

4.

Fortalecer prácticas empresariales

Consolidar los mercados

Mercado Internacional

Con relación a las estrategias adelantadas por el gremio para consolidar el acceso a los mercados internacionales, especialmente en mercados como el europeo que es un destino importante de las exportaciones colombianas de aceites de palma y palmiste, y de cara a las regulaciones que la Unión Europea viene implementando en desarrollo de su política de Pacto Verde, en 2023 se resalta lo siguiente:



Seguimiento a la regulación de comercio libre de deforestación de la UE y comunicación con entidades claves (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en Bruselas, Cancillería y Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural), para dar a conocer los principales puntos de interés del sector palmero.



Participación del gremio en espacios de interlocución pública y privada para conocer el estado de las diferentes normativas, programas e iniciativas europeas, así como las tendencias del sector privado en cuanto a requerimientos de sostenibilidad.



Gestión ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para presentar ante la Comisión Administradora del Acuerdo de Libre Comercio con Estados Unidos las limitaciones de acceso del aceite de palma colombiano y sus derivados para biocombustibles, así como al biodiesel de palma colombiana en los Estados Unidos de acuerdo con la normativa de la Agencia de Protección Ambiental (EPA por sus siglas en inglés).





Negociación del acuerdo con Emiratos Árabes con libre acceso para los productos de la palma de aceite colombianos a ese mercado y condiciones de acceso para los productos árabes de la cadena de semillas oleaginosas, aceites y grasas, salvaguardando el Sistema Andino de Franjas de Precios, SAFF y una desgravación de AEC en 7 años, con normas de orígenes favorables para el sector palmero colombiano.



Visitas técnicas a entidades y empresas del sector de la palma en Malasia en el marco de la conferencia Internacional de Aceite de Palma PIPOC. Fedepalma y Cenipalma coordinaron y desarrollaron una agenda para conocer en mayor detalle el estado actual de la palmicultura del 2do productor de aceite de palma en el mundo, más de 50 palmicultores acompañaron esta visita.



En ese sentido, se realizaron visitas a: Bolsa de Valores de Malasia, DIBIZ, Consejo de Promoción de Aceite de Palma de Malasia, MPOC, Asociación de Aceite de Palma de Malasia, MPOA, Junta Directiva de aceite de palma de Malasia, MPOB, el Puerto Lumut, una refinadora de WILMAR, una planta extractora de la región, la empresa KLK Oleomás, y la Plantación y Centro de Robótica de Sime Darby, entre otras.



Se implementó un plan de trabajo de cierre de brechas con 15 núcleos de las 4 zonas palmeras del país para consolidar el modelo de trazabilidad del sector palmero colombiano.



Mercado local



La estrategia de mercadeo tuvo como propósito resaltar por medio de la campaña de Frutos de la Palma de Aceite el aporte de la agroindustria a través de 4 pilares: medio ambiente, cambio social, generación de nuevas oportunidades y trabajo digno. Esto con el fin de que el público en general conozca el poder transformador del sector palmero en las regiones y su aporte al bienestar y progreso de las comunidades.



Se contó con estrategias que conectan el impacto de la palmicultura con su principal producto, generando visibilidad al aceite de palma a través de plataformas en televisión como Master Chef, buscando llegar a los tomadores de compra de los hogares y fortalecer la recordación del sello de aceite de palma 100% colombiano. (alcance de más de 12 millones de personas).



En el caso de radio, el enfoque fue el de darle mayor frecuencia a los mensajes de la campaña (alcance de 5 millones de

personas) y en digital a crecer comunidades e interacciones en las redes sociales. La campaña digital #Palmasporelplaneta tuvo más de 180 mil interacciones y llegó a más de 1,8 millones de cuentas.

Como resultado de lo anterior, en el 2023 el nivel de recordación de la campaña del Aceite de Palma 100% Colombiano: Frutos de la palma, se mantuvo en promedio en 77%, teniendo como medio principal televisión. Los mensajes recordados están relacionados con aceite 100% colombiano que hace parte del posicionamiento ideal de la marca.



