

Oportunidades del mercado para los aceites de palma, de palmiste y sus derivados en el continente americano

Market Opportunities for Palm Oil, Palm Kernels and Derivatives in the Americas



Rafael Horcasitas

BA Economics
Gerente Comercial de Aceites de
Bunge Latinoamérica LLC
rafael.horcasitas@bunge.com

Palabras CLAVE

Aceite de palma, soya, canola y girasol, seguridad alimentaria, oportunidades de mercado, flujos comerciales intrarregionales.

Palm, soybean, canola and sunflower oils, food security, market opportunities, intra-regional trade flows.

Editado por Fedepalma a partir de la grabación de vídeo y la presentación en power point.



Resumen

El propósito de esta presentación es proporcionar una visión general del mercado de aceites en el mundo, con un foco muy específico en el continente americano.

Esta exposición se divide en tres partes. En primer lugar, se hace una revisión general sobre la situación y los retos que el mundo tendrá que enfrentar en cuanto a la alimentación. La segunda parte versa sobre un análisis de la situación que guarda el mercado de aceites vegetales en el ámbito mundial, y la tercera, se refiere a la situación de los aceites en el continente americano.

Abstract

The numerous changes taking place in the production and consumption behavior of palm, soybean, canola, and sunflower vegetable oils impose many challenges on countries, but only those that manage to anticipate and adapt will be successful in these markets.

These changes lead to analyze market situation and opportunities for these products of plant origin, and for this reason the situation of the oils both on a world scale and on the production and consumption in the American continent is presented.

Variables such as the supply structure, the demand structure, and trade flows resulting from these dynamics are addressed for both market levels.



Introducción

Los numerosos cambios que se operan en el comportamiento de la producción y el consumo de los aceites vegetales de palma, soya, canola y girasol imponen numerosos retos a los países, pero solo aquellos que logren anticiparse y adaptarse lograrán ser exitosos en estos mercados.

Estos cambios llevan a analizar la situación y las oportunidades de mercados para estos productos de origen vegetal por ello se expone la situación tanto de los aceites en el concierto mundial como en la producción y consumo del continente americano.

Para los dos niveles de mercados se abordan variables como estructura de la oferta, estructura de la demanda y los flujos comerciales que resultan de estas dinámicas.

Necesidad de alimentar el planeta

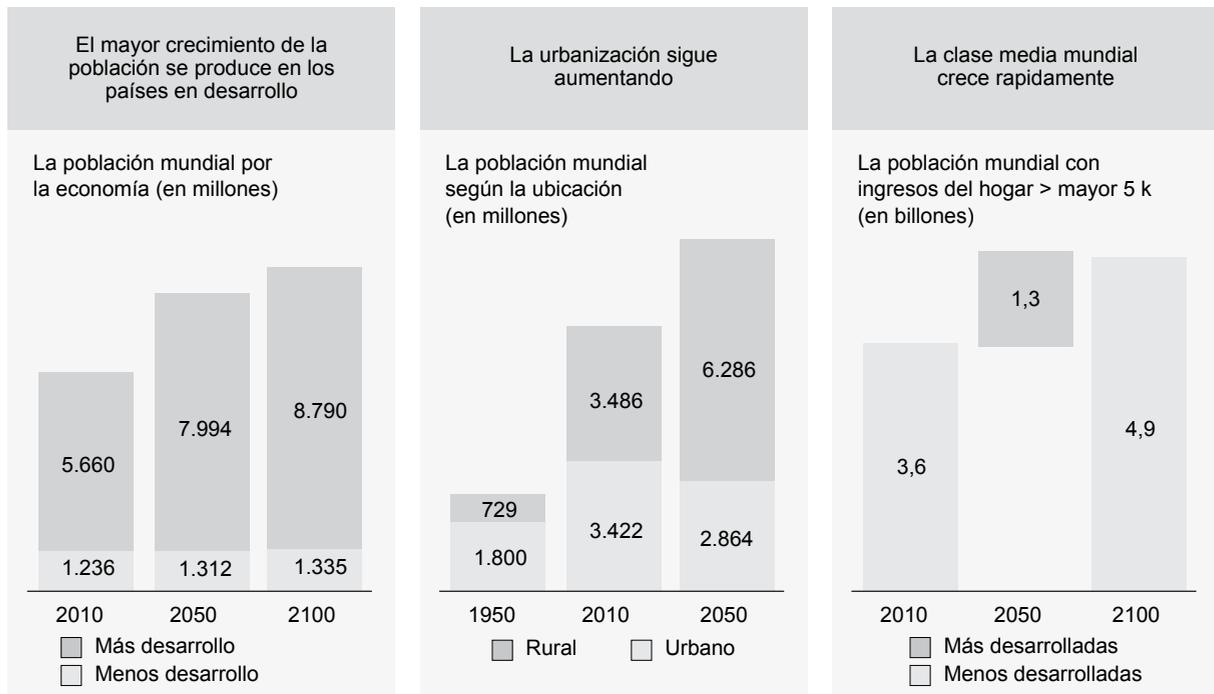
Básicamente las mejores estimaciones existentes hoy se refieren a que de aquí al año 2050

