



FEMEXPALMA
Federación Mexicana de Palma de Aceite

MERCADO DE ACEITE DE PALMA SOSTENIBLE EN EEUU

Situación Actual, Retos y Perspectivas

Adriana Cala
Juan Solera

#EnCaminoHaciaUnaPamiculturaSustentable



Agenda

Estándares de Sostenibilidad

- RSPO
- ISCC

Mercado y Consumo

- Situación Actual
- Industria Alimenticia
 - Industria Olequimicos
 - Biocombustibles

Retos y Perspectivas

- NASPON





Estándares de Sostenibilidad

Entendiendo las certificaciones de sostenibilidad

RSPO

- EEUU es un importador neto. No tiene refinerías.
- Trazabilidad a lo largo de la cadena de suministro
- **Mercados alimenticios** principalmente

ISCC

- Alineado con los requerimientos del reglamento de **biocombustibles** en Europa.
- Cálculo de GEI - Empresas pueden crear su propia herramienta o utilizar Biograce
- Trazabilidad a lo largo de la cadena de suministro



MERCADO Y CONSUMO

- 50% de los productos de consumo diario contienen aceite de palma
- EEUU consume solo en 2% de la producción mundial
- Importaciones han incrementado un 32% en los últimos 10 años de 952 1000TM a 1395 1000TM
- Ubicado en el 6to puesto de países importadores- después de India, EU-27, China, Pakistán y Bangladesh
- Aumento en consumo es debido a la demanda en el uso comestible

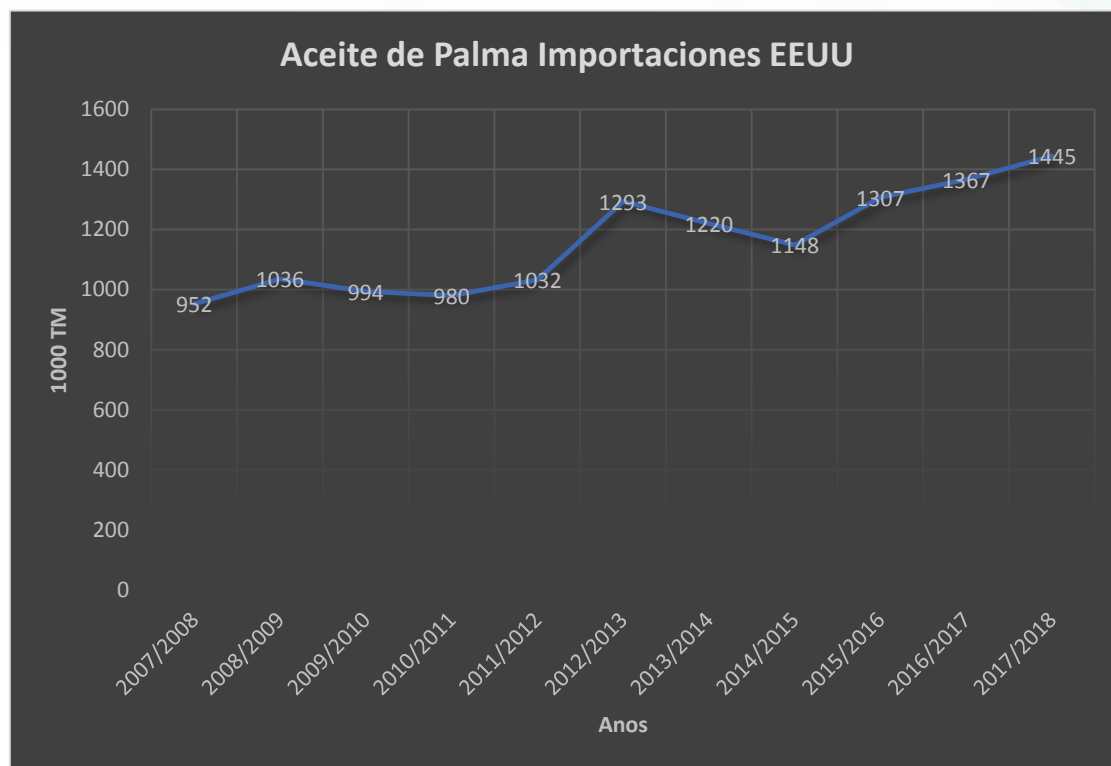
https://atlas.media.mit.edu/en/visualize/embed/tree_map/hs92/import/show/all/1511/2016/?controls=false



