



Optimizar la rentabilidad palmera

Optimizar la rentabilidad palmera

Durante el 2022 se adelantaron distintas estrategias e iniciativas, con el propósito de avanzar en la consolidación de una agroindustria rentable y más competitiva. Se llevaron a cabo acciones y gestiones para la adecuada colocación de los productos tanto en el mercado local como de exportación, promover el posicionamiento del aceite de palma colombiano y desarrollar alternativas de valor agregado.

Lo anterior, en medio de un mercado internacional volátil, con mucha incertidumbre del lado de la oferta y la demanda, políticas públicas activas en países productores y consumidores, que al final resultaron en niveles de precios significativamente altos. En el mercado local, continuó la tendencia de mayor consumo del aceite de palma y una reducción de las importaciones tanto de este como de soya, una buena fluidez de la comercialización y disponibilidad de los productos de la agroindustria para atender los requerimientos para usos comestibles y no comestibles.

Las gestiones estuvieron enfocadas en defender y fomentar unas buenas condiciones de acceso para los aceites de palma y de palmiste en los diferentes mercados; posicionar el consumo de aceite de palma 100 % colombiano, haciendo énfasis en el poder transformador de la palmicultura en las diferentes regiones y su impacto económico, social y ambiental; mapear oportunidades de mercado con el propósito de aumentar la rentabilidad de la palmicultura a través de nuevos negocios; y defender y administrar de manera eficiente el Fondo de Estabilización de Precios para el Palmiste, el Aceite de Palma y sus Fracciones, FEP Palmero, al ser un mecanismo de estabilización fundamental para la adecuada comercialización de los productos de la agroindustria.



3.1. Gestión para la comercialización sectorial

Representación y defensa del sector en asuntos comerciales

Mercado local

Un hecho significativo y de preocupación en la comercialización en 2022, fue el incremento de la intermediación de terceros en la compra y venta de fruta, un uso indebido de la maquila y el robo de fruta en las plantaciones. Ante esto, el gremio realizó una propuesta al Gobierno Nacional para ajustar en la metodología del FEP Palmero, los requisitos de los ordenantes de maquila y adelantó algunas iniciativas que se esperan consolidar en 2023.

Por otra parte, con el propósito de conocer la situación de la comercialización de aceite crudo de palma certificado, durante el año se realizaron encuestas a plantas de beneficio, así como a la industria de aceites y grasas. Las principales conclusiones fueron:

- La venta de este aceite en el mercado de exportación ha tenido buenos precios, generando una mejor rentabilidad y sostenibilidad.
- Varias empresas se encuentran en proceso de obtener la certificación de sostenibilidad.
- La industria de aceites y grasas en Colombia cada vez tiene mayor conciencia de la importancia de comprar aceite certificado nacional.
- El aceite de palma certificado es más valorado en el mercado internacional que en el nacional, debido a que aún hay mucho desconocimiento sobre la importancia y los beneficios de las certificaciones.
- En 2022, la compra de este aceite aumentó, debido a una mayor demanda hacia producto terminado para exportación.

Mercado internacional

Dada la importancia de la Unión Europea (UE) para las exportaciones de aceites de palma y palmiste colombianos, la Federación adelantó diferentes gestiones con el propósito de mitigar o contener el impacto de ciertas normas, que pueden restringir su acceso a dicho mercado:

