



# Fortalecimiento del músculo financiero sectorial

Por: **Marlyn Ahumada**, colaboradora de Fedepalma

**E**l bien esculpido cuerpo palmero de investigación, desarrollo e innovación exhibido a finales de la década de 1980, obligaba el ejercicio ininterrumpido de sus músculos económicos. Y ese dato tendrían los empresarios que incorporarlo en sus finanzas como una contribución parafiscal. Sería su aporte al ahorro sectorial necesario para financiar los programas requeridos por su propio negocio.

En consecuencia, en 1994 se creó (por la Ley 138) el Fondo de Fomento Palmero (FFP), que de inmediato

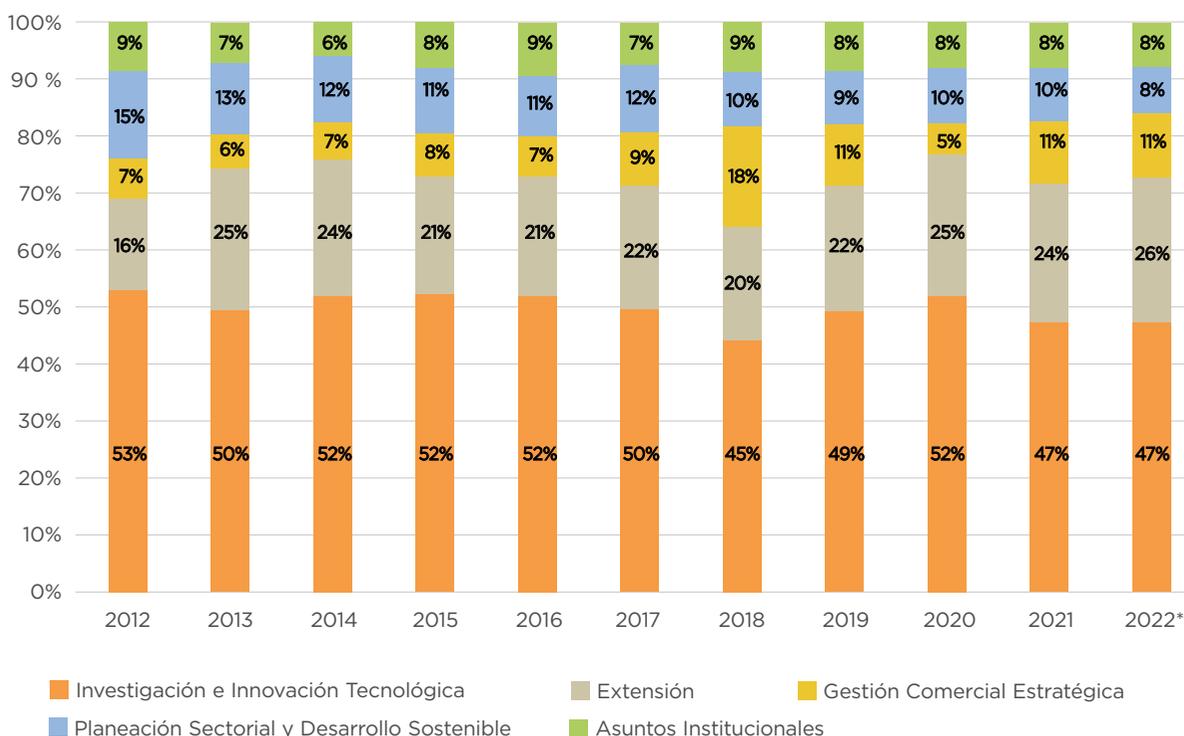


 Cerca de 75 % del presupuesto de inversión del Fondo de Fomento Palmero se ha destinado históricamente a la investigación y a la extensión agrícola y agroindustrial en palma de aceite. Foto: archivo Fedepalma.

