

El palmicultor

Julio de 2006 No. 413

Boletín Informativo de la Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite - Fedepalma

Tarifa postal reducida No. 632 Ven. Dic/2007. ISSN 0121-2915. Publicación cofinanciada por el Fondo de Fomento Palmero

Sostenibilidad: nuevo enfoque de la agroindustria palmera en Asia



La misión técnica colombiana durante la International Oil Palm Conference (IOPC) en Bali, Indonesia. Jesús García y Leonardo Rey de Cenipalma; Amadeo Rodríguez, de Aceites Manuelita S.A.; Mauricio Acuña y Arturo Infante, presidentes de las juntas directivas de Fedepalma y de Cenipalma, y Jens Mesa, presidente ejecutivo de Fedepalma.

Un importante grupo de palmeros visitó recientemente países asiáticos para conocer de cerca las nuevas tendencias que rigen la agroin-

dustria de la palma de aceite en los principales productores mundiales. La sostenibilidad es, en lo fundamental, el principio rector cuyos pilares

son llamados "las tres P", por las iniciales en inglés de las palabras gente, planeta y utilidades (People, Planet, Profits).

16

Palma africana y Fiestas del Mar

La palma africana sirvió de marco para un espectáculo majestuoso a orillas del mar Caribe. La Sociedad Portuaria de Santa Marta, el pasado 1 de julio, llevó a cabo su ya tradicional Fiesta de Fantasía en el puerto, con el desfile de las candidatas al reinado del Mar, haciendo honor a un cultivo que es fuerte en la región del Magdalena y cuyo aceite se exporta desde el puerto de Santa Marta a todos los rincones del planeta.

El evento, que contó con la asistencia de representantes del gremio palmero, reconocidos palmicultores de la re-



gión y del país, además de personalidades nacionales e internacionales, fue todo un éxito, y así mismo una oportunidad de dar a conocer un poco más sobre la palma de aceite a Colombia y al mundo.

Sostenibilidad: nuevo enfoque de la agroindustria palmera en Asia

Sostenibilidad. Este es el concepto integral a partir del cual debe concebirse cualquier negocio si quiere garantizarse su éxito en el tiempo. Y ello significa satisfacer en el mismo nivel las necesidades de los tres pilares del desarrollo sostenible: la gente, el planeta y los inversionistas¹.

En ese sentido, la agroindustria de la palma de aceite está llamada a evaluar su situación actual y acomodarse con rapidez a las tendencias mundiales. Eso es justamente lo que están haciendo los máximos líderes en la producción de aceite de palma, Malasia e Indonesia; ellos enfrentan con seriedad y responsabilidad los señalamientos de algunas organizaciones no gubernamentales, que ven el aceite como una amenaza para la diversidad biológica de las regiones en donde crece la oleaginosa que lo produce, y al mismo tiempo caminan a la par de las exigencias de los consumidores, cada vez más preocupados por su salud y por la conservación del medio ambiente.

Así lo percibió el grupo de palmeros y líderes gremiales que recientemente visitó algunos países con el propósito de cumplir una serie de visitas que incluyeron trabajos de cooperación técnica del Cirad de Francia, y las plantaciones de PT Socfindo en Indonesia y otras plantaciones en Malasia, lo mismo que las principales entidades de la institucionalidad palmera malasia: MPOPC, MOPB y MPOA; y que también asistió a la Conferencia Internacional sobre Palma de Aceite organizada por el IOPRI (Indonesia) en



Amadeo Rodríguez, Mauricio Herrera, Arturo Infante y Mauricio Acuña, durante el evento del ISP de Malasia.

¹ Estos tres pilares se conocen en el mundo entero como «las tres P» del desarrollo sostenible, por *People, Planet y Profits* (gente, planeta y utilidades, en inglés).

Misión técnica

La misión técnica se realizó entre el 10 de junio y el 2 de julio pasados, y en ella participaron las siguientes personas:

Mauricio Acuña Aguirre, presidente de la junta directiva de Fedepalma; Jens Mesa Dishington, presidente ejecutivo de Fedepalma; Arturo Infante Villarreal, presidente de la junta directiva de Cenipalma; Mauricio Herrera Vélez, presidente Hacienda La Cabaña S.A.; Jesús Alberto García Núñez, director de Procesos y Usos de Cenipalma; Leonardo Rey Bolívar, líder del Proyecto Fisiología y Variedades de Cenipalma; Eduardo Castillo Calderón, gerente de campo zona norte, Aceites Manuelita S.A., y Amadeo Rodríguez Velandia, gerente de campo zona sur, Aceites Manuelita S.A.

