

No desprestigio del aceite de palma



Publicado en New Straits Times
Por: Datuk Seri Mah Siew Keong
14 de marzo

Es bien sabido que el aceite de palma ha enfrentado problemas importantes en Europa, incluida la opinión pública negativa, influenciada por el etiquetado negativo de los productos alimenticios.

Lo que es menos conocido es que tales influencias negativas se están infiltrando en la vida de Malasia también. Los visitantes de las tiendas malasias ahora pueden ver el debilitamiento del aceite de palma en los estantes de nuestros supermercados, e incluso, en los mercados locales.

Todos nosotros tenemos el compromiso de responsabilizar a las empresas que socavan el interés nacional de esta manera y socavan deliberadamente el

aceite de palma, que es un pilar clave de la economía de Malasia.

Debemos recordar porqué esto es necesario. El aceite de palma es uno de los grandes éxitos nacionales de Malasia, y nuestro mayor producto de exportación.

Millones de nuestros conciudadanos confían en este cultivo milagroso, en los ingresos de sus familias, sus medios de subsistencia y en proporcionar una vida mejor para sus hijos. Nuestras áreas rurales se han transformado más allá del reconocimiento, en oasis de prosperidad y de productividad.

Para que el sector continúe teniendo éxito es importante que las futuras generaciones de Malasia no caigan presas de la negatividad y de las noticias falsas que se han dirigido contra el aceite de palma en otros lugares. Un ejemplo continuo de ello, es la proliferación de publicidad o del etiquetado de *No Palm Oil* en los alimentos, a menudo acompañada, por la promoción deliberada de aceites competidores. Tal publicidad ha tenido un efecto negativo en el aceite de palma en Europa, y podría hacerlo en Malasia, a menos que estemos atentos y actuemos rápidamente.

Primero, debemos enfocarnos en la educación. Se debe proporcionar a la nueva generación de malasios los datos y los hechos sobre los beneficios del aceite de palma, para asegurarse de que tienen el conocimiento y la comprensión para rechazar a los detractores.

Esta es la responsabilidad de todos nosotros: gobierno, industria, medios de comunicación, padres, etc. Trabajando juntos y compartiendo la carga de educar a nuestros jóvenes, podemos asegurar que el respeto y la reverencia por los beneficios del aceite de palma se transmitan de generación en generación.

Por ejemplo, recientemente me reuní con un grupo de investigadores de los Estados Unidos de América que están desarrollando un medicamento para combatir la

enfermedad de Alzheimer y el principal componente del medicamento es el aceite de palmiste.

Sin embargo, la educación en sí misma puede no ser suficiente. Las etiquetas que se pueden encontrar en los supermercados de Malasia, o en línea, son una decepción inaceptable de una de nuestras industrias más importantes.

Debemos analizar detenidamente qué pasos proactivos se pueden tomar, ya sea en forma de acciones del consumidor para enviar un mensaje a las empresas involucradas; o a través de acciones del gobierno para abordar la raíz del problema.

La marca danesa Lurpak es un ejemplo prominente. El producto contiene una etiqueta adhesiva en la parte posterior del contenedor y, cuando se quita, dice: no contiene aceite de palma.

La empresa matriz de Lurpak es miembro de la Mesa Redonda sobre Aceite de Palma Sostenible (RSPO), cuyas normas incluyen el compromiso de los miembros de no manchar la producción sostenible de aceite de palma. El envase de Lurpak es un claro intento de debilitar y criticar el aceite de palma de Malasia y de promover abiertamente aceites alternativos.

Esta no es la primera vez que una compañía miembro de la RSPO ha tomado una acción anti-aceite de palma. El supermercado francés, Casino ha estado utilizando etiquetas de *No Palm Oil* durante años, sin dejar de ser miembro de la RSPO.

Las respuestas de la RSPO son claramente inadecuadas e ineficaces: las empresas como Lurpak continúan denigrando el aceite de palma, incluso aquí en Malasia.

Estas compañías pueden argumentar que las etiquetas *No Palm Oil* no son una actividad ilegal; que las formulaciones de sus productos son solo para ellos; que técnicamente no infringen las reglas de la RSPO.

Tal argumentación técnica no excusa sus acciones. Estas compañías están utilizando RSPO como un escudo para esconderse detrás, para permitirles continuar sus

campañas contra el aceite de palma. Si la RSPO se toma en serio la defensa del aceite de palma, entonces este escudo debe ser retirado. Es hora de tomar medidas.

Compañías como Lurpak hacen una elección libre para ingresar al mercado de Malasia: piden la confianza de los laboriosos malasios. Esto significa que tienen una responsabilidad más amplia, deben asegurarse de que sus acciones estén dentro del espíritu correcto, no solo la letra técnica de las reglas.

Existe una responsabilidad ética junto con la legal. Cuando más de 1 millón de malasios -incluidos 650.000 pequeños agricultores- dependen del aceite de palma para su sustento, ¿es éticamente defendible que una compañía que opera en Malasia denigre el aceite de palma? Mi respuesta es no.

Por supuesto, la gran mayoría de estas empresas son bienvenidas: proporcionan productos y servicios que los malasios queremos y necesitamos.

La mayoría son respetuosos de la ley. Sin embargo, debemos ser claros: así como acogemos y elogiamos a la mayoría que actúa correctamente, deberíamos condenar claramente a quienes pretenden socavar a Malasia.

El Gobierno ha dejado claro que defenderemos los derechos de los pequeños agricultores de aceite de palma contra la discriminación desde el exterior.

El Primer Ministro ha declarado que tomaremos medidas de represalia contra los países que discrimina al aceite de palma y a los productos a base de este.

Debemos estar atentos en casa, ya que estamos en el extranjero. La discriminación injusta o ilegal por parte de compañías extranjeras que operan dentro de nuestra frontera no puede tolerarse.

Para las compañías que han elegido denigrar el aceite de palma, mi consejo es simple: dejen de hacerlo y trabajen con nosotros para abordar sus inquietudes de manera sincera.