

**REALIZACIÓN DE UN ANÁLISIS ENCAMINADO AL DESARROLLO DEL  
CLÚSTER DE ACEITE DE PALMA EN EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER  
COMO ESTRATEGIA PARA REACTIVAR LA EXPORTACIÓN.**

JOHN SEBASTIAN QUIÑONEZ PICO

000308410

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA- SECCIONAL BUCARAMANGA

ESCUELA DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BUCARAMANGA

2019

**REALIZACIÓN DE UN ANÁLISIS ENCAMINADO AL DESARROLLO DEL  
CLÚSTER DE ACEITE DE PALMA EN EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER  
COMO ESTRATEGIA PARA REACTIVAR LA EXPORTACIÓN.**

JOHN SEBASTIAN QUIÑONEZ PICO

000308410

PROYECTO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OBTENER EL  
TÍTULO DE:

ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

DIRECTOR DEL PROYECTO

HENRY FERNANDEZ PINTO

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA- SECCIONAL BUCARAMANGA  
ESCUELA DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BUCARAMANGA

2019

Copyright © 2019 por John Sebastian Quiñonez Pico, Todos los derechos reservados.

Nota De Aceptación

---

---

---

---

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado

---

Jurado

## **AGRADECIMIENTOS**

A mi padre por su apoyo, confianza y compromiso.

A mi madre por su incansable entrega.

A mis hermanas por su amor y palabras sinceras.

A Juliana Rangel, por su amor, por su entendimiento, por su comprensión y por ayudarme a seguir por el camino correcto.

A Laura Carolina Saavedra, por su amistad, por su calidez y sobre todo por la confianza que me dio desde el primer día.

A todos, gracias.

## Tabla de Contenido

<b>1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA</b> .....	7
<b>RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO</b> .....	7
<b>GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE</b> .....	8
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	9
<b>1.1. Misión</b> .....	9
<b>1.2. Visión</b> .....	10
<b>1.3. Objetivo de la Cámara de Comercio</b> .....	10
<b>1.4. Objetivo General de la Práctica</b> .....	10
<b>1.5. Objetivos Específicos de la Práctica</b> .....	11
<b>1.6. Organigrama</b> .....	12
<b>1.7. Diagnóstico de la Empresa</b> .....	12
<b>1.8. Justificación de la práctica</b> .....	13
<b>1.9. Funciones Para Desarrollar en la Práctica</b> .....	14
<b>1.10. Cronograma de Actividades</b> .....	15
<b>2. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO</b> .....	16
<b>GENERALIDADES DEL PROYECTO</b> .....	16
<b>2.1. Título del Proyecto</b> .....	16
<b>2.2. Objetivo General</b> .....	16
<b>2.3. Objetivos específicos</b> .....	16
<b>2.4. Descripción del Proyecto</b> .....	17
<b>2.5. Justificación del Proyecto</b> .....	17
<b>2.6. Marco Teórico</b> .....	18
<b>2.7. Metodología</b> .....	19
<b>2.8. Definir y cuantificar el porcentaje de participación actual del departamento de Santander en cuanto a exportación y producción a nivel nacional</b> .....	20
<b>2.9. Construir una estrategia de internacionalización del aceite de palma desde la creación de un clúster en Santander para el aprovechamiento de este producto</b> .....	22
<b>2.10. Diseñar un plan de trabajo mediante el cual, apoyado con la cámara de comercio de Bucaramanga, se brinde al productor la posibilidad de exportar mediante el uso del clúster</b> .....	28
<b>3. RESULTADOS</b> .....	35
<b>4. CONCLUSIONES</b> .....	36
<b>5. REFERENCIAS</b> .....	36

## Tabla de Figuras

Figura 1 Organigrama Cámara de Comercio .....	12
Figura 2 Área sembrada en el departamento de Santander 2018 .....	18
Figura 3 Plantas de beneficio activas en el departamento de Santander 2018 .....	21
Figura 4 Producción mundial de aceites y grasas 2016 .....	24
Figura 5 Distribución geográfica de la producción de aceite de palma en américa 2017.....	25
Figura 6 Distribución para uso de aceite de palma en la Unión Europea 2018.....	26
Figura 7 Etapas y productos en la cadena productiva de la palma de aceite.....	28
Figura 8 Usos de consumo humano para el aceite de palma en Europa 2018 .....	29
Figura 9 Usos para el aceite de palma 2018.....	30
Figura 10 Principales importadores de aceite de palma en 2016 .....	31
Figura 11 Importaciones de aceite de palma hacia la UE procedente de países extracomunitarios .....	32
Figura 12 Certificaciones internacionales para el aceite de palma .....	35

# 1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

## RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

4/12/2019

www.upbbga.edu.co/biblioteca/formaton.php

### RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

**TITULO:** REALIZACIÓN DE UN ANÁLISIS ENCAMINADO AL DESARROLLO DEL CLÚSTER DE ACEITE DE PALMA EN EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER COMO ESTRATEGIA PARA REACTIVAR LA EXPORTACIÓN

**AUTOR(ES):** JOHN SEBASTIAN QUIRÓNEZ PICO

**PROGRAMA:** Facultad de Administración de Negocios Internacionales

**DIRECTOR(A):** HENRY FERNANDEZ PINTO

### RESUMEN

El presente trabajo de grado es la confirmación del trabajo y conocimiento obtenido durante la práctica realizada en el Centro de Información de Proccolombia, en el cual se pudo observar la necesidad del sector palmicultor mediante la asesoría brindada a los empresarios. Es por esta razón que aquí se desarrollará un análisis del Sector Palmicultor, en el departamento de Santander, con la finalidad de proponer el desarrollo de un clúster para el mismo, identificando las ventajas, herramientas y oportunidades que podría traer para los empresarios y el crecimiento del departamento, trabajando de la mano con la Cámara de Comercio de Bucaramanga y el Centro de Información de Proccolombia.

### PALABRAS CLAVE:

Proccolombia, palma, clúster, cadena de producción, competitividad, internacionalización, desarrollo.