el mundo tendrá que producir prácticamente 60% más de alimentos.

Para poder contextualizar un poco los retos y los desafíos que esto significa, se toman como punto de partida algunas de las conclusiones a las cuales llegaron los expertos convocados por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) en 2009, para responder a la pregunta: ¿Cómo alimentar al planeta para el año 2050?

Se han identificado tres tendencias principales, que están interactuando de forma simultánea, pero básicamente el mundo tiene una población en crecimiento, en proceso de urbanización y con un mayor ingreso disponible en el futuro.

El primer factor se refiere al de la población en crecimiento, puesto que los cambios demográficos se producen a grandes velocidades. Hoy en el mundo hay cerca de siete billones de habitantes en el planeta, y las estimaciones hablan de un crecimiento de 2,3 millones de habitantes para los siguientes cuarenta años, y lo que es más importante: ese crecimiento se dará fundamentalmente en los países que son



Fuente: UN State of the World Population 2011. Ban & Co; FAO – How to Feed the World in 2050.

Figura 1. Crecimiento de la población.

considerados en la actualidad como en vías de desarrollo (Figura 1).

El segundo aspecto tiene que ver con el proceso y grado de urbanización de la población. En la actualidad la mitad de la población vive en zonas urbanas y la otra mitad en zonas rurales. Ese porcentaje cambiará y en 2050 las estimaciones hablan de 70% de la población viviendo en las zonas urbanas.

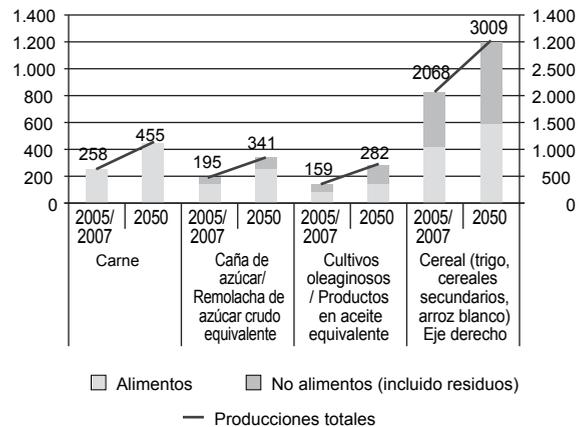
El tercer tema, se refiere al ingreso disponible, que muestra una consolidación y crecimiento de la clase media. La gente tendrá más ingreso disponible, incluso algunos de los pronósticos a largo plazo hablan de tasas de crecimiento anuales promedio del mundo del PIB del orden del 2,9%.

Esta información es relevante para todos aquellos quienes nos encontramos trabajando en la industria agrícola, con respecto a lo que es la elasticidad de consumo de alimentos y cambios en el ingreso. Básicamente esto muestra una relación inversa; es decir mientras más pobre se es, mayor porcentaje de su ingreso se destinará al consumo de alimentos por cada dólar adicional que recibe.

Esta situación ocasionará una serie de cambios para los siguientes años. La composición de la dieta de las personas irá cambiando conforme pasa el tiempo y de la misma forma el contenido o la ingesta calórica. En la actualidad, las estimaciones se refieren a que el consumo en kilo-calorías de persona por día, se sitúan en el rango de las 2.800, y ese indicador crecerá básicamente en 10% en los siguientes años, y aunque pareciera no representar mucho, tiene implicaciones grandes y dramáticas, no solo en la cantidad sino en el tipo de alimentos que será necesario producir más adelante (Figura 2).

