

Alianzas se fortalecen en temas empresariales y sociales

Los pequeños productores de palma del país, reunidos en alianzas estratégicas, tienen la oportunidad de capacitarse en diferentes temas con el apoyo del Programa de Gestión para la Capacitación y Desarrollo Empresarial de Fedepalma.

Es así como este año uno de los talleres que se está desarrollando es el de Gestión Empresarial para Alianzas Estratégicas, donde uno de los coordinadores es Jaime Castillo Gallo quien indicó que por medio de estos talleres se busca crear en los pequeños productores una mentalidad empresarial en el desarrollo de su negocio, pero sin dejar de lado el aspecto hu-

mano que es fundamental en cualquier actividad.

Por eso la labor se enfoca a tres ejes básicos: el desarrollo de la familia, en búsqueda del crecimiento de la unidad familiar y de las personas; el segundo es la empresa como tal, que conozcan su finca, sus posibilidades y le den un manejo empresarial; el tercer eje es el desarrollo de la comunidad, la influencia que pueden tener ellos como líderes que son en sus veredas.

Así mismo, se pretende fortalecer las capacidades para liderar una gestión sostenible de sus cultivos, de manera que impulsen procesos de construcción

de ventajas competitivas, con base en el conocimiento de los entornos de todo orden en que opera esta agroindustria.

Resaltó el enfoque de conocimiento por cuanto es algo que forma parte de las capacidades de las personas, por lo que se corrobora que la competitividad no depende exclusivamente de las características de los cultivos sino de los mismos productores.

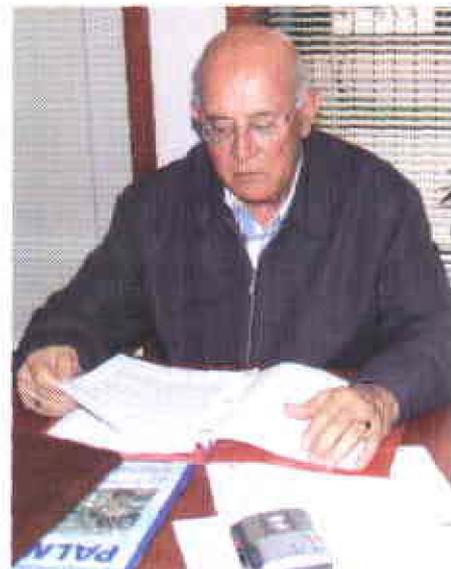
De acuerdo con lo expuesto por Castillo Gallo, un punto clave de esta formación es que los cultivadores tomen conciencia que su empresa ➡

Las alianzas

El año pasado, en estudio realizado por el IICA, con recursos de Fedepalma y Finagro, se identificaron 83 alianzas con 4.500 productores vinculados a ellas y en estos momentos hay un crecimiento de las mismas en las diferentes zonas palmeras del país. Las alianzas estratégicas representan algo más de 30.000 hectáreas de las 300.000 cultivadas con palma de aceite en el país.

Un estímulo para el tema de las alianzas ha sido los beneficios que el gobierno ha establecido, en especial el crédito y lo relacionado con el mismo como el Incentivo a la Capitalización Rural (ICR), el acceso al Fondo Agropecuario de Garantías (FAG) y las líneas de crédito para grupos asociativos.

Muchas de las alianzas estratégicas cuentan como articulador o gestor a empresas palmeras consolidadas que las avalan financieramente, les aportan o transfieren tecnología, les suministran insumos adquiridos con economías de escala y con las que tienen contratos a largo plazo que aseguran la compra del fruto de la palma de aceite.



Jaime Castillo Gallo

INDUPALMA

Banca de Inversión y Operación de Proyectos

Ofrece ahora su experiencia para que agricultores, procesadores de fruto e inversionistas, tengan éxito en el negocio de la palma de aceite.

Vaya adelante con la palma, vaya con Indupalma



Teléfono: +57 (1) 3470010 • Fax: +57 (1) 2121016 • Dirección: Calle 67 No. 7 - 94 Piso 8 • E-mail: mercadeo@indupalma.com • www.indupalma.com

Desarrollo temático del taller

Capítulo 1. Yo, como persona, mi familia, mi cultivo y mi asociación.