Vº Bº DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Escriba el texto aquí

# GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

4/12/2019

[www.upbbgs.edu.co/biblioteca/formatol.php](http://www.upbbgs.edu.co/biblioteca/formatol.php)

## GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

**TITLE:** REALIZATION OF AN ANALYSIS AIMED AT THE DEVELOPMENT OF THE PALM OIL CLUSTER IN THE DEPARTMENT OF SANTANDER AS A STRATEGY TO REACTIVATE EXPORTS

**AUTHOR(S):** JOHN SEBASTIAN QUIÑONEZ PICO

**FACULTY:** Facultad de Administración de Negocios Internacionales

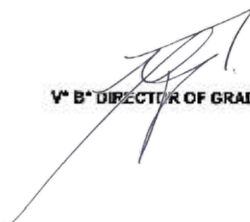
**DIRECTOR:** HENRY FERNANDEZ PINTO

### ABSTRACT

The present degree work is the confirmation of the work and the knowledge obtained during the practice carried out in the Procolombia Information Center, in which the need for the palm-growing sector was observed through the advice provided to entrepreneurs. It is for this reason that here an analysis of the Palmicultor Sector will be developed, in the department of Santander, with the proposal to propose the development of a cluster for it, identifying the advantages, tools and opportunities that could bring for entrepreneurs and growth of the department, working hand in hand with the Bucaramanga Chamber of Commerce and the Procolombia Information Center

### KEYWORDS:

Procolombia, palm, cluster, production chain, competitiveness, internationalization, development.

  
V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK



## INTRODUCCIÓN

La entidad encargada de desarrollar y generar proyectos para la conectividad competitividad y productividad en Santander es la Cámara de Comercio de Bucaramanga, en la cual realizaré mi práctica empresarial, experiencia que espero ayude a concretar el conocimiento aprendido a lo largo de la carrera, mediante las asesorías básicas a los empresarios santandereanos, relacionadas con el proceso de exportación.

Este proceso de exportación es llevado a al empresario a lo largo de Colombia mediante la red de oficinas nacionales e internacionales que ofrecen asesorías básicas y personalizadas, haciendo uso de herramientas virtuales, guías de exportación y programas de formación exportadora enfocados al diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios.

Sin embargo, es importante que resalte que el Centro de Información de Procolombia de Bucaramanga funciona en convenio con la Cámara de Comercio de Bucaramanga y la Universidad Santo Tomás, por esta razón el lugar donde se llevará a cabo mi practica es en la oficina del Centro de Información de Procolombia en el 2 piso de la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

### **1.1. Misión**

*“La Cámara de Comercio de Bucaramanga es una entidad de derecho privado, de carácter corporativo, gremial, sin ánimo de lucro que gestiona, apoya y desarrolla programas y proyectos para la Conectividad, Competitividad y Productividad*

*empresarial y regional. Presta eficientemente servicios delegados por el Estado, con la tecnología adecuada y un equipo humano que apropia en su actividad los valores corporativos”*

## **1.2. Visión**

*En la Cámara de Comercio de Bucaramanga nos emociona la idea de contribuir de manera elocuente y potente al desarrollo y generación de riqueza para Santander, alrededor de tres temas fundamentales:*

- *Adueñándose del tema de Conectividad con una visión ambiciosa y de largo plazo, cambiando la mentalidad local para dinamizar con lógica global los intercambios con los mercados más sofisticados y relevantes del mundo.*
- *Liderando con credibilidad y convocatoria la agenda de la Competitividad para reinventar esta región que nos apasiona, entendiendo que sólo se genera riqueza compitiendo.*
- *Acompañando los proyectos de Productividad que potencializan competencias de los empresarios, apalancados en relaciones clave para lograr la transformación del conocimiento en acción.*

## **1.3. Objetivo de la Cámara de Comercio**

*“La Cámara de Comercio de Bucaramanga trabaja por el desarrollo socioeconómico de la región mediante el fortalecimiento de la competitividad empresarial, regional y la prestación eficiente de los servicios delegados por el estado”*

## **1.4. Objetivo General de la Práctica**

Puesta en práctica del conocimiento que fue obtenido a lo largo de la carrera de Administración de Negocios Internacionales, en el Centro de Información de Procolombia en convenio con Cámara de Comercio de Bucaramanga y Universidad Santo Tomas, con el propósito de analizar, cuantificar y dimensionar el estado actual del sector palmicultor en el departamento de Santander para proponer el desarrollo de un clúster para este sector que facilite herramientas y profesionales, buscando así la reactivación de la exportación del departamento.

### **1.5. Objetivos Específicos de la Práctica**

- Realizar asesorías básicas a empresarios en temas de requisitos, documentación, logística entre otros temas del proceso de exportación.
- Registrar las visitas realizadas por los empresarios al Centro de Información de Procolombia a través de las plataformas de Cámara de Comercio (Salesforce), Procolombia (Neo), y un archivo de Drive que evalúa el rendimiento periódicamente.
- Manejar bases de datos y plataformas web como herramientas de investigación a las consultas realizadas por los empresarios que se acercan al Centro de Información de Procolombia.
- Coordinar la logística de programas de formación exportadora ofrecidos por Procolombia.
- Determinar la potencialidad de los empresarios que toman asesoría básica para ser referidos ante el comité mensual para su análisis y futuro inicio de plan de trabajo.
- Llevar registro de los asistentes a los diferentes programas que se llevan en el año.
- Tabular encuestas de satisfacción realizadas a los empresarios que toman programas de formación exportadora.

## 1.6. Organigrama

Figura 1 Organigrama Cámara de Comercio



Fuente: Página oficial Cámara de Comercio.

## 1.7. Diagnóstico de la Empresa

Actualmente la Cámara de Comercio de Bucaramanga y Procolombia se encuentran realizando diversas actividades como programas de formación exportadora, eventos

sectoriales, creación de conglomerados, mentorías, cooperación en mesas sectoriales con Fenalco y el lanzamiento del Plan Regional de Internacionalización, con el objetivo de ayudar a impulsar las exportaciones de las empresas Santandereanas a mercados globales. Ya que, según datos obtenidos por el DANE, el departamento de Santander representa solamente el 1.2 % de las exportaciones a nivel nacional ocupando el puesto n° 17 y siendo su total exportado en dólares 22 veces menor que el de Antioquia principal departamento exportador.

Es por esto que el Centro de Información de Procolombia se encuentra completamente comprometido con las asesorías y capacitaciones a las empresas santandereanas, que estén interesadas en iniciar el camino hacia la internacionalización, con el único objetivo de transformar el departamento en eje del comercio exterior colombiano.

### **1.8. Justificación de la práctica**

Las prácticas empresariales representan en la vida del estudiante de cualquier programa académico, el culmen y la aplicación del conocimiento. Es un salto a la vida real en el que se pone a prueba todo lo aprendido a lo largo de 8 semestres, y un acercamiento con el clima laboral, con sus responsabilidades y beneficios.

