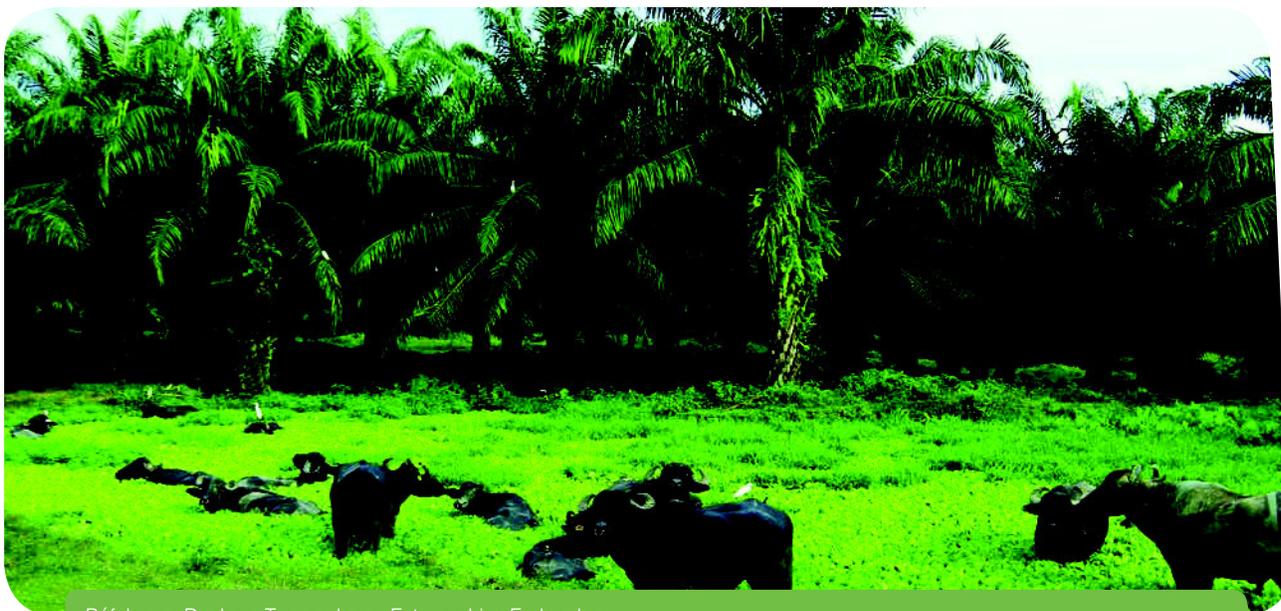


Aceite de palma sostenible: de la confusión a la credibilidad



Búfalos en Daabon, Tequendama. Foto: archivo Fedepalma

Por: Adam Harrison,
Líder de Aceite de Palma en el WWF y miembro
de la Junta de RSPO

Estos son tiempos emocionantes para aquellos de nosotros que presionamos para poner fin a los impactos ambientales y sociales inaceptables de una parte de la producción de aceite de palma. La conciencia pública del problema está explotando y cada semana parece traer un nuevo anuncio de una empresa importante en comprometerse con el aceite de palma sostenible.

Pero la proliferación de las promesas, políticas y proyectos puede ser confusa. ¿Qué significan los diferentes compromisos? ¿Cómo se comparan? ¿Están haciendo una diferencia real en los bosques tropicales, la vida silvestre o las comunidades afectadas? ¿Qué deben hacer otras empresas en respuesta? Lo más importante, ¿están ayudando a transformar la industria en general?

La confusión puede ser utilizada como una excusa para no hacer algo, por eso es importante tener un poco de claridad. La acción en el aceite de palma sos-

tenible tiene que ser completa, comparable, creíble y colaborativa.

Mientras que salvar orangutanes o evitar la deforestación pueden acaparar los titulares, la industria necesita tomar acción completa a través de toda la gama de desafíos que enfrenta. Estos incluyen la tierra y los derechos laborales, la salud y estándares de seguridad, prevención de la contaminación, la lucha contra la erosión del suelo, el trato justo a los pequeños agricultores proveedores y mucho, mucho más. Los estándares que la industria satisface deben abordar todos estos.

