

Optimizar



4

la rentabilidad

palmera





Optimizar la rentabilidad palmera

Optimizar la rentabilidad palmera es uno de los cinco objetivos estratégicos de la Federación. Para alcanzar un ingreso remunerativo para los cultivadores y productores de palma de aceite, se requiere adelantar acciones y gestiones que generen las condiciones adecuadas para la colocación de los productos de la agroindustria, tanto en el mercado local como de exportación, promover el posicionamiento del aceite de palma colombiano y desarrollar alternativas de valor agregado para el sector.

En 2021, el mercado internacional de aceites y grasas estuvo caracterizado por precios internacionales altos, con un récord histórico en el caso del aceite de palma en la Bolsa de Malasia. Esta dinámica se dio como consecuencia de las menores cosechas de semillas de colza y girasol; la caída de la producción de aceite de palma en Malasia, que fue la más baja de los últimos cinco años, en buena medida por las dificultades de mano de obra que enfrenta ese país; el buen comportamiento del consumo mundial de aceites y grasas, explicado por la recuperación económica a nivel global; la consolidación de los mandatos de mezclas de biocombustibles en diferentes países; y la adopción de altos impuestos a la exportación de aceite de palma y sus derivados en Indonesia y Malasia, entre otros.

En el contexto colombiano, se registró un incremento considerable en el con-

sumo de aceites y grasas, y, en particular en el de aceite de palma. Lo primero se explica por el extraordinario crecimiento (por encima del 10 %) de la economía colombiana. Lo segundo, por las mayores compras de aceite de palma tanto en usos comestibles como no comestibles, en razón a las primas atípicamente altas entre los precios internacionales del aceite de soya y el aceite de palma, al crecimiento del 15 % del mercado de biodiésel nacional, y a las buenas condiciones de competitividad del aceite de palma en el mercado local, entre otros.

Durante el 2021, el gremio entregó a los palmicultores productos concretos derivados de la gestión de la comercialización sectorial, los avances en la estrategia de mercadeo y posicionamiento del aceite de palma 100 % colombiano, el desarrollo de nuevos negocios y la estabilización de precios del FEP Palmero. Para que dichos productos, estuvieran alineados con las directrices y orientaciones de los palmicultores y de los órganos de dirección de la Federación, se realizaron 12 consejos asesores de comercialización y una reunión nacional de plantas de beneficio, así como una activa participación en las reuniones del Comité Directivo del FEP Palmero.

Gestión para la comercialización sectorial

Mecanismo de estabilización de precios, Fondo de Estabilización de Precios, FEP Palmero

En 2021, 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 palmero colombiano. Así se permitió que los palmicultores no solo recibieran las señales de precio del mercado internacional y de la tasa de cambio, sino que 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 que cuentan, al igual que Colombia, con políticas públicas de apoyo al comercio de los aceites de palma y sus derivados (Figura 25).

Las operaciones de estabilización del FEP Palmero estuvieron enmarcadas en una condición atípica, en la que los mercados de exportación cesionaron y el mercado local compensó, en razón a que se ampliaron las diferencias entre las cotizaciones del aceite de palma en Rotterdam y en la Bolsa de Malasia



Figura 25. Comparación precio local del aceite de palma crudo en Malasia e Indonesia vs. precio medio del sector. Fuente: LMC y Fedepalma.

(BMD-3), a más de USD 200 por tonelada, superando las diferencias de logística y acceso entre los mercados local y de exportación. Esta ampliación se dio como consecuencia de la adopción de altos impuestos a la exportación en Malasia e Indonesia, pero también a las condiciones propias del mercado que generaron una situación a su vez especial en los futuros del aceite de palma, conocida como *backwardation*, en la que los precios del producto físico son más altos que los precios de los futuros.

Como resultado de las operaciones de estabilización de precios del FEP Palmero, en 2021 el precio medio del sector alcanzó \$ 4.093.462 por tonelada, un 63 % superior a lo observado en 2020 (Ver sección Precios nacionales de los aceites de palma).

Por su parte, las exportaciones de aceite de palma alcanzaron 528 mil toneladas, dirigidas principalmente a la Unión Europea, Brasil y México, resaltando en especial a Brasil, un país deficitario en palma y donde Colombia cuenta con condiciones preferenciales de acceso.

