

***E**l crecimiento del cultivo de la palma de aceite en Colombia, especialmente durante la década de los años 80s, de 33 mil hectáreas en 1980 a 110 mil en 1989, trajo nuevos retos y oportunidades para los palmicultores. Antes de finalizar dicho período, a partir de 1989, comenzaron a sentirse en varios frentes las primeras señales de una nueva problemática para esta actividad.*

En primer lugar, el precio interno de la palma había comenzado a bajaren términos reales, tras un lustro de bonanza, con una perspectiva muy incierta: los precios internacionales estaban en un nivel bastante bajo y el desfase con el precio interno era muy grande; la mayor producción de palma tenía problemas para ser absorbida normalmente en el mercado nacional y se planteaba la necesidad de iniciar algunas exportaciones; y además, la política económica del país comenzaba a moverse de una economía bastante cerrada a una más abierta. Esto trajo grandes problemas de comercialización para los palmicultores, especialmente por cuanto empezó a darse el tránsito de un mercado absolutamente de vendedores a otro en el que los compradores cada día tenían mayor injerencia.

En algunas ocasiones esto trajo dificultades en las relaciones entre grupos de productores; por ejemplo, entre productores de fruta y beneficiadores, o productores integrados con el sector industrial y no integrados, lo cual tuvo y ha tenido repercusiones gremiales. Por ello, se hizo aún más necesario tener información confiable y oportuna sobre el subsector y la evolución de los mercados para poder identificar las verdaderas causas de la problemática palmera en materia comercial y tomar decisiones más acertadas.

De otra parte, en 1989 también se dió una gran alarma con relación a la presencia y a la evolución de un problema sanitario en varios cultivos de los Llanos Orientales, la Pudrición del Cogollo, que por sus características y la experiencia en Colombia y en otros países Latinoamericanos, constituía una verdadera amenaza para la sostenibilidad y el desarrollo del cultivo en el país.

Ante esta situación, EDEPALMA propuso en 1989 adelantar un plan de fortalecimiento gremial, que le permitiera a los palmicultores sortear con mayor éxito la nueva y difícil coyuntura. Dicho plan contempló cuatro frentes principales: información, investigación, comercialización y el financiamiento de estos programas.

De manera inmediata y dentro de las posibilidades económicas que se tenían, se reforzaron en la Federación las áreas de información económica y estadística y de investigación del cultivo, y se hicieron nuevamente esfuerzos para buscar mejorar la capacidad de comercialización de los productores, convocándolos a construir más tanques de almacenamiento de aceite y organizando además una exportación de 500 toneladas de aceite de palma. Este proyecto finalmente fracasó, pero sin duda fue la semilla; rara la exportación que luego hiciera una empresa particular y para los desarrollos gremiales y otros particulares que posteriormente se han dado en este frente.

A pesar de todo esto, rápidamente hubo necesidad de proponerle a los palmicultores un desarrollo institucional diferente y mucho más ambicioso, que permitiera tener, a nivel gremial, una capacidad operativa mayor, en cada uno de los distintos frentes propuestos.

Se optó porque la Federación se concentrara principalmente en lo gremial y en lo que tuviera que ver con el desarrollo y difusión de información; y por crear una unidad de investigación especializada e independiente y un esquema de comercialización que pudiera atender y apoyar

el desarrollo de las exportaciones, para tratar de regular el mercado interno. Fue así como se creó en 1990 el Centro de Investigación en Palma de Aceite -

, el cual inició actividades formalmente en enero de 1991, y posteriormente se constituyó la Comercializadora de Aceite de Palma S.A, en agosto de 1991.

Esta tarea no fue nada fácil, pues muchos productores no querían entender que los cambios que se estaban dando eran estructurales y no coyunturales y además, tampoco tenían mucha disposición para hacer sus aportes económicos a estos programas. Tanto es así, que una parte fundamental del esquema inicial de comercialización propuesto, el pacto de productores, que es el instrumento que garantiza que existe la voluntad de los palmicultores para apoyar los esfuerzos de regulación del mercado interno, nunca se pudo aprobar.

La experiencia vivida durante este período hizo ver la necesidad de desarrollar un mecanismo para financiar muchos de esos programas, que fuera mucho más permanente y obligatorio para todos. Fue así como en varios congresos palmeros se le solicitó a Fedepalma propiciar la creación legal de un fondo, que se nutriera de una retención obligatoria a todos los palmicultores.

Como resultado de estas gestiones, recientemente fue aprobada por el Congreso de la República y sancionada por el Gobierno Nacional, la Ley 138 del 9 de junio de 1994, por la cual se establece la Cuota para el fomento de la agroindustria de la palma de aceite y se crea el Fondo de Fomento Palmero.

La Cuota es una contribución obligatoria de carácter parafiscal, equivalente al 1% del precio del aceite crudo de palma y de la almendra de palmiste, que pagarán todos los productores, para ser utilizada en programas de beneficio para la misma agroindustria de acuerdo con la Ley. A su vez, el Fondo es una cuenta especial para el recaudo y manejo de los recursos provenientes de la Cuota de Fomento Palmero. Tanto el recaudo de la Cuota como la administración del Fondo, serán realizados por Fedepalma, según contrato suscrito con el Ministerio de Agricultura

Vale la pena mencionar que el Fondo es un instrumento muy valioso, que le garantiza alguna estabilidad a las actividades que se adelanten en beneficio del cultivo y de los productores, pero que sus recursos son limitados para atender todos los requerimientos que se tengan. Por ello, los programas y proyectos que se financian con recursos del Fondo, solo deberán ser aquellos prioritarios para los palmicultores. Es precisamente por este motivo, que la participación activa de los productores en la orientación y evaluación de las actividades gremiales es fundamental para que los programas y proyectos que se realicen satisfagan las verdaderas necesidades del subsector y apoyen a los palmicultores en su desarrollo empresarial.