- Coordinación con la Dirección de Relaciones Comerciales y la Oficina de Asuntos Legales Internacionales del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la oficina comercial de la Embajada de Colombia ante la UE, y la Misión Permanente de Colombia ante la Organización Mundial del Comercio, acerca de los reglamentos que la UE ha expedido sobre criterios de sostenibilidad, de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y de bajo riesgo de provocar un cambio indirecto del uso de la tierra (ILUC, por su sigla en inglés); comercio de bienes libres de deforestación; y prohibición de productos relacionados con trabajo forzoso.
- El aceite de palma fue incluido en las mesas de sostenibilidad e internacionalización de los sectores agrícolas exportadores a la UE, convocadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el fin de identificar y concretar las necesidades de cooperación frente a futuras regulaciones.
- Teniendo en cuenta el potencial que representa el mercado de Estado Unidos, se adelantó de la mano del Gobierno Nacional, un relacionamiento con congresistas de ese país (Figura 5). Su propósito era darles a conocer el sector palmero colombiano e incidir principalmente sobre tres iniciativas que están en curso en el Congreso americano, que afectan el acceso al mercado del aceite de palma: H.R.5863 - End Palm Oil Deforestation Act, H.R.5508 - FOREST Act of 2021 y la S.4038 - Renewable Diesel and Sustainable Aviation Fuel Parity Act of 2022.

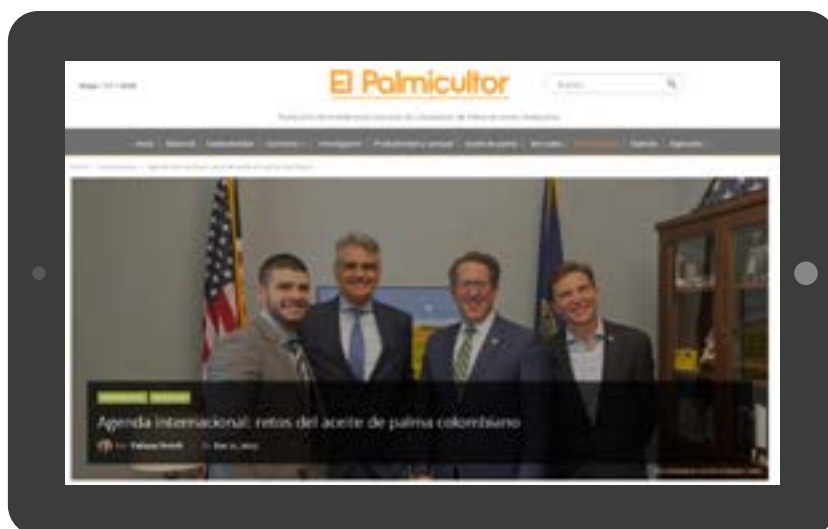


Figura 5. Reunión con congresistas de Estados Unidos. De izquierda a derecha Mario Hernández, empresario colombiano, Óscar Gamboa, Consejero de la Embajada de Colombia en Washington, Jorge Enrique Bedoya, Presidente de la SAC, Timothy Eugene Scott, Senador estadounidense, Nicolás Pérez, Presidente de Fedepalma y Carlos Mateus, Director de Fedebiocombustibles.

- En lo relacionado con las negociaciones comerciales, el gremio participó en: (i) Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Emiratos Árabes Unidos, (ii) profundización de la relación comercial entre Colombia y Curazao, (iii) Acuerdo de Alcance Parcial entre Colombia y la Comunidad del Caribe (No. 31), y (iv) entre Colombia y República Dominicana.
- El sector logró para los productos de la cadena de semillas oleaginosas de aceites y grasas, sujetas al

Sistema Andino de Franja de Precios (SAFP), una desgravación lineal en 10 años del componente fijo, manteniendo el variable del SAF. Adicionalmente, se presentó la posición de Fedepalma ante el Gobierno Nacional sobre la importancia de que los aceites microbianos hagan parte del SAF, en la medida que estos son considerados sustitutos de los aceites vegetales en usos alimenticios y no alimenticios, y deben tener las mismas condiciones arancelarias.

Conozca más sobre las acciones de relacionamiento internacional aquí:
<https://elpalmicultor.fedepalma.org/agenda-internacional-retos-delaceite-de-palma-colombiano/>





Fortalecimiento de las capacidades de comercialización de la agroindustria

En 2022, se avanzó en la viabilización del piloto de transporte de aceite de palma por vía férrea, desde La Dorada a la Costa Atlántica. Esto, con el propósito de entregar al sector palmero análisis concretos sobre posibles alternativas para mejorar la logística de cara a los mercados internacionales. A finales del año, Ferrocarriles del Norte de Colombia, Fenoco, dio su aprobación para la realización de dicho piloto.