En ese orden de ideas, los retos son grandes pero se pueden afrontar y son necesarias mejoras en la productividad y un eficiente manejo de los recursos disponibles. Pero se deberá trabajar en dos áreas y dos sectores muy claros. El primero, es el que tiene que ver con mejoras en la productividad y el segundo, con un manejo más eficiente de los recursos que se tienen disponibles.

Básicamente cerca del 80% de esa comida futura provendrá de mejoras en los rendimien-



Fuente: World Agriculture Towards 2030 / 2050. The 2012 Revision. Nikos Alexandratos and Jelle Bruinsam. Global Perspective Studies Team.

Figura 2. Producción mundial, principales productos (Millones de toneladas).

tos existentes y únicamente un 20% se estima que vendrá de mejoras o de incrementos en la superficie sembrada.

En cuanto a la disponibilidad de agua, Latinoamérica se encuentra bien posicionada con respecto al resto de países del mundo. La actual superficie sembrada se sitúa en el rango de 1.400 millones de hectáreas, que se utilizan para producir alimentos y se estima que podría crecer en cerca de 70 millones de hectáreas.

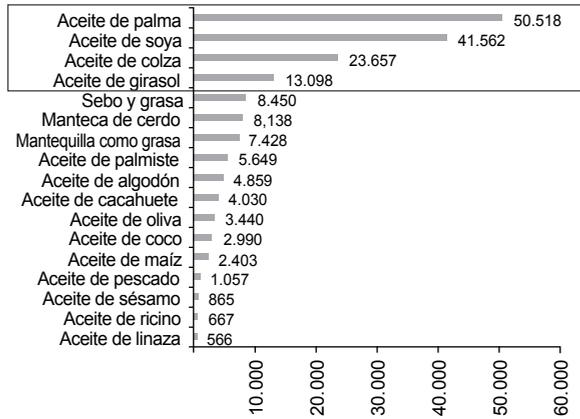
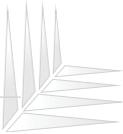
Situación mundial de los aceites

Para brindar una visión general sobre la situación del mercado de aceites en el mundo se deben abordar tres dimensiones: estructura de la oferta, estructura de la demanda y los flujos comerciales que resultan de estas dinámicas.

Estructura de la oferta

A grandes rasgos, hoy el mundo en total produce 180 millones de toneladas de aceites y grasas, divididos en las diecisiete principales categorías que se muestran en la Figura 3.

En orden de importancia y de relevancia, el aceite de palma es el número uno, seguido por los aceites de soya, canola y girasol. Pese a que estos son datos de 2011, permiten dar y tener una imagen general de cuál es el tamaño del mercado en el cual se está operando.

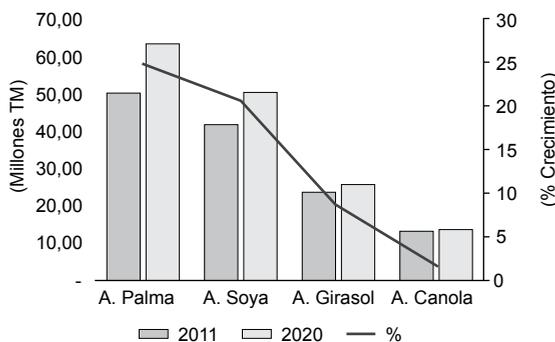


Fuente: Oilworld Database. Enero – Diciembre 2011. 17 Oils & Fats ('000 TM).

Figura 3. Producción de aceites y grasas, divididos en las diecisiete principales categorías (Millones de toneladas).

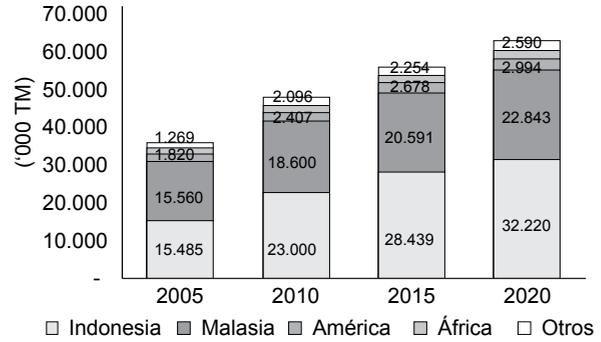
Esos cuatro productos principales – aceites de palma, soja, canola y girasol- son los más relevantes, se puede concluir que representan el 72% de la producción total de alimentos. Algo cercano a las 130 millones de toneladas.