Por otra parte, representan un espacio de esparcimiento y acercamiento al tejido empresarial del departamento, en miras de identificar qué áreas de la carrera desea profundizar, o buscar contactarse con alguna entidad o compañía en específico aumentando las posibilidades de entrar en la misma.

El hecho de realizar las prácticas profesionales en Procolombia, es una puerta al proceso exportador afianzando así el saber obtenido en la academia y aprendiendo los trucos y pequeñas artimañas propias del oficio, a su vez el relacionamiento con los empresarios de

manera diaria permitirá ampliar el espectro de oportunidades comerciales y laborales que existen actualmente en el departamento. En mi caso específico considero que me permitirá generar una red de contactos que puede ser aplicada a mi proyecto empresarial; al igual que conocer los diferentes programas y esfuerzos que se hacen desde Procolombia y Cámara de Comercio de Bucaramanga para incentivar el crecimiento del comercio exterior en Santander.

### **1.9. Funciones Para Desarrollar en la Práctica**

- Atención a los empresarios, brindándoles información acerca del proceso de exportación, mediante el manejo de bases de datos.
- Registro en plataforma de visitas al Centro de Información de Procolombia (Neo), con el fin de llevar un registro del número de empresarios que se acercan por algún tipo de asesoría al Centro de Información
- Registro de visitas de empresarios en plataforma de Cámara de Comercio (Sales force), este registro le sirve a la Cámara para tener actualizada la información de los empresarios con el fin de poder ofrecer diversos servicios.
- Registro de vivitas de empresarios en un documento de Google Drive, registro que funciona como herramienta de medición del alcance que se tiene y el tejido empresarial con oportunidades comerciales reales.
- Manejo de plataformas para la investigación de mercados ofrecidos a los empresarios que deseen buscar oportunidades de negocio en el exterior, adicionalmente brindarles información de estadísticas de exportación acerca del producto que manejen.
- Envío de TRM diaria.

- Coordinación, programación y logística de programas de formación exportadora realizados por Procolombia.
- Tele mercadeo y promoción de programas pagos de formación exportadora sectorizados o enfocados en metodologías novedosas.
- Tabulación de encuestas de satisfacción, con la finalidad de analizar los principales problemas o incógnitas que surgen al empresario en el proceso de exportación.

### 1.10. Cronograma de Actividades

MES/SEMANA	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
<b>MAYO</b>		Identificación del área de trabajo y funciones dentro del Centro de Información de Procolombia.	Identificación de la información ofrecida desde el cargo a ocupar.	Análisis de posible tema a trabajar en el proyecto
<b>JUNIO</b>	Construcción del anteproyecto y revisión por parte del jefe y coordinador de práctica.	Aprobación del tema a tratar y anteproyecto	Recopilación de información inicial para desarrollo del proyecto.	Recopilación de información inicial para desarrollo del proyecto.
<b>JULIO</b>	Recopilación de información inicial para desarrollo del proyecto.	Inicio de construcción del proyecto.	Construcción del proyecto	Construcción del proyecto
<b>AGOSTO</b>	Construcción del proyecto	Construcción del proyecto	Construcción del proyecto	Construcción del proyecto
<b>SEPTIEMBRE</b>	Construcción del proyecto	Construcción del proyecto	Construcción del proyecto	Construcción del proyecto

<b>OCTUBRE</b>	Entrega Avance 1 del proyecto	Correcciones primera entrega	Entrega Avance 2 del proyecto	Correcciones segunda entrega
<b>NOVIEMBRE</b>	Construcción del proyecto	Construcción del proyecto	Visita Director de Practicas	Entrega Final
<b>DICIEMBRE</b>	Finalización de practicas			

## **2. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO**

### **GENERALIDADES DEL PROYECTO**

#### **2.1. Título del Proyecto**

*Realización de un análisis encaminado al desarrollo del clúster de aceite de palma en el departamento de Santander como estrategia para reactivar la exportación*

#### **2.2. Objetivo General**

Realizar un análisis específico del sector de aceite de palma con la finalidad de proponer el desarrollo de un clúster para potenciar las ventajas del sector, en búsqueda de un aumento en la participación de exportación nacional.

#### **2.3. Objetivos específicos.**

- Definir y cuantificar el porcentaje de participación actual de departamento de Santander en cuanto a exportación y producción a nivel nacional.
- Construir una estrategia de internacionalización del aceite de palma desde la creación de un clúster en Santander para el aprovechamiento de este producto.



- Diseñar un plan de trabajo mediante el cual, apoyado con la cámara de comercio de Bucaramanga, se brinde al productor la posibilidad de exportar mediante el uso de este clúster.

#### **2.4. Descripción del Proyecto**

El departamento de Santander se encuentra en una posición privilegiada frente al número de hectáreas sembradas de aceite de palma, representando el 16,84% del total nacional, por lo tanto, es de vital importancia descubrir la razón por la cual el departamento no representa ni siquiera el 1% de las exportaciones de aceite de palma crudo o refinado. Este motivo será puesto en estudio mediante la proposición del desarrollo de un clúster para este sector de la agricultura con la intención de facilitar y mejorar los procesos productivos de este cultivo en aras de fabricar un aceite de alta calidad bajo los estándares internacionales para así iniciar una cultura exportadora.

#### **2.5. Justificación del Proyecto**

El planteamiento de este proyecto se basa en identificar las razones por las cuales el sector palmicultor no exporta a pesar del alto nivel productivo que tiene, con la finalidad de proponer el desarrollo de un clúster para este sector que permita solidificar los procesos aumentando la competitividad del departamento en los mercados internacionales. A su vez es de vital importancia encontrar la oferta exportable del sector ya que cuenta con gran variedad de productos que se derivan de él y es fundamental encontrar en qué estado se desea realizar la exportación.

Este proyecto fue ideado en base a los índices de productividad y aprovechamiento de territorios en el país según las cifras obtenidas de la Federación Nacional de Cultivadores de

Palma, en donde Santander se encuentra en el segundo lugar en cuanto a cantidad de hectáreas sembradas y produciendo, solo detrás del departamento del Meta. Es por esta razón y gracias a los excelentes terrenos con los que cuenta el departamento que es tan relevante comprender el porqué de la falta de exportación de un sector tan fuerte.

## 2.6.Marco Teórico

El sector palmicultor en Colombia ha tenido reconocimiento a lo largo de los últimos 40 años y a pesar de no haber sido priorizado representa un índice de producción comparativamente alto. Es por esto que el presente proyecto está dirigido hacia el aceite de palma en Santander, ya que según FEDEPALMA el departamento se encuentra en el lugar número 2 a nivel de área sembrada.