En el caso del aceite de palmiste, el precio medio fue de \$ 5.585.543 por tonelada, incrementando 94 % frente al 2020. Las ventas al mercado local alcanzaron 32.4 mil toneladas en 2021, registrando un crecimiento del 11 %. Esto se dio, en parte, como consecuencia de la disminución en las importaciones de Ecuador y Perú, naciones que con la pandemia han tenido un mayor uso de este aceite láurico en jabonería.

Representación y defensa del sector en asuntos comerciales

Mercado local

Los altos niveles y la volatilidad de los precios internacionales de los aceites y grasas, aunado a la adopción de diversas políticas públicas en países productores y consumidores en 2021, resultaron en una reconfiguración de su oferta y demanda mundial. Esto, sumado al buen comportamiento de la producción nacional y la mayor absorción de aceite de palma en el mercado local, resaltó la importancia de que el gremio realizara un seguimiento, análisis y socialización permanente de las condiciones de comercialización, tanto nacional como internacionalmente, con el fin de orientar las decisiones de los productores.

En cuanto a la iniciativa del Gobierno Nacional de neteo para las exportaciones de aceite de palma, en el marco del FEP Palmero, el gremio participó en una mesa técnica con distintas instancias gubernamentales, logrando plantear sus observaciones y argumentos al respecto, que fueron tenidos en cuenta. Simultáneamente, realizó aclaraciones con relación a la propuesta palmera de universalización de las operaciones de dicho mecanismo de estabilización.

Con el propósito de tener mayor claridad de la dinámica del aceite de palma certificado en el mercado nacional, la Federación realizó encuestas a los productores y a la industria refinadora, encontrando que:

- ◆ Las empresas palmicultoras colombianas, cada vez tienen mayor

interés por elevar sus estándares de sostenibilidad y certificación de sus procesos.

- ◆ En el mercado local y de exportación a Europa, el segmento de aceites y grasas comestibles es el principal destino del aceite de palma certificado.
- ◆ Lograr la certificación del aceite de palma sostenible, además de promover la buena imagen de la palma, fomenta mejores prácticas y contribuye a la mitigación de la huella de carbono de las plantaciones.
- ◆ La industria de aceites y grasas en Colombia está en proceso de aumentar la compra de aceite certificado, siendo consciente de que se debe realizar un esfuerzo para que el mercado reconozca la certificación de sostenibilidad.

Mercado internacional

Teniendo en cuenta las preocupaciones en materia de sostenibilidad de la palma de aceite, en mercados de exportación de aceites de palma colombianos (específicamente en la Unión Europea y Estados Unidos), así como las diferentes iniciativas de carácter normativo que se vienen registrando en dichos mercados, y que pueden restringir el acceso a los productos de la agroindustria nacional, la Federación adelantó las siguientes gestiones:

- ◆ Continuar la mesa técnica público-privada entre Fedepalma, los ministerios de Agricultura y Desarrollo Rural, y de Comercio, Industria y Turismo, y las misiones comerciales nacionales en Bruselas y en Ginebra ante la Organización Mundial del Comercio, con

el fin de hacer seguimiento a los procesos en que Colombia es tercer país interesado, y a la normativa que se genere en la Unión Europea para tomar acciones conjuntas Gobierno y sector privado.