Con el fin de acompañar la estrategia en medios masivos y digitales y contribuir al posicionamiento y promoción del consumo de Aceite de Palma 100% colombiano y su sello distintivo, se implementaron activaciones en puntos de venta al consumidor (PDVs) en 17 ciudades. Con esto se socializó la versatilidad del aceite de palma, sus beneficios nutricionales y funcionales y la sostenibilidad económica, social y ambiental de la palma de aceite colombiana.



Figura 3. Activaciones y Brandeo en puntos de venta ▲



Por primera vez la campaña de aceite de palma 100% colombiano desarrolló en 2023 una estrategia dirigida al canal de hoteles, restaurantes, panaderías y pastelerías. A través de esta estrategia, se creó el Club de Panaderos y se lanzó el concurso de Palmas a la Masa, dando a conocer los beneficios nutricionales y las bondades funcionales del aceite de palma. Participaron más de 15 panaderías en Bogotá, Medellín, Pereira y Barranquilla, los 4 ganadores fueron:



Figura 4. Invitación al Concurso, Club de Panaderos y algunos ganadores en la ciudad de Bogotá, localidad de Bosa y Chapinero ▲



Estuvimos presentes en 16 eventos con un alcance de más de 7.400 asistentes.



Figura 5. Participación eventos 2023 ▲

 Como parte fundamental de la campaña de promoción de consumo del aceite de palma 100% colombiano y cómo comprarlo, se desarrollaron piezas sobre Frutos de la Palma, Palmas por el Planeta e Ilegalidad – Campaña cada peso vale.

 Una de las principales estrategias del gremio palmero para promocionar el consumo de aceite de palma y la marca de aceite de palma 100% colombiano es con la industria refinadora de aceites y grasas comestibles a través del Plan Aliados. Con un total de 30 marcas, se logra llegar a una participación del mercado de aceites comestibles líquidos del 28% en volumen, logrando un crecimiento de 11,4pp con relación a 2022, continuando con la tendencia creciente de más marcas acompañando y fortaleciendo la campaña del sector palmero colombiano.

 Kantar realizó una investigación de participación de mercado de aceites y margarinas en Colombia, que permite conocer la tendencia tanto en volumen como en valor de las diferentes marcas, empresas y categorías de aceites en el mercado local. Uno de los principales hallazgos es que los canales principales de venta de aceites vegetales son: D1, Minimercados, Ara, tradicional e independientes.

 La empresa Metis hizo un seguimiento a la campaña a través de una investigación de hábitos de compra y consumo de aceites con corte 2023, y que arrojó como principales resultados: i) una tendencia creciente en el conocimiento del aceite de palma como categoría subiendo 20pp comparado con el 2021; y ii) el atributo más reconocido del aceite de palma es su sostenibilidad, lo cual evidencia que el énfasis realizado a la campaña en Frutos de la Palma ha dado buenos resultados.

Creemos en posicionamiento y navegamos como una categoría reconocida con un 75% de reconocimiento, quedando en el 4° lugar en 4 años.

