

Aceite de palma certificado sostenible: análisis de la cadena de valor*

Sustainable-certified Oil Palm: Analysis of the Value Chain

CITACIÓN: Mosquera, M., & López, D. (2017). Aceite de palma certificado sostenible: análisis de la cadena de valor. *Palmas*, 38(1), 11-25.

PALABRAS CLAVE: análisis de cadena de valor, certificación csPO, Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible, trazabilidad.

KEYWORDS: Value Chain Analysis, csPO Certified, Roundtable on Sustainable Palm Oil, traceability.

RECIBIDO: noviembre de 2016

APROBADO: diciembre de 2016

*Artículo de investigación e innovación científica y tecnológica

MAURICIO MOSQUERA MONTOYA
Líder del Área de Economía Agrícola,
Cenipalma
mmosquera@cenipalma.org

DANIEL LÓPEZ ALFONSO
Auxiliar de Investigación.
Área de Economía Agrícola, Cenipalma
dlopez@cenipalma.org

Resumen

El aceite de palma es estigmatizado en los mercados mundiales debido a problemas derivados de prácticas de establecimiento que han ocasionado la devastación de grandes extensiones de bosques tropicales en el sudeste de Asia. Este estigma es especialmente evidente en países desarrollados, en donde los consumidores exigen productos respetuosos del medio ambiente. Dicha situación impuso la necesidad de certificar si el aceite de palma que llega a los mercados de altos ingresos proviene de plantaciones que llevan a cabo prácticas sostenibles. Actualmente, la cadena de valor del aceite de palma cuenta con un conjunto de requisitos que deben cumplirse para acreditar que el aceite de palma se produce mediante el uso de prácticas sostenibles a lo largo de toda la cadena de valor, el cual es conocido como Aceite de Palma Certificado Sostenible (csPO, por sus siglas en inglés). A través del enfoque metodológico del análisis de cadenas de valor, este trabajo proporciona un análisis desde el punto de vista de la economía

para lograr una mejor comprensión del impacto de esta certificación. Los resultados indican que la agroindustria colombiana de la palma de aceite tendrá crecientes cantidades de aceite para los mercados de exportación, lo cual permite concluir que para participar en el mercado europeo, actual destino principal del aceite de palma colombiano (60 % de las exportaciones), será necesario que el aceite esté etiquetado CSPO. Sin embargo, esta certificación no será una fuente de ingresos adicionales para quienes implementen dicho estándar, sino una condición necesaria para acceder al mercado europeo y participar en el creciente mercado de los Estados Unidos.

Abstract

Palm oil has been stigmatized at global markets due to concerns arising from establishment practices that resulted in devastation of large extensions of tropical rainforests in Southeast Asia. This is particularly true in developed countries, where consumers demand environment-friendly goods. The latter imposed the need of certifying that oil palm reaching high income markets comes from plantations that perform sustainable practices. Nowadays, the oil palm value chain has a set of requirements that need to be met in order to certify that palm oil is produced by using sustainable practices along the value chain. It is known as the Certified Sustainable Palm Oil (CSPO). The goal of this study was to provide an analysis from the point of view of Economics in order to understand the impact of this certification. This is made by using the approach provided by the value chain analysis methodology. The results indicate that Colombian oil palm agroindustry will have increasing amounts of palm oil ready for export markets. Thus, in order to participate in the European market, current main destination of Colombian palm oil (60% of Colombian oil palm exports), it will be necessary for this oil to be CSPO-labeled. However, CSPO certification will not be a source of income for those who implement the standard, but a necessary condition to access the European market and participate in the growing US market.

Introducción

La agroindustria de la palma de aceite se ha enfrentado a la campaña de las asociaciones de productores de grasas vegetales procedentes de países de clima templado, las cuales promovieron por más de seis décadas la idea de que el aceite de palma es una fuente de grasa perjudicial para la salud. Este pensamiento ha quedado grabado en el imaginario colectivo y es muy difícil de cambiar; incluso con los recientes hallazgos que muestran cuán perjudicial es el uso de la soya hidrogenada, dado que provoca la formación de ácidos grasos trans que están relacionados con el padecimiento de enfermedades cardiovasculares (Sanz, Mosquera & Beltrán, 2016). Estos hallazgos no han causado tantas repercusiones en los mercados como podría esperarse. Sin embargo, grandes corporaciones en varios países ya están incluyendo la estearina de palma en sus preparaciones (Unilever, PepsiCo, Colgate-Palmolive, Kellogg's, Hershey's, McDonald's, Krispy Kreme Doughnuts, Wendy's, entre otras).

Hoy en día, los argumentos en contra del consumo de aceite de palma han dejado de enfatizar sus efectos negativos sobre la salud humana y se han volcado sobre el impacto negativo del cultivo de la palma de aceite sobre la sostenibilidad (Sanz, Mosquera & Beltrán, 2016). De hecho, este cultivo es visto como una amenaza para el medio ambiente. Muchas voces en países de ingresos altos afirman que con el fin de establecer plantaciones de palma de aceite, los países productores están devastando bosques tropicales y destruyendo la biodiversidad. Otro aspecto negativo con el que se asocia a la agroindustria de la palma de aceite en todo el mundo es la mala remuneración de sus trabajadores. Por desgracia, hay muchos ejemplos que sirven para justificar estas afirmaciones (Sanz, Mosquera & Beltrán, 2016). No obstante, no pueden generalizarse dichos ejemplos al punto de convertirlos en la norma general de esta agroindustria a nivel mundial.

Ante la situación descrita, los productores de aceite de palma en el mundo, quienes comercializan y demandan dicho aceite, constituyeron la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible (RSPO, por sus siglas en inglés), la cual llevó a la creación de la certificación CSPO.

Es pertinente aclarar que la certificación debe ayudar a debatir los argumentos en contra del uso del aceite de palma: salud, deforestación, contaminación por uso de químicos y maltrato laboral. Por lo anterior, este trabajo presenta un marco conceptual que permite entender las implicaciones económicas de dicha certificación a través de la metodología del análisis de cadena de valor.

El documento está estructurado como se describe a continuación: después de los párrafos introductorios en los que se mostraron los ataques al aceite de palma en el mercado mundial, se mencionan las principales tendencias globales desde el punto de vista del consumidor; la tercera sección presenta conceptos fundamentales para entender los análisis de cadena de valor, tales como su definición, los conceptos de gobernanza y la apropiación de rentas; en la cuarta sección se realiza el análisis de cadena de valor para el aceite de palma crudo (APC) colombiano; y, por último, en la quinta sección se presentan las conclusiones del estudio.