- ◆ Garantizar la defensa de los intereses del sector, revisando y comentando reglamentos, documentos o leyes. Por ejemplo, se realizaron observaciones y sugerencias al “Implementing ACT”, al reglamento al uso de combustibles renovables y combustibles hipocarbónicos en el transporte marítimo, a escritos presentados por Indonesia y Malasia en el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, al reglamento sobre las condiciones de competencia equitativas para el transporte aéreo sostenible y a la “ley forestal” de Estados Unidos.
- ◆ Teniendo en cuenta la relevancia de mecanismos como la debida diligencia, en temas de sostenibilidad y de gobernanza para el acceso del aceite de palma a mercados internacionales, se analizaron de la mano de la firma Trust las tendencias de esta normativa y las exigencias que se están desarrollando al respecto, identificando legislaciones adoptadas, o en curso de aprobación, en diferentes países del bloque europeo.
- ◆ En lo relacionado con las negociaciones comerciales, se logró que en la adhesión de Singapur como miembro asociado de la Alianza Pacífico, los productos de la cadena de semillas oleaginosas, aceites y grasas, sujetos al Sistema Andino de Franja de Precios, SAFF, tuvieran una desgravación lineal en 10 años del componente fijo, manteniendo el componente variable. Además, que se estableciera una regla específica de origen para el aceite de palma y sus fracciones, con el fin de prevenir el riesgo de una posible triangulación de aceites de palma crudo y refinado desde Indonesia o Malasia.
- ◆ Para mejorar el posicionamiento del aceite de palma colombiano, se solicitó a la European Palm Oil Alliance, EPOA, colaboración en la creación de espacios para comunicar los mensajes clave sobre la sostenibilidad del sector palmero nacional. De común acuerdo, se contrató a la firma italiana Competere, y se inició la realización de cinco *webinars*, para mostrar por qué la palma de aceite en Colombia es única y diferenciada.
- ◆ Trabajo con las embajadas de Italia, Bruselas y España, a las cuales se les entregaron infografías del sector con mensajes clave, para que tuvieran argumentos de defensa del aceite de palma colombiano en los diferentes escenarios.

Fortalecimiento de las capacidades de comercialización de la agroindustria

Modelo de operación logística multimodal

Para mayor competitividad de la agroindustria, es necesario mejorar la logística de transporte del aceite de palma crudo. En razón a esto, en 2021, la Federación

con el acompañamiento de la firma Imétrica, profundizó en la evaluación del transporte por vía férrea de La Dorada a Santa Marta, a través de un Modelo de Costeo de la Operación Logística Multimodal, que permitió refinar el costo de flete por tonelada de aceite de palma por tren, con diferentes alternativas de embalaje; analizar la demanda y los flujos de aceite de palma para la operación del tren y modelar y costear las necesidades de inversión para esta solución logística (Figura 26).

pó en los espacios de interlocución con la Policía Fiscal y Aduanera, POLFA, y la DIAN, manifestando sus preocupaciones y planteando posibles medidas para mitigar el contrabando y prácticas que afectan la competitividad de la agroindustria en Colombia. Adicionalmente, en la Mesa de Alto Nivel Anticontrabando, se abordaron temas relacionados con: controversias de valor en la importación de aceites de palma; evasión de impuestos y prácticas que atentan contra la competencia y presencia robusta de DIAN y POLFA en puntos transfronterizos del sur del país.

En cuanto al programa de observadores aduaneros, se continuó con el seguimiento a las operaciones de comercio exterior en las diferentes aduanas del país, con el objetivo de garantizar que las condiciones de acceso de los aceites y grasas a Colombia correspondan a las del mercado y cumplan con requisitos aduaneros vigentes.

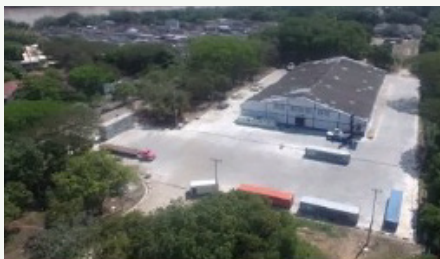


Figura 26. Tanque ferroviario y nodo de intercambio férreo en La Dorada, Caldas.

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

Con el fin de defender al sector frente a la ilegalidad e informalidad en la comercialización de aceites y grasas, durante el 2021 la Federación partici-

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

Buscando proveer información relevante del mercado de aceites y grasas, que ayude a los palmicultores en la toma de decisiones y el planteamiento de sus estrategias de negocio, en 2021 se elaboraron y publicaron informes diarios, semanales y mensuales (Figura 27). Estos contienen análisis actualizados de mercado, indicadores de competitividad y referencia para la comercialización de los aceites de palma y palmiste en los mercados local e internacional. También se publicaron boletines con análisis de oferta, demanda y perspectivas del mercado de aceites y grasas, y se realizaron reuniones con las plantas de beneficio, con el fin de divulgar esta información (Figura 28).