Monitoreo y gestión sobre los flujos de comercio informal e ilegal de aceites y grasas

Con el objetivo de contrarrestar la ilegalidad en la comercialización, durante el 2022 la Federación participó en los espacios de interlocución con la POLFA y la DICAR. Igualmente, se continuó el trabajo con-

junto con la DIAN sobre controversias de valor en la importación de aceites y grasas. Con la Aduana de Puerto Asís se hizo seguimiento a los pasos de frontera vigentes y autorizados, y se capacitó a sus funcionarios sobre la agroindustria en Colombia. En cuanto al programa de observadores aduaneros, se realizaron ajustes en las declaraciones de importación de aceites y grasas por un valor de USD 16.5 millones, evitando distorsiones en su comercialización en el mercado local.

Monitoreo, análisis y divulgación de información de precios y mercados internacionales relevantes para el sector

Con el fin de compartir información sobre el mercado nacional e internacional, y los principales acontecimientos que influyen en los precios, se elaboraron y publicaron varios informes a lo largo del año, complementados con los boletines económicos que analizan la oferta y demanda de aceites y grasas (Figura 6).



Figura 6. Informes de precios y mercados diarios, semanales y mensuales en 2022.



Mecanismo de estabilización de precios, FEP Palmero

El Fondo de Estabilización de Precios para el Palmiste, el Aceite de Palma y sus Fracciones, FEP Palmero, continuó generando un ingreso remunerativo para el sector, permitiendo que los palmicultores recibieran las señales de precio del mercado internacional y de tasa de cambio, adelantaran una comercialización organizada y fluida de los productos de la agroindustria, y tuvieran ingresos superiores a los observados en países como Malasia e Indonesia (Figura 7). Estos países, al igual que Colombia, cuentan con políticas públicas de apoyo a la comercialización de los aceites de palma y sus derivados

Las operaciones de estabilización del FEP Palmero estuvieron enmarcadas por las condiciones del mercado internacional, derivadas del conflicto entre Rusia y Ucrania; las restricciones de Indonesia a la exportación del aceite de palma como medida para controlar el precio interno, a partir de cuotas, impuestos y prohibiciones; los efectos negativos del clima en las cosechas de aceite de soya de Suramérica; las complicaciones de exportación desde Argentina

por dinámicas político-económicas propias de ese país; y el control cambiario, entre otros.

Los precios internacionales del aceite de palma, referencia BMD-3, arrojaron un promedio de USD 1.123 por tonelada en 2022, con niveles de USD 1.376 durante el primer semestre, y un ajuste a la baja en el segundo semestre hasta los USD 876 por tonelada. En mercado de destino, el CIF Rotterdam (m+1) tuvo promedios de USD 1.596 y USD 1.076 por tonelada para el primer y segundo semestre respectivamente, con una prima sobre el referente BMD-3 alrededor de USD 200 por tonelada, lo que conlleva a que las operaciones de estabilización aplicaran cesiones a los mercados de exportación, y compensaciones al local.

Esta condición de mercado ha generado un gran debate en el sector palmero sobre el ajuste del referente del precio paridad de importación BMD-3, que no es un precio FOB y, por ende, no contempla los impuestos a la exportación activados en Malasia e Indonesia en los últimos dos años. Estos impuestos han ocasionado distorsiones en los precios internacionales y en los referentes de la metodología del FEP Palmero.