Tendencias globales en el consumo de alimentos

Desde inicios del siglo XXI la inocuidad de los alimentos ha ganado espacio a nivel mundial, lo cual está relacionado con los crecientes volúmenes de alimentos comercializados globalmente (Mosquera, Evans & Walters, 2013). En los últimos años, a las preocupaciones atinentes a la inocuidad de los alimentos, se han sumado las demandas por el buen trato a los trabajadores de los eslabones primarios, el rechazo al trabajo infantil y la exigencia del uso de prácticas de producción amigables con el medio ambiente (Swinnen & Maertens, 2009). Con el fin de asegurar el cumplimiento de estos requisitos, gobiernos, empresas productoras y comercializadoras de alimentos, cadenas de supermercados y ONG han participado en la creación y el establecimiento de certificaciones que aseguren el cumplimiento de las demandas de los consumidores (Swinnen & Maertens, 2009).

Dentro de esta tendencia se enmarca la certificación de aceite de palma sostenible (CSPO), resultante de la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible (RSPO). La certificación de la RSPO fue elaborada como un estándar de producción y un sistema de certificación que incluye mejores prácticas agrícolas, herramientas de manejo de riesgos ambientales y sociales y un sistema para verificación y credibilidad en la información presentada a los usuarios finales (Levin, 2012). En el Anexo 1, se presenta una breve reseña histórica del proceso por el cual se llegó al estándar CSPO.

Para el análisis de las implicaciones económicas resultantes de la implementación de estándares y sus respectivas certificaciones, como es el caso de la RSPO, se sugiere el uso de la herramienta conceptual denominada análisis de cadenas de valor. En la siguiente sección se desarrolla, de manera breve, el marco conceptual que permite entender la economía política detrás de la implementación de certificaciones de cumplimiento de un estándar.

Marco conceptual de los Análisis de Cadena de Valor

Definición

La cadena de valor describe toda la gama de actividades que las empresas y los trabajadores realizan para llevar un producto desde su concepción a su uso final y más allá. Esto incluye actividades como el diseño, la producción, comercialización, distribución y asistencia al consumidor final (Kaplinsky & Morris, 2001)

En el Análisis de Cadena de Valor (ACV) cada una de las etapas es conocida como un eslabón, así mismo, las relaciones coordinadas entre los eslabones son llamadas encadenamientos. Este tipo de análisis sirve para observar los niveles de valor agregado por eslabón, la repartición de ganancias, la especialización de cada eslabón y las relaciones de poder intraeslabón y entre eslabones de la cadena.

Renta y gobernanza

Para utilizar esta herramienta analítica se deben analizar dos aspectos fundamentales: la renta que genera cada eslabón y su dinámica en el tiempo. Kaplinsky

(2000) se refiere a las cadenas como repositorios de renta, originados tanto por el acceso inequitativo a los recursos productivos, como por la innovación. El segundo aspecto a considerar es la gobernanza. Esta se define como la presencia de un eslabón dominante que determina el carácter total de la cadena, las actividades dentro de los eslabones y la coordinación de los encadenamientos. Se definen dos tipos de gobernanza: aquella donde la coordinación es realizada por los comercializadores (cadena de bienes dirigida por comercializadores) y aquella en que los productores juegan el rol de líderes de la cadena (cadena dirigida por productores) (Kaplinsky & Morris, 2001).

Alcance geográfico de una cadena de valor

Las actividades que componen una cadena de valor pueden estar contenidas dentro de una única empresa o divididas entre diferentes empresas (Kaplinsky & Morris, 2001). El análisis de cadena de valor puede aplicarse en sistemas de producción de bienes o servicios dentro de una única ubicación geográfica, o distribuidos en áreas más amplias (Gereffi, Humphrey, Kaplinsky & Sturgeon, 2001).

En los noventa, Gereffi & Korzeniewicz (1994) desarrollaron una estructura conceptual llamada “cadena global de *commodities*”, en la que conectan el concepto de cadena de valor directamente con la organización global industrial, puesto que, a raíz de la globalización, se observó la creciente importancia de los comercializadores globales (principalmente distribuidores y comercializadores de marcas registradas) como actores clave en la formación de la mundialmente dispersa y organizacionalmente fracturada producción y distribución (Gereffi, Humphrey, & Sturgeon, 2005).

La mayoría de las cadenas de valor agroindustriales tienen sus eslabones primarios en países del tercer mundo, mientras que los eslabones en los que se agrega mayor valor se encuentran en países desarrollados (Lee, Gereffi & Beauvais, 2012). Para describir estas últimas, se habla de cadenas de valor global, las cuales permiten entender aquellas actividades económicas que son desarrolladas por varias empresas y que se extienden a través de amplias zonas del espacio geográfico (GVCI, 2000).

Certificaciones

Una certificación es una garantía otorgada por una organización independiente, la cual asegura que un producto o un proceso productivo cumple con los requerimientos de un estándar establecido. Para cadenas de valor global de productos alimenticios las certificaciones suelen ser frecuentes en la medida en que productores de materia prima y consumidores finales no se encuentran en el mismo país. Tanto el estándar a ser certificado como el sistema para asegurar su cumplimiento juegan un papel importante (Mosquera, Evans & Walters, 2013).

Si la certificación es voluntaria, suele enfocarse a la diferenciación de un producto con los objetivos de capturar una mayor porción del mercado y apropiarse de las rentas asociadas a dicha diferenciación (precios más altos). Como compromiso voluntario, solo tiene sentido si el ingreso adicional de adquirir la certificación excede los costos adicionales. Sin embargo, cuando los requerimientos son obligatorios la diferenciación no da lugar a rentas adicionales, debido a que determinada certificación constituye un requisito para participar dentro de un mercado en particular. Lo anterior supone que quienes se interesen en participar de ese mercado específico deben incurrir en los costos asociados a la obtención de la certificación requerida para tal fin (Mosquera, Evans & Walters, 2013).

Trazabilidad

La trazabilidad se entiende como el mecanismo para asegurar el cumplimiento de los requisitos para la certificación, lo cual permite generar la confianza del consumidor final sobre el cumplimiento de sus expectativas a lo largo de la cadena de valor global (Mosquera, Evans & Walters, 2013). La trazabilidad es definida en el *Codex Alimentarius* como “la habilidad de seguir los movimientos de los productos a través de las etapas de producción, procesamiento y distribución” (Codex, 2006).

En la medida en que se desarrollan las certificaciones la trazabilidad ha ganado relevancia y hasta se ha impuesto su obligatoriedad en los mercados de consumo de países con altos ingresos (Japón, Estados Unidos y algunos países europeos). Sin embargo, vale la pena anotar que los avances están lejos de ser

satisfactorios, ya que existen muchos obstáculos que aún deben abordarse para que los sistemas sean considerados efectivos. A manera de ejemplo, un estudio realizado por el *Institute of Food Technologists* prevé que los retos críticos para los sistemas de trazabilidad de los Estados Unidos son: a) la información a compartir; b) la definición de lote; c) el formato de la información; d) los eventos en los que los datos deben ser recolectados; y e) algunos costos del sistema de trazabilidad, tales como *hardware*, *software*, habilidades necesarias, entre otros (McEntire *et al.*, 2010).