En cuanto a las perspectivas de la producción de aceites, en un horizonte hasta 2020, se observan dos tendencias que se están desarrollando. Por un lado, una producción de aceites en crecimiento, y por otro, un proceso de especialización por zona geográfica y distinta para cada uno de los aceites. Desde 2012 al 2020 se tiene un incremento en la producción cercano al 18-20%, llegando estos cuatro aceites a representar 152 millones de toneladas (Figura 4).



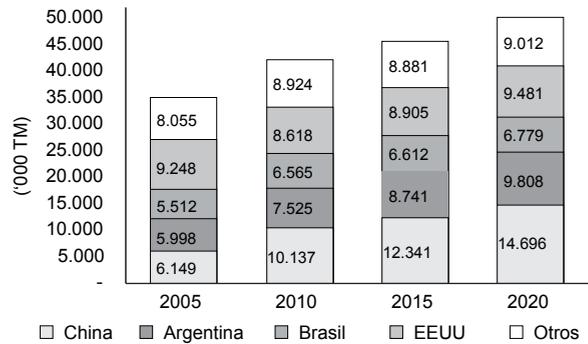
Fuente: FAPRI, 2012 World Agricultural Outlook Database.

Figura 4. Incremento de la producción de aceites 2012 a 2020.



Fuente: FAPRI, 2012 World Agricultural Outlook Database.

Figura 5. Crecimiento comparativo de la producción de aceite de palma.

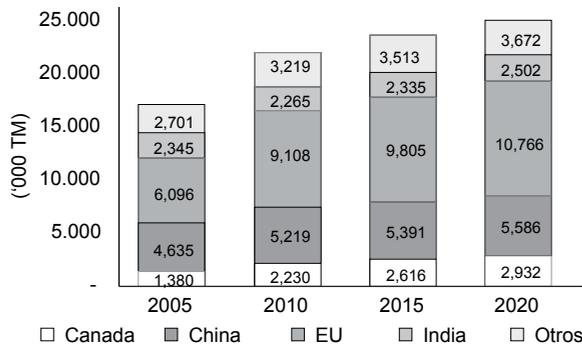


Fuente: FAPRI, 2012 World Agricultural Outlook Database.

Figura 6. Crecimiento comparativo de la producción de aceite de soja.

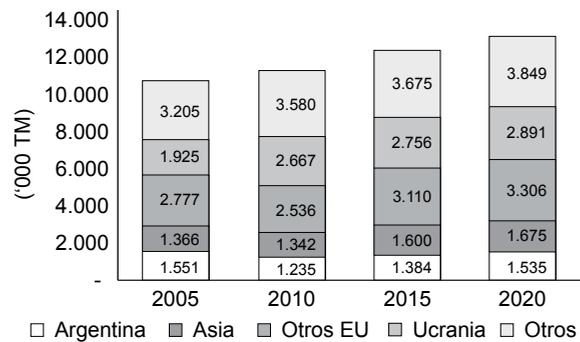
El crecimiento para cada uno de los aceites y la composición del portafolio va cambiando conforme pasa el tiempo. El aceite de palma lidera ese proceso de crecimiento, incrementándose aproximadamente en 25% desde mediados de 2012; el aceite de soja crece un poco menos hasta 20%; el de girasol 8%; y el de canola en un rango un poco menor.

El aceite de palma se produce predominantemente en el Sudeste Asiático, Malasia e Indonesia, siendo este último el lugar que registra una mayor tasa de crecimiento en comparación con Malasia (Figura 5). En cuanto al aceite de soja, es posible que China sobrepase la producción de Latinoamérica, lo que significa un cambio importante y más reciente (Figura 6). Latinoamérica seguirá creciendo y siendo importante en lo que a este aceite se refiere y Estados Unidos se mantendrá con una



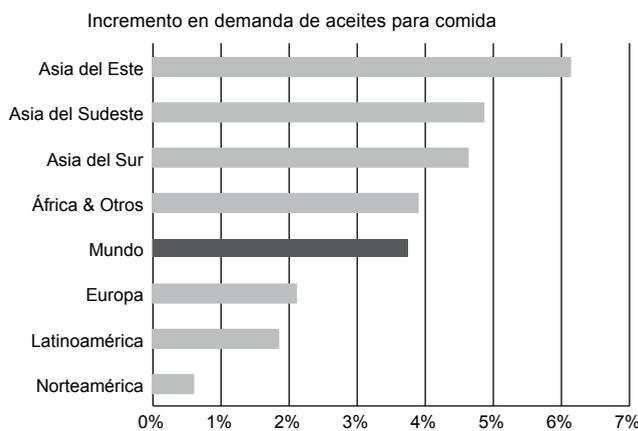
Fuente: FAPRI, 2012 World Agricultural Outlook Database.

