

Análisis y Comentario

PRESENTE Y FUTURO DEL PALMITO EN COSTA RICA¹

*Jorge Mora-Urpí**

Palabras clave: *Pejibaye, palmito, Bactris gasipaes.*
Keywords: *Peach palm, heart-of-palm, Bactris gasipaes.*

RESUMEN

Se discute los avances obtenidos en la tecnología del cultivo prevalente hasta el año 1995, comparado con aquella que se está introduciendo en la actualidad, en donde se resalta los cambios de variedad, de densidad de siembras y de métodos de cosecha que han superado las expectativas de producción por área, de las metas fijadas en aquel entonces. Se resalta la necesidad de mayor información en el campo de la fertilización, puesto que las altas densidades utilizadas son mucho más exigentes en nutrición para lograr sus producciones óptimas potenciales. También se ha desarrollado nuevos métodos para procesar el palmito, así como mejores presentaciones comerciales, los cuales contribuirán a ampliar su mercado. Se menciona los motivos de las crisis que ha presentado el mercado y posibles alternativas para obviarla, si se trata del mercado nacional, o paliarlas si es el mercado internacional. Se predice que el cultivo del palmito resurgirá, si las políticas de desarrollo que adopte el gobierno para su optimización son las adecuadas, especialmente a través de la investigación, organización de los agricultores y mercadeo inteligente.

ABSTRACT

Heart-of-palm, present and future in Costa Rica. A brief summary of the new advances in crop technology and increased production of heart-of-palm is presented. Among the most relevant improvements are: new varieties; highest planting densities, and a new parameter to detect the optimum stage for harvesting. Those innovations have made it possible to increase production significantly. Also, new promising methods to process and commercially present heart-of-palm products have been developed, which may serve to broaden their market. The importance of increasing the knowledge on plant nutrition is pointed out, since high density planting is very demanding of fertilizer. Besides, the marketing crisis that heart-of-palm is suffering is discussed, as well as some possible measures to diminish its impact. It is considered that heart-of-palm production has a good future if research, farmers' organization and marketing are intelligently promoted by the government.

1/ Recibido para publicación el 3 de julio del 2002.

* Escuela de Biología, Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica. Correo electrónico: pejibaye@cariari.ucr.ac.cr

INTRODUCCIÓN

El palmito, producto obtenido de la sección apical tierna de diversas palmeras, fue consumido desde tiempos remotos por sociedades nativas muy diversas de países tropicales, extra-yéndolo de varias especies de palmeras del bosque. Desde la década de 1940 hubo varias exportaciones de palmito en conserva de Costa Rica y de otros países por períodos cortos, pero fue Brasil, en la década de 1950, el que inició su comercialización internacional en mayor volumen y con mayor constancia, elaborando sus conservas con palmito del género *Euterpe* extraído del bosque (Mora-Urpí 1999). Brasil fue el único país exportador importante hasta 1977. En 1978, Costa Rica incursionó en el mercado internacional con una pequeña exportación de palmito, producido de una nueva palmera. Esta, el pejibaye (*Bactris gasipaes*), además era una palmera cultivada y no extraída directamente del bosque, como había sido el caso con las diversas especies de *Euterpe* explotadas hasta ese entonces.

TENDENCIAS DE DÉCADAS RECIENTES

Desde 1978 hasta el año 2000 se dan algunas situaciones que es de interés tener presente. En primer término, se dio la expansión rápida del cultivo, con lo cual se inició una sustitución de la práctica extractivista del bosque y esto, casi exclusivamente con el uso de esa nueva especie, el pejibaye. Las ventajas de esta especie radican fundamentalmente en que, además de ser cespitoso, y por lo tanto un cultivo perenne, es una planta precoz que se pone de cosecha 1 año después de plantada en el campo. Por el contrario, el açaí del Brasil (*Euterpe oleracea*) toma 6 años, hasta la primera cosecha, pues resulta de muy mala calidad si se cosecha antes que florezca; el problema de calidad se debe a que se oxida muy rápidamente por su alto contenido de taninos, que le confieren mal sabor a esa edad; defecto que se corrige después de que produce fruta. Por esta razón, todos los países del continente americano que actualmente producen palmito bajo cultivo adoptaron el pejibaye.