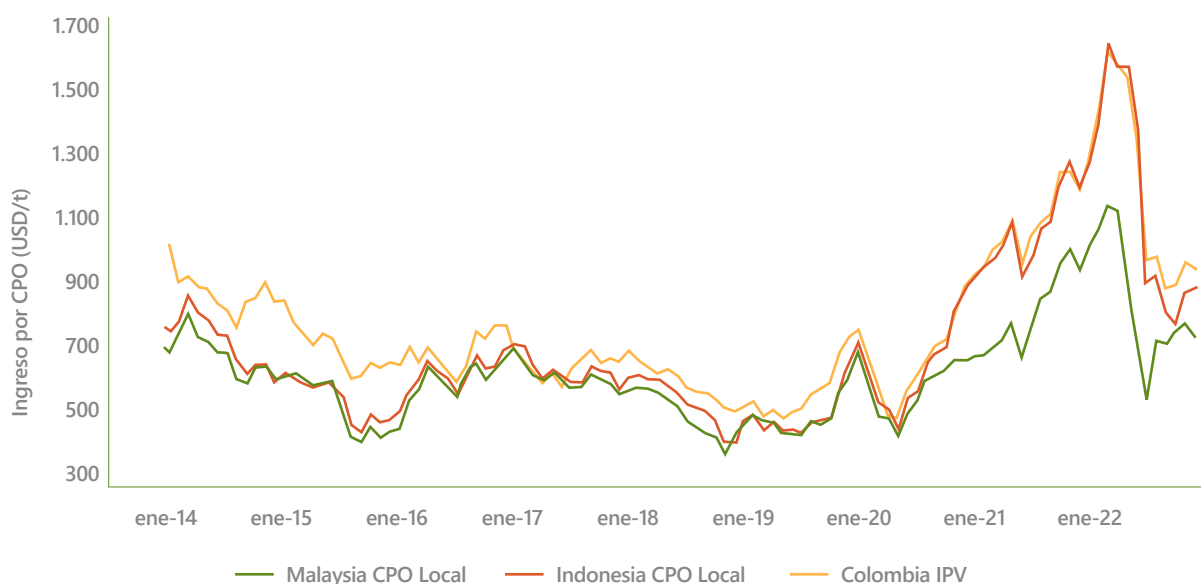


Figura 7. Comparación precio local del aceite de palma crudo en Malasia e Indonesia vs. precio medio del sector.
Fuente: LMC y Fedepalma.



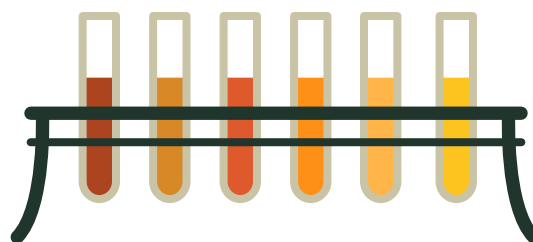
Mercadeo estratégico para la promoción del consumo del aceite de palma

Seguimiento al plan aliados con la industria refinadora de aceites

Con el fin de impulsar el consumo del aceite de palma 100 % colombiano a nivel nacional, se continuó fortaleciendo la lista de aliados para el uso de este sello. La investigación sobre el mercado de aceites y margarina en Colombia evidenció que las marcas con dicho sello cerraron con 17,4 % de participación de mercado, 4,4 puntos porcentuales más de lo registrado en 2021 (Figura 8). En el marco de esta campaña, se realizaron diferentes reuniones con los socios estratégicos, abordando los temas de ilegalidad y las activaciones BTL.

Marcas vinculadas por año

2018	Rica Palma	2020	Frescampo
	Búcaro		La Muñeca
	Oleoflor		Olifry
	Nolí		Oleosander
	Palmalí		Aceite Caribe
	Del Llano		Margueritte
	Oriental		Fullfry
			Vivi
			Royal Garden
2019	Río de Oro	2021	Ricaceite
	Fritina		Megatiendas
	Frita Frita		Ricuras del campo
	Optimun		Alegria
	El Mago		
	Oleopalma		
	Oliomapi		
	Oleo Llano		
	Oleosabor		
Z solo			
Atlántico			
		2022	Alkosto
			Sonelo
			La Garza