Bali, y a la V Conferencia de Plantadores, del International Society of Planters (ISP) (ver recuadros El «planter» y Glosario).

Y es que atrás quedaron las épocas en las que la problemática palmera parecía poder resolverse si las investigaciones y los recursos económicos se dirigían a encontrar la solución a algún problema de suelos o fitopatológico, o variedades superproductoras, sin consideraciones de otro tipo distinto del mejoramiento de la productividad.

Esos paradigmas se están rompiendo con gran velocidad, y hoy día las líneas de investigación y la transferencia de tecnología en palma de aceite apuntan a conectarse con los principios de la Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), basados justamente en la producción sustentable de aceite de palma.

De acuerdo con el presidente ejecutivo de Fedepalma, Jens Mesa Dishington, es posible que este tema resulte etéreo todavía en Colombia para algunos palmicultores, aunque no desconoce los grandes adelantos que la agroindustria local ha hecho en ese sentido, como lo demuestran, entre otros, los alentadores resultados del estudio publicado hace dos años por el gremio en el libro sobre el desempeño ambiental del sector, y los notables esfuerzos de empresas nacionales cuyas prácticas de responsabilidad social son ejemplarizantes. ➡



Los participantes de Aceites Manuelita S.A., Eduardo Castillo y Amadeo Rodríguez; Jesús García de Cenipalma y Jens Mesa de Fedepalma, durante a Conferencia Internacional de Palma de Aceite en Bali, Indonesia.

«Lo cierto es que el tema de la sostenibilidad es el centro del diálogo palmero en el mundo, y en Colombia tendremos que seguir esos pasos». Especialmente llamó la atención del dirigente gremial, la presentación de Frank Scuchardt (Sustainable Waste Water (POMA) and Waste Management in Palm Oil Mills by a New Process), en la cual el conferencista demostró con cifras y hechos concretos que una planta de beneficio de 30 t/hora deja de percibir anualmente cerca de un millón y medio de euros por no manejar sistemas de conversión de desechos en insumos útiles para su operación.

Para Jesús García, investigador de Cenipalma, el uso potencial de la biomasa que se genera tanto en las plantas de beneficio como en el campo, debe ser el camino para aumentar la competitividad del sector. En una planta de beneficio, por ejemplo, entre aceite y almendra se extrae una producción del orden del 27% de los racimos que entran, mientras que se obtiene 42% de biomasa sólida y alrededor de 0,80 m³ t de racimos proce-

sados. «En otras palabras, se podría decir que más que productores de aceite y almendra, las plantas de beneficio son productores de biomasa. Y es en este punto donde se debe concentrar gran parte de los esfuerzos de investigación y desarrollo hacia el futuro», explicó el experto.

Aunque parezca mentira, todos, absolutamente todos los subproductos pueden recircular en los procesos productivos de las plantas de beneficio. La idea es llegar a «cero desechos» y «cero emisiones contaminantes». En Malasia y en Indonesia, de la «basura» (sólida y líquida) de la agroindustria se está obteniendo compost (fertilizantes), biogás (energía), cogeneración de energía eléctrica mediante la combustión de la biomasa, etc. Buen negocio, inclusive sin contar con las ganancias por los certificados ambientales (Protocolo de Kyoto) derivados de la venta que pueden hacer por prestar el servicio de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.

De manera que los subproductos de la agroindustria palmera, que para algunos de hecho son simplemente basura, para los empresarios asiáticos son ya una oportunidad de generar ingresos. «En eso tenemos que empezar a imitarlos con prontitud», dijo Mesa Dishington.

El «planter»

Al *planter* (plantador de plantaciones) de Malasia le es inherente una función clave para lograr plantaciones competitivas. Él es quien mejor tiene la conceptualización y la visión integral del negocio, y al mismo tiempo la capacidad de ejecución que se requiere para liderar el desarrollo de los proyectos de la agroindustria de la palma de aceite en ese país. El *planter* le brinda confianza al inversionista y lo convence de que la plantación será exitosa y alcanzará los resultados esperados tanto en costos como en producción y en ingresos; y como si ello fuera poco, también tiene la capacidad de liderar los equipos técnicos y humanos requeridos para el montaje y operación óptima de las plantaciones.