Importaciones de PO, PKO y derivados- EEUU

Año 2017 1.4 millones de TM

Incremento de uso continuo





Usos de PO y PKO en EEUU

Importaciones de PO

- Uso Industrial (ie. emulsionantes, glicerinas, lubricantes) aumentó en 74% en los últimos 10 años a 275 1000TM
- Uso Comestible (ie. Shortenings, margarinas, aceite de cocina) aumentó un 20% de 878 1000TM a 1309 1000TM (2017)

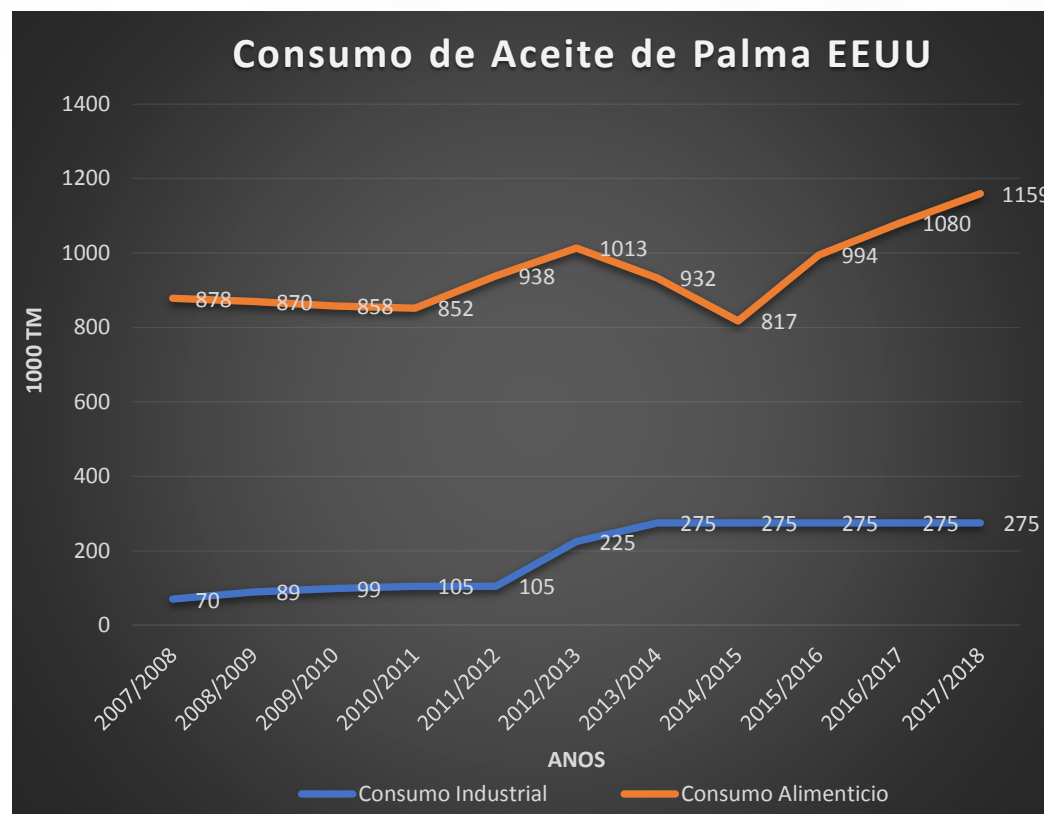
Importaciones PKO En la ultima década uso aumentó en un 38%

- Uso Comestible (ie. Chocolatería, heladería). Aumento 67%
- Oleoquimicos (ie. Cosméticos, detergentes, jabones. Disminuyó un 3% en 10 años
- NO HAY USO EN BIOCOMBUSTIBLES (RSPO & ISCC PLUS, pero no ISCC EU)