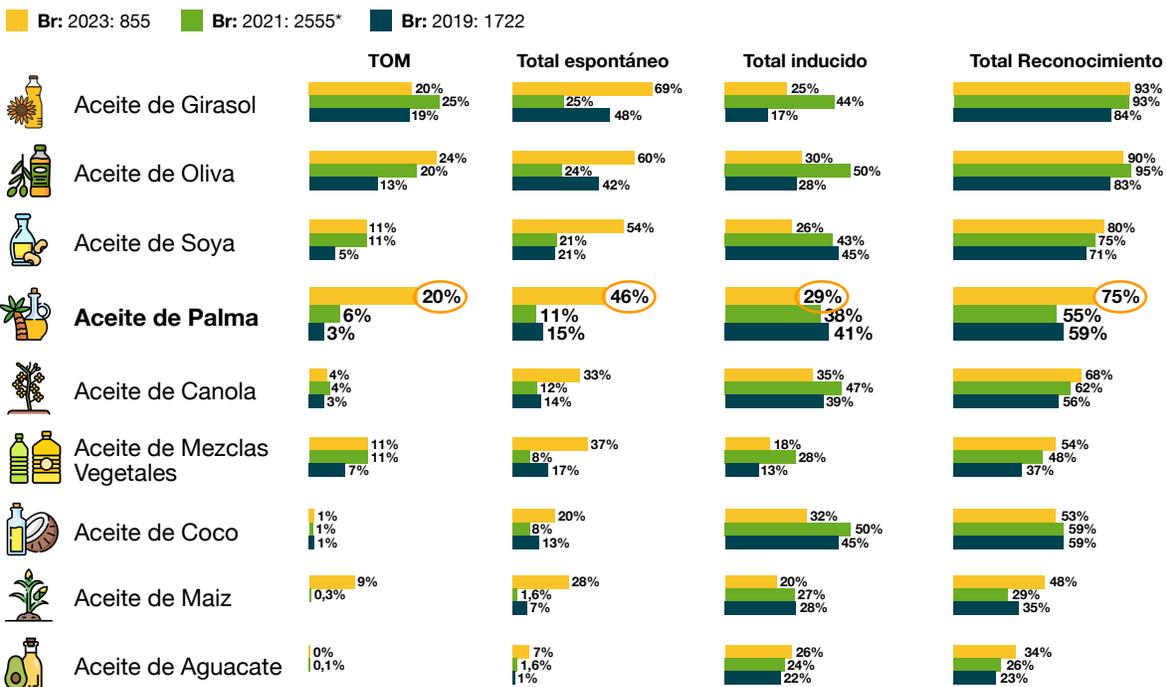


Ilustración 6. Investigación de hábitos de compra y consumo de aceite – conocimiento de tipos de aceite en Colombia. ▲

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

En conjunto con la POLFA, la DIAN y el Programa de Observadores Aduaneros con el que cuenta Fedepalma, se tuvieron los siguientes resultados en 2023:

1 Acciones de monitoreo y control de subfacturación a las importaciones de aceites y grasas y especialmente de aceite de palma provenientes desde Ecuador, por la aduana de Ipiales, Nariño.

2 Identificación de fenómenos de baja selectividad, contrabando técnico e incluso contrabando abierto en los flujos de importación de aceite de palma crudo y refinado por vía terrestre. Así como deficiencias en la infraestructura física y de personal en aduanas como la de Puerto Asís, donde se registra incremento de importaciones de aceite de palma.

3 Aprehensión de un carrotanque de aceite de palma proveniente de Ecuador en la modalidad de contrabando por parte de la DIAN de Cali.



Identificar y promover oportunidades de negocio

Gestión y promoción de mejores prácticas que contribuyan a mejorar la calidad del aceite de palma colombiano

Como un factor fundamental para diferenciar y garantizar el acceso a los mercados local e internacional, la Federación adelantó en 2023 una convocatoria para impulsar una mejor calidad del aceite de palma, logrando la participación de 17 plantas extractoras de diferentes zonas palmeras y los siguientes resultados:

1 Implementación de planes de calidad en seis (6) plantas de beneficio, donde se llevó a cabo la puesta en marcha y verificación de prácticas para mejorar la calidad del aceite de palma crudo.

2 Se evidenció que la separación de corrientes juega un papel crucial en la eliminación de contaminantes del aceite de palma crudo, especialmente MOSH/MOAH y metales como el hierro.

3 La eliminación de contaminantes resulta aún más efectiva cuando se combina con el uso de lubricantes de grado alimenticio, el manejo del fruto en tolva (evitando la disposición en el piso) y un control exhaustivo de fugas de lubricante.

4 Se creó y realizó el primer taller del Club de la Calidad, el cual permitió la socialización de las prácticas implementadas, así como el análisis conjunto de las alternativas que contribuyen a mejorar la calidad.

Gestión para facilitar la comercialización del aceite de palma alto oleico en la industria

En el 2023, se avanzó en la diferenciación del aceite de palma alto oleico por medio de una estrategia liderada por Fedepalma, donde 7 plantas de beneficio implementaron el procesamiento segregado de los racimos de fruto de la palma híbrida, logrando con ello mantener la identidad del aceite de palma alto oleico.

Con el fin de hacer un seguimiento a la comercialización del aceite de palma se realizaron reuniones de la Cámara de Productores de Alto Oleico, lo cual ha permitido orientar las acciones de los productores enfocadas a la diferenciación y el posicionamiento del aceite de palma alto oleico, tanto a nivel nacional como internacional.