Marcas vinculadas por años y volumen

Total aceite share volumen

Volumen toneladas		183.437 t	92.967 t	90.470 t	82.872 t	7.598 t
		2018	50,7 %	49,3 %	45,2 %	4,1 %
			Otros segmentos aceite	Mezclas con palma y palma	Mezclas con palma y palma sin pioneros	Pioneros
Volumen toneladas		245.715 t	110.898 t	134.817 t	115.277 t	19.539 t
		2019	45,1 %	54,9 %	46,9 %	8 %
			Otros segmentos aceite	Mezclas con palma y palma	Mezclas con palma y palma sin pioneros	Pioneros
Volumen toneladas		260.260 t	120.170 t	140.090 t	107.256 t	32.834 t
		2020	46,2 %	53,8 %	41,2 %	12,6 %
			Otros segmentos aceite	Mezclas con palma y palma	Mezclas con palma y palma sin pioneros	Pioneros
Volumen toneladas		241.176 t	106.428 t	134.748 t	103.466 t	31.283 t
		2021	44,1 %	55,9 %	42,9 %	13 %
			Otros segmentos aceite	Mezclas con palma y palma	Mezclas con palma y palma sin pioneros	Pioneros
Volumen toneladas		229.294 t	98.140 t	131.155 t	91.367 t	39.787 t
		2022	42,8 %	57,2 %	39,8 %	17,4 %
			Otros segmentos aceite	Mezclas con palma y palma	Mezclas con palma y palma sin pioneros	Pioneros

Figura 8. Investigación de participación de mercados Kantar 2022.



Diseño y ejecución del plan de medios

El objetivo de la estrategia estuvo enmarcado en generar visibilidad a través del alcance de un plan efectivo, con interacciones en las redes sociales y el crecimiento de las comunidades, además de llevar tráfico al sitio web lapalmaesvida.com. Por otro lado,

la campaña del Aceite de Palma 100 % Colombiano: frutos de la palma, cerró en diciembre de 2022, con una recordación del 75 %.

3.2. Producción de piezas de comunicación

Campañas desarrolladas (Figura 9):

Detrás de la palma:

lanzada a finales de mayo, buscaba resaltar la importancia y el impacto de los cultivos de la palma de aceite en Colombia. Se crearon tres referencias enfocadas en empleo, medioambiente y desarrollo social. Se emitió por televisión, radio y digital.



Palmas por el planeta: orientada hacia la educación sobre la correcta disposición del aceite de cocina usado. Se elaboraron piezas para su publicación los lunes de cada mes, por canales digitales.



Frutos de la palma: lanzada en octubre de 2022, se creó bajo cuatro líneas discursivas: trabajo digno, cambio social, nuevas oportunidades y cuidado del medioambiente, todo esto narrado por los palmicultores de las distintas zonas palmeras de Colombia. Fue transmitida por televisión, radio y canales digitales.



Ilegalidad. Campaña cada peso vale: su objetivo era enseñar a los consumidores a comprar un aceite de cocina legal. Se diseñaron piezas digitales, impresas y cuñas radiales.

Figura 9. Piezas digitales 2022.



3.3. Posicionamiento internacional

Durante el 2022, se adelantó el convenio con la Sociedad Alemana para la Cooperación Internacional (GIZ, por su sigla en alemán), con el fin de posicionar el aceite de palma sostenible de Colombia, junto al proyecto INCAS Global + GIZ. Las piezas publicitarias se difundieron a través de las redes sociales de Procolombia, Fedepalma y GIZ. Algunas fueron incluso usadas en Euronews segmentado en Europa, mercado de interés.

Adicionalmente, se coordinó con Procolombia y las embajadas de Alemania, Italia y España, la visita de tres periodistas europeos a las zonas palmeras. De Italia asistió Raffael Bertin, delegado de la agencia de noticias Agenzia Nova (Bertil, 2022), Lukasz Tomaszewski de Deutschlandradio, Alemania, y Miguel Vera, del Diario ABC de Cataluña (Vera, 2022). Para el cubrimiento de la Conferencia Internacional, asistieron otros dos periodistas europeos: Manuel Meyes, alemán, quien publica en la revistas suizas Sonntag y Doppelpunkt, y Miriam Chacón, española, especializada en turismo ecológico.

