

## Exigencias del mercado en materia de sostenibilidad: más que un reto, una oportunidad para el sector palmero colombiano

*La RSPO está más fuerte que nunca, su penetración en el mercado internacional continúa creciendo y es el referente mundial de sostenibilidad para la agroindustria de la palma. De allí la importancia de estar atentos a sus directrices.*



El Principio quinto del documento de Interpretación Nacional de los Principios y Criterios de la RSPO para Colombia, se enfoca en la responsabilidad con el medio ambiente y conservación de los recursos naturales y la biodiversidad. Foto: Toro, F. 2009.

Este es el principal mensaje que se trajo de la 9ª reunión anual (RT9) de la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible (RSPO, por su sigla en inglés) que se llevó a cabo en la provincia de Sabah, una de las principales regiones palmeras de Malasia.

Como ha sido una constante en los últimos años, Fedepalma participó en este encuentro mundial sobre la sostenibilidad de la agroindustria de la palma de aceite. En esta oportunidad asistieron Jens Mesa Dishington, Presidente Ejecutivo de la Federación; Carlos Enrique Osorio Flórez, Director de Comercialización Estratégica; y Juan Carlos Espinosa Camacho, Líder de Planeación y Desarrollo Ambiental Sectorial.

La RSPO es una organización sin ánimo de lucro que surgió en 2003 con el propósito de promover la producción y el uso de aceite de palma con criterios de sostenibilidad. Esta iniciativa agrupa a los diferentes actores de la cadena de valor del aceite de palma: cultivadores, plantas de beneficio, pro-

Las exigencias del mercado en materia de sostenibilidad son una oportunidad para posicionar nuestro aceite en mercados nacionales e internacionales por su compromiso ambiental y social.

cesadores y refinadores, fabricantes de bienes de consumo a partir del aceite de palma o de palmiste, comercializadores, bancos e inversionistas y ONG ambientales y sociales.

Desde noviembre de 2007, la RSPO cuenta con un estándar de sostenibilidad que abarca ocho principios y 39 criterios en temas ambientales, sociales, económicos, productivos, de transparencia y de mejoramiento continuo. Esta normativa es la más reconocida en el mercado internacional para el aceite de palma.

## Avances en RSPO

En apenas tres años, desde que se comercializó el primer embarque de aceite de palma certificado a finales de 2008, la RSPO ya ha penetrado 10% del mercado mundial de aceite de palma, cifra comparable a la del café, banano o cacao certificado y en mucho menos tiempo. La producción anual de aceite de palma certificado RSPO hoy supera los cinco millones de toneladas, provenientes de un poco más de un millón de hectáreas.

Colombia cuenta con una empresa certificada desde noviembre de 2010: C.I. Tequendama del Grupo Daabon, que además fue la primera en el continente americano en lograr esta certificación. Agropalma de Brasil, es la otra empresa de la región certificada RSPO.

Se prevé que, en el corto plazo, la demanda de aceite de palma certificado aumentará en todo el mundo y no sólo en Europa y otros países desarrollados, dado que un gran número de empresas multinacionales como Unilever, Nestlé, Procter & Gamble, Hershey's, Carrefour, Cargill, McDonald's y Cadbury's se han comprometido a comprar únicamente aceite de palma certificado RSPO en 2015. Estas empresas globales compran aceite de palma en todo el mundo.

Varias empresas palmeras se han acercado a Fedepalma en los últimos meses porque algunas de estas grandes compañías ya les están

exigiendo aceite de palma certificado y ellos, a su vez, lo hacen con las plantas de beneficio que los proveen.

Si bien es cierto que la RSPO no llegará a abarcar la totalidad del mercado mundial (o colombiano) de aceite de palma, la demanda por este aceite certificado seguirá creciendo en la medida en que más compradores internacionales se unan a esta iniciativa.

A pesar de sus significativos avances, la RSPO tiene todavía muchos retos. El principal para 2012 es posicionarse en los mercados de China e India, donde la conciencia ambiental es aún incipiente pero son los dos principales compradores de aceite de palma.

Adicionalmente, la RSPO tiene previsto fortalecer su presencia en Latinoamérica y África. De hecho, en la mencionada RT9 el año pasado, Fedepalma propuso la necesidad de que la RSPO tuviera una oficina o un representante en Latinoamérica, para promover la adopción de su estándar de sostenibilidad en esta región.

También se logró el compromiso del Secretario General de la RSPO, Darrel Webber, de participar en la III Reunión Latinoamericana de la RSPO que se llevará a cabo en Quito, Ecuador, del 27 al 30 de marzo de 2012. La primera reunión latinoamericana de la RSPO fue pro-



Foto: Toro, F.

movida y organizada por Fedepalma en Cartagena hace cuatro años; la segunda se adelantó en Belém do Pará, Brasil, en 2010.

Otro reto de la RSPO para 2012 es la revisión de su estándar de sostenibilidad. Varios de sus miembros han manifestado la dificultad de implementar algunos de sus principios y criterios, por lo que la RSPO adelantará durante este año una revisión y ajuste de sus ocho principios y 39 criterios, mediante un proceso en el que participarán los cultivadores y procesadores de palma de aceite alrededor del mundo.

Fedepalma liderará esta iniciativa en Colombia, de manera que las inquietudes del sector palmero colombiano frente a la implementación del estándar RSPO sean tenidas en cuenta en este proceso y más empresas colombianas puedan acceder a la certificación en el corto y mediano plazo.