

Sector de aceites y grasas en Latinoamérica enfrenta grandes retos

El mercado mundial exige que los productores de grasas y aceites empiecen a actuar como cadena porque los consumidores modernos se interesan por la trazabilidad y que desde la materia prima se actúe bajo prácticas responsables, según se planteó en el evento.



El tema de la sostenibilidad ocupó un lugar destacado en el evento donde se mostró la importancia de instancias como la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible (RSPO). Foto: Mónica Tatiana Acuña Castro.

Cartagena fue la sede del XIV Congreso y Exposición sobre Aceites y Grasas de la Sección Latinoamericana de la Asociación Americana de Aceites y Grasas (AOCS, por su sigla en inglés), que se realizó con el apoyo de Fedepalma y la participación de más de 500 personas de diferentes países del continente. En esta oportunidad tuvo un ingrediente especial y fue el énfasis sobre aceite de palma, que había estado al margen de este encuentro.

El evento inició con dos conferencias plenarias, seguido de una serie de módulos que abarcaron temas como biodiésel, salud y nutrición, novedades de productos oleoquímicos, extracción de aceite, refinación física y química, calidad y análisis, aceite de oliva, modificación de grasas y aceites, innovaciones en tecnología de alimentos, aceites es-

peciales, sustentabilidad, enzimas y confecciones de chocolate.

Previamente se realizaron cursos cortos enfocados a aspectos específicos de este sector tales como procesamiento y refinación del aceite comestible, procesamiento de oleaginosas y extracción por solventes, modificación de grasas: nuevas tecnologías para el cambio; grasas y aceites para repostería y chocolate: estructura y función; y Sodeopec: jabones, detergentes, oleoquímicos y productos para el cuidado personal.

Los representantes de la Federación tuvieron una activa participación entre las cuales se destacan la de Alexandra Mondragón, Responsable del Proyecto especial de Salud y Nutrición de Cenipalma, quien moderó los módulos de salud y nutrición, y el de sustenta-

bilidad, y dictó una charla sobre características nutricionales del aceite de palma alto oleico.

Por su parte, el ingeniero químico, Fernando De la Barra, de la Universidad Católica de Chile se refirió a cómo se puede modificar y hacer “lípidos a la carta”, con base en todas las herramientas que existen para modificarlos y la cantidad de productos que se pueden obtener más allá de grasas, aceites y margarinas.

Colombia tiene ciertas fortalezas en este sentido y especialmente algunos grupos de investigación como el de la Universidad Tecnológica de Santander que ha realizado adelantos sobre lípidos porque las capacidades existen, así como la materia prima y el conocimiento, pero todavía falta inversión en tecnología.

Para ello existe la posibilidad de cooperación internacional y De la Barra se mostró interesado en trabajar con Colombia, quien desarrolla, en estos momentos, aceites bajos en calorías, pero solo ha trabajado con girasol y canola, aunque les parece interesante hacer estudios con aceite de palma.

Biodiésel

Otro de los módulos fue el de biodiésel, que estuvo moderado por Johan Reyes, investigador de Ce-

nipalma. Se mostraron los avances que ha tenido Colombia en la producción y uso del biodiésel, así como el significativo rol de las pruebas de larga duración en la implementación del programa en el país.

Mónica Cuéllar Sánchez, Líder de proyecto de Valor Agregado de Fedepalma, quien también fue ponente en el evento, presentó el potencial que tienen los aceites, en especial el de palma, en la producción de biocombustibles avanzados, como es el caso del diésel renovable, producto que tiene la misma composición química y mejores propiedades que el combustible diésel fósil.

Además Wolfgang Rupilius, presidente de la Comisión de Oleoquímicos del MPOB (de Malasia), mostró la tendencia en Asia de transformar las plantas de producción de biodiésel en fábricas de productos oleoquímicos, para ampliar la oferta de productos y generar valor a partir del metil éster, obteniendo productos que al final se encuentran como materia prima intermedia en bienes de consumo masivo como jabones, champú, detergentes, cosméticos, solventes y limpiadores, entre otros.

Esto no va en contravía de la producción de biodiésel sino que es una estrategia complementaria que contribuye a mejorar la competitividad de la industria de la palma de aceite en países como Malasia.

En oleoquímica, señaló Cuéllar Sánchez, Colombia tiene avances porque tiene una capacidad instalada importante de plantas de producción de metil éster o biodiésel dado que cuenta con un eslabón más en la cadena de transformación del aceite, es decir “estas plan-



El Presidente General del Congreso, Roberto Berbesi, destacó la colaboración de Fedepalma para el éxito del mismo y la masiva participación de delegados de diferentes países. Foto: Mónica Tatiana Acuña Castro.

tas son la puerta de entrada hacia la producción de productos de mayor valor agregado”.

También es importante que en el país hay plantas pequeñas haciendo productos oleoquímicos que van a nichos específicos de mercado y eso cambia el paradigma de que se necesitan grandes empresas para hacer este tipo de bienes y que se puede hacer el proceso a menor escala.

