

Mercadeo: La Experiencia Colombiana en Aceite de Palma

Antonio Guerra de La Espriella

Cuando no se tiene la suficiente experiencia en la comercialización de un producto y mucho menos los mecanismos e instrumentos para realizar este proceso en la forma más eficaz posible, empiezan a generarse canales y sistemas de mercadeo que distorsionan las funciones y objetivos reales de esta etapa del proceso, haciéndolo aún más complejo y costoso. Es entonces cuando aparecen una serie de alternativas para realizar el acercamiento entre productores y consumidores, de lo cual surge lo que universalmente se conoce como canales de mercadeo. De estos, sin duda el mejor y más eficiente es aquel que va directamente del productor inicial al consumidor final, ya que el intermediario ha sido eliminado, mas no sus funciones que deben ser realizadas en este tipo de relaciones por una o ambas partes.

En cuanto al caso particular del aceite de palma, este no puede cumplir idénticamente el proceso descrito antes, ya que debe ser sometido a transformación para poder ser consumido finalmente.

La comercialización del aceite de palma durante los 15 últimos años en nuestro medio ha mostrado y desarrollado diferentes modalidades de mercadeo, que van desde ventas a entrega inmediata hasta negociaciones a futuros.

Durante los inicios de la industria de palma africana en Colombia, la comercialización de aceite se llevaba a cabo como un proceso relativamente sencillo entre los cultivadores y las fábricas de aceites y grasas, y todo se hacía en forma de entrega inmediata, es decir "cash market". Se caracterizaba entonces este proceso por tener cuatro elementos interviniendo en el mismo: productor primario, procesador o refinador; distribuidor o vendedor detallista y, usuario final.

Como toda actividad en evolución, el mercadeo de aceite de palma presentaba ya un dinamismo que presagiaba necesidades de cambios que permitiera una mayor agilidad en el proceso, mayor eficacia y racionalidad del mismo. Es así, como se inicia la verdadera y real agroindustria de la palma de aceite en Colombia, con el sistema de "integración", que no es otra cosa que la expansión comercial de dos o más negocios a través de una administración con-

junta. El tipo de integración puesto en marcha en la actividad palmicultora es "la vertical", que ocurre cuando una firma combina actividades diferentes a las que usualmente realiza, pero relacionadas con las de ella en la secuencia del proceso del mercadeo.

Poco más del 40% de la producción nacional de aceite de palma está integrado, estimando que al final de la década alcance a un 70% dadas las muestras de desarrollo tanto en la parte agrícola como industrial de esta actividad. Entre las razones que han conllevado a esta agroindustria al proceso de integración, mencionaríamos la necesidad de buscar una fuente segura de materia prima, mayores eficiencias y por supuesto menores costos, mejorar el flujo del producto, obtener mayor poder o alcanzar posición ventajosa (cuando se pueda usar para afectar precios), en su beneficio y lógicamente generar utilidades económicas.

Paralelamente a los desarrollos descritos, vinieron las ventas a futuros de aceite de palma a alcanzar algún nivel de importancia en Colombia, encontrando ya para ello un mecanismo, sino sofisticado sí bastante apropiado como es la Bolsa Nacional Agropecuaria, que aún cuando no es exactamente un mercado de futuros, si viene a cumplir algunas de sus funciones más importantes. Entonces, tiene el palmicultor un organismo a través del cual puede comercializar su producto, puede defenderse de grandes y nocivas fluctuaciones en precios y aprovechar muchas de las ventajas que este tipo de organización puede reportarle.

Durante los últimos meses, se ha presentado un hecho curioso en el mercadeo del aceite de palma, que bien amerita un comentario: un alto porcentaje de la producción nacional de aceite de palma se negocia a futuros, y aún con contratos de futuros, pero no se utilizan los servicios creados por la Bolsa Nacional Agropecuaria. Las razones para ello son simples: la integración de parte de la producción de aceite del país no requiere ni mucho menos necesita este tipo de organismo pues su canal es directo. En cuanto al resto de producción, se explica porque el país es deficitario en aceites y grasas de origen nacional y las importaciones se han racionalizado, generándose entonces competencia entre las fábricas

por la materia prima producida en el país, llevando la palma africana la mejor parte por representar el 60% de la producción de origen vegetal, por sus muy variados usos y por ser apetecible al consumo humano, haciendo que su demanda alcance modalidades tan especiales como esta, que no necesite negociarse en la bolsa.

Tal vez sea conveniente precisar que lo costoso de las comisiones por negociaciones en la Bolsa Agropecuaria, ha sido indirectamente otro de los factores que ha incidido para que el aceite de palma no se negocie en el seno de esta entidad. Sin embargo, a pesar que las características para su mercadeo, sobre calidad e impurezas, corresponden a las mundialmente aceptadas en los mercados y al existir un flujo de este aceite suficientemente grande y regular para ser comercializado en bolsa que permita de alguna manera reducir los costos por comisiones, en un futuro la Bolsa Agropecuaria vendrá a desempeñar y representar un gran papel para el productor de aceite de palma, pues las condiciones del mercado así lo exigirán.

No hay dudas en el sentido que con el paso del tiempo y al alcanzar el país mayores volúmenes de producción de aceite de palma, el grado de especialización aumentará, el nivel de integración crecerá y siempre se buscará el sistema y canal de comercialización que permita aumentar la eficiencia del proceso.

CONCLUSION

Si la tendencia integracionista en la agroindustria de la palma africana de aceite cumple con los objetivos de ese mecanismo, continuaremos estimulándola y apoyándola. Pero si por el contrario, esa tendencia en su forma vertical se convierte en monopsonista u oligopsonista en su etapa productor-procesador, y en su forma horizontal se convierte en monopolista u oligopolista en su etapa procesador-distribuidor, tendremos definitivamente que condenarla pues ello lleva a término final la libre competencia.



**la sevillana
sí conserva
todo el
auténtico
sabor de sus
comidas...**

**porque es 100%
puro aceite vegetal.**

Además, sus
ingredientes de absoluta
pureza, le permiten
preparar sus comidas,
sin dejar olor.
Compruébelo usted
misma! Prepare sus
platos con aceite
La Sevillana y guste
todo el sabor natural de
la comida

ACEITE
La sevillana
100% puro aceite
vegetal.