Figura 7. Crecimiento comparativo de la producción de aceite de canola.



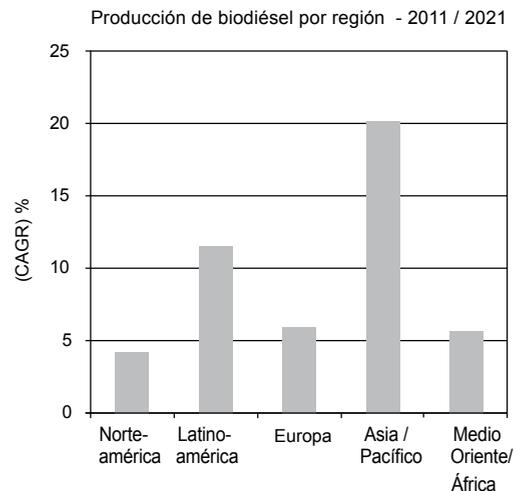
Fuente: FAPRI, 2012 World Agricultural Outlook Database.

Figura 8. Crecimiento comparativo de la producción de aceite de girasol.



Fuente: HSBC Research.

Figura 9. Crecimiento de la producción de comida y biodiésel.



Fuente: Pike Research. Mackinnon Lawrence.

producción relativamente estable. En cuanto al de canola, la producción está focalizada y seguirá creciendo en la parte europea y con menor medida en Canadá (Figura 7). Por su parte, el aceite de girasol registrará mayores crecimientos en Ucrania y algunos otros países que formaban parte de la antigua Unión Soviética (Figura 8).

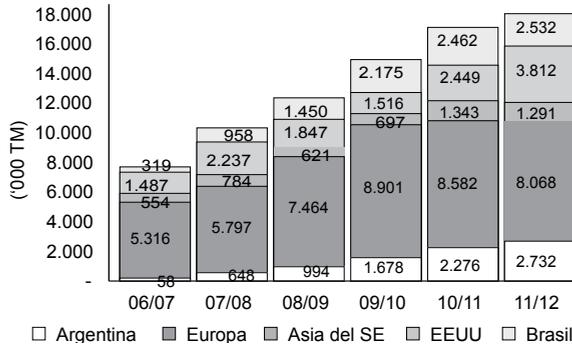
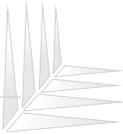
Estructura de la demanda

La segunda dimensión de la estructura de la demanda se divide en dos fuentes principales para su comprensión, puesto que puede ser para biocombustible o para comida, las cuales registran tasas de crecimiento. Estas tasas y los motivos por los que crece la demanda son

diferentes para cada uno de estos productos. En el caso de la comida, el crecimiento depende de la región geográfica a la que se hace referencia. En la última década, Asia ha sido la principal fuente de consumo de la demanda por comida, en tanto el mundo registra crecimientos en promedio con tasas anuales por encima del 3,5% (Figura 9).

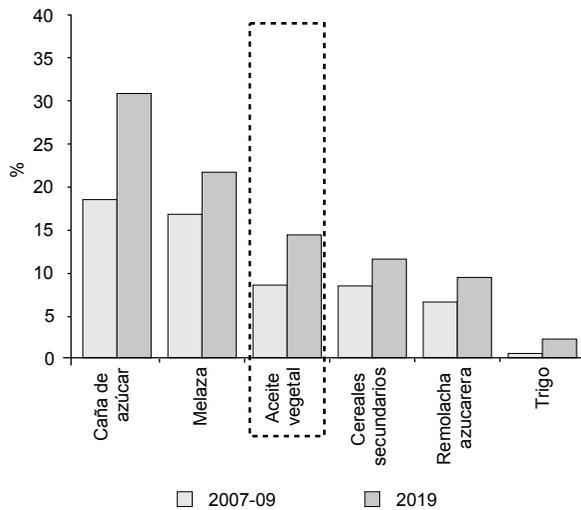
Las razones por las que crece la demanda de comida son estructurales, debido a las necesidades de consumo de la población, en tanto los biocombustibles, que también registran crecimiento, lo hacen por motivos diferentes a la demanda por comida.

