

Fortalecer la cadena de suministro del aceite de palma, un gran reto que nos deja el COVID-19

A finales del año pasado, el mundo se enteró de que en una ciudad China, llamada Wuhan, se estaba iniciando un virus contagioso denominado coronavirus, el cual afectaba las vías respiratorias y era la causa de muerte de un número importante de personas en el gigante asiático. Desde la distancia, veíamos cómo, en pocas semanas, armaban un hospital de campaña para superar una situación que había colapsado su sistema de salud. Aunque mirábamos lo que sucedía con interés histórico y con empatía frente al dolor humano, como siempre, asumimos que esta problemática no llegaría a nuestro territorio y mucho menos que alcanzaría a nuestras familias en tan corto tiempo.

Hoy en día, después de pocos meses, el mundo entero está sufriendo la enfermedad. Al 30 de abril de este año, contábamos con más de 3,2 millones de casos confirmados y más de 231 mil muertos a nivel mundial, hechos que llevaron a que todos los países tuvieran como primera línea de acción la prevención, mitigación y contención del coronavirus, COVID-19. Esta situación ha puesto a prueba la capacidad de respuesta y de adaptación de todas las culturas e ideologías políticas, exigiendo unidad y trabajo en equipo para combatir un enemigo totalmente nuevo.

En todos los medios se habla de que estamos viviendo en un momento de “economía de guerra”, en donde, si bien, el actuar de los gobiernos está focalizado en preservar la vida, asegurar la salud y, por ende, la seguridad alimentaria, también es necesario mantener el funcionamiento de las actividades económicas indispensables. En Colombia, gracias al aislamiento obligatorio, al último día de abril la curva de contagios y muertes no era muy pronunciada, con 6.507 casos confirmados y 293 muertos; máxime si lo comparábamos con países como Brasil, que a la fecha contaba con más de 78.000 contagios y cerca de 5.400 decesos; o Perú, con más de 40 mil casos positivos y 1.124 muertos. Es así como estamos llenos de incertidumbre en el tema económico, buscando ser asertivos en los pasos hacia un aislamiento inteligente que nos permita retomar las actividades productivas.

Nos estamos enfrentando a dos crisis de grandes dimensiones, una por la vida y otra por la supervivencia económica. Los hechos son avasalladores, según el Programa Mundial de Alimentos (PMA), debido a la pandemia del COVID-19, la situación de hambre aguda puede duplicarse en número, es decir que para finales de este año cerca de 265 millones de individuos podrían estar cerca de morir por esta causa. El reporte del PMA sitúa al 65 % de esta población en tan solo 10 países, como son: Congo, Afganistán, Venezuela, Etiopía, Sudán del Sur, Siria, Sudán, Nigeria y Haití.

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Latinoamérica se contraerá un 5,3 % en 2020 debido a la pandemia, lo que generará casi 11,5 millones de nuevos desempleados y cerca de 30 millones más de personas pobres. Los países más afectados, según esta entidad, serán Venezuela con un -18,5 %; México con un -6,5 %, al igual que Argentina y Ecuador; seguidos por Nicaragua con un -5,9 %; y Brasil con -5,2 %; quedando Colombia con un -2,6 %, encontrándose entre los países con menor impacto.

En cuanto a la agroindustria palmera, si bien se ha podido continuar trabajando bajo las excepciones previstas por el Decreto 531 de 2020 sobre el aislamiento obligatorio, esta debe cumplir con las especificaciones dadas por el Ministerio de Salud y Protección Social para el adecuado funcionamiento y, además, desarrollar y aplicar estrictamente protocolos de prevención y mitigación. Todo esto, poniendo siempre en primer lugar el cuidado de la salud y la vida de los empleados, y de las comunidades en los lugares donde nos encontramos laborando, y a la vez, garantizando la operación de nuestra actividad económica.

Así mismo, es importante tener en cuenta que la comercialización del aceite de palma enfrenta retos significativos, en la medida en que el aislamiento obligatorio impacta la demanda local en segmentos alimenticios como el institucional y el de HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías), que no logra ser compensada ni siquiera por el aumento en la demanda de aceites de cocina, margarinas y productos procesados en los hogares. De igual forma, se calcula que la demanda de biocombustibles podría llegar a disminuir más del 50 %, dependiendo de cuánto se aumente el periodo de aislamiento, lo cual baja la venta de biodiésel y, por tanto, la demanda local de aceite de palma.

En el ámbito internacional, si bien las exportaciones de aceites de palma han tenido fluidez y la dinámica exportadora ha permitido que la presión sobre los niveles de inventarios en plantas de beneficio no sean tan críticos como se pensaba inicialmente, la caída en la demanda mundial tanto en usos alimenticios como no alimenticios dan cuenta de una descolgada de los precios internacionales del aceite de palma, entre enero y finales de abril, del 32 %, siendo uno de los *commodities* del agro más afectados por el COVID-19.