En segundo término, es también de interés que desde 1963, y especialmente a partir de 1977, se intensificó la recolección de germoplasma a través del trópico húmedo americano para su conservación, y uso en mejoramiento genético por Costa Rica, Colombia, Brasil, Perú, Ecuador, Bolivia, Panamá, Nicaragua y Venezuela, en donde se estableció colecciones de campo (Mora-Urpí *et al.* 1997). Con ello se inició la creación de nuevas variedades más productivas. Asimismo, se realizó congresos internacionales para intercambio de información (Mora-Urpí *et al.* 1993).

En tercer lugar, con la introducción de nuevos países productores de palmito, se establece una competencia que induce a las crisis del sector, porque la mayor oferta resultante no va acompañada de una expansión notoria del mercado (debido a la ausencia de una propaganda efectiva), esto a pesar de que el mercado potencial para consumo del palmito se presenta muy amplio.

En cuarto lugar, el sector empresarial que procesa este producto se ha mostrado muy poco innovador y cortoplazista, habiéndose concentrado exclusivamente en la presentación del palmito en conserva. Era obvio que, al ser inicialmente esta industria muy rentable, esto atraería competencia, por lo que resultaba muy importante diversificar los procesos y presentaciones para paliar los efectos de esa situación que, sin duda, se presentaría a corto o mediano plazo.

AVANCES EN PRODUCCIÓN

En 1995 se publicó una corta lista de los principales descriptores relativos a la producción, indicando los respectivos promedios estimados para ese entonces, así como las metas que se perseguía a corto plazo (Mora-Urpí 1999). Ahora podemos compararla con los logros obtenidos hasta el presente (Cuadro 1).

Debe tenerse presente que los datos del cuadro 1, tanto para el año 1995 como para el 2000, se basan en tallos que miden 9 cm de diámetro en su base aún en el campo. Si bien han ocurrido cambios en la demanda comercial hacia palmitos más delgados, en cuanto a palmito en

Cuadro 1. Principales descriptores utilizados en la producción de pejibaye para palmito, y avances logrados de 1995 al 2000.

Descriptor	Producción año 1995	Meta perseguida	Producción año 2000
Precocidad (9 cm diámetro del tallo en pie)	18 meses	12 meses	10 meses ¹
Producción ha ⁻¹ : N° unidades/1 ^{er} año de cosecha (estimada)	8000	12000	20000 ²
Producción: N° unidades/2 ^{do} año de cosecha (estimada)	10000	15000	22000 ³
Rendimiento de palmito foliar unidad ⁻¹	135 g	175 g	209 ⁴
Rendimiento de palmito foliar ha ⁻¹	1350 kg	2625	4598 ⁵
N° de trozos de 9 cm de longitud tallo ⁻¹	4,5	5,5	6,0 ⁶
Rendimiento del palmito caulinar tallo ⁻¹	50 g	>300 g	379 ⁷
Rendimiento del palmito caulinar ha ⁻¹	500 kg ha ⁻¹	>3000 kg ha ⁻¹	83388 kg ha ⁻¹
Presencia de espinas en el tallo	presentes	ausentes	ausentes ⁹
Macollamiento	98%	100%	96% ¹⁰

1. Inicia la producción a los 10 meses de sembrada la semilla germinada con sus 2 primeras hojuelas.
2. Sembrado a una densidad de 13333 plantas ha⁻¹ (1,50 m entre hileras x 0,50 entre plantas).
3. Podadas a 2 tallos por cepa.
4. Obtenidos en la variedad Diamantes-10 (en Diamantes-20 es de 227 g).
5. Obtenido por cálculo aritmético.
6. Estimados de la longitud del palmito cosechado con el indicador de hoja guía, además del diámetro (Arroyo y Mora-Urpí 2002).
7. Obtenido en las variedades Diamantes-10 (en Diamantes-20 es de 397 g).
8. Obtenido del cálculo aritmético.
9. Las 3 nuevas variedades.
10. La escala establecida en 1995 no es válida; aquí se mide solo el % de plantas con rebrotes, porque lo ideal es un número reducido de rebrotes (2-4) y no un número alto.

conserva se refiere, para efectos comparativos este parámetro es siempre utilizado.