Conozca más sobre este tema en:
<https://elpalmicultor.fedepalma.org/biodiesel-la-principal-opcion-de-combustibles-renovables-hacia-la-transicion-energetica/>



3.4. Desarrollo de nuevos negocios

Gestión para mantener/aumentar el uso de biocombustibles derivados del aceite de palma

Se continuó la gestión ante entidades, públicas y privadas relacionadas con el programa de biodiésel, uno de los principales mercados para la agroindustria, con el objetivo de contribuir a la fluida comercialización del aceite de palma, que en el 2022 tuvo ventas del 32,4 % del total de la producción para este segmento. Por su parte, el Ministerio de Minas y Energía modificó en tres oportunidades el cronograma de mezclas, especialmente en las fronteras. El año terminó con B10 para todo el sector automotriz, y B8 para las zonas limítrofes.

Las ventas de biodiésel de palma fueron cerca de 700 mil t/año, volumen superior en un 8,2 % con respecto al año anterior, que se explica por el incremento de la demanda de combustibles fósiles en el país (Figura 10).



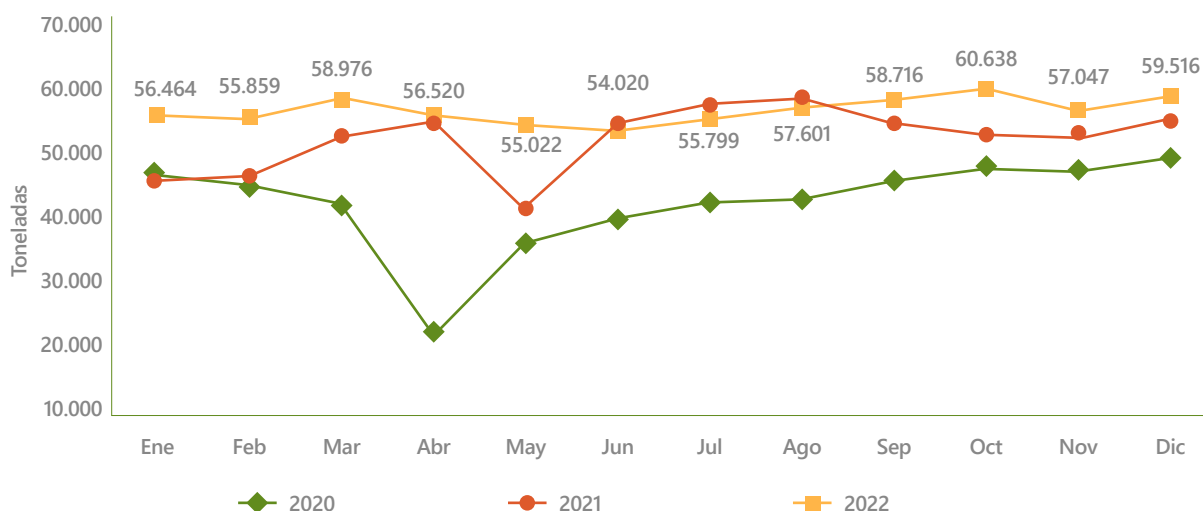


Figura 10. Comportamiento de las ventas de biodiésel de palma en Colombia.

Análisis de la oportunidad de los biocombustibles avanzados de aceite de palma en Colombia

En los últimos años, el mundo ha migrado a la producción y uso de biocombustibles de bajas emisiones, que contribuyan a las metas de reducción de Gases Efecto Invernadero, GEI, a nivel global. Según esa tendencia, se ha identificado una oportunidad para el aceite de palma colombiano en el corto plazo, y para la biomasa residual en el largo plazo, como materias primas para la producción de diésel renovable (DR) y de combustibles sostenibles de aviación (SAF, por su sigla en inglés). Expertos como la Agencia Internacional de Energía, EIA, estiman que la demanda para estos biocombustibles en 2025 será de 25 millones de toneladas.