Sin duda, los flujos de comercio y la economía globalizada están pasando por un periodo de evaluación, lo que genera cierta incertidumbre, dado que el mercado local para el aceite de palma no logra absorber rápidamente la producción que se está teniendo en este periodo del año. Por lo tanto, es necesario que como sector avancemos estratégicamente en la modernización y eficiencia de la cadena de suministro para colocar en las mejores condiciones posibles nuestros productos, tanto en el mercado local como de exportación, y así enfrentar de la mejor manera su comercialización en una coyuntura como esta.

Examinando nuestra historia, encontramos publicaciones realizadas por Fedepalma que se remontan a 1987, en las que se evidencian diferentes coyunturas, ninguna con la gravedad actual. En estas, el gremio invitó a los palmicultores a aumentar su capacidad de almacenamiento en plantas de beneficio, pensando en el largo plazo. Si bien se ha logrado un importante avance, pues hoy en día su capacidad es del orden de 162.000 toneladas, equivalente a 33 días de producción promedio, y en puertos está cercana a 120.000 toneladas, aún estamos lejos de alcanzar un nivel de 90 días de producción promedio, que es el recomendado.

Desde el gremio, se han propuesto al Gobierno colombiano acciones y medidas concretas para incrementar las ventas de aceite de palma en el mercado local: aumentar las compras públicas, suspender temporalmente la importación de aceites de palma, universalizar las operaciones de estabilización del FEP Palmero y aumentar la mezcla de biodiésel. Pero estas acciones toman

tiempo, implican decisiones de diferentes ministerios y, por lo tanto, no son fáciles de ejecutar; y si se logran en corto plazo, sería necesario, estratégicamente, que el sector aumentara su capacidad de almacenamiento de aceite.

En este punto también hemos acompañado la búsqueda de financiamiento y subsidios para incrementar el almacenamiento, y ayudado a encontrar alternativas a corto plazo como la construcción de lagunas con geomembranas, entre otras; salidas costosas que en algunos casos ha sido necesario asumir, decisiones empresariales onerosas que, de haberse contado con un almacenamiento en tanques suficiente, hubieran significado incluso una ventaja competitiva en momentos tan críticos como estos.

Es importante anotar que, adicionalmente, nos encontramos otra vez en un momento de precios inesperadamente bajos. Veníamos, después de dos años de una tendencia a la baja, con un aumento gradual de precios, a partir del segundo semestre del año pasado, pero por el COVID-19 hemos tenido, de enero a abril, una caída muy fuerte. La economía palmera se estaba recuperando con precios superiores a 700 USD/t y hoy se encuentran por debajo de 480 USD/t, lo cual nos pone en una situación aún más difícil. En ese sentido, se requieren soluciones sectoriales para mejorar la logística de transporte de los aceites de palma y repensar nuestro modelo actual, en aras de hacer viables eficiencias derivadas del transporte férreo o fluvial. En condiciones de bajos precios, costos logísticos altos implican aún menores ingresos para los productores.

Mientras hay lugares donde los productores no saben qué hacer con su producción, existen poblaciones, incluso en Colombia, que no tienen acceso a estos alimentos por problemas de transporte e infraestructura. Algo que se hace más visible en esta coyuntura, en donde la producción contrasta con las difíciles condiciones de comercialización por el acceso y la salida de los productos desde las distintas regiones del país.

Por ello, queremos nuevamente invitarlos a pensar más estratégicamente a mediano y largo plazo, a darle prioridad a la logística de los procesos productivos y de comercialización, a contar con una mayor capacidad de almacenamiento, y a desarrollar estrategias de servicio al cliente que permitan la fidelidad de nuestros compradores aun en momentos de crisis, buscando con todo esto una mejor planeación de nuestra comercialización y mayor capacidad para gerenciar nuestro portafolio de productos en momentos adversos. Necesitamos que como productores seamos artífices de nuestra propia realidad de mercado, y no quedar supeditados al actuar de los demás actores de la cadena o a las volatilidades propias de las coyunturas.

Strengthen the Palm Oil Supply Chain: A Great Challenge Brought by COVID-19

Late last year, the world learned that in the Chinese city of Wuhan, a new, contagious coronavirus was spreading, affecting the respiratory tract and causing the death of a significant number of people in the Asian giant. From a distance, we saw how they built a temporary hospital in a matter of weeks to cope with a situation that overwhelmed their health care system. Although we looked at what was happening with historical interest and empathy in the face of human pain, we assumed that this problem would not reach our country, much less our families in such a short time.

Today, just a few months later, the disease has spread all over the world. By April 30 of this year, there were over 3.2 million confirmed cases and over 231 thousand people had died around the world. These events made all countries adopt the prevention, mitigation, and contention as the first response to the COVID-19 coronavirus. This situation has tested the response and adaptation capacities of all cultures and political ideologies, requiring unity and teamwork to fight an entirely new enemy.