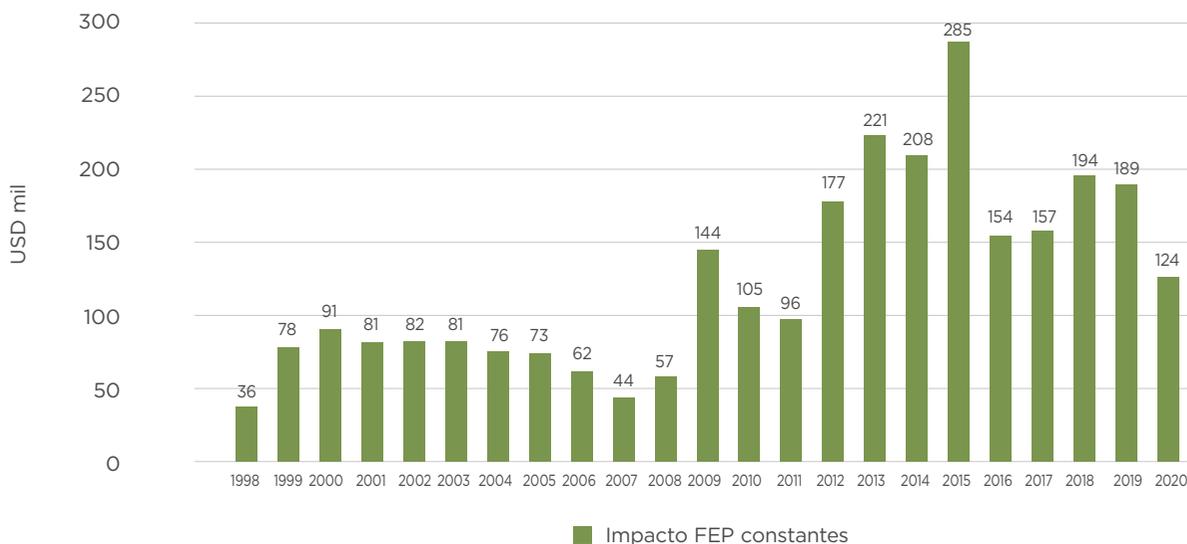
permitió el recaudo de la denominada Cuota para el Fomento de la Agroindustria de la Palma de Aceite, en un principio equivalente al uno por ciento sobre el precio del kilogramo de palmiste y de aceite de palma crudo extraídos al momento del beneficio del fruto.

Los réditos del FFP han sido tan satisfactorios, que fueron los mismos palmicultores quienes en el año 2007

Cerca de tres cuartas partes de los recursos del FFP se han destinado a investigación y a extensión.



Ingreso adicional sobre el mercado básico, USD millones



**Impacto del FEP palmero.** En 24 años de operación, el FEP ha acumulado un beneficio de 2.815 millones de dólares (constantes), equivalentes al 15,3 % del valor de la producción.

propusieron y aprobaron subir su cuota del 1 al 1,5 %. El hecho, que legitima la acción de Fedepalma como su administradora, no deja de ser insólito entre los empresarios colombianos, quienes comúnmente tienden a evitar el aumento de sus tributos. La ejecución de esos recursos se ha traducido, entre otras cosas, en la ampliación de la capacidad de extensión y asistencia técnica, en la creación o la adaptación de soluciones tecnológicas para problemáticas sanitarias que limitan la productividad, en la representación de los intereses de los palmicultores y, en general, la contribución a transformar el sector.

Solo un año después del nacimiento del FFP, Fedepalma comenzó a trabajar en darle vida a un instrumento sectorial que contribuyera a ordenar la comercialización y a regular el mercado nacional mediante las exportaciones. La idea, cual era optimizar el ingreso de todos los palmicultores independientemente del tamaño de su cultivo, se materializó en el Fondo de Estabilización de Precios para el Palmiste, el Aceite de Palma y sus Fracciones (FEP Palmero), que inició operaciones el 1º de enero de 1998. Desde entonces, al productor le resulta indiferente vender su producto en el comercio local o en el internacional, porque el precio que recibe es idéntico en ambos mercados.

El mecanismo anterior al FEP Palmero era el de absorción de cosechas, que obligaba a la industria de aceites y grasas a comprar a precios razonables la producción

nacional, como prerrequisito para acceder a los permisos gubernamentales de importación. Los palmicultores, por su parte, en forma voluntaria se comprometían a exportar sus excedentes, para no congestionar el mercado local. De manera que no todos participaban en las ventas internacionales, pues les era más rentable dejar su aceite en Colombia.

El éxito de Fedepalma como gestora de la parafiscalidad sectorial se debe a que goza de la aceptación pública y a la aplicación de ciertos principios, como el establecimiento de prioridades de financiación, la estricta diferenciación entre el Fondo propiamente dicho y Fedepalma como entidad administradora; el actuar con transparencia, la rendición periódica de cuentas y la demostración con hechos del costo-beneficio de las inversiones, entre otros.

Así, la institucionalidad palmera quedó armada con dos mecanismos estratégicos simpar, basados en la solidaridad. Uno para garantizar los recursos del desarrollo sectorial, y otro para regular y estabilizar los precios del mercado colombiano de los aceites de palma. Estos, aunados al Centro de Investigación en Palma de Aceite (Cenipalma) y a la comercializadora de aceite de palma que se había fundado en 1991 (Acepalma), construyeron un sofisticado y sólido engranaje que renovarían el funcionamiento gremial, y lo pondría en la dirección correcta en concordancia con los tiempos que principiaban a correr.