

Competitividad, el reto de la agroindustria palmera

Temas como el transporte, investigación, innovación y sostenibilidad del cultivo de palma de aceite, forman parte de los aspectos en los que se tiene que trabajar para enfrentar la competencia internacional, hacia la cual se deben dirigir las nuevas siembras de Colombia.

Superar los grandes retos que enfrenta la agroindustria de la palma de aceite de Colombia en materia de competitividad, permitirá su posicionamiento a nivel mundial como una actividad productiva sostenible, social y ambientalmente.

Así lo planteó Jaime González Triana, especialista en Comercio Exterior de Fedepalma durante el foro “TLC y sus implicaciones en la competitividad llanera”, donde señaló que entre los aspectos a mejorar por parte de Colombia está la logística, como es el caso del transporte, ya que en el país las carreteras son la principal vía de movilización con altos costos, mientras en

Estados Unidos se emplean principalmente los ríos y los ferrocarriles.

En tal sentido, indicó que en el caso de los Llanos es necesario desarrollar la navegabilidad por el río Meta y el Orinoco para transportar el aceite hacia los puertos y para la exportación a Venezuela, así como proveerse de insumos, con lo cual se empezaría a ganar en competitividad.

De igual manera, mencionó la importancia de fortalecer la capacidad de innovación tecnológica y su adopción por parte de los productores, con el propósito de superar la problemática de plagas y enfermedades que afectan el cultivo de palma, como es el caso de la Pudrición del cogollo, la Marchitez letal y el Anillo rojo, entre otras. También expresó que dadas las condiciones del suelo de la altillanura y las deficiencias en materia hídrica, es necesario evaluar cuidadosamente los nuevos proyectos en palma de aceite y que los mismos cuenten con los paquetes tecnológicos adecuados.

Además, resulta fundamental cerrar la brecha de productividad con los países líderes de la agroindustria de la palma de aceite como Malasia e Indonesia porque es la manera de competir verdaderamente. Más aún, si se tiene en cuenta que, en principio, las nuevas siembras de palma deberán ser orientadas a los mercados de exportación, dado que la demanda interna está satisfecha incluso con la proyección del incremento en las mezclas de biodiésel.

A partir de lo anterior, se necesita mirar la forma de aprovechar los acuerdos internacionales para exportar el aceite que se produzca en el país en condiciones más favorables y con las ventajas que se puedan lograr respecto a la competencia.

Otro aspecto sobre el cual hizo énfasis fue en la necesidad de la certificación del aceite de palma colombiana.



Ser económicamente viable, ambientalmente compatible y socialmente aceptable, son los principales retos que tiene la agroindustria de la palma de aceite y sobre los cuales se trabaja de manera permanente. Foto: Mazorra, M.A. q.e.p.d. (2002) Inversiones La Mejorana, Colección fotográfica Fedepalma.

no como sostenible, a partir de los principios y criterios de la Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible, por sus siglas en inglés, RSPO, si bien actualmente ya una empresa palmera está certificada y dos más se encuentran en el proceso, el reto es que las otras 55 plantas de beneficio sigan ese camino.

Al referirse al TLC con Estados Unidos señaló que éste no es el único acuerdo comercial, ya que desde hace cerca de ocho años funcionan otros tratados como el de Mercosur y que por ende el impacto en el mercado local derivado de las condiciones preferenciales con la que serán importados aceites y grasas estadounidenses, lo que representa una pérdida moderada en el ingreso palmero, sobre todo en momentos de bajos precios internacionales. Esto, en la medida en que en el TLC con Estados Unidos se eliminó el Sistema Andino de Franjas de Precios, SAFF, instrumento de política comercial que permite estabilizar los costos de importación de los aceites y grasas.

Así mismo, recordó que en la negociación, Estados Unidos desgravó de manera inmediata la totalidad de los productos que conforman la cadena de semillas

En 2011 la producción de aceite de palma creció 25% (188.000 toneladas) hasta alcanzar 941.000 toneladas y en la última década el incremento promedio anual de la producción fue de 5,9% (52.000 t/año).

oleaginosas, aceites y grasas, consolidando en los mismos las preferencias otorgadas por ATPDEA y el biodiésel. Por ello, señaló que en materia de exportación hay oportunidades de mercado en productos elaborados a partir de aceite de palma como mantecas, margarina, grasas especiales y biodiésel, entre otros.

Al respecto, mencionó que es necesario aprovechar las ventajas de aceite de palma en usos comestibles, dada la

reglamentación de la FDA en relación a la ingesta de grasas trans y que ha propiciado que las importaciones de aceites de palma americanas se hayan multiplicado por cinco en la última década.

De igual forma, en lo correspondiente a usos no comestibles, los recientes resultados del estudio “Evaluación del ciclo de vida de la cadena de producción de biocombustibles en Colombia”, adelantado por la EMPA de Suiza, que plantea que el biodiésel colombiano reduce entre 83 y 108% los Gases de Efecto Invernadero, GEI, abre la posibilidad para que este biocombustible cumpla con las exigencias de sostenibilidad americanas y a futuro sea viable su exportación a Estados Unidos. 



Foto: Toro, F. (2012) Palmosan, Colección fotográfica Fedepalma.