All the media mention that we are living under a “war economy,” where although the actions of the governments focus on preserving life, ensuring health care and, thus, food safety, the operation of essential economic activities must also be maintained. In Colombia, thanks to the mandatory isolation, by the last day of April the contagion curve was not very steep, with 6,507 confirmed cases and 293 deaths; especially when compared to countries such as Brazil, which by then had over 78,000 confirmed cases and approximately 5,400 deaths; or Perú, with over 40,000 thousand positive cases and 1,124 deaths. Thus, the economic uncertainty is considerable, as we seek to be assertive in the steps towards intelligent isolation that allows us to reactivate productive activities.

We are now facing two major crises: one for life, and another for economic survival. The facts are overwhelming. According to the World Food Programme (WFP), by the end of the year the COVID-19 pandemic is set to double the global hunger situation; that is, about 265 million individuals may be at risk of dying from starvation. The WFP report places 65% of this population in only ten countries: Congo, Afghanistan, Venezuela, Ethiopia, South Sudan, Syria, Sudan, Nigeria, and Haiti.

According to the Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC), in 2020, Latin America will contract by 5.3% due to the pandemic, causing the loss of almost

11.5 million jobs and nearly 30 million new poor. According to this entity, the most affected countries will be Venezuela, with -18.5%; Mexico, Argentina, and Ecuador, with -6.5%; followed by Nicaragua with -5.9% and Brazil, with -5.2%, Colombia will be one of the least affected countries, with a -2.6% contraction.

Regarding the oil palm agribusiness, although we have managed to continue working under the exceptions provided by Decree 531/2020 on the mandatory isolation, we must comply with the operation specifications issued by the Ministry of Health and Social Protection and strictly develop and apply prevention and mitigation protocols, always putting the health and life of our employees and the communities where we work first while ensuring the operation of our economic activity.

Similarly, note that the trade of palm oil is also facing significant challenges as the mandatory isolation affects the local demand in food segments such as the institutional and HORECA (hotels, restaurants, and cafeterias), which is not compensated by the increased demand for cooking oils, margarine and processed products in the households. Likewise, we calculate that the demand for biofuels could decrease by more than 50% depending on how long the isolation goes for, which lowers biodiesel's sales and thus the local palm oil demand.

In the international arena, although palm oil exports have been fluid and the export dynamic has meant that pressure on inventory levels in mills is not as critical as initially thought, the fall in the global demand for both food and non-food uses accounts for a 32% drop in international palm oil prices between January and the end of April, making it one of the agricultural commodities most affected by COVID-19.

Undoubtedly, trade flows and the globalized economy are going through a period of evaluation, creating some uncertainty, as the local palm oil market cannot quickly absorb the production of this time of year. Therefore, as a sector, we must advance strategically in the modernization and efficiency of our supply chain to place our products in the local and export markets under the best conditions possible and face the current situation as best as possible.

Studying our history, we found some publications by Fedepalma dating back to 1987 showing other crises, none as severe as the current one. In these publications, the industry invited palm growers to increase their mills' storage capacity, thinking about the long term. Although there has been a significant process, the mills' capacity currently sits at about 162,000 tons, i.e., 33 days of average output, and the ports' capacity is of around 120,000 tons. We are still far from reaching the recommended capacity of 90 days of average output.

We have proposed the Colombian Government to implement specific actions and measures to increase the palm oil sales in the local market: increasing public procurement, temporary suspending palm oil imports, universalize the stabilization operations of the Price Stabilization Fund for Kernel, Palm Oil and their Fractions (FEP Palmero, acronym in Spanish) and increase the biodiesel mix. However, these actions take time and imply decisions by various ministries and, therefore, are not easy to implement. Even if implemented in the short term, the sector would have the strategic need of increasing its oil storage capacity.

We have also supported the search for funding and subsidies to increase storage. We have helped to find short-term alternatives such as the construction of lagoons with biomembranes, among others, including expensive solutions and costly corporate decisions that had to be made but which would have even meant a competitive advantage in such critical times if we had sufficient storage in tanks.

Note that, once again, the prices are unexpectedly low. Following two years of a downward trend, with a gradual increase in the second half of last year, this year, the prices have dropped significantly due to COVID-19. The palm economy was recovering with prices above 700 USD/t, but now sit below 480 USD/t, putting us in an even more difficult situation. Therefore, we require sector-specific solutions to improve palm oil transport logistics and rethink our current model to make the efficiencies derived from railway or river transport viable. Under low-price conditions, high logistics prices imply even lower income for producers.

Whereas some producers do not know what to do with their production, some populations—even in Colombia—do not have access to this food due to transport and infrastructure problems. This becomes more visible under the current situation, where the production contrasts with the challenging trading conditions due to the access and exit of products from various regions of the country.

Thus, once again we would like to invite you to think more strategically in the medium and long term, further prioritize the logistics of the production and trade processes, have larger storage capacity and develop customer service strategies that ensure the loyalty of our buyers even in times of crisis, seeking better planning of our trade and a greater ability to manage our product portfolio in challenging times. As producers, we need to be the architects of our market reality and not depend on the actions of the other actors of the supply chain or the fluctuations inherent to each particular situation.