En casos como el del CSPO, las certificaciones son un mecanismo para asegurar la sostenibilidad de los cultivos y los *commodities* derivados de ellos (Nesadurai, 2013). Estas certificaciones se desarrollan en mesas redondas que se conforman con el propósito de mejorar la sostenibilidad de una cadena de valor. Además, se constituyen en plataformas que cuentan con la participación de actores privados, entidades gubernamentales y otro tipo de organizaciones que participan como observadores o asesores. Ejemplos de estas iniciativas, además de la RSPO, son la Mesa Redonda de Soya Responsable (RTRS), la Iniciativa de Mejor Algodón (BCI), la Iniciativa de la Mejor Caña de Azúcar (BSI) y la Mesa Redonda en Biomateriales Sostenibles (RSB), todas por sus siglas en inglés, (Schouten & Glasbergen, 2011).

A continuación, se presenta el análisis de cadena de valor para el caso del sector palmicultor colombiano. Este se lleva a cabo inicialmente para el producto como tal, en términos de las tendencias que rigen su demanda. Posteriormente se aborda cada eslabón de la cadena y el análisis se centra en las implicaciones derivadas de cumplir con el estándar CSPO. Finalmente, se presentan los resultados del análisis en lo concerniente a gobernanza al interior de la cadena del aceite de palma crudo (APC colombiano y a la apropiación de rentas derivadas de la implementación del aceite de palma certificado sostenible (CSPO).

Análisis de cadena de valor para el APC de Colombia

Demanda de APC

La publicación de múltiples estudios durante la década de 1990 evidenció que en el proceso de hidrogenación parcial del aceite de soya se generaban ácidos

grasos trans, los cuales se asociaron con la prevalencia de enfermedades cardiovasculares (Eckel, Borra, Lichtenstein & Shirley, 2007). Lo anterior llevó a la Administración de Alimentos y Fármacos de Estados Unidos (FDA, por sus siglas en inglés) a ordenar que a partir del primer día de enero de 2006 las etiquetas de todos los alimentos envasados deben indicar la cantidad de ácidos grasos trans en una porción (FDA, 2016). En consecuencia, grandes fabricantes de alimentos para consumo final y cadenas de comida rápida (McDonald's, Krispy Kreme Doughnuts, Wendy's, entre otros) decidieron reformular sus productos, sustituyendo sus fuentes de grasa por estearina de palma (Eckel, Borra, Lichtenstein & Shirley, 2007; Campbell & Jeffries, 2013).

Adicionalmente, la mayor eficiencia del aceite de palma en términos de uso de la tierra para la producción de una tonelada de aceite, ha generado una migración hacia esta fuente de grasa vegetal (Schmidt & Weidema, 2008). Vale la pena mencionar que mientras una tonelada de aceite de palma se produce en 0,27 ha de tierra, una tonelada de aceite de soya se produce en 3,3 ha; es decir, para producir una tonelada de aceite de soya se requiere 12 veces más tierra que para producir una tonelada de APC (Fry & Dua, 2016). Lo anterior indica que el APC es una fuente de grasa que ejerce menor presión sobre recursos naturales cada vez más escasos, como es el caso de la tierra arable.

El incremento en el consumo de aceite de palma se vio correspondido por el incremento del área sembrada, especialmente en el Sudeste Asiático; para lo cual se incorporaron ecosistemas frágiles que nunca debieron entrar en producción (Nesadurai, 2013). Dicha situación propició presiones por parte de ONG y asociaciones de consumidores que reprocharon el impacto negativo de la agroindustria palmera global sobre el medio ambiente y abogaron por detener la demanda de APC. Considerando el carácter dominante del Sudeste Asiático en las exportaciones globales de APC, la reputación mundial de la agroindustria se vio seriamente perjudicada; aun cuando en casos como el colombiano no se puede argumentar la destrucción de ecosistemas tropicales, ya que la palma ha sido predominantemente una actividad que reemplazó cultivos como el algodón, el arroz, el banano y la ganadería extensiva (Rodríguez & Van Hoof, 2003).

De aquí que los *stakeholders* de la cadena de la palma de aceite recibieran entusiastas la iniciativa fomentada por *World Wildlife Fund* (WWF) a través de la RSPO, en el sentido de generar una certificación de aceite de palma sostenible CSPO.

Cadena de valor del aceite de palma colombiano y certificación CSPO

Para el caso específico del aceite de palma, la cadena de valor está compuesta por proveedores de servicios e insumos, cultivadores de palma, extractores de aceite de palma, industriales, comercializadores y el consumidor final (Figura 1). A continuación se presentan los principales rasgos de cada eslabón y su encadenamiento al interior de la cadena, ahondando en la perspectiva de la implementación de los principios propuestos por la RSPO, para acceder a la certificación CSPO.

Proveedores de insumos y servicios

Proveedores de insumos: ofrecen los productos que se requieren para el manejo de los cultivos de palma. Los principales insumos que demanda la actividad palmera son semillas, fertilizantes, pesticidas, herramientas y maquinaria. La mayoría de las semillas que se utilizan en Colombia han sido desarrolladas en otras latitudes o corresponden a necesidades coyunturales, como los cruzamientos OxG que se sembraron en respuesta a las epidemias de la Pudrición del cogollo (PC), pero que aún estaban en proceso de desarrollo (Ruíz, Fontanilla, Mesa, Mosquera, Molina, & Rincón, 2015). En síntesis, se requieren materiales que se adapten a las condiciones edafoclimáticas de Colombia y que sean tolerantes a enfermedades. Lamentablemente, la velocidad a la que se puede trabajar en variedades mejoradas de palma de aceite es muy lenta y a pesar de que el gremio palmero cuenta

con un programa de mejoramiento desde hace más de diez años, los primeros resultados del mismo se podrán tener hasta 2020 (Romero, 2016).

En lo que concierne a fertilizantes, se avanza en incrementar la eficiencia de la fertilización mediante la disposición de tusas, hojas y efluentes del proceso de extracción. Con ello, se espera disminuir la demanda por nutrimentos de síntesis química y hacer más eficiente su uso.

Finalmente, el manejo de plagas y enfermedades se inclina por el control biológico y el manejo integrado de las plagas que afectan el cultivo. Se avizora un futuro en el que los controladores biológicos y el conocimiento de la biología de las plagas sean las principales herramientas de los palmicultores en lo que concierne al control de las plagas y enfermedades.

Proveedores de servicios: entre los servicios que requieren las plantaciones de palma aceitera sobresalen el diseño de plantación, el financiamiento y la asesoría técnica. Es creciente la demanda por estudios que permitan establecer los cultivos sobre la base del conocimiento de los suelos, las necesidades de riego y de diseños que hagan más eficiente el montaje de infraestructura de producción (vías, puentes, canales, cablevía, entre otras). Sin embargo, en plantaciones establecidas sin haber tenido en cuenta esta información, es posible llevar a cabo algunas obras que permitan superar los problemas derivados de un establecimiento deficiente.