Entre los factores que han contribuido al aumento en producción en las nuevas plantaciones, se encuentran los cambios en variedad, densidad de siembra, manejo de la “araña” y utilización de un segundo factor para determinar el punto de cosecha del palmito foliar, esto es, el grado de apertura de la hoja guía. Las prácticas de fertilización, bastante defectuosas en el pasado, recién empiezan a mejorar con investigaciones como las relatadas en este número de la Revista, las cuales contribuirán sustancialmente a aumentar la producción. Esto, porque con las mayores densidades de siembra el cultivo se torna muy exigente en sus demandas nutricionales.

ANTE LA CRISIS

Sin duda la producción de palmito para el mercado internacional se encuentra en crisis. El análisis de sus causas y cómo superarlas es motivo de preocupación. A continuación se hace observaciones referidas fundamentalmente a Costa Rica, aunque lógicamente debe considerarse la situación internacional, ya que este es un producto principalmente de exportación, si bien también tiene aspectos puramente nacionales.

La crisis del pequeño productor

Esta ha sido una crisis mal enfocada por el Estado. Los pequeños productores, se financiaron para emprender la actividad con base en los excelentes precios por tallo, pagados por las empresas

procesadoras, en la década 1989 a 1998. Su producción total llegó a alcanzar más del 50% de la producción nacional. Al descender el precio del palmito, los agricultores dejaron de fertilizar sus plantaciones como una primera opción para reducir costos y, eventualmente, muchos de ellos las abandonaron totalmente e incluso, alguna empresa les solicitaba el palmito sin pago alguno. El pequeño productor, en realidad podría haber sobrevivido a la crisis sin mayor problema. Su producción, con un precio adecuado, posiblemente pudo ser mantenida, por cuanto puede ser consumida a nivel del mercado nacional, sin que ello significara ningún costo adicional para el Estado. Los hospitales de la Caja del Seguro Social, los comedores escolares, los CEN-CINAI, etc., podrían consumir la mayor parte de esa producción. Para ello, bastaba organizar las cooperativas de productores para proveer a dichas instituciones del producto fresco, asignándoles rutas de distribución. La solución para el pequeño productor era la distribución del producto fresco y no del palmito en conserva, considerablemente más caro y menos nutricional. El mercadeo del palmito en conserva tenía que responder a otra estrategia y esta correspondía a las empresas procesadoras, quizás con alguna asistencia del Estado. Resulta interesante que nuestro país, habiendo reducido el área de siembra de palmito en un 40-50%, en el año 2001 aparece exportando más palmito (14433 t) que cuando tenía aproximadamente 13000 ha en producción (10544 t en 1997). Dos alternativas se ofrecen de esta aparente contradicción: 1) que las bodegas de las empresas procesadoras estuvieran llenas de producto elaborado y; 2) que otro país productor esté exportando a través de Costa Rica, o como se dice, “triangulando” su producto por algún motivo desconocido.

La crisis de la pequeña industria

La situación de la pequeña industria, destinada al mercado nacional, no ha sufrido mayor cambio como repercusión de la crisis del mercado internacional. En realidad, en el inicio de la crisis internacional se benefició porque, siguiendo la reducción de precio decretada a los agricultores por la gran industria, también lo redujo, pero continuó vendiendo su producto al precio

usual, obteniendo así una mayor ganancia. Posteriormente, la competencia a nivel nacional aumentó por la mayor afluencia del producto, pero aún así los precios no descendieron en igual medida que los precios internacionales. La pequeña industria, al igual que la gran industria, no ha sabido explotar eficientemente el mercado nacional. Pero, en este caso, se debe a la estrechez de condiciones bajo las que desarrolla su actividad.