Consumo Comestible vs. Consumo industrial

Sector
Comestible
seguirá
aumentando





Situación Actual de Aceite de Palma Sostenible en EEUU

- EEUU no importa CPO ni PKO. Solo importa refinados y derivados en sus distintas presentaciones.
- Hay un mercado de blenders en EEUU, la mayoría compra de Cargill, ADM, Bunge y mezcla para suplir
- Refinerías ubicadas en Europa, Indonesia y Malasia.
- Membresía aumentó un 62% para un total de **378 miembros de RSPO**
- Membresía como actor en la Cadena de Suministro aumento un 41% para un total de 194 miembros
- Total de licencias emitidas para el uso de la marca registrada 33



Cadena de Suministro Mundial

Caso EEUU

- Cadena de Suministro - CPO se refina en Malasia e Indonesia, parte se refina en Europa. De Europa y Malasia-Indonesia llega a EEUU.
- Las grandes- Cargill, ADM, Bunge, Pasternak, Global Agri-Trade venden a granel o tienen sus blenders y sus marcas. Una pequeña porción de oleoquímicos (PKO provenientes de Europa)
- Todos forman parte de la Cadena de Suministro para el uso comestible y oleoquímicos del mercado doméstico de EEUU

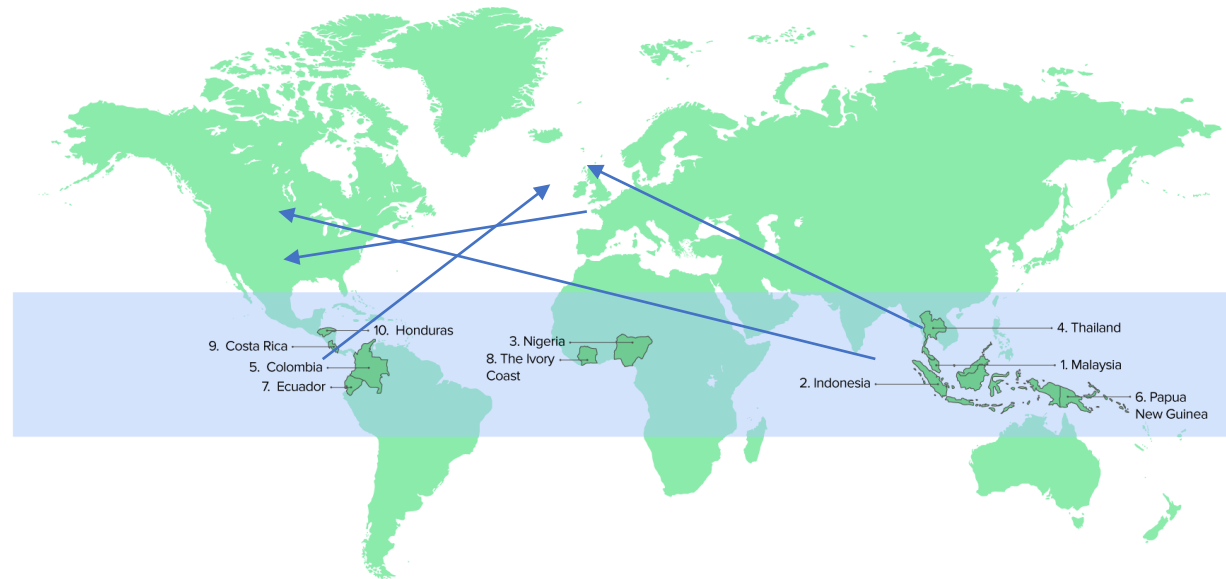


Distribución Mundial

EEUU

- RBD llega desde Malasia o Indonesia
- PKO, derivados provienen de Europa
- América Latina exporta a Europa y dentro de la región

Figure 1: Geographic Distribution and Ranking of Global Palm Oil Producing Nations



Source: Greenpalm.org





Situación Actual de Aceite de Palma Sostenible en EEUU

Según RSPO aproximadamente el 50% de aceite de palma certificado es vendido como tal.