En lo que concierne a asesoría técnica las empresas están acudiendo a firmas consultoras que les faciliten los procesos de certificación como productoras de aceite certificado CSPO; sin dejar de lado las tradicionales asesorías en aspectos de manejo del cultivo (nutrición y sanidad).

Finalmente, los servicios de crédito para las empresas del sector son prestados por la banca tradicio-

Figura 1. Esquema de la cadena de valor del aceite de palma.



nal y cuentan con algunos alivios que aplican a líneas elegibles, que son muy específicas y se financian a través de recursos de Finagro, en la forma de incentivos, y que permiten acceder a tasas de interés preferenciales. Sin embargo, los reclamos de los productores en cuanto a la oferta de líneas de crédito que tengan en cuenta el desarrollo del negocio (cultivo de tardío rendimiento) aún no han tenido eco en la regulación crediticia; para no hablar de que las tasas siguen siendo excesivamente altas para un cultivo de tardío rendimiento.

Cultivadores

Los cultivadores son los responsables de la producción del fruto de palma de aceite que será llevado a las plantas de extracción de aceite de palma. En Colombia existen alrededor de 6.000 palmicultores que cultivan un área de 512.076 ha (Fedepalma, 2017). En lo que concierne a tamaño del área sembrada, cerca de 4.500 palmicultores se consideran de pequeña y mediana escala (proveedores de fruta) y representan el 70 % del área sembrada (Beltrán, Pulver, Guerrero, & Mosquera, 2015). En 1997, los proveedores de fruta representaban el 48 % del total del área sembrada (Beltrán, Pulver, Guerrero, & Mosquera, 2015), siendo en la década del 2000 en la que se presentó un incremento en número y área de los proveedores de fruta. En la actualidad, se espera que sin sembrar una palma más Colombia alcance una producción de dos millones de toneladas de APC en menos de cinco años. Dado que la demanda del mercado tradicional del aceite de palma se encuentra estancada y no se ha logrado avanzar en el incremento de las mezclas de diésel fósil con biodiésel de palma (combustibles), la expectativa es que cada tonelada de APC adicional que se produzca en Colombia hará que la participación de las exportaciones de palma incremente progresivamente. De aquí que satisfacer los requerimientos de producir aceite certificado como sostenible (CSPO) se vuelva un imperativo para los cultivadores de palma de aceite en Colombia.

Por otra parte, existen dos asuntos de gran relevancia en lo que concierne a la implementación del estándar CSPO. Nos referimos a la adopción de mejores prácticas agrícolas (MPA) para el manejo del cultivo de la palma de aceite y al cumplimiento de la nor-

matividad laboral. Con respecto a la adopción de MPA se evidencia la presencia de dos tipos de cultivador de palma: el primero corresponde a cultivadores que incorporan este tipo de prácticas; el segundo a cultivadores que no incorporan la tecnología disponible. El hecho de que se incorporen las MPA en el manejo de los cultivos de palma implica el uso de prácticas que no solo hacen un uso más eficiente de los recursos naturales¹, sino que además son amigables con el medio ambiente. Debe resaltarse que el cambio en la conformación del sector palmero colombiano se caracterizó por la llegada de productores de pequeña y mediana escala sin cultura palmera. Lo anterior ha redundado en que el promedio nacional de rendimiento de los cultivos (producción por unidad de área) sea bajo. El reto es seguir avanzando en la incipiente estructuración de un sistema de transferencia de tecnología que se basa en apoyar desde el gremio a las unidades de asistencia técnica de las plantas de extracción conocidas como UAATAS (Unidad de Asistencia y Auditoría Técnica, Ambiental y Social), las cuales están a cargo de prestar este servicio a los cultivadores que les venden su fruto.

En cuanto al cumplimiento de la normatividad laboral, es importante anotar que la naturaleza del cultivo y las iniciativas de responsabilidad que rodean a la agroindustria han confluído para que el sector palmero en Colombia provea buenas condiciones de empleo, con estabilidad a lo largo del año, una mejor remuneración en comparación con otras actividades agropecuarias y el pago de prestaciones sociales a los trabajadores (Olivera *et al.*, 2011). Para ilustrar estas afirmaciones, consideremos las actividades que son más intensivas en uso de mano de obra: cosecha y polinización. La cosecha debe realizarse cada ocho o diez días en los mismos lotes a lo largo del año en materiales *E. guineensis* y cada tres semanas en materiales OxG. Para estos últimos, la cosecha demanda menos mano de obra, sin embargo, deben polinizarse las flores que están en antesis, lo que obliga a llevar a cabo la labor de polinización tres veces a la semana en un mismo lote de palma durante todo el año.

1 Un cultivo bien manejado está en capacidad de producir 35 toneladas de fruto por hectárea al año en edad adulta, mientras que un cultivo manejado de manera deficiente, no sobrepasa las 18 toneladas de fruto al año por hectárea en edad adulta.

Levin (2012) presenta los resultados de un estudio encaminado a determinar el costo beneficio de implementar las normas del CSPO. De las conclusiones de dicho trabajo resaltamos que las plantaciones de gran escala fueron las más beneficiadas del proceso de certificación, puesto que sistematizaron y documentaron actividades que ya realizaban. Adicionalmente, implementaron mejoras producto de las auditorías recibidas. Entretanto, las plantaciones de mediana y pequeña escala reportan como principales beneficios la adopción de MPA, las cuales les permitieron incrementar su producción y sus ganancias, percibiendo mejoras en el relacionamiento de las plantaciones de palma con sus entornos socioeconómicos (Levin, 2012).

Extractores de aceite

Este eslabón de la cadena está compuesto por las plantas de beneficio primario (PBP), las cuales reciben los racimos de fruto fresco y entregan aceite de palma crudo (APC). La extracción del aceite es un proceso mecánico que se basa en la esterilización del fruto a altas temperaturas, el prensado y la diferencia de densidad de fluidos, por lo que la obtención de APC no implica tratamiento con químicos.

En Colombia existen 64 plantas de beneficio primario (PBP) y se cuenta con una capacidad de procesamiento promedio de 17 t RFF/hora, mientras que en los países líderes la capacidad de procesamiento promedio es de 70 t RFF/hora. En consecuencia, el costo de extraer una tonelada de aceite de palma en Colombia asciende a USD 100, mientras que en Malasia e Indonesia está alrededor de los USD 50 (Fry, 2016). El alto costo de extracción en Colombia obedece a la alta dispersión de los cultivos de palma aceitera, la pobre infraestructura del país y la estacionalidad de la producción de fruta (se produce todos los meses, pero hay meses en los que la producción es más intensa). Esta última obliga a construir PBP que puedan atender el pico de cosecha, por ende, la capacidad instalada es mucho más alta que la requerida en ciertas épocas del año. En lo que concierne a este eslabón de la cadena se observa una tendencia hacia el fortalecimiento de la normatividad ambiental atinente a la disposición de los residuos de proceso de las PBP, las cuales, desde luego, van en línea con aminorar el impacto de la agroindustria sobre los ecosistemas y, por ende, con la producción de aceite sostenible.

