Figura 2: Logo del Aceite de Palma Sostenible de Colombia