13 Retailers registrados en EEUU, 9 con compromisos de RSPO activos

- Costco, CVS, Dunkin, Krispy Kreme, McDonald's, Starbucks, Target, Wendy's, y Wal-Mart

Otros con influencia no representado (e.g, ALDI, supermercado registrado en Alemania)

- Ejemplos de compromisos:
 - Solventar la compra mediante la compra de créditos (e.g. Book & Claim).
 - Solamente adquirir aceite de palma certificado y sostenible mediante la cadena de suministro física (e.g. Mass Balance)
 - Obliga a sus proveedores utilizar la cadena de suministro física para la compra de sus ingredientes



Situación actual

Bróker y distribuidores

34 miembros

- Solo incluye miembros registrados en EEUU. Sabemos que hay mas, por ejemplo AAK cual no se ve reflejado por ser registrado en Suecia.
- Incluye: ADM, Bunge, Cargill, Columbus Vegetable Oils, Global Agri-Trade, Pasternak Baum, Nutiva, Ciranda.
- Incluye grandes importadores de Aceite de palma y palmiste, así como refinerías de mediana escala o olequimicos
- No todos desglosan la cantidad de aceite certificado vendido
- La mayoría tiene programas de sostenibilidad cual incluye programa sobre el abastecimiento de aceite de palma.
- Por ejemplo ADM, desglosa la lista de extractoras proveedoras de aceite, diferenciado certificado e utilizando el modulo de certificación (IP, SG, MB)



Situación Actual

Miembros Asociados a la Cadena de Suministro (RSPO)

- 122 miembros ordinarios y afiliados.
 - Solo incluye empresas registradas en EEUU. No incluye compañías globales con operaciones mundiales (e.g. Kellogg, Nestlé, Pepsi Co, Unilever, Avon, Estée Lauder)
- Mercado de comestible – Panaderías, Chocolaterías, Bebidas, alimento infantil, masas, etc.
- Mercado de olequímicos- velas, cosméticos, jabones, farmacéutica, glicerina, emulsificantes
- Membresía no certifica el uso de aceite certificado sostenible
- Muchos solo usan aceite certificado, pero no lo declaran
- Declaración en forma del uso de la marca registrada, comunicaciones B2B o al consumidor final son opcionales