Por otra parte, se evidencia la tendencia al aprovechamiento de los subproductos del proceso de extracción (biomasa residual), situación que permite reducir la producción de residuos del proceso (deseable desde la perspectiva de la producción de aceite certificado CSPO), diversificar las fuentes de ingreso de la agroindustria e incluso disminuir los costos de proceso. Ejemplo de esto es el aprovechamiento del gas metano generado en las lagunas de tratamiento de efluentes que es empleado para la generación de energía en plantas extractoras y para la venta a la red. Otro ejemplo es el reciclaje de nutrientes contenidos en la biomasa residual mediante su disposición en el campo (tusa, fibra), e incluso mediante procesos más complejos como el del compostaje. Actualmente se exploran otros posibles usos de los residuos del proceso de extracción y su rentabilidad (García-Núñez *et al.*, 2016).

Industriales

Los industriales reciben el APC que proviene de las PBP y se encargan del proceso de refinación, a partir del cual obtienen aceite de palma refinado, blanqueado y desodorizado (aceite de palma RBD). De este aceite se obtienen dos fracciones: la oleína y la estearina de palma. La oleína de palma tiene usos en procesos para la obtención de frituras a nivel industrial o en la obtención de aceites de consumo en hogares. En Colombia hay empresas que se dedican a esta actividad, pero también existe una demanda de APC en el exterior.

Las empresas colombianas que se dedican a la obtención de aceite RBD, oleína y estearina de palma procesaron en 2015 cerca de 309.000 toneladas de aceite; además, 39.000 toneladas fueron utilizadas para la elaboración de alimentos balanceados y otras 488.000 se destinaron a la producción de biodiésel (Fedepalma, 2016).

Comercializadores

La exportación de oleína y aceites RBD al mercado internacional en 2015 fue de 438.000 toneladas. Las principales comercializadoras son C. I. Acepalma S.A. y C. I. Biocosta S. A. Las cifras disponibles permiten diferenciar hasta cierto nivel de detalle; es decir, se exportaron 351.000 toneladas de APC, 52.000 toneladas de aceite RBD y fracciones y 34.000 toneladas de aceite de palma en productos procesados (Fe-

de palma, 2016). En lo que corresponde a los destinos de estos productos, en 2015 los principales fueron Europa (Holanda, España y Alemania), México y Brasil.

En total, en 2015 Europa importó 371.000 toneladas de APC colombiano, aceite de palma RBD, fracciones y aceite de palmiste. Estas cifras equivalen a cerca de 60 % de las exportaciones de Colombia. Adicionalmente, la tendencia en el mercado de Estados Unidos es importar una mayor cantidad de productos de palma. Muestra de ello es que entre 2000 y 2013 el volumen de las importaciones de APC y aceite de palmiste desde este país subió de 0,3 a 1,7 millones de toneladas (FAOSTAT, 2016), y aunque este mercado no es el más importante, se constituye como una oportunidad para la agroindustria de la palma de aceite colombiana.

La principal limitación para acceder a los mercados que más demandan los productos de la agroindustria de la palma (Europa y USA), radica en la obtención de la certificación de aceite CSPO. Dada la presión que ejercen los consumidores finales sobre la necesidad de importar productos que se hayan producido en condiciones sostenibles, esta exigencia simplemente pasará a lo largo de la cadena, lo cual supone que los productores que deseen acceder a estos mercados deben certificar que sus cultivos y plantas de beneficio producen aceite de palma bajo criterios de CSPO. Naturalmente, la trazabilidad se constituye como un elemento clave en el otorgamiento de la certificación y en mantenerla a lo largo del tiempo.

Lo anterior se suma a los altos costos derivados de las ineficiencias del transporte vía terrestre del aceite producido, restando competitividad a los productos de la agroindustria. A pesar de que existen múltiples estudios y la iniciativa se viene planteando desde hace varias décadas, los modos de transporte fluvial y ferroviario no dejan de ser un anhelo en el contexto nacional.

Consumidor final

Consumidor en el mercado nacional: en cuanto a cifras, se sabe que el 66 % del APC producido en 2015 fue absorbido por la industria nacional, destacando que los aceites y derivados del APC representan 62 % del total de las grasas consumidas en Colombia; aun cuando el consumidor desconoce que los aceites de cocina que usa habitualmente, embotellados y etiquetados como

mezclas de aceites vegetales, incorporan oleína de palma. Adicionalmente, se reconoce que la principal limitación en términos del eslabón de los consumidores se centra en la concepción de un aceite de cocina deseable (incolore, insípido e inodoro) y en la arraigada idea de que el consumo de grasas es perjudicial para la salud.

Se reporta con preocupación que la participación del aceite de palma en el consumo total de aceites y grasas ha decrecido en los últimos años. De tener una participación de 69 % en 2013, este tipo de aceite reportó una participación de 62 % durante 2015 (Fedepalma, 2016). Esto responde, entre otras causas, a la caída en el consumo de productos provenientes de las industrias que generan mayor demanda para la agroindustria de la palma, como las margarinas, los jabones y los productos de panadería. Adicionalmente, la importación de aceites vegetales ha incrementado paulatinamente, pasando de 249.000 toneladas en 2009 a 491.000 en 2015 (Fedepalma, 2016). Lo anterior implica que con el incremento en la producción se tendrá un excedente exportable cada vez mayor.

Consumidor del mercado internacional: India y China importan 33 % del total del APC que se transa en el mercado internacional, mientras que la Unión Europea demanda el 15 % (Fedepalma, 2016). Por su parte, Estados Unidos importa un 2 % y registra una demanda en aumento soportada por el hallazgo de la generación de grasas trans en la hidrogenación del aceite de soya. Esto indica que difícilmente el APC de Colombia tendrá oportunidades de acceder a los mercados asiáticos, en donde el requerimiento de que el aceite sea certificado es prácticamente inexistente. Por el contrario, el APC colombiano accede a los mercados de Europa y de los Estados Unidos.

En estos mercados (Europa y EE.UU.) las principales preocupaciones sobre los aceites es que sean saludables y producidos de manera sostenible. Un ejemplo de la obligatoriedad de implementar la certificación CSPO es el de la Declaración de Ámsterdam, firmada en diciembre de 2015 por los gobiernos de Dinamarca, Alemania, Holanda y Reino Unido, a través de la cual estos países se comprometieron a que en 2020, el 100 % del APC importado deberá ser certificado CSPO. En este sentido, comercializadores e industriales de productos que utilicen APC reciben el mandato del consumidor, el cual, tal como se mencionó previamente, se extiende a lo largo de la cadena hasta alcanzar los eslabones primarios.