*Figura 2 Área sembrada en el departamento de Santander 2018*



*Fuente: Federación Nacional de Cultivadores de Palma. 2018*

Así como se evidencia en la imagen anterior, el departamento de Santander, cuenta con 87.095 hectáreas de palma de aceite sembradas en el 2018, representando un 16.84% del total

nacional (516.961 hectáreas), y con una producción de 110.956 toneladas de aceite crudo que representan el 13.2% del total nacional (840.575 toneladas).

Además de ser el segundo productor también se evidencia que anualmente Santander presenta un incremento en el número de hectáreas sembradas de palma, con la finalidad de volverse más competitivo y alcanzar las más de 141.000 hectáreas que tiene el departamento del Meta.

Sin embargo, a pesar de que Santander produce un gran porcentaje del total nacional, no cuenta con la infraestructura y tecnología necesaria para realizar el debido proceso de transformación del aceite de palma. Sus 7 plantas beneficio están capacitadas para la extracción y refinado del aceite, más sin embargo los tiempos de desarrollo son los más lentos de todo el país. Es allí donde recae la vital importancia del desarrollo de este clúster, que pueda apoyar el proceso de extracción y refinado para incentivar la competitividad del departamento.

## **2.7. Metodología**

El presente trabajo es de carácter cualitativo, expositor y con el componente de investigación, en el cual serán tomadas fuentes secundarias como referencias y bases tales como reportes de FEDEPALMA, información de la cámara de comercio de Bucaramanga relacionada a la creación del clúster, y variados artículos y noticias relacionadas con el aceite de palma con la finalidad de completar los objetivos trazados.

Así mismo se llevará a cabo el análisis del sector palmicultor y sus peldaños en la cadena de producción con la finalidad de hacer la caracterización del mismo y encontrar así las

razones por las cuales el departamento no es exportador del producto previamente mencionado.

Para finalizar se propondrá el desarrollo de un clúster en donde se exprese el potencial exportador del departamento, los problemas que enfrenta y las posibles soluciones a los mismos. A su vez se construirá un plan de trabajo a seguir por parte de los agricultores con la finalidad de obtener el mayor beneficio del cultivo de la palma haciendo uso del clúster y sus herramientas.

## **2.8. Definir y cuantificar el porcentaje de participación actual del departamento de Santander en cuanto a exportación y producción a nivel nacional**

Para iniciar es importante reconocer el potencial del sector palmicultor en el departamento en cuanto a niveles productivos y a porcentaje de exportación. Santander es el segundo principal productor de aceite de palma en Colombia con una participación del 16.84% de la producción nacional en el 2018, solo detrás del Meta 27,28% (Fedepalma, 2018). A su vez el departamento cuenta con 1.083 palmicultores y 7 núcleos palmeros en funcionamiento generando en total más de 11.510 empleos y directos y 17265 empleos indirectos.

Es por estas razones que se considera al departamento como foco de estudio para evaluar la posibilidad de la constitución de un clúster para este sector.

En la actualidad el departamento trabaja de la mano con Fedepalma para la elaboración de: Planes de Ordenamiento municipal y departamental (POT, PBOT, EOT Y POD), planes de desarrollo departamental y municipal, planes de ordenación y manejo ambiental de las cuencas hidrográficas, proyectos en ciencias y tecnología (Fondo Ciencia Tecnología e

Innovación del Sistema General de Regalías) y proyectos que se desprendan de los planes de desarrollo y otros escenarios.

A su vez el departamento cuenta con 78.637 hectáreas en periodo productivo y 7 plantas de beneficio activas, lo cual garantiza la extracción total del fruto y de la nuez.

*Figura 3 Plantas de beneficio activas en el departamento de Santander 2018*



*Fuente: Federación Nacional de Cultivadores de Palma. 2018*

Además de las plantas extractoras el departamento cuenta con el Campo Experimental Palmar de la Vizcaína, ubicado en el municipio de Barrancabermeja con el fin de acercar la investigación con los productores del departamento.

A nivel de exportación Santander es importante contextualizar la situación del sector a nivel nacional en cuanto a comercio exterior. Desde el año 1976 el sector palmicultor empezó a ganar fuerza a nivel nacional fortaleciendo la industria de aceites y margarinas en el país, esto atrajo la atención de refinadoras y extractoras internacionales interesadas en el proceso de extracción refinado y comercialización del aceite de palma y sus derivados; esto representó alrededor de 100 millones de dólares y le inyectó capital a la industria. Por el año 1994 el sector palmicultor pasó de ser un aceite de consumo humano a biocombustible, y el gobierno junto con Fedepalma y Cenipalma autorizaron el uso del 15% de aceite de palma

para la mezcla de biodiesel para así reducir su impacto ambiental, esto derivó en el desabastecimiento de la demanda de consumo nacional y aumento la importación de aceites, por lo que se desautorizó el uso de este porcentaje para estabilizar la balanza comercial. Finalmente, en el año 2008 se definió el uso del 10% de aceite de palma para biodiesel y la producción nacional se desglosó en 47% para consumo, 38% para biodiesel y el 15% restante se destinó a la exportación, pero a causa de la volatilidad de los precios internacionales se estableció el fondo de estabilización de precios del gremio palmicultor, que es un parafiscal encargado de compensar las exportaciones puesto que en momentos el precio internacional puede encontrarse más bajo que el nacional y todos los palmicultores realizan su contribución para generar cierto tipo de incentivo a la exportación. Al día de hoy el fondo sigue activo pero su uso ya no es necesario puesto que los precios internacionales han logrado estabilizarse brindando seguridad a la hora de exportar aceite de palma.

Santander por su parte no exporta aceite de palma en bruto, puesto que la mayoría de extractoras ubicadas en el departamento no pueden refinar el aceite crudo, a su vez la cultura exportadora para el producto en crudo no ha sido establecida y la exportación del mismo se hace por medio de la empresa nariñense CI ACEPALMA S.A. quien es la principal exportadora de aceite de palma crudo del país.