Malasia lleva alrededor de un siglo desarrollando sus plantaciones de caucho y de palma de aceite; la participación muy activa de empresarios europeos hasta hace unas décadas, permitió consolidar una gran especialización en el interior del sector, donde se distinguen claramente los papeles de los inversionistas, plantadores y técnicos, aunque no es difícil encontrar plantadores que también son inversionistas y otros que se iniciaron como técnicos.

En este ejemplo específico se encuentran bien servidas las «tres p» del desarrollo sostenible: sin desechos ni emisiones contaminantes, y además con la utilización de productos orgánicos para la producción de fertilizan-

➔ Sostenibilidad: nuevo enfoque de la agroindustria palmera en Asia



Durante la visita al IOI de Malasia.

tes, se está cuidando al planeta (*planet*) y al mismo tiempo la salud de la gente (*people*). Y, con los ahorros por abonos y energía, entre otros, por supuesto se mejoran las utilidades (*profits*) de los inversionistas. El aspecto social viene cobrando una dimensión importante dentro de toda esta conceptualización. El argot palmero incluye conceptos como el de «responsabilidad social empresarial», una práctica a la que se están adhiriendo cada día más empresas de la agroindustria.

Costos y productividad

Producir aceite de palma debe ser cada día más barato. De manera que hay que reducir los costos. Esa es la consigna en Asia dentro de este nuevo enfoque de sostenibilidad a base de mejoras crecientes de los índices de productividad. El objetivo en términos de obtención de aceite para las nuevas siembras es en realidad ambicioso: 35/25, esto es, 35 toneladas de fruto por hectárea y 25% de extracción de aceite por tonelada de fruto, lo cual daría por lo menos 8 toneladas de aceite. ¿Cómo lograrlo?

Para el presidente ejecutivo de Fedepalma, la respuesta está en la conjugación de varios factores clave, entre los que se cuentan los materiales de siembra, la calidad y el manejo de los suelos, la calidad de la cosecha, la mecanización y, en general, las buenas prácticas de manejo del cultivo y del beneficio de su fruto. De hecho, hay una competen-

cia alta por el desarrollo de materiales mejorados, y desarrollos en clonación, por ejemplo, apuntan a obtenerlos. Para mantener buenos suelos, se están utilizando coberturas, con especial auge de la *Mucuna bracteata*. En cuanto a la mecanización, se está practicando crecientemente, inclusive en Indonesia -país cuya mano de obra es comparativamente mucho más barata que la de los competidores. La logística, el buen diseño de la plantación y el manejo de la fruta se suman a esta lista en igualdad de importancia.

En lo fundamental, la idea es hacer un manejo de precisión. O lo que es igual, hacer las cosas lo mejor posible desde el principio, porque, como dice el adagio popular, «lo que bien empieza, bien acaba».

Para el investigador de Cenipalma Leonardo Rey Bolívar, ese enfoque holístico que está tomando con propiedad la palma de aceite tiene que ver con aperturas temáticas y nuevos conceptos de investigación y desarrollo que se están aplicando exitosamente en otros cultivos como la soya, el maíz y el arroz. Menciona esquemas biotecnológicos de punta como la selección asistida por marcadores moleculares (SAM), clonación de materiales élite -denominados «superélites»-, que en el caso concreto de la palma de aceite en Malasia, después de 10 años de evaluación, se tradujo en incrementos del 41% en la producción de racimos frescos y del 29% en la producción de aceite, comparados con materiales DxP comerciales de semilla sexual.



Glosario

Cirad. Centro de Investigación en Palma de Aceite, de Francia.

MPOC. Malaysian Palm Oil Council. Organismo malasio de promoción de la palma de aceite y de sus productos, tanto en Malasia como en el mundo entero.

MPOB. Malaysian Palm Oil Board. Es el centro de investigación y de licenciamiento palmero de Malasia. Estatal.

MPOA. Malaysian Palm Oil Association. Es el gremio de los palmicultores malasios.

IOPRI. Indonesian Oil Palm Research Institute. Equivale al Cenipalma colombiano. Estatal.

ISP. International Society of Planters. Asociación interprofesional.