Lo anterior señala que en términos de beneficios para la salud y de la sostenibilidad de la agroindustria palmera colombiana existen grandes oportunidades, debido a que el APC nacional no requiere de procesos de hidrogenación para llegar a su fase sólida (estearina), presenta un balance natural entre ácidos grasos saturados e insaturados, es fuente natural de antioxidantes (carotenos y tocotrienoles), su establecimiento no se realizó a costo de devastar el bosque húmedo tropical y a que remunera a sus trabajadores dignamente. El reto en este frente es implementar el sistema de certificación de los productos de la agroindustria resaltando que estos tienen como insumo aceites sostenibles CSPO.

Gobernanza en la cadena de valor del APC en Colombia

La cadena de valor mundial del aceite de palma se caracteriza por estar orientada con base en los lineamientos de los comercializadores (*buyer driven value chain*); generalmente, este es el caso de las agroindustrias globales basadas en *commodities*. Este tipo de cadenas se caracterizan por la acción de comercializadores altamente competitivos y globalmente descentralizados, en donde los compradores ejercen control sobre los requisitos que deben cumplir los productos que desean comprar; por lo que aquellas empresas que quieran ser parte de la cadena deben limitarse a seguir directrices (Gereffi, 1999).

Para el caso específico de Colombia, la agroindustria de la palma ya cuenta con una interpretación nacional de los Principios y Criterios de la RSPO. Así mismo, el gremio se ha articulado para impulsar la consolidación de dicha certificación en el país. En el año 2015 Colombia era el país latinoamericano con mayor número de miembros de la RSPO (27 en total), con 10 cadenas de suministro certificadas, 5 cultivadores certificados con una área de 39.565 hectáreas y una producción de 107.394 toneladas de CSPO, lo cual representa el 17 % de la producción total de APC (RSPO, 2016).

Rentas derivadas de la implementación de la norma CSPO en la cadena colombiana del APC

La principal preocupación con respecto a la necesidad de implementar la CSPO, surge del hecho de que

las certificaciones pueden llegar a constituirse como una barrera (especialmente para productores de pequeña y mediana escala), dada la dificultad derivada de los costos de implementar algunas de las acciones necesarias para dar cumplimiento a los principios de la RSPO y de asumir el costo mismo del proceso de certificación (Swinnen & Maertens, 2009). En este orden de ideas, Keesing & Lall (1992) argumentan que el cumplimiento de los estándares por parte de empresas pertenecientes a los eslabones primarios de una cadena de valor global, suelen no ser de forzoso cumplimiento en sus mercados nacionales, lo cual acrecienta la brecha entre empresas de un mismo país, originada en las capacidades requeridas para implementar el cumplimiento de un estándar establecido que permita participar en el mercado internacional (Humphrey & Schmitz, 2001).

En el caso del aceite certificado CSPO no es clara la apropiación de rentas que se derivan de la participación en mercados de exportación. Es probable que en etapas iniciales del cumplimiento de la norma, ella represente una ventaja para acceder al mercado; no obstante, con el tiempo se espera que esta se convierta en un requisito. En este sentido, el cumplimiento de la norma permitirá seguir exportando a los mercados que así lo exijan (Kaplinsky, 2000).

Por otro lado, si la certificación es voluntaria, la estrategia suele enfocarse a la diferenciación de un producto con el objetivo de capturar una mayor porción del mercado y de apropiarse de las rentas asociadas a dicha diferenciación (*e.g.* un *premium* sobre el precio). En otras palabras, dado que el mercado apunta a que el aceite a ser consumido en Europa y Estados Unidos tendrá que ser certificado CSPO, la diferenciación no dará lugar a rentas adicionales. Por el contrario, se establece como un costo adicional, lo cual obedece a que este se constituye en un requisito para participar en estos mercados (Mosquera, Evans & Walters, 2013).

Consideraciones finales

Actualmente el APC se enfrenta a cuestionamientos con respecto a la depredación de bosque húmedo tropical para el establecimiento de plantaciones de palma y acusaciones de trabajo mal remunerado. Además, debe afirmarse que quienes atacan a la agroin-

dustria de la palma tienen como evidencia prácticas desarrolladas en el Sudeste Asiático para sustentar sus afirmaciones. Infortunadamente, se estigmatiza a la agroindustria global de la palma aceitera y no se hacen señalamientos a conductas específicas.

Con el fin de superar la mala imagen de la palmiticultura a nivel global, surgió la iniciativa de generar un estándar que permitiera certificar al aceite de palma como sostenible, es decir, que se produce utilizando las MPA y dando cumplimiento a la normatividad ambiental y laboral.

La agroindustria de la palma de aceite en Colombia enfrenta el reto de ubicar en los mercados internacionales un excedente exportable de APC cada vez mayor, ocasionado por las siembras masivas de los últimos diez años que están llegando a su ciclo de madurez productiva. De hecho, el área sembrada ya alcanzó las 512.000 ha y se espera una producción de 2 millones de toneladas en no menos de cinco años. A lo anterior, se suman otras situaciones que imponen la búsqueda de mercados externos para vender el APC colombiano. Entre estas se encuentran los cambios en la dieta de los colombianos, quienes han dejado de consumir productos que contienen aceite de palma (panadería y galletería); la entrada de aceite de contrabando y de otros tipos de aceite vegetal, según información de la Unidad de Comercialización de Fedepalma. En síntesis, el mercado tradicional para el APC en Colombia ha disminuido su demanda. Finalmente, a los factores críticos para la agroindustria se suma el incumplimiento gubernamental de los documentos del Consejo Nacional de Política Económica y Social – CONPES – que incentivaron grandes inversiones en palma de aceite buscando satisfacer una demanda potencial de biocombustibles sustentada en una mezcla de 20 % biodiésel con 80 % diésel, aunque en la actualidad el contenido de esa mezcla alcanza apenas el 10 %. Adicionalmente, se anuncian medidas como la congelación de los precios de los biocombustibles, lo cual establece un escenario no tan favorable para el sector.

Las oportunidades de mercado para el APC colombiano están en los países del hemisferio occidental que más demandan aceite de palma (Europa) y en aquellos que vienen consolidando su demanda de APC, como el caso de Estados Unidos. Sin embargo, estos mercados exigirán aceite certificado sostenible (CSPO) respon-

diendo a una megatendencia de consumo en los países de altos ingresos. Considerando este panorama, comercializadores e industriales no tienen más opción que cumplir la voluntad de su consumidor e incursionar en un esquema de cadena de valor orientada por el comercializador (*buyer driven value chain*), lo cual significa que certificar el APC como CSPO deja de ser una opción y se convierte en un imperativo.

Las principales preocupaciones con respecto al cumplimiento de esos estándares se centran en los productores de pequeña y mediana escala que se encuentran en desventaja frente a los requerimientos establecidos por la RSPO tales como la adopción de MPA y el cumplimiento de la normatividad laboral y ambiental, así como los costos asociados a la certificación. En este frente se requiere del apoyo decidido de la política pública. Al mismo tiempo, esto puede considerarse como una oportunidad para incrementar la adopción de tecnologías sostenibles para el manejo del cultivo que a la vez son más eficientes en el uso de los recursos naturales.

