# Brasil y México: En condición de prospectos

Dos países latinoamericanos que han visto un fruto promisorio en la palma de aceite están empeñados en acrecentar su cultivo y producción, y todo indica que en un futuro no muy lejano, lo verán convertido en fuente importante de empleo y divisas.

El motor es diferente, pues mientras en Brasil los desarrollos logrados hasta el presente se deben exclusivamente al tesón demostrado por los particulares, en México ha sido el gobierno el principal promotor.

*Alexandre Sanz Veiga, de Brasil (izq.) e Israel Núñez Birrueta, de México, participaron activamente en la XII Conferencia Internacional sobre Palma de Aceite.*

Aprovechando la XII Conferencia Internacional de Palma de Aceite, **El Palmicultor** dialogó con representantes de ambos países. Alexandre Sanz Veiga, participante en nombre de Dendé do Pará S.A., aseguró que producir aceite de palma en Brasil ha resultado ser uno de los mejores negocios agroindustriales.

Informó que la mayor parte de la producción se encuentra concentrada en Pará, donde funcionan 7 empresas que aportan el 85% de las 30.000 hectáreas cultivadas hoy. En Bahía tres empresas generan el 10%, y el restante 5% corresponde a Amazonas y Amapa.

Valga la pena comentar que si bien desde el siglo XVI se llevaron las primeras palmas africanas al Brasil, cuyos frutos servían exclusivamente para alimentar a los esclavos provenientes de Africa, sería sólo a partir de 1967 cuando se comenzarían a establecer cultivos comerciales. A propósito, es del caso recordar que Brasil es el tercer productor de soya del mundo (después de Estados Unidos y China) y es el segundo exportador mundial de aceites y grasas. La demanda de estos insumos en ese país está satisfecha y la palma de aceite, a diferencia de muchos otros países, se comenzó a desarrollar no para uso comestible, sino para atender las necesidades industriales.

Sanz Veiga dijo que en su país es un excelente negocio producir aceite de palma. "Antes en Brasil no existía mentalidad de inversión a largo plazo. Pero como la inflación está controlada actualmente, ha habido un cambio de mentalidad y los inversores están mirando a negocios de largo plazo".

En tales circunstancias, no sorprende que, a pesar de tener una gran extensión de tierra apta para el cultivo de la palma, ésta no hubiera alcanzado aún el auge logrado en Colombia. A lo anterior, es necesario reiterar como una razón de gran peso la ya mencionada importancia de la soya.

Los soyeros, contrario a lo que sucede con las pocas empresas dedicadas a la palma de aceite en Brasil, están muy bien organizados, y pueden así ejercer un fuerte y muy eficiente *lobby* ante las autoridades económicas. No es para menos: ellos le representan US$2 billones anuales en divisas.

Por su parte, en México la palmicultura no ha conseguido consolidarse, aunque su historia reciente como cultivador data de 1948. Hoy el área en producción apenas supera las 3.000 ha.

Sin embargo, hacia adelante, los manitos se proponen lograr una superficie sembrada de 50.000 hectáreas de aquí al año 2000, según informó Israel Núñez Birrueta, representante de México, quien dijo que en 1997 se sembrarán en total 5.200 ha.

El acrecentamiento de la palmicultura es un propósito nacional en México, donde el propio Presidente ha manifestado su interés en que el mismo llegue a su fin, y ha puesto a disposición de los empresarios agroindustriales todo un programa de fomento, que incluye la entrega gratuita de 143 plantas desarrolladas por hectárea y la realización de cursos de capacitación y asesoría de todo tipo.

Es pertinente mencionar que el consumo per cápita de aceites y grasas se ha venido incrementando paulatinamente en México. En 1994 alcanzó a ser de 14.8 kg. (el más alto en la historia). La crisis redujo el promedio a 12.3 kg., pero se espera que la recuperación restaure la tendencia creciente.

Una buena proporción del consumo es abastecido por extranjeros. En 1994 importó 986.000 toneladas de aceites y grasas, por alrededor de US$1.000 millones. Del total, 130.000 toneladas eran aceite crudo de palma.

Según Núñez Birrueta, los palmicultores tienen allí grandes desafíos, entre los cuales se cuentan estimular el consumo industrial y conformar y consolidar un gremio fuerte.