Dentro del análisis, se identificó la necesidad de demostrar el nivel de reducción de emisiones de estos biocombustibles frente al combustible tradicional, acorde con los requerimientos del estándar Carbon Offsetting and Reduction Scheme for International Aviation (CORSIA) para el sector de aviación y la huella de carbono establecida en el mercado destino para el diésel renovable.

Por lo anterior, las actividades en 2022 se enfocaron en la actualización del estudio del ciclo de

vida para el aceite de palma colombiano y para los biocombustibles avanzados que se deriven (DR y SAF), realizando el inventario de GEI en más de 50 plantas de beneficio. Como resultado de la gestión adelantada a nivel local e internacional, se logró que el Banco Mundial incluyera una evaluación del ciclo de vida de la cadena de producción de SAF y diésel renovable, que será ejecutada por la ISCC en 2023.

Promoción de la mejora de calidad del aceite de palma colombiano

Las tendencias mundiales en términos de calidad son cada día más exigentes para los aceites vegetales, y en especial para aquellos que se utilizan en la elaboración de alimentos. El aceite de palma no es ajeno a esto, ya que en los últimos años los compradores están reclamando nuevos parámetros relacionados con el nivel de compuestos contaminantes, especialmente en los mercados de exportación.

Con el ánimo de identificar el grado de calidad del aceite de palma colombiano, en 2022 se recopiló información de terceros, y se realizaron análisis de muestras puntuales, que permitieron identificar que se encuentra por fuera de las especificaciones definidas para los parámetros considerados contaminantes como lo son el cloro, MOSH/MOAH y metales.



Para dar a conocer esta situación y sensibilizar al sector, se llevaron a cabo dos talleres presenciales sobre las buenas prácticas para el mejoramiento de la calidad del aceite de palma crudo. Igualmente, se identificó la oportunidad de producción de POME oil, producto que se genera al recoger el aceite de palma atrapado en las corrientes del proceso. Este es considerado una materia prima de segunda generación en Europa, apetecida para la producción de biocombustibles. Durante el año se determinaron las posibles rutas de separación de corrientes al interior de las plantas de beneficio, así como los requerimientos establecidos por la ISCC para la certificación de este producto.

Promoción del aceite de palma alto oleico

Se continuó trabajando para contribuir a la diferenciación y la difusión de las características del aceite de palma alto oleico, en los diferentes segmentos del mercado.

Con el objetivo de validar su funcionalidad a nivel industrial, se realizaron dos pruebas: fraccionamiento y evaluación de la energía metabolizable en pollos de engorde. Así mismo, se adelantaron tres reuniones de la Cámara Alto Oleico, destacando los siguientes desafíos: necesidad de un nombre genérico para este

aceite, enfoque de la estrategia de posicionamiento y tecnología que permita su adecuada extracción.

Promoción de las oportunidades de negocio a partir de la biomasa residual

En el marco del trabajo conjunto con Ecopetrol, en 2022 se analizaron alternativas que permitieran valorizar el uso de los subproductos del proceso de extracción del aceite de palma:

- Estimación de la biomasa residual como materia prima para la producción de energía eléctrica en la Zona Central.
- Prueba piloto para la generación y comercialización de energía eléctrica, a partir del biogás generado en los sistemas de tratamiento de aguas residuales (STAR).
- Estudio exploratorio para la obtención de biometano derivado del biogás en dos puntos de la Zona Oriental.

Como resultado de estas investigaciones y la dinámica generada a partir de las opciones del biogás en 2022, iniciaron operación tres nuevos proyectos para su captura y están en construcción cuatro más.

Conozca más sobre estos avances en: <https://elpalmicultor.fedepalma.org/biogas-impulso-economia-descarbonizacion-sector/>