## **2.9. Construir una estrategia de internacionalización del aceite de palma desde la creación de un clúster en Santander para el aprovechamiento de este producto**

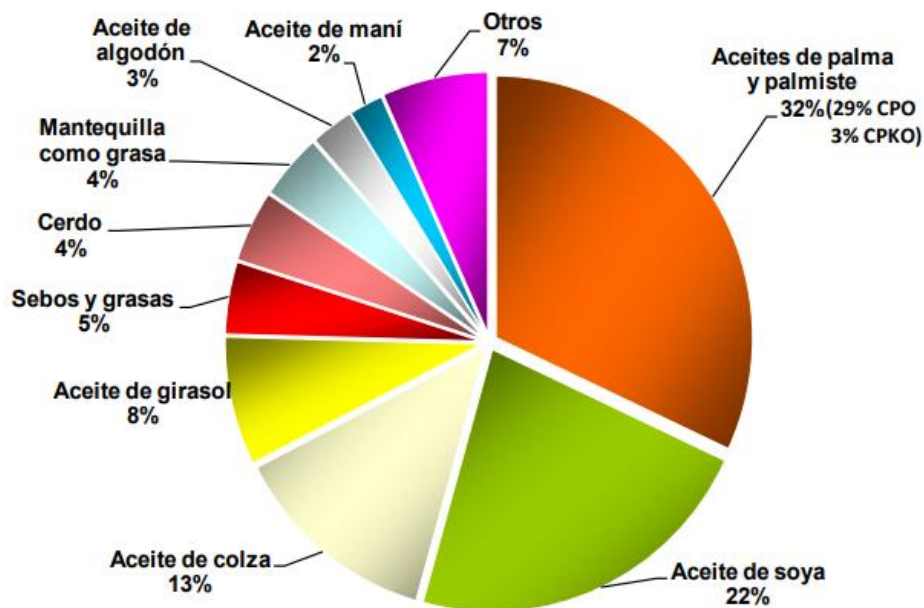
La estrategia de internacionalización se basa en el grupo de empresarios palmicultores que asistieron al Centro de Información de Procolombia en el periodo entre mayo y julio; alrededor de 12 personas mostraron interés en la exportación del aceite de palma crudo pero que no se encontraban capacitadas o formalizadas legalmente para su exportación.

Actualmente Santander es productor de aceite de palma (de color rojo) y aceite de palmiste (de color naranja), este último extraído de la almendra del fruto de palma que representa el 7-8 % del peso total de un racimo lo cual lo hace escaso, y requiere un proceso especial que lo hace muy fino. El departamento cuenta con plantas extractoras con capacidad para 450.000 toneladas apenas suficiente para las 443.8246 que produjo el departamento (13,27% del total nacional) en 2018, y a su vez estas plantas solo cuentan con la tecnología para exprimir el fruto más no para procesar el aceite de palmiste (almendra). Es por ello que la producción del departamento se dedica a los derivados de consumo humano que la empresa Santandereana de Aceites (SACEITES SA) fabrica. Principalmente derivados del aceite rojo, como son los aceites de cocina, que requieren un proceso de refinado en el cual son mezclados con aceite de soya en proporción 60%-40% para evitar que el aceite rojo puro se solidifique, las margarinas y los derivados, productos alimenticios como helados, ponqués, chocolates, entre otros. Por otra parte, Ecodiesel Colombia SA es la encargada de realizar el proceso de mezcla entre el aceite rojo de palma en un 10% y diésel regular para la producción y posterior exportación de biodiesel con destino Estados Unidos y 9 de los países pertenecientes a la Unión Europea. La industria a su vez redondea el negocio vendiendo el sobrante del proceso de extracción tanto de la pulpa como de la almendra, vendiendo esta materia orgánica como alimento para ganado, o en el mejor de los casos se comercializa para la fabricación de cosméticos.

En la actualidad el aceite de palma es el más producido y comercializado en el mundo presentando un crecimiento del 12% en la última década y llegando a representar alrededor del 32% de la producción mundial de aceites y grasas, equivalentes a alrededor de 70

millones de toneladas; de las cuales cabe destacar que 8, 12 pertenecen al aceite de palmiste producto sobre el cual giraría el desarrollo del clúster por su pureza y calidad.

*Figura 4 Producción mundial de aceites y grasas 2016*



*Fuente: Federación Nacional de Cultivadores de Palma. 2016*

Teniendo en cuenta el gráfico anterior, el sector palmicultor busca fortalecer mantener la distancia que lleva frente al aceite de soja el cual es su principal competidor; sin embargo, la industria de aceites se ve obligada a realizar mezclas entre los mismos puesto que el aceite de palma por su alta densidad tiende a solidificarse y la reducción con aceite de soja es necesaria a lo largo de la cadena productiva.

Por otra parte, es importante resaltar la posición en la que se encuentra Colombia a nivel mundial en cuanto a la producción de aceite de palma, en la tercera posición solo detrás de Indonesia y Malasia principales productores. Pero a nivel latinoamericano Colombia es el principal productor con casi el doble de Ecuador situado en la segunda posición.



*Figura 5 Distribución geográfica de la producción de aceite de palma en américa 2017*

<b>País</b>	<b>Part %</b>
Colombia	30,9
Ecuador	17,2
Honduras	12,6
Guatemala	9,9
Brasil	9,9
Costa Rica	8,3
Peru	4,2
México	2,4
Venezuela	1,8
Republica Dominicana	1,4
Panama	1,0
Nicaragua	0,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Federación Nacional de Cultivadores de Palma. 2017*

La anterior tabla nos permite ver que a nivel latinoamericano Colombia lleva una amplia ventaja en producción, y en procesado del aceite de palma cuyo principal destino de exportación es la India, China, Pakistán y la Unión Europea. Esta última no produce aceite de palma o palmiste por lo que importa anualmente más de 7 millones de toneladas por un valor de aproximadamente 4,8 millones de euros. Los mayores compradores son Holanda, España e Italia, aportando el 80% del total.

La distribución para uso en la Unión Europea está dada de la siguiente manera:

*Figura 6 Distribución para uso de aceite de palma en la Unión Europea 2018*

- Uso industrial (biocombustible).  
Aproximadamente 1.535.501,9 Tm. (83%).
- Uso industria oleoquímica y alimentación animal. Aproximadamente 123.788,7 Tm. (6,7%).
- Uso para la industria alimentaria.  
Aproximadamente es decir 190.302,0 Tm. (10,3%).

*Fuente: Informe económico de Aceite en la Unión Europea. 2018*

Es por ello que en conjunto con la cámara de comercio se plantea la construcción de un clúster que permita la completa explotación del sector palmicultor haciendo uso del aceite de palmiste o de almendra de palma rama del negocio que en Santander es completamente obviada pues requiere de un proceso de refinado más costoso, pero a su vez representa ingresos mucho más altos en cuanto a su comercialización en bruto y los derivados que de esta se obtienen.

Así la estrategia a desarrollar se define en 3 pasos: -El desarrollo de la iniciativa de clúster. -Construcción de la estrategia de internacionalización del clúster. -Implementación de la estrategia en los participantes del clúster.