Dentro de las actividades de promoción de los usos de este aceite, se realizó por tercer año consecutivo el Gran Taller Alto Oleico, encuentro que tuvo la participación de más de 350 personas relacionadas con la producción, uso y comercialización de este aceite.



▲ **Figura 6.** Gran Taller Alto Oleico, junio 2023.



▲ **Figura 7.** Stan Fedepalma en el High Oleic Congress

Gestión para promover y facilitar el uso del aceite de palma en la producción de biocombustibles de bajas emisiones

Durante el 2023, se llevó a cabo un seguimiento de la demanda de aceite y biodiésel de palma, así como de las resoluciones de mezcla y precios emitidas por el Gobierno Nacional, encontrando que las mismas se emitieron mensualmente y de acuerdo con la metodología establecida. Además, la mezcla se mantuvo en un 10% a lo largo del año, lo que facilitó una comercialización fluida del aceite de palma en este segmento de mercado.

Se observó un aumento en la demanda tanto de combustibles fósiles como de biocombustibles. Hacia finales del año, las ventas de biodiésel de palma alcanzaron las 700 mil toneladas, mientras que las ventas de aceite de palma destinadas a este segmento de mercado ascendieron a 599 mil toneladas, lo que representa un incremento del 4% en comparación con el año anterior. La diferencia fue atendida por importaciones.

De acuerdo con la tendencia mundial de producción de biocombustibles avanzados, Fedepalma adelantó las siguientes acciones para posicionar el aceite de palma colombiano como una de las materias primas bajas en carbono y sostenibles para su producción:

- 1** Se evaluó la posibilidad de utilizar POME Oil como parte de la matriz de materias primas para la prueba de producción de Diesel Renovable que realizará Ecopetrol en el año 2024.
- 2** Acompañamiento para la producción de POME OIL en 3 plantas extractoras, una de ellas con certificación ISCC como punto de origen de POME OIL, requerida para comercializar este producto en el mercado de Europa.
- 3** Participación en las mesas técnicas que hacen parte de la hoja de ruta para la producción de SAF en Colombia bajo la coordinación de la Aerocivil,

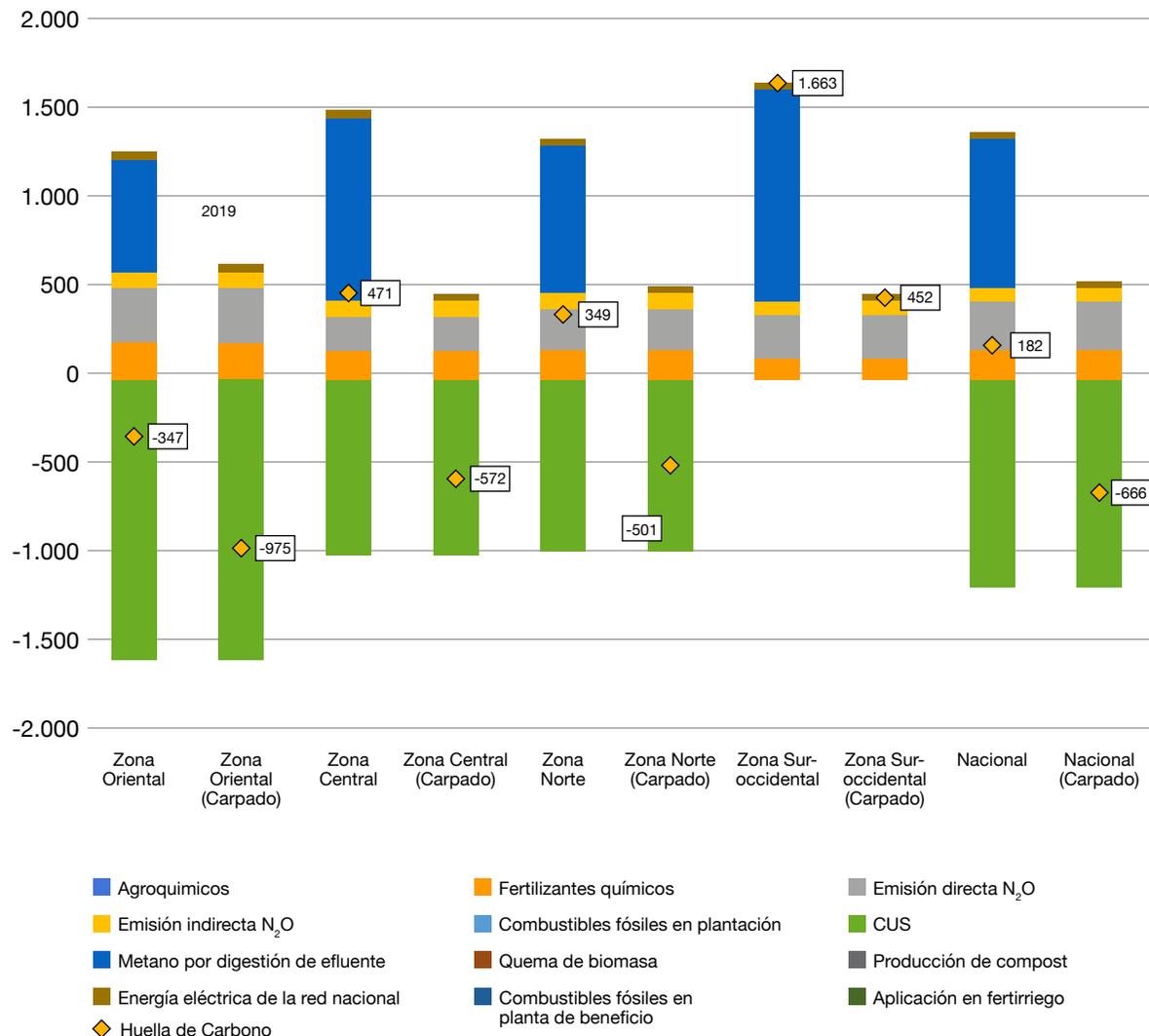
resaltando las ventajas que tiene el sector palmero colombiano por sus bajas emisiones, no deforestación y su compromiso con la producción sostenible.

