

Sinergia económica, social y ambiental, clave para alcanzar la sostenibilidad de la palma de aceite



Carl Bek-Nielsen

*Presidente y Director Ejecutivo
United Plantations Bhd - Malasia.*

Este año, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, por su sigla en inglés) aseguró que "el mundo necesitará doblar la producción de alimentos para poder garantizar adecuadas ofertas para la población mundial esperada, de 9.3 billones de personas, en 2050". Esta cifra, definitivamente, pone al mercado de la alimentación y, en especial, a la agricultura, bajo presión.

Nuestro cultivo de la palma de aceite, sin duda, ha sido protagonista en medio de esta preocupación que aqueja al mundo, ya que el mercado de grasas y aceites ha cumplido una excelente labor, satisfaciendo el hambre existente en países en desarrollo. Por eso, nuestro reto es hacer que el aceite de palma pueda llegarle, cada vez más a quienes necesitan de él. Pero, la gran pregunta es, ¿de dónde provendrá la oferta para satisfacer la creciente demanda de nuestro aceite vegetal?

Si observamos las estadísticas, relacionadas con el área plantada de las siete principales oleaginosas en los últimos 17 años, es posible anotar un incremento cercano a las 70 millones de hectáreas en el mundo. Sin embargo, en esto es interesante anotar que 86% del crecimiento de esta área proviene de cultivos que producen aceites vegetales como soya, colza y girasol. No obstante, el cultivo de la palma de aceite fue responsa-

ble únicamente del 11,65% del crecimiento del área, pero su aporte a la producción total de aceites fue superior al 50% al incremento en 17 años. Esto es un logro que no debe pasar desapercibido.

Nosotros los productores tenemos una obligación moral para asegurar que la expansión y producción futura se comporten de manera integral; esto sólo es posible si direccionamos nuestro negocio con estrategias, criterios y prácticas sostenibles. Éstas deben fundamentarse en el triángulo de la sostenibilidad; uno que integre tres ángulos geométricos capaces de generar una sinergia.

En un extremo de la figura se encuentra la **aceptación social**, de la cual la palma debe hacerse cargo, en aras de ofrecer mejor condiciones en vivienda, salud, educación, desarrollo humano y satisfacción de anhelos personales a todos sus empleados y habitantes de sectores aledaños.

En otro, se hace visible la **compatibilidad ambiental**, la cual debe ser importante para los palmicultores, dado que si el negocio se lleva a cabo con criterios y compromisos claros de respeto al medio ambiente, visualizando un trabajo responsable, será posible alejarse de las posiciones ambientalistas que desvirtúan la visión de desarrollo que propone el mercado palmero. Es necesario esforzarnos para lograr un equilibrio

razonable entre la economía y la ecología, aceptando que la conservación y la protección son sinónimo de desarrollo. Debemos incluir en nuestro plan de negocio, corredores selváticos, crear condiciones para el hábitat de vidas salvajes, desarrollar controles biológicos para combatir las plagas; no utilicemos la técnica de quemar para replantar, reciclemos nuestro material; ocupémonos del calentamiento global, sí es cuestión nuestra; trabajemos por la reducción de emisiones de gases y material particulado; logremos que nuestras plantaciones sean energéticamente autosuficientes con la cogeneración y el compostaje, y que nuestras plantas de biocombustibles crezcan para el bien del planeta.

No debemos temerles a las críticas de los ambientalistas; lo que debemos hacer es mostrar, cada vez que nos sea posible, y sin cansancio, todos los aspectos positivos y los beneficios que aporta nuestra agroindustria de la palma de aceite al desarrollo de cada una de nuestras regiones y de nuestros países.

La palma de aceite está afrontando un estigma; hoy, ciertos círculos se refieren a ella como la causante de la deforestación, pero lo cierto es que nosotros tenemos que poder mostrar la otra cara de la moneda, con estas buenas prácticas. Por esta razón, apoyo públicamente la iniciativa de la Mesa Redonda sobre Palma de Aceite Sostenible (RSPO, por su sigla



en inglés), la cual permite auditar y certificar la producción sostenible de nuestra palma.

Y no me quedo sin mencionar la **viabilidad económica** en el último rincón del triángulo, pues la clave radica en dar un contexto global a los problemas que aquejan al mundo, para que, de esta forma, la agroindustria de la palma

de aceite pueda contribuir a solucionarlos, ya que, en comparación con otros aceites y grasas como la canola, la soya y el girasol, es más productiva y eficiente sin hacer uso extensivo ni abusivo de la tierra.

Nuestro compromiso es con la investigación para generar desarrollo y concentrarnos en que la agroindustria de la palma de aceite siga produciendo más con menos tierras. Esa es precisamente una parte vital de la sostenibilidad de nuestra producción.

Bajo estas perspectivas de crecimiento y desarrollo sostenible, la sinergia de estos tres ángulos debe apalancar el compromiso con la humanidad y, desde United Plantations Bhd, damos testimonio real de ello. Por eso hago un llamado urgente a los cultivadores de palma de aceite en todo el mundo, para que nos unamos y apuntemos a alcanzar todas estas metas, las cuales serán para beneficio mutuo, de nuestros países y de todas las personas que, de forma inclusiva, hacen parte de este cultivo. 🌿