También es importante que los compromisos sean comparables. ¿La 'cero deforestación' de la empresa A significa lo mismo que la 'no-deforestación' de la empresa B? Cuando los productores dicen que no plantarán en turba, ¿comparten la misma definición de turba? Si ellos dicen que respetan los derechos de las comunidades a la tierra que ocupan, ¿cómo se definen esos derechos y cómo se resuelven los conflictos? Ninguno de estos es un tema fácil, si lo fueran, habrían sido resueltos hace años. Es por eso que la industria necesita un estándar

contra el cual se puedan comparar e informar sobre su progreso.

Luego, las empresas necesitan una forma creíble para verificar que las cosas han cambiado en el terreno y no solo en la sala de juntas o en el informe anual. Eso significa el uso de los auditores independientes (que necesitan estar bien vigilados ellos mismos). Ninguna empresa publicaría sus estados financieros antes de que sus cuentas hayan sido auditadas; sin embargo, es muy común ver empresas que promocionan sus éxitos en aceite de palma en atractivos informes de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o presentaciones en conferencias internacionales, sin ningún tipo de verificación por terceros que los respalde.

Por último, es fundamental que las empresas colaboren con el fin de aprender de las innovaciones y experiencias de las demás. La limpieza de su propia cadena de suministro, o incluso boicotear el aceite de palma en conjunto, podría ser bueno para la imagen de su empresa, pero no va a solucionar los mayores problemas.

Esas cuatro C (completa, comparable, creíble y colaborativa) orientan el trabajo de la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible (RSPO, por sus siglas en inglés). El Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF, por su sigla en inglés), organización para la que trabajo, ayudó a crear la RSPO en 2004, y hemos estado participando activamente en su desarrollo desde entonces. Nuestro objetivo es hacer que la RSPO sea tan efectiva como pueda para poner fin a los efectos negativos de la producción de aceite de palma -no solo para sus miembros-, sino para toda la industria.

Los principios y criterios de la RSPO son lo suficientemente completos como para cubrir todos los temas clave que enfrenta la industria. Es fácil comparar el desempeño de una empresa frente a otra, con el conocimiento de que cada una está sujeta al mismo estándar creíble por auditores independientes, acreditados. Y es un esfuerzo en colaboración, alcanzado a través de acuerdos entre una amplia gama de grupos de interés, incluidas las ONG ambientales y sociales, así como las empresas de toda la cadena de valor. Su trabajo en evolución se basa en cada miembro aprendiendo de la experiencia de los demás.

Hoy en día, la RSPO establece el estándar más ampliamente aceptado y aplicado para el aceite de palma

sostenible en el mundo. Casi una quinta parte de todo el aceite de palma cumple con los criterios de la RSPO. Cientos de miembros están utilizando y promoviendo activamente el aceite de palma sostenible certificado por la RSPO. De todas las iniciativas de aceite de palma, la RSPO es la mejor posicionada para inclinar la industria mundial hacia una nueva forma de operar de manera responsable y sostenible. Pero la RSPO y su estándar no es la última palabra en el aceite de palma sostenible. La sostenibilidad es un proceso que continuamente está mejorando, innovando y adaptándose.

La RSPO y su estándar representan la base para la producción de aceite de palma sostenible. La industria puede y debe hacer más. Es por eso que el WWF ayudó a formar el Grupo de Innovación de Aceite de Palma (POIG, por sus siglas en inglés), un lugar para que las empresas construyan sobre la RSPO y vayan más allá de su estándar. Productores, comerciantes, fabricantes y minoristas están aceptando el desafío, uniéndose y apoyando el POIG, e innovando en áreas donde la RSPO ya ha señalado el camino. Hemos visto promesas públicas ambiciosas para detener la siembra en turba, acabar con la deforestación y reducir los impactos climáticos del aceite de palma. Y ahora estamos empezando a ver a los verdaderos innovadores mostrar cómo hacerlo en la práctica, así como verificar su progreso.

Para eliminar la confusión: la RSPO y el POIG son el único camino a seguir. Otras iniciativas ofrecen solo una parte de la solución de aceite de palma sostenible, abordando algunos de los temas importantes o solo algunas de las empresas importantes. La RSPO no es perfecta y a menudo se mueve lentamente de manera frustrante, pero el POIG está mostrando cómo, mediante la construcción sobre su base sólida, la industria mundial de aceite de palma será capaz de transformarse a sí misma. Esa es la única opción para las empresas interesadas en un cambio real.



Palma de aceite, Percha de Corocoras. Foto: Cristina Franco Martínez