La iniciativa del clúster palmero está basada en el apoyo y acompañamiento del mismo a los actores y/o participantes. La elaboración semestral de un consejo ampliado en donde a cada uno de los 1.083 palmicultores del departamento se les pueda socializar los avances y estrategias a seguir en el semestre. Se constituye el comité ejecutivo con miembros del sector, la gobernación y la academia. Se generan agrupaciones en mesas de trabajo para el análisis y ejecución de los proyectos ya presentados, el estudio de productividad, mercadeo, talento

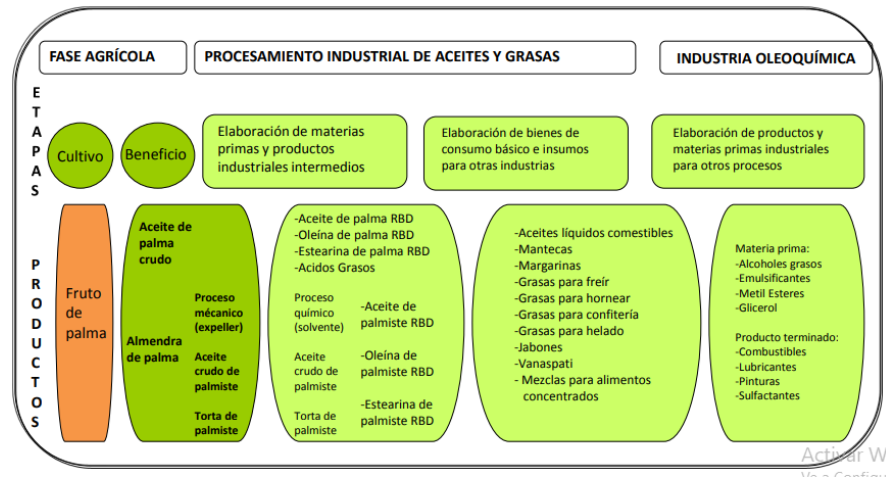
humano, investigación, desarrollo tecnológico, innovación, normatividad y principalmente la exportación del aceite crudo de palma como materia prima. La ejecución de estos es liderada por la cámara de comercio de Bucaramanga de maneja conjunta con el gremio, para garantizar su uso adecuado e imparcial.

Por otra parte, si viésemos la cadena de producción del sector agroindustrial en el departamento, existe una estructura claramente definida que debe analizarse para descubrir el punto crítico en el que el sector palmicultor está fallando y podría soportarse en el clúster para proponer un mejoramiento en cada enlace de la cadena.

Es por ello que se resalta la importancia de tener en cuenta la cadena de producción del sector palmicultor proporcionada por la Mesa Redonda de Aceite de Palma, o RSPO por sus siglas en inglés, que la define como el conjunto de procesos de producción con un objetivo de mercado en común y en el que las características tecnológicas y de producción pueden afectar la eficiencia y eficacia en la producción. Actualmente en Colombia el esquema de cadena productiva utilizado es el que ha sido publicado por la Federación Nacional de Palmicultores que divide el proceso en 3 grandes grupos, fase agrícola, procesamiento industrial e industria oleo química, de estas en Santander solo realiza las primeras 2, el cultivo del fruto y el procesamiento industrial, destacando los aceites de cocina y las margarinas, junto con los derivados de la misma; pero desaprovechando la industria oleo química y las posibilidades económicas que esta acarrea.

Así mismo los productos de procesamiento industrial se fabrican a base de aceite de palma y el aceite de palmiste es vendido al mejor postor internacional, gracias a su calidad y pureza. Pero recae en este mismo producto la posibilidad más amplia de mercado a nivel internacional.

Figura 7 Etapas y productos en la cadena productiva de la palma de aceite



Fuente: Federación Nacional de Cultivadores de Palma. 2018

Es por ello que la estrategia a desarrollar del clúster de aceite de palma para Santander estará construida en el aprovechamiento total del aceite de palma y palmiste para el procesamiento industrial de aceites y grasas. Siguiendo la información obtenida de FEDEPALMA y la RSPO el principal destino de exportación estaría en la Unión Europea, puesto que importa la totalidad de sus aceites y derivados del mismo por lo que es un nicho a explotar, en específico Holanda y España.

Estos países lideran la tabla de consumo de aceites de palma y sus derivados, al igual que promueven el consumo de biodiesel teniendo alrededor del 39% (Holanda) y 26% (España) de sus vehículos con este tipo de gasolina amigable con el medio ambiente y que aumenta la posibilidad de exportación.

**2.10. Diseñar un plan de trabajo mediante el cual, apoyado con la cámara de comercio de Bucaramanga, se brinde al productor la posibilidad de exportar mediante el uso del clúster**

Actualmente la empresa Ecodiesel ubicada en Barrancabermeja se encarga de realizar la mezcla de etanol con aceite de palma al 10% para obtener la fórmula para movilizar los vehículos por lo que podría ser uno de los primeros aliados del clúster; por otra parte la empresa Santandereana de Aceites es la encargada de fabricar la totalidad de productos derivados del aceite de palma para el consumo nacional y estaría en capacidad de producir para exportación ubicándose como segundo aliado estratégico.

*Figura 8 Usos de consumo humano para el aceite de palma en Europa 2018*

<b>Aceite de palma y palmiste para uso alimentario:</b>	<b>+190.302,00 Tm.:</b>
Aceite de palma para uso alimentario	+169.325,25 Tm.
Aceite de palmiste para uso alimentario	+ 20.976,75 Tm.
Productos de alimentación que utilizan aceite de palma y de palmiste como ingrediente (aplicando una estimación del coeficiente de utilización de cada uno):	
Margarina y mezclas de aceites y grasas	- 17.072,02 Tm.
Chocolates	+ 317,27 tm.
Galletas, bollería, pastelería	-19.942,43 Tm.
Helados	+1.209,60 Tm.
Total consumo aparente de aceite de palma	154.814.42 Tm.
Total consumo aparente de aceite de palmiste	20.976,75 Tm.
<b>Total consumo aparente de aceite de palma y palmiste</b>	<b>175.791,17 Tm.</b>
Consumo aparente per cápita aceite de palma	3,32 kg. (9,09 g/día)
Consumo aparente per cápita aceite de palmiste	0,449 kg. (1,23 g/día)
Consumo aparente per cápita aceite de palma y palmiste	3,77 kg. (10,37 g/día)

*Fuente: Informe económico del aceite de palma en Europa. 2018*

Según el informe económico del aceite de palma en Europa el uso de aceites de palma para consumo humano se ha incrementado representando casi el 27% de los productos incluidos en la canasta básica de compra del ciudadano europeo.