RSPO. Roundtable on Sustainable Palm Oil. Organismo internacional que busca la producción sostenible de aceite de palma, basándose en unos principios y valores reconocidos y practicados por quienes hacen parte de él, entre ellos organizaciones no gubernamentales (ONG), entidades gubernamentales de diferentes países, agroindustriales, productores de semillas, empresarios palmeros, etc. Fedepalma es en la actualidad miembro de su junta directiva.

Adicionalmente, se están incorporando nuevas tendencias en el área de nutrición, reemplazando los fertilizantes minerales por los de origen biológico (biofertilización). En particular, para el cultivo palmero se inocula con hongos facilitadores de la toma de nutrientes como las endomicorrizas, ácidos húmicos que incrementan la producción y reducen los costos de fertilización hasta en 30%.

El control biológico de plagas y enfermedades también se tiene en cuenta en este nuevo enfoque que busca la utilización de *inputs* (o entradas al sistema de cultivo de la palma de origen biológico), lo que le da la categoría de cultivo limpio o amigable con el medio ambiente. Estos enfoques están siendo incorporados en la agenda de investigación de Cenipalma, como lo expuso su director ejecutivo durante la Sala General realizada en Villavicencio el mes pasado, específicamente en el tema sobre impactos y perspectivas de la Investigación.

Crecimiento y biodiésel

Se dice que Malasia no tiene tierras para crecer, y que Indonesia también presenta algunas limitaciones; sin embargo, ambos países muestran cierto afán porque su producción de aceite de palma siga incrementándose. «Venga e invierta en Indonesia» se publicita entre los inversionistas extranjeros. Básicamente los asiáticos hablan de intensificar sus cultivos y de buscar las estrategias adecuadas para sembrar nuevas áreas, con el convencimiento de que la demanda derivada en el año 2020 se duplicaría a 20 millones de hectáreas.

En sus proyecciones está incorporado el importante crecimiento de la demanda provocada por el mayor consumo de combustible vegetal en el mundo. Saben que la oferta

Malasia e Indonesia ponen el énfasis del crecimiento en siembras de palma de aceite sobre las grandes empresas, porque están seguros de que éstas jalonan el empleo, y con ello hacen una contribución social a sus países. Ello, sin menoscabo de los programas productivos gubernamentales con productores pequeños, que no obstante, se sabe que no son lo suficientemente eficientes y bajan la productividad media de la agroindustria como un todo. Inclusive Malasia, donde el Estado llegó a desarrollar 1.500.000 hectáreas con pequeños, ya no apunta más hacia el crecimiento de este tipo de modelo. Está diseñando programas que incluyan a estos palmicultores, pero en núcleos productivos con esquemas de propiedad común de la tierra y pro indiviso, que permitan desarrollar prácticas empresariales.

debe igualar las necesidades de los clientes, y mucho quisieran ser quienes logren equilibrar la balanza.

Aunque en particular los malasios no están pensando en producir biodiésel con especial énfasis -como sí lo están haciendo los palmicultores colombianos, quienes han cifrado las expectativas de colocación de su oferta exportable en ese proyecto que, promovido por el gobierno, ha motivado un inusitado crecimiento de las siembras-. Y no lo hacen por una sencilla razón: tienen petróleo. Malasia, con sólo 22 millones de habitantes, es un productor importante de este combustible fósil y por ello su precio local de oportunidad no es decisivo para impulsar el biodiésel en el mercado interno.

No obstante, su visión para estar a tono con las necesidades de los consumidores le ha permitido dar grandes pasos en la generación de tecnología para las plantas de biodiésel. Inclusive en agosto próximo comenzarán a operar las primeras, y los malasios aseguran que ya tienen resuelto el desempeño de este biocombustible en condiciones de invierno, lo que les permitiría venderlo a la Unión Europea, gran consumidor de diésel derivado de aceites vegetales.

En Indonesia el consumo local es más importante y por eso el proyecto biodiésel está en marcha con intensidad y, como en Colombia, ya se cuenta con normas de calidad, incentivos, etcétera.

En conclusión, el mundo está con ganas de crecer en disponibilidad de aceite de palma. Nuevos descubrimientos y usos de este versátil producto están generándolas. La sostenibilidad, esa clave asiática que incluye bajar costos, ser más productivos y producir «limpiamente», está a la orden del día y es el verdadero desafío de la palmicultura colombiana. Manos a la obra. 



Jens Mesa y Mauricio Acuña durante la visita a plantaciones en Socfindo. Cultivo de coberturas de *Mucura bracteata*.