

NEGOCIOS

ENTREVISTA

Gustavo de Lama Lossio, gerente Central de Comercialización del Grupo Palmas.

—Actualmente compiten en el sector de consumo masivo con aceites, mantecas, jabones cosméticos y de lavar a base de palma. Con aceites y grasas atienden a la industria de fast food, helados, entre otros.

MARÍA CLAUDIA DE LA BARRA CH.
mdelabarra@diariogestion.com.pe

¿En qué regiones se encuentra focalizado el Grupo Palmas actualmente?

En el centro-oriente, donde somos líderes en aceites, grasas, jabón de lavar (Pop-Eye) y jabón de tocador (Spa); y en ciudades del norte como Piura, Chiclayo y Trujillo, con gran presencia de nuestros aceites, jabones y manteca de panificación.

¿Y con qué productos buscan sobresalir en Lima?

Hace un mes hemos ingresado la marca Pop-Eye, con tres versiones, entre ellos, el único jabón de lavar antibacterial del país. Buscamos consolidarnos entre las dos primeras marcas del mercado, posición que ya veníamos peleando sin tener presencia en Lima.

¿Y entre las marcas con las que ya compiten?

Spa está batiendo récord de ventas en los supermercados. El cambio de presentaciones nos ha permitido pasar de una cuota de mercado de 5.6% en el 2010 a 7.4% hoy. Considerando solo jabones cosméticos, pues no participamos en antibacteriales, somos la tercera marca, con una participación de 12%, muy pegados a Heno de Pravi y Colgate Palmolive.

¿Han visto cambios en el comportamiento del consumidor?

Hoy vemos una tendencia del consumidor a buscar productos más atractivos y novedosos, lo cual hemos comprobado con el cambio de look de Spa. Con el cambio de presentación de nuestro aceite Tondero nos ha sucedido lo mismo. Esto nos ha llevado a duplicar nuestros volúmenes de venta en algunas zonas, y en otras aumentarlas hasta un 40%.

¿Traerán su marca de aceite Tondero al mercado limeño?
Estamos evaluándolo, pues hoy solo está presente en la sel-



Manuel Melgar

El último año Grupo Palmas incorporó nuevos mercados, llegando actualmente a países como Brasil, Argentina, Bolivia y Chile, dijo Gustavo de Lama.

“En Palmas apuntamos a ser un actor relevante en el rubro del cacao”

Buscando depender menos del aceite de soya

La tendencia mundial hacia la reducción de las grasas trans en los alimentos está beneficiando el uso del aceite y manteca de palma, señaló Gustavo de Lama. “Por ejemplo, en Brasil, muchas transnacionales buscan alternativas para reemplazar las mantecas de soya hidrogenadas, por mantecas sin hidrógenos, que son las de la palma”, refirió. Sin embargo, el ejecutivo indicó que la industria local de palma (70,000 ha sembradas) aún está rezagada respecto a otros países de la región, como Co-

lombia, que se ha convertido en el primer productor de Sudamérica (450,000 ha), cuando su producción empezó al mismo tiempo que Perú. “Es necesario que los peruanos asimilen un mayor consumo de aceite de palma, vean sus beneficios y reduzcan su dependencia del aceite de soya”, opinó. Agregó que un 70% del cultivo de palma está en manos de diversos palmicultores, lo que representa una oportunidad para que esta materia pueda transformarse en productos finales.

va y el norte. Este producto ha mejorado su formulación y presentación, atributos que están siendo muy valorados por las amas de casa. Las bondades del aceite de palma (cero colesterol y cero grasas trans) acompañan la tendencia del consumidor de preferir productos más saludables.

¿Con este producto atienden solo al consumidor final?

También atendemos a restaurantes. Estamos entrando más a Lima con este producto, pues otra de sus bondades es su mayor resistencia a las altas temperaturas, lo que hace que hoy todas las pollerías y restaurantes fast food lo consuman.

Producción

¿Cuántas plantas tienen hoy?
Tenemos dos plantas industriales, una de transformación, donde se obtiene el crudo de palma que luego se transporta a otra

CIFRAS Y DATOS

♦♦ **Portafolio.** El 40% de la producción de la empresa se dirige al consumo masivo y 40% al consumo industrial.

♦♦ **Más productos.** El 20% restante se reparte entre producción de biodiesel y grasas para comida de animales.

♦♦ **Grasas.** Grupo Palmas tendría una cuota de 10% en el mercado de aceites, y 19% en el de mantecas.

♦♦ **Para lavar.** Su jabón Pop-Eye registró una participación de mercado de 15% en el trimestre pasado.

♦♦ **Ventas.** Grupo Palmas facturó el año pasado cerca de \$/. 400 millones.

zará a operar en marzo del 2014. También estamos trabajando en la adquisición de nuevos equipos para el desarrollo de otros productos, meta a la que apuntamos para el mercado local y externo

¿Cuánto invertirán en ello?

En ampliación de sembríos e instalaciones invertiríamos un monto similar al del año pasado, que fue cercano a los US\$ 40 millones.

¿Y su producción de cacao?

Este año ya tenemos sembradas 700 ha de cacao, y vamos a sembrar unas 300 ha más. Esto nos llevará a ser un jugador importante en el rubro del cacao, y estimo que nos convertirá en la plantación más grande de cacao del Perú.

Con ello incursionarían en nuevos productos...

Definitivamente tenemos que buscar más productos derivados del cacao, pero necesitamos una masa crítica para poder entrar a ese mercado. Estimamos para los próximos dos a tres años estar con un portafolio de productos más grande.

¿Cuáles son sus expectativas para este año?

Proyectamos crecer entre 4% y 5% en facturación y 18% en volumen. El consumo en el sector de consumo masivo no se ha visto afectado por un enfriamiento de la economía.

Mercado externo

¿Sus productos también llegan al mercado externo?

Hasta el año pasado solo exportábamos a Chile, pero hoy también tenemos presencia en Bolivia, Brasil y Argentina, donde nuestros aceites y grasas dirigen, principalmente, a la industria de fast food, helados y galletas. Las exportaciones representan el 6% de nuestro volumen de producción, y esperamos que esta cifra siga aumentando.

¿Planean exportar productos de consumo masivo?

Estamos evaluando comenzar a hacer marcas de terceros, para luego iniciar con la exportación de marcas propias.

HOJA DE VIDA

Edad: 44 años.

Estado civil: Casado, con dos hijos.

Profesión: Economista

Estudios: Posgrado de Marketing (Escuela de Negocios ESAN); MBA (Universidad del Pacífico).

Hobbies: Deportes acuáticos, tenis, frontón, fotografía.

planta en Palmawasi (San Martín), de donde sale el producto terminado.

¿Planean incrementar su producción este año?

Hoy contamos con 22,000 ha sembradas de palma, y esperamos cerrar el año en 25,000 ha. En las fábricas estamos ampliando las líneas de aceites, jabones y cobertura de chocolates, proceso que empe-