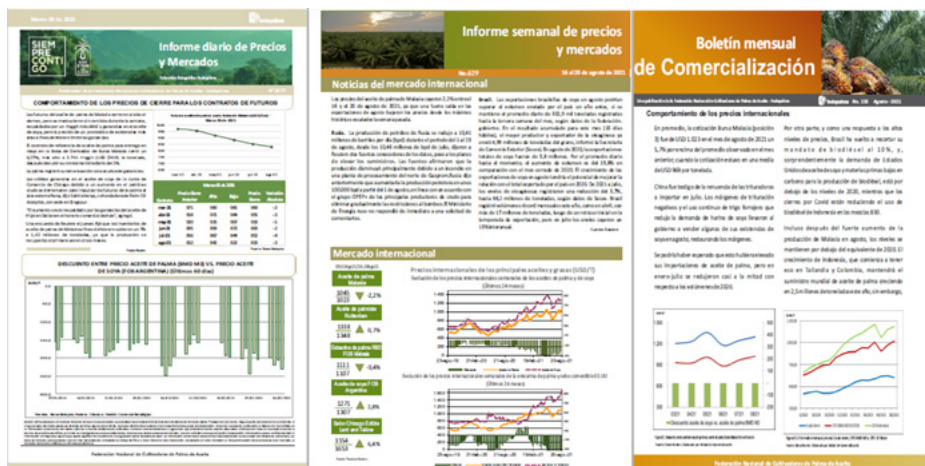


Figura 27. Informes de precios y mercados diarios semanales y mensuales 2021.



Figura 28. Presentación mensual de comercialización 2021.

Mercadeo estratégico para la promoción del consumo de los aceites de palma colombianos

Diseño y ejecución del plan de medios

Con el fin de fortalecer el posicionamiento del aceite de palma 100 % colombiano y promover su consumo a nivel nacional, en 2021 se continuó con la campaña de mercadeo #Palmasarriba, que resalta los atributos nutricionales, la naturalidad y la colombianidad. La estrategia fue ejecutada en medios masivos, alcanzando a más de 39 millones de personas y una recordación del 86 % (Investigación Optimus, octubre 2021). En medios digitales, con el apoyo de los influenciadores y las alianzas, se logró llegar a más de 775.000 personas, 43.000 interacciones y un crecimiento de la comunidad en redes sociales como Facebook e Instagram.

Plan Pioneros

El Plan Pioneros busca aumentar el reconocimiento y fortalecer el posicionamiento del sello Aceite de Palma 100 % Colombiano, para facilitar su identificación y compra. Eso se hace a través de la incorporación a la campaña de marcas de refinadores de aceite de palma y mezclas de palma para uso alimenticio, que incluyen en sus etiquetas el sello. En 2021 se dio continuidad al programa, logrando vincular dos marcas más para un total de 28, y alcanzando una participación de mercado del 13 % en volumen, según datos de la empresa de investigaciones Kantar.

Actividades en canales

Las actividades en los canales de venta tuvieron como objetivo ayudar al consumidor a identificar los productos que tienen en sus etiquetas el sello Aceite de Palma 100 % Colombiano, promoviendo su conocimiento, preferencia y compra. Se logró llegar a 2.843 puntos de venta y realizar 466 actividades con consumidor final en las 13 ciudades principales del país, de las cuales más de 150 fueron acompañadas con salidas en radio (Figura 29).



Figura 29. Activaciones y cubrimiento en radio de la estrategia BTL.

Participación en eventos para la promoción del aceite de palma

Con el fin de promocionar los beneficios y el uso del aceite de palma 100 % colombiano, en 2021 se continuó con la participación en eventos de carácter sectorial, institucional y gastronómico, tanto presenciales como virtuales, incluyendo congresos, ferias, *webinars*, entre otros (Figura 30).



Figura 30. Participación presencial y virtual en distintos eventos.

Investigación de mercados

Para conocer la realidad del consumo de aceite de palma y encontrar oportunidades, se hicieron dos investigaciones de mercado que permitieron un mejor entendimiento de los consumidores, sus percepciones y hábitos de compra.

Acciones para impulsar el consumo en el mercado nacional e internacional

En busca de impulsar el consumo en el mercado nacional, se continuó con el programa Palmero compra palma, alcanzando 30 núcleos vinculados, así como con el trabajo con la Agencia Logística de las Fuerzas Militares.

En cuanto al mercado internacional, se creó la campaña Aceite de Palma Sostenible de Colombia, un origen que hace la diferencia, y se fortaleció su posicionamiento por medio de publicaciones en medios de interés, como CNN internacional, destacando el compromiso del sector palmero colombiano con el desarrollo sostenible.