*Figura 9 Usos para el aceite de palma 2018*

**Uso principal en la industria**

- Fabricación de biodiésel.
- Generación de energía, aunque no en España.

**Uso principal para la industria oleoquímica**

- Jabones y detergentes.
- Ácidos grasos y alcoholes grasos.
- Productos de higiene y cuidado personal (cremas, champú, barras de labios y otros cosméticos).
- Velas de cera.

**Uso principal para la industria alimentaria para consumo animal**

- Fabricación de piensos compuestos y leches para terneros.

**Uso principal como ingrediente por la industria alimentaria para consumo humano**

- Fabricación de margarina.
- Fabricación de galletas, bollería y pastelería.
- Fabricación de productos, rellenos y cremas de chocolate y cacao, coberturas.
- Fabricación de cremas, salsas y sopas.
- Fabricación de helados.
- Fabricación de snacks y aperitivos.
- Fabricación de conservas vegetales y de pescado.
- Fabricación de leches maternizadas de iniciación y crecimiento (infantil)
- Fabricación de aceite de fritura (100% palma o mezcla con otros aceites comestibles).

*Fuente: Informe económico del aceite de palma en Europa. 2018*

Como vemos en el gráfico anterior existe una gran gama de productos relacionados a la industria alimentaria para consumo humano de los cuales el departamento solo fabrica los primeros dos ítems. Esto abre la posibilidad a la explotación de un mercado en la industria alimentaria haciendo alianzas estratégicas con otros tipos de clúster como podría ser el de cacao o inclusive el de café para el desarrollo de una variedad de productos de carácter exportable. A su vez el desarrollo de piensos y demás derivados para consumo animal puede ser un área de desarrollo que podría ser explorada y explotada. A su vez la industria oleoquímica brazo de la cadena que no ha sido explotado en Colombia podría manejarse como exportación de materias primas para esta industria ya que la pureza del aceite colombiano ronda el 97,6% muy por encima de la media mundial.

*Figura 10 Principales importadores de aceite de palma en 2016*

**Importación mundial de aceite de palma en 2016, por países y zonas, en miles de Tm.**

<b>India</b>	<b>10.250 (32%)</b>
<b>Unión Europea</b>	<b>6.600 (21%)</b>
<b>China</b>	<b>5.150 (16%)</b>
<b>Pakistán</b>	<b>3.300 (10%)</b>
<b>Egipto</b>	<b>1.600 (5%)</b>
<b>Bangladesh</b>	<b>1.500 (5%)</b>
<b>Estados Unidos</b>	<b>1.225 (4%)</b>
<b>Myanmar</b>	<b>900 (3%)</b>
<b>Rusia</b>	<b>800 (2%)</b>
<b>Vietnam</b>	<b>780 (2%)</b>

*Fuente: Palm oil analytics. 2016*

Los principales países importadores de aceite de palma son países con una industria química altamente desarrollada, que podrían ser aliados importantes para la explotación de esta fracción de la cadena productiva del aceite de palma exportado la materia prima básica y transformándola en alcoholes, productos de higiene, entre otros productos en general.

*Figura 11 Importaciones de aceite de palma hacia la UE procedente de países extracomunitarios*

**Importaciones de aceite de palma (Taric 1511) realizadas por la UE-28, procedentes de países extra comunitarios**

	2014		2015		2016		2017	
	Miles Euros	Toneladas	Miles Euros	Toneladas	Miles Euros	Toneladas	Miles Euros	Toneladas
Francia	80.978,45	121.036,90	84.969,08	133.897,86	73.022,82	118.010,96	83.418,23	124.430,18
Holanda	1.563.451,87	2.403.250,30	1.513.205,59	2.448.035,15	1.359.002,87	2.230.778,72	1.698.273,82	2.515.715,19
Alemania	442.983,39	670.339,50	464.162,12	756.272,61	393.779,10	635.339,61	354.941,61	521.239,58
Italia	1.096.843,30	1.666.122,50	1.003.160,77	1.549.690,51	876.346,29	1.435.517,77	918.499,11	1.416.880,01
Reino Unido	228.269,68	329.165,30	216.507,39	335.294,64	198.903,87	330.012,01	203.331,63	288.201,03
Irlanda	34.131,09	41.833,90	36.444,40	44.729,35	35.033,67	46.018,40	40.143,75	47.894,20
Dinamarca	80.606,93	111.810,90	81.883,36	114.147,55	71.762,30	103.853,70	93.078,86	124.248,99
Grecia	49.904,08	77.726,40	55.932,23	82.459,96	45.393,58	76.615,18	59.415,52	91.941,84
Portugal	3.765,58	5.281,50	4.463,89	7.226,14	1.972,24	2.943,14	2.743,53	3.741,95
España	783.226,92	1.228.607,90	737.146,83	1.210.388,12	874.089,65	1.427.793,45	1.238.082,74	1.850.342,97
Bélgica	56.622,79	76.573,40	59.199,55	84.073,62	68.392,65	95.968,51	74.176,25	98.859,38
Luxemburgo								
Suecia	83.339,30	116.611,30	71.593,32	108.635,77	38.897,48	60.227,48	56.346,19	76.948,63
Finlandia	2,33	1,1	54,07	15,22				
Austria	56,38	36,4	33,19	40,14	11,92	3,64	8,5	3,07
Malta	410,61	441,9	207,52	220,45	266,17	301,53	400,08	457,81
Estonia	105,53	130,2	68,13	88,71	0,19	0,1	88,45	96
Letonia	16,06	20,5	19,80	29,00	99,22	134,30	40,32	51,54
Lituania	480,19	653,00	1.645,94	2.229,94	2.478,68	3.705,25	687,24	824,44
Polonia	5.225,17	7.908,40	1.106,43	1.432,52	1.443,34	1.962,82	1.272,81	1.544,25
República Checa	273,44	311,6	125,14	134,87	138,29	160,32	166,04	185,82
Eslovaquia	159,66	175,80	34,55	42,16	56,30	84,32	97,83	126,48
Hungría	1.387,57	1.861,30	1.360,95	1.847,05	1.286,27	1.929,16	1.393,50	1.865,81
Rumania	12.934,80	16.599,80	11.756,37	15.106,64	10.317,78	13.347,75	11.559,66	13.809,54
Bulgaria	14.036,72	32.077,20	14.502,19	32.157,01	13.529,19	33.745,86	19.091,90	36.858,99
Eslovenia	254,72	299,20	265,25	367,24	513,05	687,16	69,77	89,92
Croacia	4.130,41	5.287,10	4.847,07	6.331,75	4.333,30	5.941,73	5.854,71	7.403,53
Chipre	477,99	603,70	287,57	354,49	117,56	151,36		
<b>TOTAL EU-28</b>	<b>4.534.074,96</b>	<b>6.914.767,00</b>	<b>4.364.982,70</b>	<b>6.935.248,47</b>	<b>4.071.187,78</b>	<b>6.625.234,23</b>	<b>4.863.182,05</b>	<b>7.223.761,15</b>

*Fuente: Informe económico del aceite de palma en Europa. 2018*

Esta tabla nos muestra el margen sobre el cual países como Holanda y España realizan importaciones por valores y cantidades elevadas por encima de la mayoría de países pertenecientes a la unión, y haciendo uso del tratado de libre comercio firmado con Colombia llevar a la realidad la explotación de un mercado como el europeo.