La crisis de la gran industria

Con relación a la gran industria, en primer término se encuentra el problema de la competencia en el mercado internacional, resultante del ingreso de nuevos países productores, exportando a los mismos mercados el mismo producto, a precios más bajos su producto para desplazar a los exportadores tradicionales. Este comportamiento también se da entre empresas nacionales, en donde se obliga a aquella que ha obtenido un contrato a reducir el precio de su producto ya pactado pues al ofrecer otra empresa un precio inferior, posiblemente con la intención de hacer quebrar la primera, reduce la competencia y establece su hegemonía. Esto además de no ser ético, resulta con frecuencia un “bumerang” porque la reducción en precio contagia otros mercados, en donde la segunda empresa podría haber vendido a mejor precio.

Igual situación se presenta con la competencia internacional. La oferta de palmito a precio reducido ha tenido un impacto negativo por largo tiempo, el cual a mediano y largo plazo no le confiere beneficio a las empresas exportadoras (y menos aún al agricultor, quien es el que soporta el mayor impacto, porque las empresas industriales le trasladan la factura en la medida de lo posible). Así, Brasil, que en 2 ocasiones ha tratado de sacar del mercado a los demás países exportadores, ha sufrido en su propia industria exportadora el efecto de su acción por largo tiempo; en este caso, sin embargo, por poseer internamente el mayor mercado mundial, puede que la crisis no haya sido muy marcada (Jöhr 1999).

Recientemente, ha habido un movimiento incipiente hacia un comercio justo, esto es, que se compre a países exportadores del tercer mundo de acuerdo con principios sociales y ecológicos. De esta manera, se otorga preferencia y un

mejor precio a aquellos países que ofrecen garantías sociales a los trabajadores y dan un manejo ecológico adecuado al cultivo, preferencia y un mejor precio, por el mayor costo de producción involucrado en la producción. Aunque esta opción es incipiente, sería una medida justa para reducir la posibilidad de estas crisis tan acentuadas.

La segunda causa de la crisis es la ausencia de programas innovadores de propaganda tendientes a ampliar un mercado que de hecho tiene gran potencial de expansión. El palmito es un producto ampliamente aceptado una vez que se conoce. La introducción de nuevos procesos industriales –tales como deshidratación, congelamiento y conservación de palmito natural, como los desarrollados por el Centro Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos (CITA) de la Universidad de Costa Rica- contribuirían efectivamente a ampliar el mercado (Flores *et al.* Quirós 2001, Rivera *et al.* 2001 y 2002, Velásquez *et al.* 2001 y 2002, Wexler 2002).

REQUISITOS PARA EL RESURGIMIENTO DEL CULTIVO

El futuro de la producción de palmito de pejibaye está íntimamente ligado a los siguientes factores:

- Aumento de rendimiento por área, lo cual implica mejoras en cuanto a variedades, fertilización, densidades de siembra, manejo de la “araña”, control integral de hierbas y de posibles plagas y enfermedades.
- Diversificación del manejo poscosecha del palmito, tanto del palmito en conserva, como natural, deshidratado y congelado.
- Competencia internacional y, en grado considerable, también nacional.
- Política nacional de desarrollo agropecuario, así como políticas internacionales relativas al tema.
- Una labor de mercado más amplia e inteligente.

AGRADECIMIENTO

El autor agradece al Dr. Luis Carlos González su valiosa colaboración en la revisión y redacción del presente artículo.