Desarrollo de nuevo negocios

Promoción del uso de biocombustibles derivados del aceite de palma

Gestión de políticas públicas enfocadas al incremento del consumo de aceite de palma en biodiésel

El seguimiento al Programa Nacional de Biodiésel se enmarcó en la hoja de ruta definida en 2019, para el incremento del biodiésel en la mezcla al 12 % (B12). El trabajo conjunto con Fedebiocombustibles contribuyó a que la Comisión Intersectorial de Biocombustibles, CIB, aprobara el aumento de la mezcla del 10 % al 12 %, a partir de la expedición de la Resolución 40111 en abril del 2021¹¹. Gracias al compromiso del Gobierno Nacional y de todos los actores de

11 https://www.minenergia.gov.co/documents/10180//23517//48895-Res_40111+_MezclasBios_B12_042021.pdf

la cadena de producción y distribución de combustibles fósiles y biocombustibles, se mantuvo el uso de la mezcla B12 en la mayoría de las regiones del país, a pesar de las dificultades en el suministro ocasionadas por el Paro Nacional y los bloqueos en los principales corredores viales del territorio nacional. Sin embargo, a solicitud de Fedebiocombustibles por un tema de capacidad operativa de producción de biodiésel, el Ministerio de Minas y Energía expidió la Resolución 40261 del 12 de agosto de 2021¹², donde se estableció el empleo de la mezcla B10.

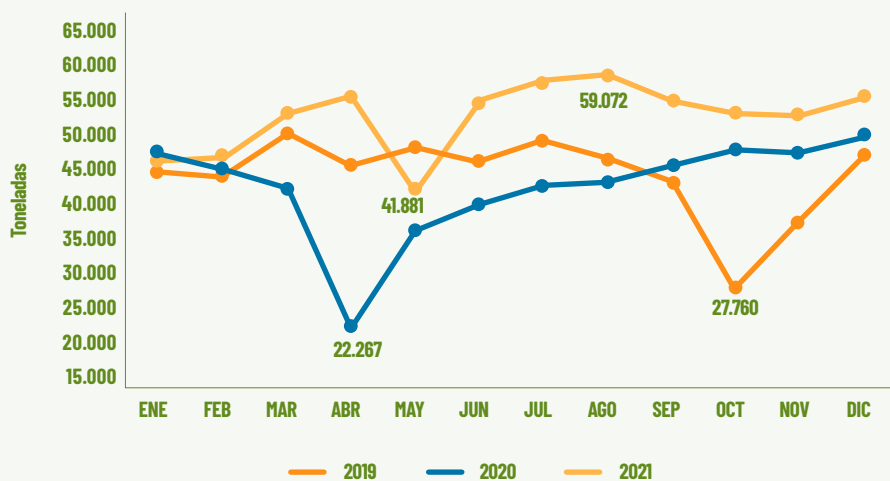


Figura 31. Ventas mensuales de biodiésel en Colombia (2019-2021). Fuente: Elaboración propia, información suministrada por Fedebiocombustibles 2021.

Al cierre del 2021, las ventas de biodiésel de palma fueron de 634.119 toneladas, 31,1 % superior al 2020 (Figura 31). El mayor consumo de biodiésel en el país representó un incremento de 175.000 toneladas en las ventas de aceite de palma colombiano para este segmento de mercado (Figura 32).