Partiendo de lo anterior es importante proponer eslabones básicos por los cuales el clúster debe regirse para lograr un óptimo desarrollo del mismo y un beneficio tanto para palmicultores como para la balanza comercial.

### **Alianzas Estratégicas**

Es fundamental iniciar por este ítem puesto que haciendo uso de una visión estratégica, la formación de vínculos de crecimiento y desarrollo conjunto. En Santander la mayoría de zonas con palma de aceite traen marcado el posconflicto, que representa una amenaza latente, más sin embargo con los acuerdos firmados en La Habana se espera un cese de armas en pro del crecimiento del departamento. Es por ello, que la creación de asociaciones solidarias es una de las formas más precisas de reconstruir el país.

Teniendo en cuenta esto, el clúster de palma contaría con alianzas empresariales y gubernamentales, partiendo desde la cámara de comercio de Bucaramanga hasta el vínculo con empresas transformadoras como Ecodiesel o Saceites SA en pro de contribuir al crecimiento del sector palmicultor, apoyando en los diversos aspectos que requiere esta cadena.

Así mismo, para poder hacer uso de esta estrategia, es de vital importancia adoptar diferentes formas de asociatividad que vayan relacionadas con el modelo de economías solidarias que permitan el pequeño agricultor desarrollar habilidades y conocimiento en el ámbito gerencial, para enfrentarse a las diferentes limitaciones. Garantizando así un sector no solo productivo sino sostenible y educado, capaz de solventar sus propios problemas, ya sean operativos, financieros o de producción.

## **Desarrollo Tecnológico**

Este aspecto se torna relevante ya que toda la estrategia del clúster iría enfocada al crecimiento del sector desde las mejoras y valor agregado que se le pueda dar al aceite de palma, al igual que el fortalecimiento de la cadena productiva en su etapa industrial. A su vez es fundamental fomentar una tecnificación del gremio como base para completar los objetivos, ya que si tenemos en cuenta la actividad agrícola en el país, existe una rápida articulación que no se refleja en la palma de aceite pues sus procesos son lentos y complicados.

Es por ello que la participación de los diferentes actores debe darse bajo el modelo de un mundo globalizado abierto al cambio tecnológico y en donde todos los actores intervienen en el proceso. Por otra parte las estrategias que se propongan deben girar en torno a mejora continua y competitividad para hacer del sector, uno más eficiente y productivo del país.

## **Sellos internacionales**

Parte importante del desarrollo del clúster gira entorno a las diferentes certificaciones de calidad que soportaran la idea y garantizando a todos los actores, transparencia y sobretodo un producto con valor agregado en todos los aspectos.

Dicho lo anterior, es vital obtener las certificaciones mínimas de calidad e inocuidad del producto, garantizando así procesos estandarizados que se rijan bajo la normatividad internacional. Las certificaciones están enmarcadas en temáticas ambientales, sociales o de productivas. El proyecto se enfoca en la conservación de los suelos, protección del agua y otros recursos, el uso de plaguicidas y el manejo de desechos, un área en la que el sector ya ha empezado a explorar.

*Figura 12 Certificaciones internacionales para el aceite de palma*



*Fuente: Elaboración propia*

### **3. RESULTADOS**

Como resultado de este proyecto de grado, deseo dejar la propuesta para el desarrollo de un clúster para el sector palmicultor, basado en los argumentos previamente propuestos desde el potencial que el gremio refleja, los pros y contras del mismo y la factibilidad de realizarlo para beneficiar no solo al palmicultor sino al departamento y a la industria nacional.

Todo ello con la finalidad de que los interesados y empresarios que asistieron al CIP puedan recibir el apoyo que necesita el sector y lograr demostrar a los actores el potencial que posee el departamento y como debería ser aprovechado, para beneficiar en su totalidad a la región.

A su vez, la intención es que sea lo más claro y sencillo de comprender y aplicar para todos los involucrados, en pro de la mejora y el aumento en la competitividad del departamento.

#### **4. CONCLUSIONES**

- Santander posee la segunda mayor producción de aceite de palma en Colombia, que cada año presenta un aumento no solo en cuanto a área sembrada sino a productividad. Sin embargo, no existe la capacitación suficiente para dar valor agregado o generar mejores productos derivados del aceite de palma.
- Existe gran variedad de entidades internacionales interesadas en el desarrollo del sector palmicultor en el mundo, dispuestas a apoyar y promover su importación. Estos proyectos serían espejos en los cuales el departamento debería ver y seguir con el fin de hacer crecer la industria.
- Las estrategias propuestas a lo largo del proyecto están basadas en las capacidades y posibilidades del sector palmero en el departamento, siendo lo más realistas y medidas para mejorar la calidad del aceite y de los productos que fabricamos del mismo, en búsqueda de un mercado internacional amplio y constante.

#### **5. REFERENCIAS**

- <https://www.camaradirecta.com/>
- <https://aceitedepalmasostenible.es/wp-content/uploads/2018/12/Informe-econ%C3%B3mico-del-aceite-de-palma.pdf>
- <https://www.elheraldo.co/economia/colombia-exporta-50-de-produccion-de-aceite-de-palma-446354>
- <https://www.indexmundi.com/es/precios-de-mercado/?mercancia=aceite-de-palma>

- <http://web.fedepalma.org/sites/default/files/files/Fedepalma/Infografia-Santander-2018-VF-.pdf>
- [http://web.fedepalma.org/sites/default/files/files/Fedepalma/Panoramaagroindustrialmeraretosyoportunidades\\_opt.pdf](http://web.fedepalma.org/sites/default/files/files/Fedepalma/Panoramaagroindustrialmeraretosyoportunidades_opt.pdf)