LITERATURA CONSULTADA

- ARROYO C., MORA-URPI J. 2002. Producción comparativa de palmito entre 4 variedades de pejibaye (*Bactris gasipaes* Kunth). Agronomía Mesoamericana (En prensa).
- FLORES W., VELASQUEZ C., RIVERA E. 2001. Palmito en conserva con agentes no tradicionales. Ficha técnica. Centro Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos (CITA), Universidad de Costa Rica. 16 p.
- JÖHR J. 1999. Estadísticas del mercado interno de Brasil. *In: Palmito de pejibaye (Bactris gasipaes Kunth): su cultivo e industrialización*. Ed. por J. Mora Mora-Urpí y J. Gainza. Editorial de la Universidad de Costa Rica. p. 220-222.
- MOLINA E. 1999. Suelos, nutrición mineral y fertilización. *In: Palmito de pejibaye (Bactris gasipaes Kunth): su cultivo e industrialización*. Ed. por J. Mora Mora-Urpí y J. Gainza. Editorial de la Universidad de Costa Rica. p. 78-94.
- MONTERO E. 1999. El mercado internacional de palmito. *In: Palmito de pejibaye (Bactris gasipaes Kunth): su cultivo e industrialización*. Ed. por J. Mora Mora-Urpí y J. Gainza. Editorial de la Universidad de Costa Rica. p. 216-219.
- MORA-URPI J. 1999. Bases para evaluar comercialmente futuras innovaciones en el cultivo. *In: Palmito de pejibaye (Bactris gasipaes Kunth): su cultivo e industrialización*. Ed. por J. Mora Mora-Urpí y J. Gainza. Editorial de la Universidad de Costa Rica. p. 48-50
- MORA-URPI J. 1999. Consideraciones sobre el futuro del mercado internacional. *In: Palmito de pejibaye (Bactris gasipaes Kunth): su cultivo e industrialización*. Ed. por J. Mora Mora-Urpí y J. Gainza. Editorial de la Universidad de Costa Rica. p. 212-215
- MORA-URPI J. 1999. Origen y domesticación. *In: Palmito de pejibaye (Bactris gasipaes Kunth): su cultivo e industrialización*. Ed. por J. Mora Mora-Urpí y J. Gainza. Editorial de la Universidad de Costa Rica. p. 17-24.

- MORA-URPI J., BOGANTES A., ARROYO C. 1999. Cultivares de pejibaye para palmito. *In*: Palmito de pejibaye (*Bactris gasipaes* Kunth): su cultivo e industrialización. Ed. por J. Mora Mora-Urpí y J. Gainza. Editorial de la Universidad de Costa Rica. p. 41-47.
- MORA-URPI J., WEBER J.C., CLEMENT C. 1997. Peach palm, *Bactris gasipaes* Kunth. IPGRI, Roma. 83 p.
- QUIROS J. 2002. Exportaciones de palmito de Costa Rica. Dirección de Mercado y Agroindustria. Consejo Nacional de Producción. Boletín Palmito 1(6):1-7.
- RIVERA E., VELASQUEZ C.; FLORES W. 2001. Palmito congelado. Ficha técnica. Centro Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos (CITA), Universidad de Costa Rica. San José. 9 p.
- RIVERA E., FLORES W., WEXLER L., VELASQUEZ C. 2002. Bases del palmito deshidratado confitado. Ficha técnica. Centro Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos (CITA), Universidad de Costa Rica. San José. 9 p.
- VELASQUEZ C., FLORES W., RIVERA E. 2001. Palmito fresco. Ficha técnica. Centro Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos (CITA), Universidad de Costa Rica. San José. 14 p.
- VELAZQUEZ C., FLORES W., RIVERA E. 2001. Palmito fresco con atmósfera controlada. Ficha técnica. Centro Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos (CITA), Universidad de Costa Rica. San José. 15 p.
- VELAZQUEZ C., PINEDA M.L. 2002. Hojuelas deshidratadas de palmito de pejibaye. Ficha técnica. Centro Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos (CITA), Universidad de Costa Rica. San José. 15 p.
- WEXLER L. 2002. Palmito deshidratado con aire caliente. Ficha técnica. Centro Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos (CITA), Universidad de Costa Rica. San José. 7 p.