A diferencia de aquellas certificaciones que se implementan para apropiarse de precios *premium*, como las de producto orgánico o *fair trade*, la CSPO tiene que ver con un requisito de acceso a los mercados que tradicionalmente han importado aceite de palma. En consecuencia, puede que en un primer momento se generen rentas derivadas de un *premium* de precios por vender APC certificado sostenible, a pesar de que a futuro la implementación de la norma CSPO será de obligatorio cumplimiento y no generará renta alguna.

Frente a este escenario, es importante encontrar mercados alternativos, tanto en ubicación como en el tipo de producto que demandan del APC colombiano; por ejemplo, es necesario trabajar en la sustitución de aceites vegetales importados por APC de Colombia. Así mismo, es necesario procurar el posicionamiento del aceite de palma y valorar sus características asociadas a color y contenido vitamínico, entre otras.

Agradecimientos

Los autores agradecen al Fondo de Fomento Palmero por la financiación del trabajo aquí presentado. Asimismo, los comentarios de Eloína Mesa, Nolver Arias y los revisores anónimos de la revista Palmas, cuyos comentarios contribuyeron a enriquecer el trabajo.

Referencias bibliográficas

- Beltrán, J., Pulver, E., Guerrero, J., & Mosquera, M. (2015). Cerrando brechas de productividad con la estrategia de tecnología productor a productor. *Palmas*, 36(2), 39-53.
- Campbell, J., & Jeffries, B. (2013). *Palm Oil Buyers Scorecard Measuring the Progress of Palm Oil Buyers*. Gland: World Wide Fund For Nature.
- CODEx (2006). *Principios para la rastreabilidad/rastreo de productos como herramienta en el contexto de la inspección y certificación de alimentos*. n.d.
- Eckel, R., Borra, S., Lichtenstein, A., & Shirley, Y. P. (2007). Understanding the Complexity of Trans Fatty Acid Reduction in the American Diet. *aha Conference Proceedings*, (2232-2246).
- FAOSTAT (14 de 12 de 2016). *Food and Agriculture Organization of the United Nations*. Recuperado de: Food and Agriculture Organization of the United Nations: <http://www.fao.org/faostat/en/#home>
- FDA (2016). *Food and Drug Administration*. Recuperado de: <http://www.fda.gov/food/ingredientpackaginglabeling/labelingnutrition/ucm274590.htm>
- Fedepalma (2017). *Minianuario Estadístico 2017*. Bogotá: Fedepalma.
- Fedepalma (2016). *Anuario Estadístico 2016*. Bogotá: Fedepalma.
- Fry, J. (2016). Perspectivas del mercado internacional del aceite de palma. *Palmas*, 37(4), 11-16.
- Fry, J., & Dua, N. (2016). *The moratorium and land use: the impact today... and tomorrow*. n.d.
- García-Núñez J. A., Rodríguez, D. T., Fontanilla, C., Ramírez, N., Silva, E., Frear, C., Stockle, C., ... & García-Pérez, M. (2016). Evaluation of alternatives for the evolution of palm oil mills into biorefineries. *Biomass and Bioenergy*, 95, 310-329.
- Gereffi, G. (1999). *A Commodity Chains Framework for Analyzing Global Industries*. Durham, N. C., USA: Duke University.
- Gereffi, G., & Korzeniewicz, M. (1994). *Commodity Chains and Global Capitalism*. Westport, CT, USA: Praeger Publishers.
- Gereffi, G., & Lee, J. (2009). *A Global Value Chain Approach to Food Safety and Quality Standards*. Working paper. Global Health Diplomacy for Chronic Disease Prevention, 1-52.
- Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T. (2005). The Governance of Global Value Chains. *Review of International Political Economy*, 12(1), 78-104.
- Gereffi, G., Humphrey, J., Kaplinsky, R., & Sturgeon, T. J. (2001). *Globalisation, Value Chains and Development*. Institute of Development Studies Bulletin, 32(3), 1-8.
- Girón, E., & Mahecha, X. (2015). Análisis descriptivo de la evolución de la agroindustria de la palma de aceite en Colombia a partir de los censos palmeros de 1997 y 2011. *Palmas*, 36(2), 13-25.

- gVCI. (1 de enero de 2000). Global Value Chain Initiative. Recuperado el 8 de junio de 2016, de: <https://globalvaluechains.org/concept-tools>
- Humphrey, J., & Schmitz, H. (2001). Governance in Global Value Chains. *IDS Bulletin* Volume 32.3, 1-16.
- Kaplinsky, R. (2000). *Spreading the gains from globalization. What can be learned from value chain analysis?* Working paper 110. Institute of Development Studies, 1-37.
- Kaplinsky, R., & Morris, M. (2001). *A Handbook for Value Chain Research*. Brighton: IDRC.
- Keesing, D., & Lall, S. (1992). Marketing Manufactured Exports from Developing Countries: Learning Sequences and Public Support. In: *Trade Policy, Industrialisation and Development: New Perspectives* (pp. 93-176). Oxford: Oxford University Press.
- Khor, Y. L. (2013). Struggle for sustainability in palm oil industry shows results. *ISEAS Perspective*, 18, 1-8.
- Lee, J., Gereffi, G., & Beauvais, J. (2012). Global value chains and agrifood standards: Challenges and possibilities for smallholders in developing countries. *Proc Natl Acad Sci*, 109(31), 12326-12331. doi: 10.1073/pnas.0913714108
- Levin, J. (2012). *Profitability and Sustainability in Palm Oil Production Analysis of Incremental Financial Costs and Benefits of RSPO Compliance*. World Wildlife Fund, CDC & FMO.
- McEntire, J., Arens, S., Bernstein, M., Bugusu, B., Busta, F., Cole, M., ... & Ohlhorst, S. (2010). *Traceability (product tracing) in Food Systems: An ift Report Submitted to the FDA*. Vol.1: *Technical Aspects and Recommendations*. Washington, d.c.: FDA.
- Mosquera, M., Evans, E., & Walters, L. (2013). The US Food Safety Modernization Act: Implications for Caribbean Exporters. *Social and Economic Studies*, 62(1-2), 151-176.
- Nesadurai, H. E. (2013). Food security, the palm oil-land conflict nexus and sustainability: a governance role for a private multi-stakeholder regime like the RSPO? *The Pacific Review*, 26(5), 505-529.
- Olivera, M., Escobar, D., Rojas, N., Moreno, J., Quintero, C., & Tibocho, A. (2011). *Caracterización del empleo en el sector palmicultor colombiano*. Bogotá: Fedesarrollo.
- Rodríguez, M., & Van Hoof, B. (2003). El desempeño ambiental del sector palmicultor colombiano: una década de avances y un futuro promisorio. *Palmas*, 24(3), 69-86.
- Romero, H. M. (2016). Rendimiento potencial de materiales para un ambiente específico. Conferencia Magistral. En: *XIII Reunión Técnica Nacional en Palma de Aceite*. Medellín, Colombia, septiembre de 2016.
- RSPO (2002). *Minutes of the Preparatory Meeting Hayes*. Londres: RSPO.
- RSPO (2013). *Principles and Criteria for the Production of Sustainable Palm Oil 2013*. Kuala Lumpur: RSPO.
- RSPO (2016). *Roundtable on Sustainable Palm Oil*. Accesado en mayo de 2016 de: <http://www.rspo.org/>
- Ruíz, E., Fontanilla, C., Mesa, E., Mosquera, M., Molina, D., & Rincón, A. (2015). Prácticas de manejo y costos de producción de la palma de aceite híbrido OxG en plantaciones de la Zona Oriental y Suroccidental de Colombia. *Palmas*, 36(4), 11-29.