Con la creación del Fondo de Fomento Palmero concluye un lustro de grandes reformas gremiales en el subsector palmero, que han quedado plasmadas en una organización institucional moderna, ágil y flexible, que le permite a los palmicultores colombianos enfrentar los retos actuales y consolidar su liderazgo a nivel latinoamericano.

Es apenas justo dejar un testimonio de agradecimiento a todas aquellas personas que, de una u otra forma, han contribuido a este desarrollo institucional. Pero, al mismo tiempo, es necesario convocar, una vez más, la solidaridad}' el apoyo de todos los palmicultores, para fortalecer el Gremio y poder continuar así con mayor éxito las gestiones y las acciones que sea necesario adelantar para bien del cultivo y de los propios productores.

**CONSOLIDATION OF THE INSTITUTIONAL DEVELOPMENT OF
THE OIL PALM SECTOR**

The growth of the oil palm sector in Colombia, particularly during the decade of the 80's, when the planted area went from 33,000 thousand hectares in 1980 to 110,000 hectares in 1989, created new challenges and opportunities for oil palm growers. As of 1989, before the end of the decade, indications of new problems appeared in several fronts.

First, domestic palm oil prices started declining in actual terms, after a five-year boom, thus creating an uncertain horizon: international prices were relatively low and the gap between domestic and international prices was wide; an increased oil palm production had uptake problems at the domestic market and there was the need to export; furthermore, the national economic policy started shifting from a closed to an open economy. This created marketing problems for oil palm growers, particularly because there was a shift from a sales market to a market where buyers had a growing influence.

This sometimes created difficulties in the relations between different groups, such as fruit producers and millers, or producers integrated with the industrial sector and non-integrated growers, which had repercussions at the trade association level. Therefore, the availability of reliable and timely information on the sub-sector and on market evolution became more important, in order to identify the true causes of trading problems and facilitate the decision making process.

On the other hand, in 1989 there was a widespread alarm as a result of the outbreak and development of the Bud Rot disease in several crops in the Llanos Orientales. Due to its characteristics and as a result of previous experiences in Colombia and other Latin American countries, the disease became a threat against the sustainability and development of the crop in Colombia.

In these circumstances, FEDEPALMA proposed a plan to strengthen the trade association in order to help oil palm growers to successfully overcome the new and difficult juncture. This plan addressed four main fronts: information, research, trade, and financing.

Immediately and within economic constraints, the Federation strengthened the areas of economic and statistical information and crop research. New efforts were made to improve the marketing capacity of producers by urging them to build more oil storage tanks and organizing programs to export 500 tons of palm oil. This project failed, but it was the seed for the exports made by a private company and for new trade association and private efforts in this front.

In spite of the above, a different and more ambitious institutional development was proposed to oil palm growers, so as to strengthen the operational capacity of the association in each one of the above mentioned areas.

The alternative adopted was for the Federation to concentrate mainly on trade association issues and on those aspects related to information development and disclosure, as well as on creating a specialized and independent research unit and a trading scheme to address and support export development, in an attempt to regulate domestic markets. Therefore, the Oil Palm Research Center - CENIPALMA - was created in 1990 and its activities formally started in January, 1991. Subsequently, the Oil Palm Trading Company (Comercializadora de Aceite de Palma, S.A.) was established in 1991.

The task was not easy, since many producers did not understand that the changes taking place were structural and not the result of a conjuncture. Furthermore, they were not willing to contribute financially to the programs. Therefore, a fundamental element of the initial trading program proposed, i.e. the producers' agreement, an instrument aimed at stating the will of oil palm growers to support all efforts to regulate domestic markets, was never approved.

The experience obtained during this period evidenced the need to develop a permanent and binding mechanism to finance these programs. Consequently, Fedepalma stressed at several oil palm meetings the importance of legally creating a fund that would receive a binding withholding contribution from all oil palm growers.

As a result of these proposals, Congress passed and the National Government ratified Act 138 of June 9, 1994, whereby the Quota for the promotion of the oil palm industry was established and the Oil Palm Promotion Fund was created.

Pursuant to this law, the quota is a paratatable binding contribution, equivalent to 1% of the crude palm oil and kernel price, which must be paid by all producers and used to finance programs for the benefit of this agricultural industry. The Fund is a special account for the collection and management of the resources derived from the Oil Palm Promotion Quota. Both quota collection and Fund resource management are Fedepalma's responsibility, by virtue of a contract signed with the Ministry of Agriculture.

It is worth noting that the Fund is a valuable instrument to ensure some stability of the activities undertaken for the benefit of the crop and the growers, but its resources are limited and not all the requirements can be met. Therefore, the programs and projects financed with Fund resources will only be those having a special priority for the growers. Consequently, active involvement of producers in the orientation and assessment of trade association activities is essential in order for the projects and programs to meet the actual needs of the sub-sector and to support growers in their business development.

The Creation of the Oil Palm Promotion Fund concludes five years of deep reforms in the sub-sector, which have resulted in a modern, expedite, and flexible institutional organization that allows Colombian oil palm growers to face present challenges and consolidate their leadership at the Latin American level.

It is only fair to express our appreciation to all those who, in one way or another, have contributed to institutional development. However, it is necessary once more to call for the solidarity and support of all oil palm growers in order to strengthen the trade association and successfully accomplish the necessary actions for the benefit of the crop and of the growers themselves.