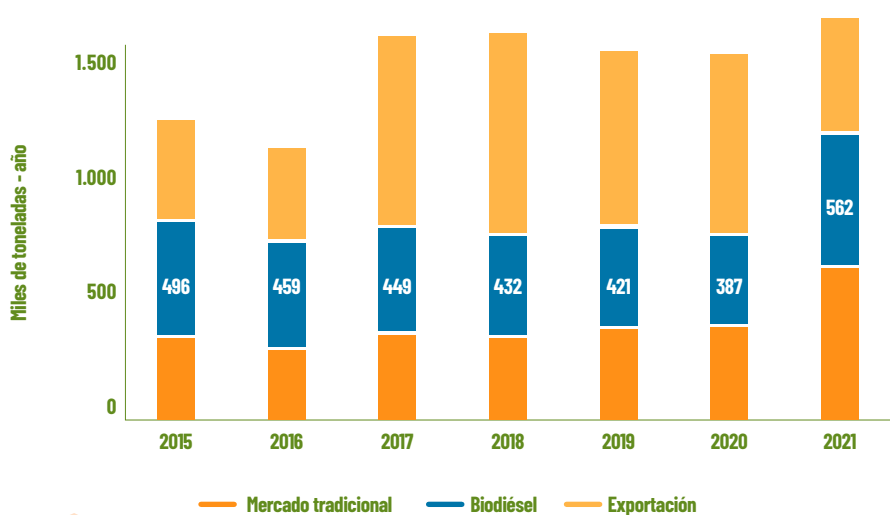


Figura 32. Evolución histórica de las ventas de biodiésel y aceite de palma en Colombia Fuente: Anuario Estadístico, Fedepalma 2021.

Seguimiento a la normatividad relacionada con los biocombustibles

El seguimiento regulatorio realizado incluyó la revisión y envío de comentarios en los procesos de consulta pública de resoluciones relacionadas con el contenido de biodiésel de palma en la mezcla con el combustible diésel¹³, así como el análisis del impacto de estas disposiciones en la demanda de biodiésel y de aceite de palma. Igualmente, se hizo seguimiento a la aplicación de la metodología para estimar el precio mensual del biodiésel de palma, y se gestionó ante el Ministerio de Minas la expedición de dicha resolución para que su publicación fuera en los primeros días de cada mes.

En el 2021 se continuó la participación en el Comité 186 Combustibles líquidos, alcoholes carburantes y biodiésel, del Icontec, lo que permitió vigilar la normatividad técnica del biodiésel de palma, y los proyectos de ley relacionados con la promoción y uso de fuentes no convencionales de energía, logrando incluir acciones relacionadas con el sector palmero colombiano, en la Ley 2169 de diciembre 22 de 2021¹⁴.

Prueba B50 con vehículos de la Federación

La reactivación de la prueba incluyó la adecuación de la infraestructura

13 Resolución 40111 (abril 9 de 2021) estableció la mezcla B12; Resolución 40261 (agosto 12 de 2021) retornó la mezcla al B10; Resolución 40421 (diciembre 28 de 2021) fijó el uso de la mezcla B11 para los meses de enero y febrero de 2022.

14 <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202169%20DEL%2022%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202021.pdf>

12 <https://www.minenergia.gov.co/documents/10180/23517/49026-40261.pdf>

para el almacenamiento y suministro de la mezcla B50, y el seguimiento operativo de los vehículos de la Federación que participan en esta. El proyecto se ha desarrollado bajo el marco del Club de Biotanqueo, que tiene como objetivo promover el empleo de mezclas superiores a B10, de forma voluntaria por parte de los usuarios finales.

En 2021, el uso de la mezcla B50 evidenció una disminución del 17 % en el consumo de combustible (km/gal), una reducción en la opacidad de los humos de los vehículos, y una percepción favorable por parte de los usuarios. Estos resultados muestran el impacto positivo de utilizar mezclas superiores en la reducción de la contaminación ambiental y en los costos de operación de los vehículos.

Estudio de prefactibilidad para la producción de HVO en Colombia

Los biocombustibles avanzados son ideales para liderar el proceso de transición energética, dada la compatibilidad con el combustible tradicional y el uso de la infraestructura existente de distribución. Esto ha generado en los últimos años, un incremento en la producción de aceite vegetal hidrotratado (HVO), que en el 2020 ya representaba 25 % del consumo de biocombustibles (LMC, 2021).

El análisis de viabilidad de diésel renovable (DR) y de combustibles sostenibles de aviación (SAF, por su sigla en inglés), realizado en 2021, indicó que es factible su producción y uso. El DR permitiría complementar el empleo de biodiésel de palma, gracias a su similitud química con el diésel fósil. El SAF tiene un mayor potencial

de mercado, debido al compromiso del sector de aviación en la reducción de GEI para el 2050.

Simultáneamente, se gestionaron reuniones con diferentes entidades, tanto públicas como privadas, como la Organización de Aviación Civil Internacional, la IATA y varios ministerios, con el objetivo de presentar al aceite de palma colombiano como materia prima viable y disponible para la producción de SAF.