El evento ayudó mucho a unir los eslabones de la cadena productiva y se convirtió en la semilla que se debe seguir cultivando para tener más actividades conjuntas y ver cómo se generan sinergias.

Sostenibilidad

Un tema que revistió gran importancia fue el de la sostenibilidad, por lo que implica a nivel mundial y allí Juan Carlos Espinosa, Líder de Planeación y Desarrollo Ambiental Sectorial de Fedepalma, fue el encargado de una de las plenarias, donde se planteó abordar este as-

pecto de manera conjunta e integral, es decir, mirarlo con un enfoque de ciclo de vida.

Recordó que la cadena de valor de los principales aceites y grasas inicia con una fase de cultivo o pecuaria y que esta etapa es, en general, la que está asociada con las principales problemáticas ambientales globales que se le imputan a los aceites de palma y soya, como el cambio climático, la deforestación y la pérdida de biodiversidad.

Hay que mirar hacia esta fase de cultivo para abordar estas problemáticas que en el ámbito nacional e internacional tienen más resonancia. Por ejemplo, la logística de transporte, los sistemas de tratamiento de aguas residuales en las plantas extractoras o el uso excesivo de fertilizantes en el cultivo pueden elevar la huella de carbono de los aceites.

Un aspecto primordial es el cambio del uso del suelo: si se reemplaza una hectárea de bosque por una de cualquier cultivo para pro-

ducir aceites, el impacto ambiental por deforestación y pérdida de biodiversidad es muy grande, así como por la liberación de gases de efecto invernadero presentes en la biomasa del bosque. De esta manera, se desvirtuaría cualquier beneficio ambiental de los biocombustibles que provengan de cultivos que deforestan.

Estos son problemas que el fabricante del producto final no puede desconocer porque hoy día el consumidor internacional es más exigente con esos temas.

La sostenibilidad alrededor de la cadena de grasas y aceites y de los *commodities*, en general, está tomando un rumbo enfocado en los mercados y es por ello que se han creado instancias como la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible (RSPO por su sigla en inglés),

o la de soya responsable (RTRS), que en últimas persiguen un estándar de sostenibilidad que se pueda cumplir a lo largo de toda la cadena, comenzando con los cultivadores y las plantas de beneficio para, a partir de ahí, certificar el aceite hasta el producto final e incluir un sello de sostenibilidad en la etiqueta.

Ahora, las ONG internacionales como WWF están centrando sus esfuerzos en lograr que las grandes compañías comercializadoras y fabricantes de bienes de consumo se comprometan a comprar únicamente aceites certificados con sellos de sostenibilidad. Es así como grandes compradores de aceite de palma en Europa y Estados Unidos han suscrito estos compromisos para el 2015. Estas compañías, a su vez, exigirán a sus proveedores de aceite de palma en países productores como Colombia el sello RSPO.

En tal sentido, Fedepalma se ha preocupado por preparar al sector en esta nueva realidad. Por ello, el gremio es miembro de la RSPO desde sus inicios y lideró la Interpretación Nacional de sus Principios y Criterios para el contexto colombiano. Con ello, las empresas palmeras cuentan con el estándar sobre el cual podrán comenzar a certificarse en la medida en que tengan la posibilidad.

En síntesis, el mensaje central de esta charla introductoria fue invitar a los asistentes al Congreso para abordar el tema de sostenibilidad, de manera conjunta, a lo largo de toda la cadena y teniendo en cuenta que será una exigencia de mercado cada vez más estricta. Para cumplirla serán necesarias alianzas efectivas entre los diferentes eslabones de la cadena de aceites y grasas.

Más competitividad de costos: aumento de la productividad



De izquierda a derecha, durante AOCs, aparecen Carlos Osorio Flórez, Director de Gestión Comercial Estratégica de Fedepalma, James Fry de LMC International y Julio César Laguna Loaiza, Líder de Comercialización Sectorial de Fedepalma.
Foto María Goretti Esquivel Camacho.

El reto para los palmicultores colombianos es mejorar su productividad y sus costos porque las perspectivas de producción mundial del aceite de palma son de un incremento fuerte, en los próximos años, principalmente en países como Indonesia, lo cual presionará los precios hacia la baja, según se concluyó de la presentación de James Fry, de LMC International.

De acuerdo con el Líder de Comercialización Sectorial de Fedepalma, Julio César Laguna Loaiza, el mensaje de Fry fue claro, las buenas siembras de años ante-

rioros en Indonesia, harán que la oferta de aceite de palma vaya en ascenso, por lo cual se prevé un crecimiento de cuatro millones de toneladas por año hasta el 2020.

Señaló Laguna que estas tendencias de precios, más bajos que los actuales, va a hacer difícil la competencia y a eso se suma que el país tendrá mayor producción y oferta de exportación, puesto que se va a aumentar de 950.000 a 1.600.000 toneladas la producción de aceite de palma en los próximos cinco años y, dado el límite del mercado interno, hay que vender en el