Los 'drivers' de la certificación

FABRICANTES DE BIENES DE CONSUMO Y RETAILERS
ULTIMADAMENTE EL CONSUMIDOR FINAL

Pirámide de los
conductores del mercado



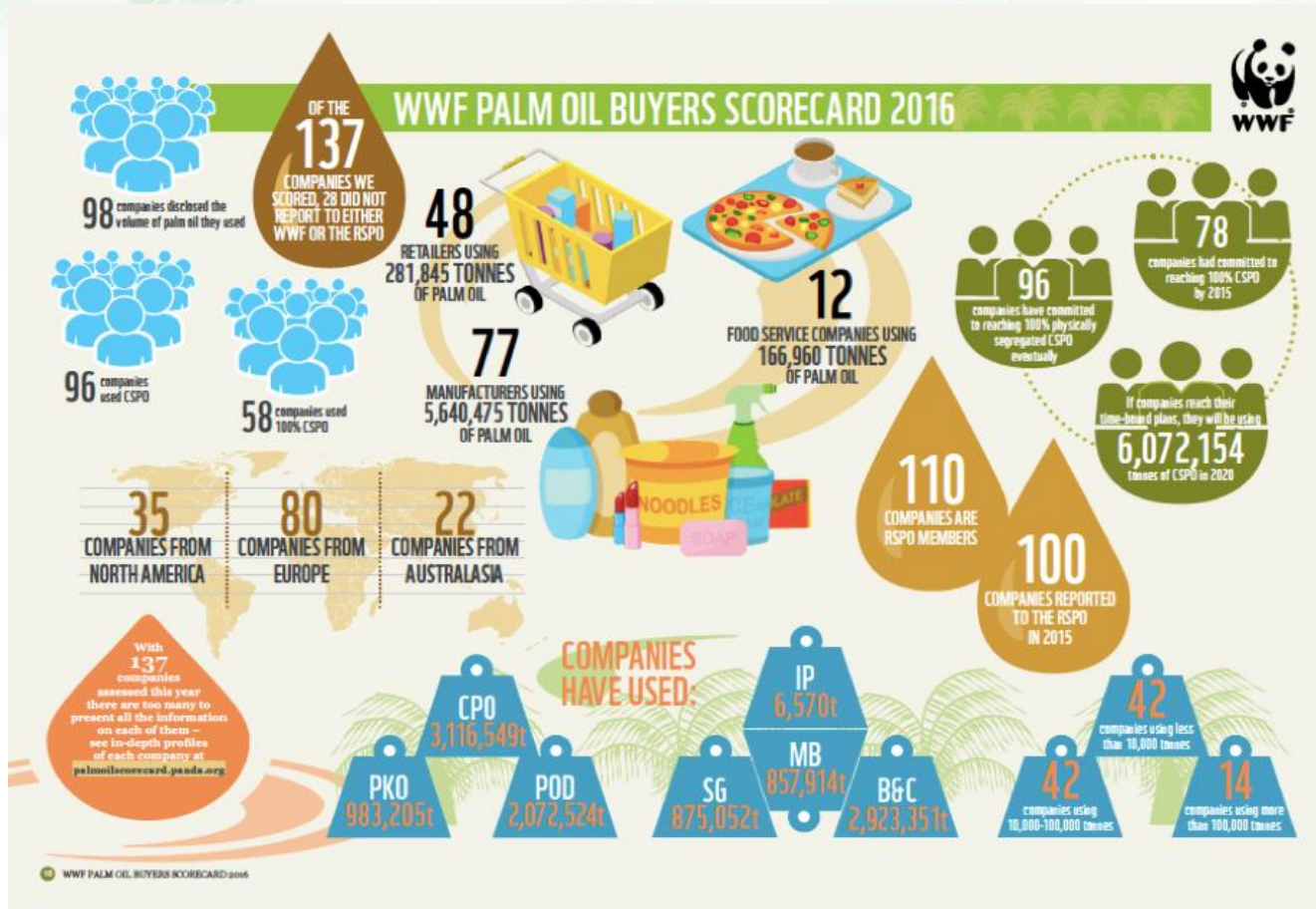


Situación Actual de Aceite de Palma Sostenible en EEUU (WWF)

Tabla de Puntuación- 2016

Criterios de evaluación

- Membresía RSPO y presentación de progreso anual
 - 1 punto por ser miembro y 1 punto por presentar progreso
- Compromisos por años de compra de aceite de palma sostenible
 - 1 punto por compromiso de comprar aceite sostenible anterior al 2015
 - 1 punto por si el compromiso es global
- Empresas deben de saber y desglosar consumo de aceite
 - 1 punto por publicar cantidad de aceite
- Consumo de aceite palma sostenible
 - 4 puntos si utilizan 100% aceite sostenible, 3 puntos 50-75%, 2 punto 25-50%, 1 punto 1-25%, 0 puntos





Retailers

Tabla de Puntuación- Estados Unidos

- Wal-Mart 9 puntos
- Costco 2 puntos
- Kroger 2 puntos
- Target 2 puntos
- Safeway 1 punto
- Whole Foods 0 puntos

- De los 48 retailers evaluados, 14 no reportaron consumo a RSPO o WWF



Empresas Productoras

Estados Unidos

- Colgate-Palmolive, ConAgra Foods, Estée Lauder, General Mills, Hershey, Kellogg's, Kraft Heinz, Mars, Mondeléz, PepsiCo, Young's 9 puntos
- Johnson & Johnson, Avon, Whitewave Foods 8 puntos
- P&G 7 puntos
- Nissin 5 puntos
- Smuckers 4 puntos
- DuPont 3 puntos
- Campbell's 2 puntos
- Hillshire Brands 0 puntos
- De las 77 empresas evaluadas, 10 no reportaron progreso a RSPO o WWF