4. Acompañamiento al ISCC consultor contratado por el Banco Mundial para estimar el análisis de ciclo de vida del SAF y Diesel renovable de palma en Colombia. Estos resultados son provisorios ya que la reducción de emisiones es superior al límite establecido por el CORSIA.

5. Estimación de la huella de carbono para el aceite de palma crudo por parte de

Fedepalma y Cenipalma. El inventario de emisiones de GEI representa el 36% de los racimos de fruta fresca y el 85% del aceite de palma producido en el año 2021. Los resultados indican que el aceite de palma colombiano tiene una huella de carbono de 182 Kg CO₂e/Ton APC.

6. Estimación de la huella de carbono de la captura de biogás en los sistemas de tratamiento de efluentes en las plantas extractoras. Bajo el supuesto que se captura todo el biogás liberado en los sistemas de tratamiento, la huella de carbono sería de -666 KgCO₂e/Ton APC.





Gestión para la valorización del biogás generado en los STAR

La captura y uso de biogás se presenta como una alternativa para que las plantas extractoras generen valor a partir de residuos, al respecto los principales logros en 2023 fueron:

- Inclusión del biogás en la matriz energética de la política de Transición Energética justa definida por el Gobierno Nacional.
- Estructuración de un marco normativo para el uso del biogás de palma como biogás domiciliario rural, en conjunto con el Ministerio de Minas y Energía y sus agencias adscritas (UPME, CREG

y Dirección de Gas Combustible). Esta iniciativa, además de generar nuevos ingresos para los palmicultores, tiene impactos positivos en la población, ya que el biogás puede sustituir el uso de leña y GLP en la cocción en las zonas rurales.

- Acompañamiento en la implementación de sistemas de captura del biogás generado en los procesos de tratamiento de aguas residuales. Durante este año, 14 plantas extractoras contaron con sistemas de captura y uso de biogás, lo que representa un incremento del 100% con respecto al año 2021. La captura de biogás contribuye significativamente a mejorar la huella ambiental del aceite de palma colombiano.

Zona	No. Plantas	Biogás Capturado	Potencial reducción CO2 (Ton CO2e-año)
Oriental	7	29.405.474	203.519
Norte	1	3.375.811	23.364
Sur Occidental	1	2.080.588	14.400
Central	5	21.324.257	9.118
TOTAL	14	56.186.131	250.401