

C.I. ACEPALMA S.A. AL CIERRE DEL 99 Y PERSPECTIVAS PARA EL 2000



A Luis Alfredo Orozco Lourido gerente de C.I. Acepalma S.A. le gusta más trabajar que hablar de su trabajo, pero al finalizar 1999 El Palmicultor lo entrevistó y habló con él sobre el

año que pasó, los logros alcanzados, los secretos del éxito de la comercializadora y las proyecciones para el año 2.000.

A continuación transcribimos la entrevista.

¿Cuál es su percepción de 1999?

1999 fue el año en que se pudo apreciar la solidez de la estructura de comercialización del sector palmero y la solidez interna de C.I. Acepalma. S.A. Creo que lo más importante es esa confiabilidad que logramos afianzar en nuestros clientes, la credibilidad es la mejor carta de presentación y una de nuestras fortalezas.

Hago énfasis en la credibilidad porque en este negocio la velocidad del mercado implica que la palabra dada es un compromiso, y cuando se adquiere un compromiso hay que cumplir por encima de los obstáculos. Es por eso, que para mí el cumplimiento es todo, es la imagen de seriedad, es la oportunidad más clara para llegar al futuro esperado.

Durante 1999 tuvimos un reto inmenso porque se presentó una producción muy alta, eso explica las 80.000 toneladas que exportamos de aceite de palma y de palmiste. Paralelamente fue un año de precios con tendencia a la baja con un leve repunte en julio. Afortunadamente logramos anticiparnos un poco en materia de comercialización de tal forma que durante el primer semestre se alcanzó un promedio de exportaciones muy alto.

Otro factor que tuvimos que sortear fue el de los paros de transporte que nos aumentaron los costos y nos llevaron a hacer diversas maromas como comprar más aceite en las zonas cercanas a los puertos, sin embargo, y a pesar de que se generaron algunos atrasos por estas circunstancias al final tuvimos éxito.

¿El éxito está ligado a las utilidades y a las ganancias, cómo le fue a C.I. Acepalma S.A. en esta materia?

En materia de utilidades nos fue bastante bien, aún mejor de lo que esperábamos. Sin embargo yo creo que hay dos ganancias más importantes. La primera es la ganancia para el sector porque la comercializadora es una alternativa de negocios real y eficaz, y la segunda ganancia tiene que ver con los mejores precios ponderados que se alcanzaron gracias a la fluidez del mercado.

Estos beneficios económicos son el resultado de la combinación del trabajo entre el FEP y C.I. Acepalma S. A., y son tan evidentes que basta con comparar los rendimientos de los países vecinos para entender la magnitud del logro.

Frente a un año como el de 1999, que en términos generales fue bueno para la comercializadora ¿cómo ve el 2.000?

Parece ser un año con una oferta exportable por encima del 23% y una producción creciente, por lo que esperamos tener una mejor programación por parte de los proveedores.

Mi idea es aumentar la capacidad competitiva de la comercializadora en un 15% con respecto al año anterior, pero esto dependerá de la unidad interna de los palmicultores para poder manejar grandes volúmenes. Si logramos incrementar nuestra competitividad ese 15%, el sector tendrá un aumento del 2,5% en el ingreso bruto.

Pero para mejorar la competitividad tenemos que mejorar aspectos como el aumento de la capacidad de almacenamiento en Tumaco, la capacidad del transporte terrestre y mantener una alta productividad mediante la implementación de economías de escala.

Finalmente, considero que para este año es muy importante que el sector aproveche esta alternativa de negocios que tiene a través de la comercializadora, porque son ellos como proveedores la razón de nuestra existencia. ☘