Servicios Alimenticios

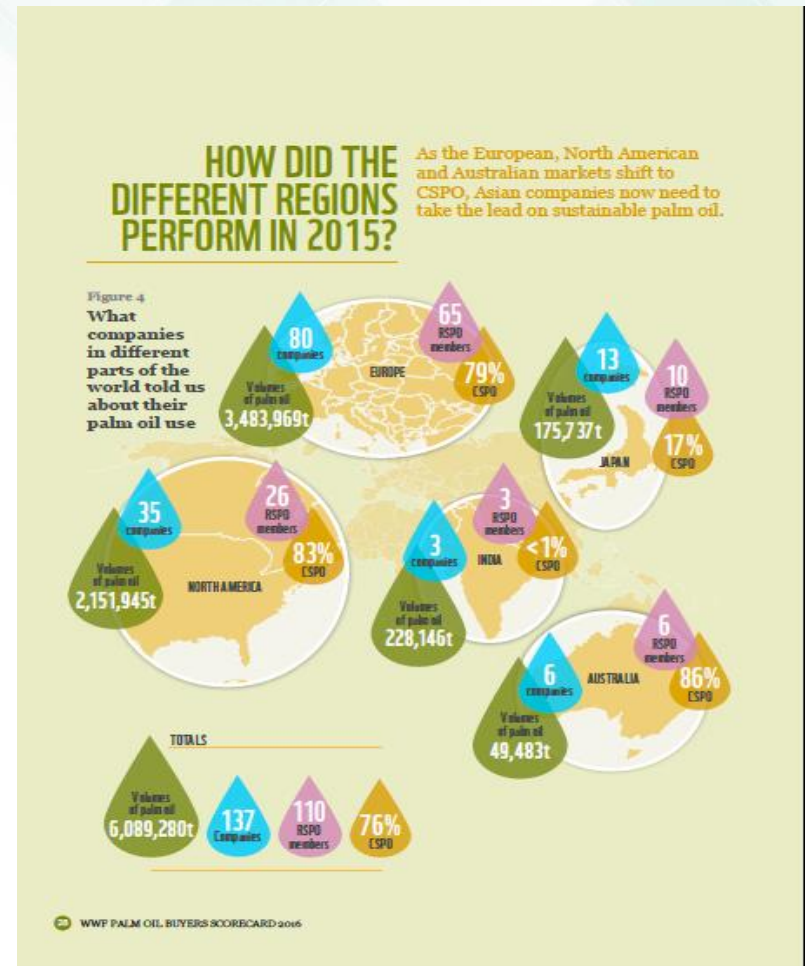
Estados Unidos

- Krispy Kreme Doughnuts, McDonalds 9 puntos
- Wendy's 5 puntos
- Dunkin' Brands 1 punto
- Yum! 0 puntos
- De las 12 empresas evaluadas, 4 no reportaron progreso a RSPO y WWF



WWF por Región

- Europa:
 - 80 compañías
 - Consumo 3.5 millones TM
 - 79% aceite sostenible
- Norteamérica (Incluye Canada)
 - 35 compañías
 - Consumo 2.2 millones TM de aceite
 - 83% aceite sostenible
- Japón
 - 13 compañías
 - Consumo 176 TM de aceite
 - 17% sostenible
- TOTALES: 137 empresas, 6.1 millones TM, 76% sostenible





WWF

Consumo de aceite sostenible

- Unilever
 - 100% consumo de aceite sostenible
- ABF, General Mills, Kellogg`s, L'Oreal, Mars, United Biscuits, Wal-Mart
 - 72% consumo de aceite sostenible
- 22 empresas Estée Lauder
 - 85%
- 21 empresas incluye, Ahold, Hershey, Kraft Heinz, Krispy Kreme
 - 79%
- 6 empresas incluye Colgate-Palmolive, ConAgra, Ferrero, PepsiCo
 - 64%
- 3 empresas 41%



