Una visión moderna del mercado de la palma de aceite

Por: Jessica López Arias,
Responsable de Comunicaciones Internas
Nohra Maldonado,
Periodista - Especial Boletín El Palmicultor

Del Llano Alto Oleico S.A.S. puede ser considerado referente de la nueva etapa que vive el sector palmero y de grasas del país. En primer lugar, dicha compañía, fundada en el 2015 por tres importantes empresas (Guaicaramo, Hacienda La Cabaña y Del Llano), apropia en su genética corporativa una trayectoria con invaluables experiencias en el negocio de la palma de aceite, que se remonta a más de 55 años de historia. A esa tradición se integra ahora la tercera generación de los sembradores pioneros, quienes llegan para aportar vitalidad, dinamismo y conocimiento a toda la cadena de valor.

Precisamente, es gracias a esa simbiosis que la joven compañía tiene para mostrar un balance realmente provechoso en su corta existencia, resultado de su enfoque en productos diferenciales que cumplen estándares de alta calidad elaborados 100 % con palma de aceite. Al cierre de su primer año, Del Llano Alto Oleico logró facturar más de $ 22.000 millones, alcanzando su objetivo inicial de colocar el aceite de palma oleico en los sectores industrial e institucional; en el 2017 aprovecharon el canal que ofrecen las hipertiendas Makro para ampliar su cobertura a nivel nacional y atender el sector de restaurantes. Por último, a finales del año pasado, la empresa decidió orientar el 50 % de sus ventas hacia el sector industrial, logrado así crecimientos sostenidos que se mantienen a la fecha.

Esta historia de raudo éxito no es casual, en realidad, es la sumatoria de ese bagaje de experiencias y trayectoria empresarial, con el aporte de jóvenes emprendedores como Roberto Herrera Lara, Gerente Del Llano Alto Oleico, quien está convencido de que su labor es consolidar, desde el mercadeo y la promoción, el camino que sus padres y tíos iniciaron con sus plantaciones: “A esta generación nos tocó un enfoque distinto: mirar cómo podemos complementar, seguir creciendo y generando valor dentro de nuestra propia cadena”, agrega este administrador de empresas de 32 años, egresado del Colegio de Estudios Superiores de Administración, CESA.

A principio de la década de los 80 llegó la Pudrición del cogollo, PC, a los Llanos Orientales para arrasar sin piedad plantaciones y sueños empresariales; sin embargo, algunos cultivadores, incluido el tío de Roberto, decidieron trabajar en el tema de los cruces logrando desarrollar una variedad resistente a la PC. Precisamente, como resultado de ese empeño, Semillas La Cabaña, una de las empresas del grupo, se dedicó a comercializar semillas que ahora representan cerca de 15.000 hectáreas sembradas en palma de aceite alto oleico. “Una de las tareas a mediano plazo es convencer a esos cultivadores para que no vendan el aceite producido como si fuera común, pues nosotros podemos colocar ese aceite dándole mayor valor agregado”, señaló Roberto Herrera.

Debido a que la Pudrición del cogollo acabó con las palmas en Tumaco, las nuevas plantaciones fueron levantadas utilizando variedades híbridas, sin embargo

no todas son alto oleico y es justo eso lo que marca la diferencia y la estrategia de Del Llano Alto Oleico para promocionar sus productos, ya que los cultivos provenientes de sus semillas no solo resultaron resistentes a la temible enfermedad, sino que ofrecen beneficios adicionales, entre ellos el producir un aceite diferente al de la palma tradicional.

Parte del éxito de la variedad explotada por el grupo de empresas tiene que ver con el acertado cruce que lograron entre la palma africana con una palma *oleifera* amazónica. En todo caso, lograr mayor extracción de este híbrido es más costoso, pues se requiere mayor riego y demanda una polinización asistida; sin embargo, esto genera un beneficio social, pues el paso adicional requiere más mano de obra, que generalmente es aporte femenino. Finalmente, se obtiene un aceite diferente más insaturado comparado con el de la palma tradicional.

Es por esto que el Gerente de Del Llano Alto Oleico está empeñado en promocionar sus productos a partir de aspectos diferenciales que vayan más allá de los beneficios implícitos en la palma misma, como lo son la trazabilidad, la sostenibilidad y la preservación del medioambiente. “Muy pocas empresas podemos decir que controlamos toda la cadena y damos garantía de la procedencia de los insumos, también podemos asegurar que todos los trabajadores involucrados tienen sus beneficios salariales y que la planta refinadora ha ganado premios por sus buenas prácticas de manejo medioambientales”, asegura Herrera Lara.

Los nuevos empresarios y directivos que llegan al sector son conscientes de que algunas prácticas del pasado afectan la actual percepción que se tiene de la industria del aceite y las grasas, por ende, es importante que todos los actores involucrados en la cadena de producción vuelquen sus esfuerzos hacia el tema de la sostenibilidad y el cuidado del medioambiente, para evidenciar así una industria responsable, que de la mano de todos los involucrados, está en la capacidad de generar una red de valor agregado que finalmente se convertirá en un importante diferenciador.

Esta historia paralela (de trabajadores comprometidos, buenas prácticas y productos saludables) que acompaña la producción del aceite, es la que Roberto Herrera está empleando como estrategia diferencial para promocionar los productos de Del Llano Alto Oleico. Al respecto, el Gerente de la compañía precisa: “Queremos salirnos del concepto exclusivo de que los aceites son saludables; hemos enfocado nuestra marca para contar además las historias que hay detrás del producto, sin dejar de lado el tema nutricional, pero mostrando los usos, los beneficios y todo lo que gira alrededor de esta industria.”

Como parte de su estrategia de promoción, Del Llano Alto Oleico ha trabajado de la mano con Makro, su principal cliente, de tal forma que ahora con su marca Palmalí ofrece el primer y único producto de la línea de alimentos con sello de sostenibilidad; y es que ese objetivo se logró no solo exponiendo la trazabilidad, sino también incorporando el envase reciclable que contiene el producto.

En todo caso, el punto de partida sigue siendo la buena calidad de las semillas y el riguroso control que se cumple en procesos como la refinación, permitiendo que los aceites obtenidos en su planta se destaquen sobre otros refinados del mercado, como es el caso de Aro, un producto 100 % colombiano, el cual ofrece beneficios especiales para las frituras. Este producto, que se ha convertido en el más importante dentro del portafolio de Del Llano Alto Oleico, garantiza ventajas radicales como tener mayor punto de humo, que permite fritar a la temperatura apropiada sin que el aceite se queme, lo que resulta ideal ya que la comida absorbe menos aceite, se cocina mejor y es más saludable, adicionalmente genera un ahorro significativo al comprador ya que es posible utilizar menos cantidad y reutilizarlo en más ciclos de fritura conservando sus características.

Considerando las bondades adicionales de sus productos, Del Llano Alto Oleico planea, a largo plazo, ampliar su abanico de productos y no limitarse al aceite de fritura, sino lograr que el consumidor final advierta y aproveche todas los beneficios asociados con los derivados de la palma alto oleico, posicionando su aceite, así como los productos derivados de la misma. La meta es que se recompense el emprendimiento local, se desestimule la sustitución de la palma nacional e incluso se convenza a los industriales que el aceite de palma alto oleico puede reemplazar en parte al de soya como insumo.