

Los retos comerciales del aceite de palma en el mercado internacional: sostenibilidad y salud



Por: Jessica López Arias,
Responsable de Comunicaciones Internas

Stefano Severi fue uno de los conferencistas internacionales invitados al XLV Congreso Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite. Actualmente, este italiano se desempeña como Director de Sostenibilidad de Producto de Ferrero, la compañía italiana que tiene presencia en 56 naciones, cuenta con 22 plantas de producción en todo el mundo, emplea a 40.721 personas de 100 nacionalidades distintas y comercializa sus productos en más de 160 países.

Stefano Severi, quien es doctor en química de la Universidad de Modena y Reggio Emilia, inició su presentación hablando de algunos aspectos generales del aceite de palma, entre los cuales destacó los siguientes:

- Colombia está catalogado como el cuarto productor de aceite de palma en el mundo luego de Indonesia, Malasia y Tailandia.
- El alto rendimiento del aceite de palma se traduce en cerca de 4 toneladas/ha; lo que significa que este producto es 7- 10 veces superior a cualquier otro aceite de semilla.
- El aceite de palma es un motor importante de la economía, con alta demanda de mano de obra.
- Los pequeños productores representan el 40 % del total de la producción.

A paso seguido, habló de la importancia del aceite de palma precisando que este es el aceite vegetal más

utilizado del mundo, ya que representa el 35 % de la producción global de aceite vegetal (*Oil World*). Destacó su precio competitivo, su versatilidad, su adaptación a muchas aplicaciones gracias al fraccionamiento y su vida útil, la cual es generalmente más larga en comparación a la que tienen otros aceites de semilla.

En su presentación, el Director de Sostenibilidad de Producto de Ferrero, resaltó que el mercado de alimentos está cambiando. Hoy en día, según precisó, los consumidores son más conscientes e informados sobre los alimentos y están desorientados y asustados, ya que nuevas categorías de productos tratan de abordar sus propias preocupaciones. "Free of sugar" es una nueva tendencia en el mercado (es sin azúcar, sin lactosa, sin gluten y últimamente sin aceite de palma).

El expositor también fue enfático en señalar que distintos segmentos de mercado están sustituyendo el aceite de palma (galletería, productos de paquete, aceites de cocina). En respuesta a esta tendencia, el sector de la confitería ha reaccionado con algunos cambios en recetas con el fin de etiquetar sus productos como libres de aceite de palma en aquellos mercados de Europa sensibles a los rumores acerca del mismo.

Historia de Ferrero

Ferrero es una empresa agroalimentaria italiana creada en 1946 en Piamonte (Italia), que empezó a usar aceite de palma originario de África Occidental a comienzos de los años 60. El expositor presentó una historia reciente de la empresa en relación con su uso y compromiso con el aceite de palma.

2005: la compañía se integró a la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sostenible (RSPO por sus siglas en inglés).

2013: se lanza la Carta Ferrero sobre aceite de palma, la cual define requisitos adicionales para los productores, quienes acordaron aplicarlos progresivamente.

2015: Ferrero se une al Grupo de Innovación de Aceite de Palma (POIG, por sus siglas en inglés), con el fin de promover y fomentar prácticas más sostenibles.



2015: La empresa logró que el 100 % del aceite de palma empleado en sus productos estuviera certificado por la RSPO Segregado (SG).

En la presentación, el expositor también precisó que Ferrero solicita a sus proveedores los siguientes requisitos:

1. No usar fuego para limpiar la tierra.
2. No plantar en suelos de turba.
3. Protección a los orangutanes y otras especies en peligro de extinción.
4. Respeto a los derechos humanos, incluido el derecho a la libertad, consentimiento previo e informado de las comunidades indígenas y comunidades locales.
5. Reconocimiento a los derechos de los trabajadores.
6. Lucha activa contra la corrupción.
7. Emisión de informes sobre los gases efecto invernadero.

Para concluir su presentación, el representante de Ferrero precisó que hoy en día el consumidor espera:

**Calidad de la materia prima =
Calidad + Seguridad + Sostenibilidad**