En el caso del biocombustible, que es una demanda artificial, esta es generada y sostenida por decisiones de política económica. Su



Fuente: Bunge Research.

Figura 10. Producción mundial de biodiésel.



Fuente: OECD- FAO Agricultural Outlook. Biofuel Production 2010 - 2019.

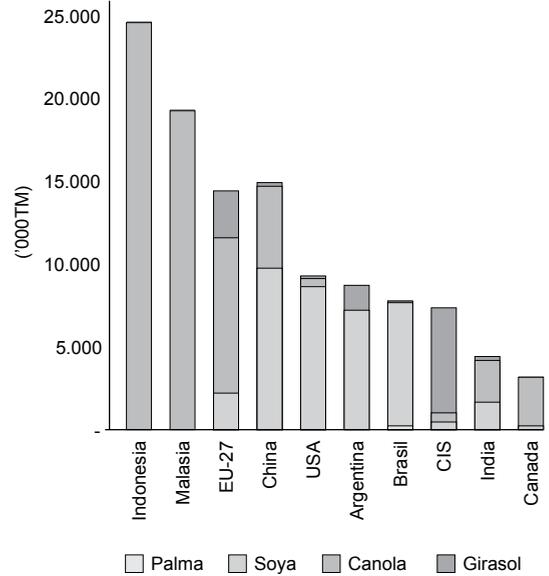
Figura 11. Porcentaje de materias primas utilizadas en la producción de biocombustibles.

crecimiento se presenta fundamentalmente en Europa y Estados Unidos (Figura 10).

La materia prima que más se seguirá utilizando para la producción de biocombustibles es la de aceites vegetales, más que productos de otra naturaleza. La estimación de crecimiento se proyecta entre 15 y 16% de la producción mundial de aceite que será utilizada en biocombustible para 2019-2020 (Figura 11).

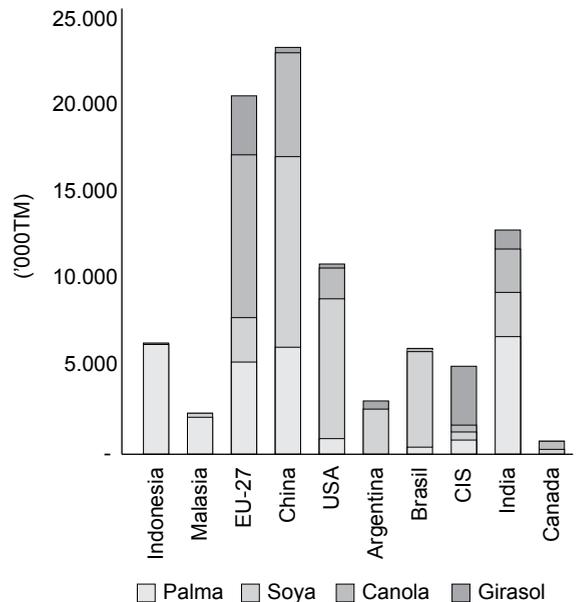
Flujos comerciales

Las dos dimensiones anteriores de oferta y demanda conducen al análisis de los flujos comerciales que existen para estos cuatro tipos de productos del aceite y las zonas geográficas



Fuente: Oilworld Database . Enero – Diciembre, 2011.

Figura 12. Zonas de producción de los cuatro principales aceites.

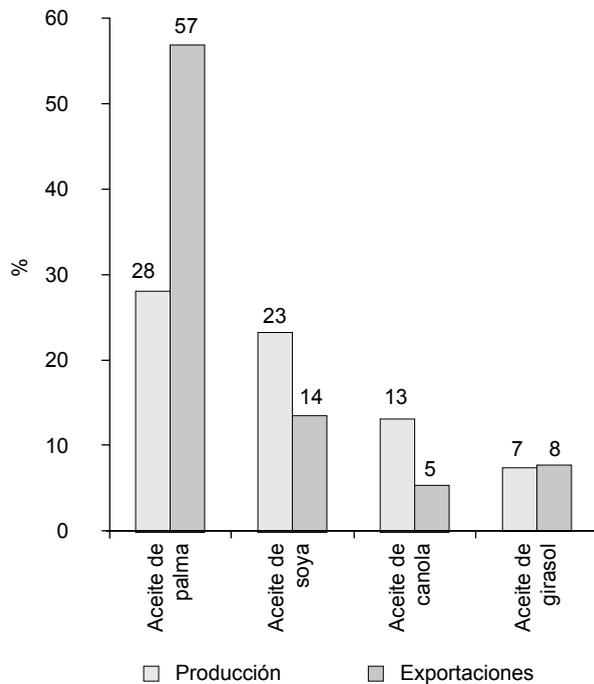


Fuente: Oilworld Database . Enero – Diciembre, 2011.

