

RSPO, la verdadera revolución en los mercados

A juicio de los expertos de la RSPO, Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sostenible, la sostenibilidad, en un futuro próximo, se ve como parte esencial para operar a lo largo de los diferentes mercados de commodities y será una condición necesaria para ingresar a los mercados de valor y de los compradores más especializados.



La demanda del aceite de palma sostenible certificado (CSPO), es quizá el tema comercial y de mercado más importante que se evidenció durante la reunión de la RSPO. En la foto: Jan Kees Vis, President RSPO. Foto: Cortesía RSPO.

El Presidente de la RSPO, Jan Kees Vis, hizo la apertura de la última mesa redonda - RT9 de la RSPO, donde se trataron los temas más sensibles, entre los que se encuentran los mercados para el aceite de palma sostenible certificado conocido como CSPO, la implementación por los pequeños palmicultores, los temas ambientales y de biodiversidad, y de trazabilidad, entre otros.

Las grandes inquietudes de los participantes estaban frente a las diferentes iniciativas de otros países de hacer sus propias certificaciones y la dinámica que han tenido los mercados de los aceites certificados. Con estas expectativas iniciales, se llevó a cabo la RT9, que ratifica el camino a seguir y el compromiso de los participantes en la proyección de la demanda global del mercado por aceites certificados, CSPO. En otras palabras, la importancia y el volumen de los participantes de la RSPO dinamizan significativamente este mercado hacia la sostenibilidad.

No obstante, en principio, todavía no se han alcanzado todas las expectativas de los aceites certificados en los mercados. Según Jan Kees Vis, se cuenta con 123 extractoras certificadas, representadas en 28 compañías, 5,2 millones de toneladas de aceite de palma certificado, 1,2 millones de toneladas de aceite de palmiste certificado (CSPKO) y más de 1 millón de hectáreas plantadas, como resultado de un trabajo que inicia en 2004 y que solo para 2008 arroja las primeras certificaciones, lo que habla de esta iniciativa como relativamente joven.

Para ver, en contexto, una iniciativa de sostenibilidad como la RSPO hay que hacer un comparativo con otras como la del banano, que ha alcanzado 20% de penetración de su volumen producido con más de 30 años de existencia frente a más de 10% de la RSPO con solo tres años de operación, según palabras de Darrel Webber, Secretario General de la RSPO.

La demanda del aceite certificado – CSPO es quizás el tema comercial y de mercado más importante. Según cifras recientes, a enero de 2012, se demanda 52% de la producción de aceite certificado, lo que significa que los compromisos por parte de los usuarios del aceite evolucionan a ritmos inferiores al de la oferta del aceite certificado, resultados que para algunos puede ser causa de confusión, pero para otros, que conocen más las tendencias y evolución de los mercados, es razonable a la luz de su dinámica histórica, donde era solo 3% a principios de 2009.

Es difícil para los diferentes analistas y actores de este sector, asegurar, a ciencia cierta, la evolución hacia el futuro de los aceites certificados; sin embargo, hay cifras que muestran que la dinámica de la demanda, de la mano de los grandes actores del mercado puede cambiar sustancialmente, de acuerdo con la última evaluación de los indicadores de este mercado realizada por la WWF (World Wild Fund for Nature) para 2011, en la cual se observan importantes compromisos de las grandes cadenas de comercio al detal como Walmart, Marks & Spencer, The Body Shop (L’Oreal), Carrefour, Ikea y Tesco entre otros, que tienen fechas de inicio de exigencia de aceites certificados, algunos en 2011, otros entran en 2012 y hasta 2015 como es el caso de Walmart, la cadena de supermercados más grande del mundo.

Por otro lado, productores de alimentos y productos de belleza de la talla de Cadbury (Kraft), Henkel, L’Oreal, Heinz, Nestlé y Unilever, entre otros, han definido sus compromisos para los años venideros.

Con todo lo anterior, como lo plantea Adam Harrison de la WWF,



La sostenibilidad en la producción de aceite de palma es una condición necesaria para ingresar o mantenerse vigente en el mercado global. Foto: Toro, F.

“nunca será fácil tomar acción, pero es más inapropiado no hacerlo”, lo que revela en buena parte el sentimiento de un proceso que va en su etapa de despegue, con mucho reconocimiento por las partes y los mercados, por el trabajo hasta ahora realizado, con compromisos serios que surgen y una demanda que requiere mayor dinámica. Este es el escenario que se presentó a finales de 2011.

Para la directiva de la RSPO, la sostenibilidad en un futuro próximo se ve como parte esencial para operar a lo largo de los diferentes mercados de *commodities*, lo que significa que será una condición necesaria para ingresar a los mercados de valor y de los compradores más especializados y donde la RSPO representa un facilitador en los mercados y en la toma de decisiones de compra, como el centro de conocimiento del aceite de palma sostenible y un centro global de experiencias de los pequeños cultivadores de palma de aceite, según los planteamientos de su presidente Jan Kees Vis.

EN LA VARIEDAD ESTÁ EL ÉXITO

ASD le ofrece semillas de palma aceitera de alto rendimiento.

	<p>Amazon Híbrido interespecífico tolerante a PC (E. oleifera x Compacta)</p>	<p>Variedades y clones de alta densidad (160 a 180 p/ha)</p>	<p>Variedades tolerantes a estrés</p>	
--	--	---	--	--

www.asd-cr.com

Representante en Colombia: REBIOTEC Ltda, Calle 94 No. 11A - 76, Oficina 103 A. El Chico. Bogotá. Tel: 6113238. E-mail: rebiotec@impsat.net.co