- Sanz, J., Mosquera, M., & Beltrán, J. (2016). *Narrowing the yield gap in Colombia: water deficit mitigation in crops from small and medium scale oil palm*. Working Paper.
- Schmidt, J., & Weidema, B. (2008). Shift in the marginal supply of vegetable oil. *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 13, 13-235. doi:10.1065/lca2007.07.351
- Schouten, G., & Glasbergen, P. (2011). Creating legitimacy in global private governance: The case of the Roundtable on Sustainable Palm Oil. *Ecological Economics*, 7(11), 1891-1899.
- Swinnen, J., & Maertens, M. (2009). *Standards, Trade and Developing Countries*. Special Note. World Bank.
- WWF. (2016). *Palm Oil Buyers Scorecard Measuring the Progress of Palm Oil Buyers*. Gland: WWF.
-

Anexo 1

Breve reseña histórica de la RSPO

Las inquietudes asociadas con la sostenibilidad de la agroindustria del aceite de palma en el Sudeste Asiático, motivaron, a finales de 1990, al Fondo Mundial para la Naturaleza (*World Wildlife Fund* – WWF) a priorizar el aceite de palma dentro de sus actividades. Dicha entidad destinó recursos a la creación de una asociación multilateral de carácter privado para el establecimiento de un estándar para la certificación del aceite de palma como sostenible.

En 2002, representantes de distribuidores, fabricantes de alimentos, comercializadores, instituciones financieras, procesadores de aceite de palma y WWF se reunieron en Londres (RSPO, 2002). En este encuentro, los participantes acordaron promover la producción de aceite de palma sostenible a partir de siembras ya existentes y de aquellas siembras por establecer. En diciembre de 2002 se estableció el Comité Organizador para la primera conferencia de la RSPO (Schouten & Glasbergen, 2011).

La primera conferencia RSPO se llevó a cabo en 2003 en Malasia. Allí se reunieron más de 200 delegados de 16 países. En abril de 2004 la RSPO fue creada oficialmente. Durante la Asamblea General de 2005, los Principios y Criterios fundamentales de la RSPO fueron ratificados por los miembros participantes, quienes representaban a empresas y productores encargados de generar cerca de un tercio de la producción mundial de aceite de palma. En la quinta reunión de la Mesa Redonda en 2007 se puso en marcha el sistema de certificación RSPO y en noviembre de 2008 se expidió el primer certificado de aceite de palma sostenible (Schouten & Glasbergen, 2011).

En 2012, los Principios y Criterios de la certificación de la RSPO fueron sometidos a una revisión y en el siguiente año, ratificados por la Asamblea General. A través de estos se especificó la prohibición de realizar nuevas siembras en áreas de Alto Valor de Conservación, detener la práctica de quemar para despejar terrenos, se estableció la implementación de las mejores

prácticas agrícolas, estar al día con todas las licencias y permisos requeridos, cumplir con las regulaciones nacionales e internacionales relacionadas con los trabajadores y mantener una buena relación con la comunidad (RSPO, 2013).

Para 2015, a nivel mundial se encontraban certificados 66 cultivadores, 277 plantas extractoras y 1.945 compañías con cadena de suministro. Adicionalmente, se certificó un área cultivada en palma de 2,8 millones de hectáreas y se alcanzaron 12,9 millones de toneladas de APC certificado; cuantía que tiende a aumentar con el compromiso de productores y comercializadores de certificar la totalidad de sus suministros como CSPO para 2020 (RSPO, 2016).

Con el fin de monitorear el proceso de certificación, el WWF propuso el *Palm Oil Buyers Scorecard* (WWF, 2016), en el cual se registran los volúmenes anuales de consumo de aceite de palma certificado, haciendo seguimiento a los productores y los agentes comercializadores miembros de la RSPO (Campbell & Jeffries, 2013).

De acuerdo con cálculos de WWF, si todos los comercializadores y productores cumplen con los compromisos adquiridos con la RSPO de utilizar 100 % de APC, para 2020 se demandaría un poco más de 6 millones de toneladas de CSPO (WWF, 2016).

LA PALMA DE ACEITE, UNA AGROINDUSTRIA EFICIENTE, SOSTENIBLE Y MUNDIALMENTE COMPETITIVA

PALMAS

CUPÓN DE SUSCRIPCIÓN 2017

Circulación: Trimestral

Valor suscripción nacional: \$277.000 COP

Valor suscripción internacional: \$175 USD

Nombre	Empresa	
C.C.	Cargo	Nit
Dirección	Ciudad	Estado
País	Tel.	Fax
E-mail		

Si está interesado en adquirir la suscripción de la revista Palmas en Bogotá, favor acercarse al Centro de Información y Documentación Palmero; si es fuera de Bogotá pero en el país, consignar el valor correspondiente a nombre de Fedepalma, cuenta corriente No. 241250180-06 de Bancolombia Recaudo Nacional y enviar copia de la consignación al fax (1) 211 3508, o al correo electrónico: cidpalmero@fedepalma.org, indicando destinatario, dirección de envío, fax, correo electrónico y el nombre y número del documento de la persona o NIT de la empresa a nombre de la cual desea que se emita la factura.

Para el exterior se debe realizar una transferencia en dólares cumpliendo los siguientes requerimientos:

NOMBRE	CITIBANK N.A. NEW YORK
CÓDIGO FEDWIRE O ABA	021000089
DIRECCIÓN SWIFT	CITIUS33
CUENTA No.	10953817 HELM BANK, BOGOTÁ – COLOMBIA
DIRECCIÓN POSTAL	111 WALL STREET, NEW YORK - NEW YORK 10043 U.S.A.
RAZÓN SOCIAL DEL BENEFICIARIO	FEDEPALMA

Una vez realizada la transferencia, favor enviar copia de la transferencia al fax 571-211 3508, o al correo electrónico: cidpalmero@fedepalma.org, informando que corresponde al pago de una suscripción a la revista Palmas, destinatario, dirección de envío, fax, correo electrónico y el número del documento de la persona o Número de Identificación Tributario de la empresa a nombre de la cual desea que se le emita la factura.

Contáctenos: atencionafiliado@fedepalma.org