

fedepalma

40 años
1962-2002

El palmicultor

Boletín Informativo de la Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite - Fedepalma

Noviembre de 2002 No. 369

Publicación cofinanciada por el Fondo de Fomento Palmero

Taller de Comercialización: Una apuesta al futuro

Con el desafío de desarrollar a profundidad el cluster de la palma, como un paso decisivo para incrementar la competencia tanto en el mercado doméstico como en otros países, Fedepalma culminó el Taller de Comercialización, que se realizó entre el 21 y 22 de noviembre en el Hotel Zuana de Santa Marta.

El evento se efectuó con el propósito de revisar y actualizar la estrategia de comercialización de la Agroindustria de la Palma de Aceite en Colombia y contó con la participación de los miembros de las Juntas Directivas de Fedepalma, C.I. Acepalma S.A., Propalma S.A., Cenipalma;

de los Comités Directivos de los fondos parafiscales palmeros, así como de personal directivo de las mismas instituciones.

Alejandro Salazar Yusti, quien es consultor en la transformación de empresas e industrias y en el desarrollo de nuevos negocios actuó como facilitador del taller. Este ingeniero industrial de la Universidad de Los Andes cuenta con maestría y doctorado en Ingeniería Industrial y Administración de Northwestern University (Illinois) y ha participado en la transformación de empresas como Organización Corona, Coca-Cola

CONTINÚA PAG 6 ▶

Fedepalma recibe Orden Nacional al Mérito



El pasado 14 de noviembre se llevó a cabo la ceremonia de condecoración de la Orden Nacional al Mérito en el grado Cruz de Plata, otorgada a Fedepalma por el Gobierno Nacional. En la misma ceremonia también fueron condecorados los personajes del sector empresarial Hernán Echavarría Olózaga y Tito Livio Caldas y las organizaciones Chaid Neme Hermanos, Fundación Santa Fe y Diario El Otún.

En su discurso el Presidente Alvaro Uribe Vélez expresó: "La Presidencia de la República exalta esta tarde los excepcionales méritos de dos insignes compatriotas y de cuatro importantes organizaciones empresariales, cuyos invaluable servicios en diversos campos de la vida social, han contribuido al progreso de la Patria".

Y refiriéndose a Fedepalma dijo: "Veo en Fedepalma, otra de las instituciones a quien hoy hacemos reconocimiento, una prefiguración del nuevo país que soñamos. Veo con emoción, que se asocien pequeños, medianos y grandes propietarios para ejercer la solidaridad, desarrollar el mejoramiento técnico, obtener insumos y créditos con precios y condiciones favorables.

Este Gobierno sueña con una Colombia de propietarios. No exaltamos la pobreza, sino la pequeña economía que garantice a las familias una permanencia digna en el campo, rodeadas de los beneficios del progreso. Que asocie la

CONTINÚA PAG 10 ▶

En esta edición

Exitosa Operación Forward

PAG 7

En qué va la reforma tributaria

PAG 8

Palmicultores de Tumaco en acción

PAG 9

VIENE DE LA PAG 1

Taller de Comercialización: Una apuesta al futuro

de Colombia y Grupo Siderúrgico Diaco y asesoró al Ministerio de Comercio Exterior en la elaboración del Plan Nacional Exportador.

De forma previa al taller, el facilitador realizó entrevistas de opinión para conocer los puntos de vista de los palmicultores frente al proceso actual de comercialización.

También efectuó un diagnóstico en el que tomó en cuenta cada uno de los elementos que integran el diamante competitivo de la Agroindustria de la Palma de Aceite: Estrategia, Estructura y Rivalidad (materias primas, productores, plantas de beneficio y fondos palmeros); Demanda (mercado local, consumo per cápita, estructura tributaria); Factores Básicos (hectáreas sembradas, costo de la tierra, logística, instrumentos financieros y costo fertilizantes) y Cluster (entidades asociadas, infraestructura, costos seguridad, innovaciones en cosecha), con el fin de identificar los segmentos y alternativas para una colocación competitiva de productos que permita optimizar el ingreso del sector palmicultor.

El taller se realizó en sesiones plenarias en las que por grupos de trabajo se analizaron los mercados objetivo de la industria palmera y se evaluaron los instrumentos de comercialización, especificando las oportunidades de mercado y mercadeo de los productos del sector, la formación de precios y manejo de ingresos, los esquemas e instrumentos de negociación y comercialización así como la logística.

Entre las conclusiones más importantes del taller se destacó la necesidad de desarrollar el cluster de la palma, como un paso decisivo para incrementar la competencia. Los clusters son concentraciones geográficas de compañías e instituciones conectadas entre sí en un lugar particular e incluyen proveedores de insumos e infraestructura. También se enfatizó la importancia de explotar a profundidad el mercado interno para ser más exitosos en los mercados internacionales y de institucionalizar la investigación y el desarrollo de nuevos mercados para crear demanda de aceite de palma. En este último punto las recomendaciones se dirigieron a aprovechar las oportunidades que ofrecen las industrias de alimentos y bebidas, aseo y hogar, cuidado personal y transporte.

El taller suministró a los participantes los elementos necesarios para el diseño de la nueva estrategia de competitividad y comercialización dirigida a que la industria de la palma cumpla los objetivos establecidos en la "Visión de la Palmicultura Colombiana al 2020". Una de las principales recomendaciones del taller fue la de

crear una agenda práctica y alcanzable que incluya todos los agentes que el sector considere necesarios "para que la visión 2020 no sea sólo de más volumen sino de una industria más competitiva".

Las metas de crecimiento del sector expuestas en ese ejercicio de prospectiva plantean la posibilidad de incrementar las áreas de cultivo de palma de

aceite, que para el 2001 fueron de cerca de 170.000 hectáreas, a más de 700.000 hectáreas en dos décadas y que la producción de aceite de palma que hoy llega a 550.000 toneladas sea de 3,5 millones en el 2020. Esto en lo que toca al mercado local. En el contexto internacional, la actualidad la Agroindustria de la Palma de Aceite participa con el 2% de la producción mundial de aceite de palma, genera divisas para Colombia por cerca de 50 millones de dólares y exporta el 25% de la producción anual de aceite de palma y el 46% de la de aceite de palmiste. La meta es que el país pase a participar con el 9% de la producción mundial en el 2020 y exporte 2,7 millones de toneladas de aceite de palma.

Para lograrlo el sector debe estar listo para afrontar los cambios en la comercialización de los aceites de palma que se están avizorando con el avance de las distintas negociaciones para la conformación de zonas de libre comercio y de integración económica que adelanta el país como la consolidación de una auténtica Unión Aduanera Andina, el Acuerdo de Libre Comercio de las Américas (ALCA), el acuerdo de la Organización Mundial de Comercio, el Mercado Común del Sur y los diferentes Acuerdos de Alcance Parcial de carácter bilateral.

Así mismo y gracias al desarrollo de nuevas tecnologías de producción, los palmicultores tienen que aprovechar el amplio espectro de posibilidades que se abre con los mayores usos para aceites de la palma en la elaboración de bienes finales y la posibilidad de conquistar nuevos nichos de mercado para la colocación de los productos de la palma de aceite tanto en el mercado doméstico como en el de exportación. ☘