Capítulo 2. Delimitación y conocimiento de nuestro entorno: la agroindustria de la palma; el gremio; el territorio palmero; nuestras ventajas competitivas.

Capítulo 3. Echándole cuentas a todo: indicadores técnico-económicos de rendimiento; costos de producción.

Capítulo 4. Con disciplina lograremos: mejores personas, mejores familias, mejores cultivos, fortalecer nuestra asociación, mejor uso de nuestro tiempo y demás recursos.

Capítulo 5. Planeación de nuevos proyectos.

es un negocio y por tanto debe ser rentable y competitiva, por eso se hace un ejercicio para que analicen la situación actual de sus fincas y programen un plan de desarrollo. La competitividad se basa en dos aspectos: la sostenibilidad a largo plazo del cultivo y el desarrollo familiar y comunitario.

Con este énfasis en el aspecto humano es que destaca la activa participación de las mujeres en los talleres y en general en la actividad palmera. De 4.500 productores asociados en las alianzas productivas, hay 1.600 mujeres, lo que resalta el aporte de ellas en el sector.

El taller se inicia con un test de autoestima, para que la gente se analice a sí misma, cómo está su personalidad con respecto al trabajo con sus compañeros porque se quiere ir formando aspectos de liderazgo ya que ellos, en sus organizaciones, tienen sus juntas directivas y se relacionan con los dueños de las grandes empresas y de las plantas extractoras, por lo que se necesita tener condiciones para interrelacionarse adecuadamente.

También en este aspecto se plantean valores como la honestidad, la lealtad, la amistad, el respeto por los demás y que en general son temas que los asistentes destacan como importantes para la convivencia.

La temática de estos talleres surge de la experiencia que se tiene en renglo-

nes productivos como café, cítricos y ganadería, entre otros, que responde a la necesidad de los productores en esa etapa en que ellos se encuentran y que se distingue porque se proponen transformar de campesinos típicos a pequeños empresarios.

Igualmente, el taller aborda aspectos que se encontraron en el estudio de alianzas productivas en palma que se desarrolló el año pasado y donde se observó la necesidad de hacer un acompañamiento a estas organizaciones, en particular en temas administrativos pues, en general, hay deficiencias que se pueden tratar de mejorar.

Sin embargo, aclaró, aquí no se trata de aprender todo de administración de fincas sino que es una etapa de motivación para que luego continúen con su formación con el apoyo de entidades como el Sena.

Entre las deficiencias que se han encontrado en las diferentes explotaciones agrícolas en Colombia es que la gente no acostumbra llevar las cuentas de manera organizada, en particular los costos y por ello no saben si su cultivo es rentable o no y dónde pueden mejorar. Por eso en el taller se les muestra la importancia de llevar un registro de todo para ver dónde son más eficientes y dónde tienen que mejorar para ser más competitivos.

Así mismo, esto sirve para hacer, en la práctica, una referenciación competitiva, es decir, compararse con las pequeñas, medianas o grandes explotaciones pues hay ciertas prácticas que los agricultores saben hacer de una manera determinada y que pueden servir de modelo a otros para ganar eficiencia.

La programación incluye cinco talleres en seis ciudades sede que se corresponden con las diferentes zonas palmeras del país. En cada taller se les da charlas y actividades relacionadas con los tres ejes de formación. Además, se busca que ellos tengan una participación muy activa en la capacitación.

La respuesta a los talleres ha sido muy buena, incluso desbordando el número de cupos y esto obedece, entre otras razones, a que están muy unidos en las zonas donde están produciendo. Además, a esta capacitación han asistido como participantes instructores del Sena y técnicos agrícolas o de finanzas de las empresas palmeras que dan asesorías a las pequeñas.

Precisamente una de las ideas es que los instructores del Sena y los técnicos continúen la labor que comienza con los talleres y puedan hacer seguimiento a lo que apliquen los pequeños productores en sus negocios. De hecho ellos trabajan dentro del curso, es decir, van aplicando lo que aprenden en el taller. ☞