Figura 13. Zonas de consumo de los cuatro principales aceites.

de producción y de consumo como se observa en la Figuras 12 y 13.

Un análisis de las zonas geográficas en las que se producen estos tipos de aceite muestra que si bien la demanda está liderada especialmente por China, Europa, India y Estados



Fuente: Oilworld Database . Enero – Diciembre, 2011.

Figura 14. Oportunidades de comercio internacional.

Unidos, lo que se evidencia es una falta de conectividad entre los lugares en los que se producen y en los que se consumen los cuatro tipos de aceite mencionados, al mismo tiempo que se generan oportunidades de comercio internacional lideradas por el aceite de palma (Figura 14).

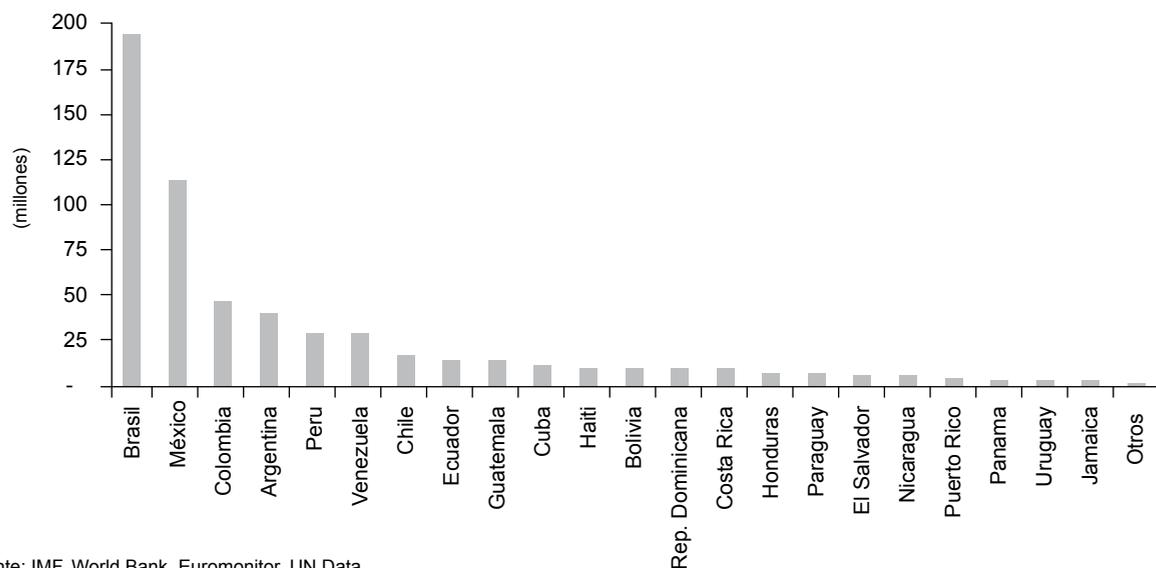
Los aceites en el continente americano

En lo que se refiere a los flujos de aceite en el continente americano, se parte del postulado de que Latinoamérica tiene hoy una base muy sólida. El continente tiene una población grande, estimada en cerca de 600 millones de habitantes, que crecerá aunque a ritmos menores en los años siguientes, para un estimado de 100 millones de personas adicionales para los próximos veinte años (Figura 15).

Este crecimiento poblacional está acompañado de una economía en constante crecimiento y casi duplicándose para los próximos veinte años y un ingreso per cápita disponible también en crecimiento.

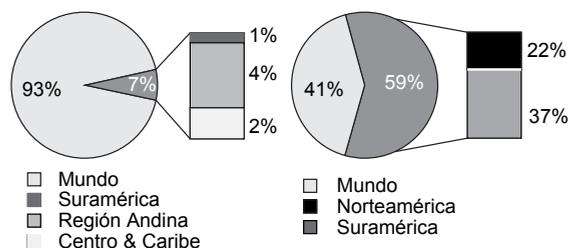
En lo que a aceites se refiere, Latinoamérica tiene dos historias independientes pero que están entrelazadas: la del aceite de soya y la del aceite de palma. Ambos productos son complementarios en las zonas de producción. El de palma crece en las zonas cercanas al Ecuador, básicamente, tanto que el frijol de soya es generado en los hemisferios norte y sur.