Promoción de la calidad y usos del aceite de palma crudo

Promoción acorde con sus características

Se realizaron actividades de promoción, enfocadas en presentar la problemática actual, las causas y las prácticas conocidas para resolver problemas, y mejorar la calidad de los aceites de palma. Teniendo en cuenta que el índice de yodo es uno de los parámetros clave que permite determinar la identidad de cada aceite, bajo la coordinación de Cenipalma se realizó un ejercicio interlaboratorio sobre esta técnica analítica. Se contó con la participación de 10 plantas de beneficio del país, cinco refinadoras y una de biodiésel, identificando que las refinadoras de aceite de palma cuentan con metodologías bien establecidas, mientras que las plantas de beneficio requieren estrategias de capacitación sobre esta técnica.

Por otra parte, las actividades del Comité 049 del Icontec sobre Aceites y Grasas, estuvieron enfocadas en la

actualización de seis normas de producto. Una de ellas fue la NTC 5882 Oleína del aceite de palma con mayor contenido de ácido oleico.

Aceites de desecho y residuales de la palma de aceite

Los aceites de desecho y residuales que se obtienen en el proceso de extracción del aceite de palma crudo (el de POME y el de tusas), se han catalogado como materias primas grasas de segunda generación, y pueden ser comercializadas para la producción de biocombustibles en la Unión Europea. Dentro del análisis de esta oportunidad, se participó en el proceso de consulta pública realizada por la ISCC, sobre la metodología para certificar estos aceites como residuales.

A finales del 2021, se realizaron actividades de socialización sobre la metodología propuesta por la ISCC en las plantas de beneficio interesadas. Igualmente, se hicieron visitas técnicas, para identificar la viabilidad de implementar y adoptar las prácticas de dicha metodología.

Promoción del uso del aceite de palma OxG

Cámara alto oleico

Dada la necesidad de generar nuevas oportunidades de mercado para el aceite de palma alto oleico, la Federación ha promovido espacios que permitan compartir experiencias y aprendizajes relacionados con su comercialización. En 2021, se continuó con las reuniones de la Cámara de Alto Oleico, y se organizó el *workshop* Oportunidades para el aceite de palma alto oleico, que contó con más de

120 participantes de forma presencial y cerca de 110 de manera virtual, tanto nacionales como extranjeros.

Promoción de la implementación de proyectos que utilicen la biomasa residual

Promoción de la implementación de proyectos de generación de energía eléctrica y de bonos de carbono, en el marco de la economía circular

Esta actividad tiene como propósito diseñar el modelo de negocio para la generación y comercialización de energía eléctrica a partir de la biomasa residual, y su integración con otras líneas de valor, como es el caso de la venta de bonos de carbono por reducción de GEI. En 2021, se avanzó en la confirmación del potencial de generación de energía del sector, el análisis de las opciones de interconexión, y la selección de las plantas de beneficio en las que se realizará la prueba piloto de producción y comercialización.

Gestión ante entidades públicas y privadas para promover el uso de la biomasa residual

Fedepalma participó en la Mesa Nacional para el Aprovechamiento de Biomasa Residual, con el fin de garantizar que dentro del despliegue de la estrategia de economía circular y la regulación relacionada, se incluya al sector de manera que se puedan generar oportunidades para los palmicultores.

Análisis de viabilidad para el uso y comercialización de biogás como gas domiciliario y vehicular

El biogás generado en el sistema de tratamiento de aguas residuales (STAR) industriales de las plantas de beneficio, tiene un potencial de uso principalmente como gas domiciliario. Según la concentración de metano, puede ser inyectado a las redes de gas natural actuales del país, de acuerdo con lo establecido por la regulación nacional.

Se encontró que la producción de biometano, que podría ser utilizado como gas domiciliario, es viable a costos competitivos frente al gas natural. En el caso de su uso como gas vehicular, también es viable desde el punto de vista técnico, pero no hay interés en su comercialización por parte de las empresas que producen este tipo de productos.

Participación en las reuniones de la NAMA – Biogás

Dentro del marco de las acciones de la NAMA de Biogás, liderada por el Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, se inició el análisis para la estructuración de un piloto para la comercialización de biogás como gas domiciliario rural, abriendo posibilidades de nuevos mercados para los palmicultores.