

La internacionalización, nueva etapa para el sector palmero colombiano

Durante 2016 culminó un estudio de prospectiva y desarrollo de visión de la cadena del aceite de palma elaborado por la firma *The Breakthrough*, por encargo de Fedepalma y Fedebiocombustibles, en el marco del Programa de Transformación Productiva (PTP) del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT) y con la cofinanciación de Bancóldex, con el objetivo de construir una estrategia y una visión conjunta de la cadena y la actualización del plan de negocios del sector.

Este estudio, que contó además con el conocimiento y la experiencia de la firma consultora, con una amplia participación de empresarios y de los gremios de la producción de la cadena de la palma de aceite, a través de entrevistas y un buen número de talleres de trabajo, arrojó reflexiones muy importantes sobre el futuro de esta agroindustria y una nueva narrativa para abordar su cadena de valor, con el término “el ecosistema de la palma de aceite”.

A ese respecto, en lo relacionado con el *upstream* (cultivo y extracción), hizo énfasis en la necesidad de mejorar la productividad y consolidar empresas potentes en el mercado local, que agreguen valor, de tal forma que el aceite de palma recupere su participación en el mercado de alimentos, y llegue a los mercados internacionales para atender mercados específicos que demandan sus productos.

En cuanto al *midstream*, esbozó que los productores de palma de aceite deben apropiarse de ese segmento de la cadena e incursionar en la producción de productos intermedios, como fracciones (oleína y estearina) de palma, que viabilicen nuevos usos y mercados tanto a nivel local como en el ámbito internacional.

Así mismo, evidenció el gran potencial que tiene la cadena de valor de la palma de aceite de incursionar en la oleoquímica, dados sus avances en la producción de biodiésel, planteando a su vez, la importancia de avanzar en mejores estándares de calidad de este biocombustible, como factor clave para fortalecer su demanda en el mercado local e incluso en mercados de exportación, todo ello en lo relacionado con el *downstream*.

De igual forma, el estudio resalta el hecho de que la agroindustria de la palma de aceite se adelanta en diversas regiones del país, cada una de ellas con una vocación específica, que debe ser tenida en cuenta por las empresas para que, de manera conjunta con otras o de manera individual, desarrollen estrategias de valor que permitan atender eficientemente mercados geográficos y usos específicos.

Sin duda, los resultados obtenidos en este estudio evidencian que el ecosistema de la palma de aceite es amplio y diverso, y que son muchas las oportunidades que tiene el sector para agregar valor y posicionarse en el mercado local con miras a una verdadera internacionalización.

En ese sentido, deja claro que la palmicultura enfrenta una nueva etapa que podría llamarse de internacionalización, para consolidar y aprovechar el potencial en cada uno de los eslabones del ecosistema, la cual requiere no solo que empresarios, gremios y gobierno asuman el rol que les corresponde, sino que además tengan la capacidad de romper paradigmas, repensar muchas de sus acciones, hacer escogencias, construir a partir de la autocrítica y lograr consensos que permitan una nueva dinámica del negocio de la palma de aceite en Colombia.

Aunar esfuerzos para la intensificación de las unidades de producción, en la búsqueda de mayores productividades, más que ampliar las áreas sembradas; auscultar posibilidades de asociatividad, con base al camino recorrido en la estructuración del biodiésel de palma, de tal forma que se logren encadenamientos dirigidos a una mayor agregación de valor; promover y posicionar el consumo de aceite de palma en el mercado local de alimentos; entender los mercados internacionales y desarrollar estrategias para atender apropiadamente sus demandas; y recomponer y diseñar instrumentos de política pública modernos que apoyen todos estos nuevos desarrollos del sector palmero.

En síntesis, esta nueva mirada holística del ecosistema de la palma de aceite, deja entrever que la internacionalización es una nueva etapa para el sector palmero colombiano, que exige que cada uno, desde el rol que desempeña a lo largo de la cadena, asuma el liderazgo necesario para hacer de la palmicultura colombiana un sector cada vez más pujante, moderno, competitivo e insertado a las cadenas globales de valor, ¡manos a la obra!

Internationalization, a New Stage for Oil Palm Sector in Colombia

In 2016, the firm *The Breakthrough*, commissioned by Fedepalma and Fedebiocombustibles (National Biofuels Federation), within the framework of the Productive Transformation Program (PTP) of the Ministry of Trade, Industry and Tourism (MCIT), completed a prospective and vision development study for the oil palm value chain. The aim of this study, co-financed by Bancoldex (Colombian Entrepreneurial Development Bank), was to develop a strategy and a joint vision of the oil palm chain and update the business plan for the sector.

With the knowledge and experience of the consulting firm and the input from a wide range of business leaders and producers associations within the oil palm chain, gathered through interviews and a large number of workshops, the study provided very important insights regarding the future of this agribusiness and a new narrative for approaching the value chain using the term “oil palm ecosystem”.

Related to the upstream activities (crops and extraction), the study highlighted the need to enhance productivity and consolidate powerful companies in the domestic market, that can provide value added in such a way that palm oil can reclaim its share in the food market, as well as enter international markets in order to meet specific demands for palm oil-based products.

For midstream, the study shows that oil palm producers must gain participation in that segment of the chain and undertake production of intermediate products such as palm oil fractions (olein and stearine), in order to drive new uses and markets, both domestic and foreign.

As far as downstream activities are concerned, the study shed light on the great potential for the oil palm value chain of taking part in the oleochemical production, considering its significant strides in the production of biodiesel. It also emphasized the importance of advancing in high quality standards for this biofuel, as a key factor to strengthen local demand and even meet the demand of the export markets.

Likewise, the study highlighted the fact that oil palm agribusiness is active in diverse regions of the country, each with its own specific strengths. This is something companies must bear in mind in order to implement, either jointly or individually, value strategies to ensure efficient supply in the various geographic markets and the promotion of specific uses.

There is no doubt that the results from this study prove the oil palm ecosystem is broad and diverse, and that there are countless opportunities for this sector to add value and position itself in the domestic market with the aim of achieving real internationalization.

In this sense, it is clear from that oil palm is on the verge of a new “internationalization” stage and is called upon to consolidate and avail itself of the potential found in each of the links of the ecosystem. This means that businesses, associations and government should not only play their own roles but also show their ability to break away from old paradigms, rethink many of their actions, make choices, build on self-criticism, and arrive at a consensus that will propel the oil palm business along its new course.

More than expanding planted areas, it is a matter of joining forces to intensify production units in the search for enhanced productivity; examine partnering possibilities, based on the experience gained from the structuring of the palm biodiesel business, in order to achieve alignments aimed at higher value added; promote and position palm oil consumption in the local food market; understand international markets and develop strategies to serve their needs effectively; and restructure and design modern public policy tools as underpinnings for these new developments in the oil palm sector.

In summary, this holistic view of the oil palm ecosystem, offers a glimpse into the fact that internationalization is a new stage for the Colombian oil palm sector, that requires of each one of the stakeholders in their own particular roles in the chain, to take the necessary leadership to drive Colombian oil palm to new heights and insert a more modern and thriving sector in the global value chains. Let us all get to work!