Retos- Industria Alimenticia

Incrementar la Demanda de Cadena de Suministro Física

- La mitad de la cantidad de aceite certificado sostenible es vendido como tradicional
- Retailers deben de exigir de sus proveedores consumo de aceite IP,SG, MB
- Consumidor final debe de exigir el uso de aceite certificado sostenible
- Industria deben de asegurar y cumplir sus compromisos de sostenibilidad
- Distribuidores (Cargill, Bunge, Pasternak etc.) deben de promover aceite certificado sostenible por medio del uso de sus plataformas e incentivar a sus clientes (fabricantes) el uso de de aceite certificado sostenible
- Incentivar a fabricantes el uso de logo y marca registrada – con el fin de incrementar la demanda por el consumidor final



Retos

Falta de marco regulatorio en EEUU

- No existe ningún marco regulatorio con compromisos de consumo de aceite certificado sostenible
- Compromiso para eliminar deforestación de las cadenas de suministro
- Departamento de Comercio de EEUU no tiene un código de importación de aceite certificado sostenible.
- Hasta que no la industria en general no se concientice, los compromisos de pocos solo tendrán un impacto limitado
- Un boicot al aceite de palma no es la solución
- La respuesta es crear un marco donde las prácticas no sostenibles son eliminadas y que a la empresa se le permita, se le fomente y apoye y de ser necesario se le obligue a actuar responsablemente.



Retos- Industria de Oleoquimicos

Incrementar la distribución física de PKO y sus derivados de aceite de palma certificado sostenible

- Cadena de Suministro física es limitada
- En el caso de la falta de derivados certificados sostenible, fabricantes de productos de consumo masivo deben exigir certificación ISCC y la compra de créditos vía Book & Claim.
- A pesar que las importaciones de PKO y derivados han aumentado en un 74% en los últimos 10 años, existe un limitante de disponibilidad certificado sostenible
- Incentivar a fabricantes el uso del logo y marca registrada con el fin de incrementar la demanda del consumidor final



Perspectivas

NASPON

North American Sustainable Palm Oil Network

Red Norteamérica de Aceite de palma Sostenible

- Misión: Educar, impulsar y asistir a empresas Norteamericanas en hacer y cumplir en sus compromisos en su consumo de aceite de palma sostenible
- Meta: consumo de aceite sostenible ser una norma en el mercado norteamericano y global
- Grupo colaborativo que consiste en asociaciones, ONGs, fabricantes de productos de consumo masivo, retailers, empresas de servicio alimenticio, distribuidores y productores
- Miembros fundadores incluye: Ahold Delhaize, Albertosns, Barry Callebaut, Blommer Chocolate, Bunge, Conservation International, Control Union, Dunkin` Brands, Fuji Oils, grupo Bimbo, International Flavors & Fragrances, IOI Loders, Kellogg, Kraft Heinz, PepsiCo, Rainforest Alliance y Target.



Perspectivas

Según Dan Strechay, representante de RSPO para EEUU

- Importaciones de Aceite de Palma y derivados incrementara de 1.3 millones de TM a 1.5 millones de TM en 2023
- Incremento en la demanda impulsado por la Industria Comestible
- 2018-2019 verá un crecimiento en la doble certificación RSPO y ISCC
- Actualmente 64-67% de empresas utilizan el modulo Book & Claim, 2018 verá un incremento en consumo de aceite sostenible de fuentes físicas
- El ultimo año se vio un incremento de 17% en la membresía de RSPO, tendencia igual o mayor
- Actualmente la industria de biocombustible no utiliza aceite de palma en EEUU, no habrá cambios



¡Gracias!

Autor:

Adriana Cala

+1 (786) 281.2707

Adriana.cala@calaconsultants.com

Obtenga más información:

La certificación RSPO - <https://www.scsglobalservices.com/es/rspo>

La certificación ISCC - <https://www.scsglobalservices.com/es/certificacion-iscc-ue-0>