La importancia relativa de cada uno de estos productos en el contexto mundial es diferente, porque la producción del aceite de palma del continente americano, únicamente representa 7% de la producción total. La principal zona



Fuente: IMF, World Bank, Euromonitor, UN Data.

Figura 15. Población del continente americano en 2010.



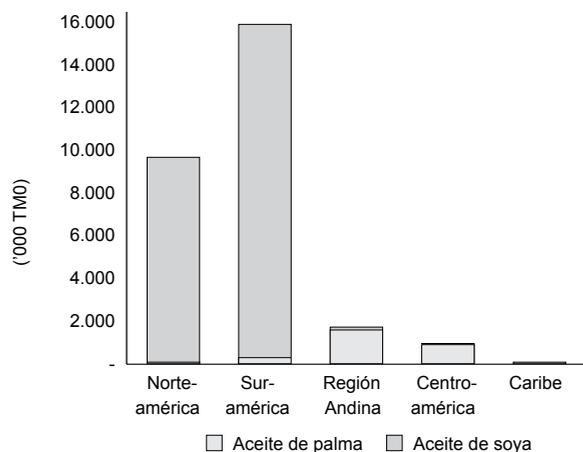
Fuente: Oilworld Database . Enero – Diciembre, 2011.

Figura 16. Producción del aceite de palma y del aceite de soya en el mundo.

productora es la región Andina, seguida por Centroamérica y un poco en Latinoamérica, lo que muestra que su relevancia es pequeña cuando se mira el contexto mundial.

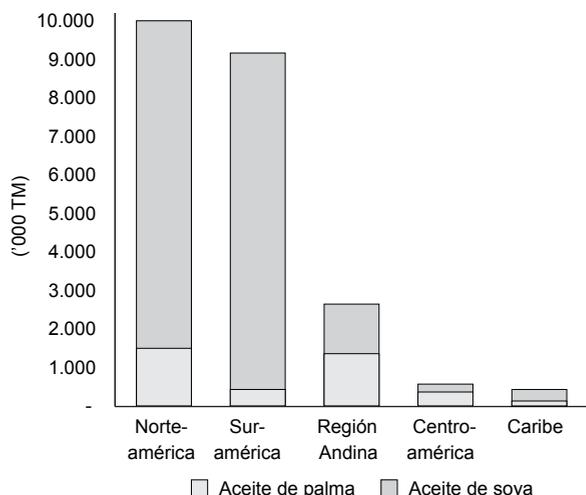
Cuando se habla de la producción de aceite de soya, el continente americano produce el 60% de la producción mundial, con el Cono Sur produciendo 37% de este volumen y Estados Unidos entre 22 y 23% (Figura 16).

De la misma forma que en el contexto mundial, se analizarán tres dimensiones para contextualizar y entender las dinámicas y los flujos regionales: estructura de la demanda y de la oferta continental, los flujos intracontinentales y los principales determinantes para que esos flujos existan.



Fuente: Base de Datos Oilworld. Enero – Diciembre 2011.

Figura 17. Producción del aceite de palma y del aceite de soya en el continente americano



Fuente: Base de Datos Oilworld. Enero – Diciembre 2011.

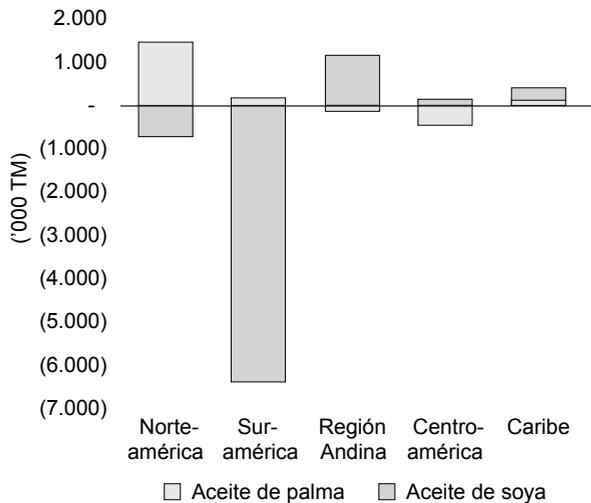
Figura 18. Equilibrio de consumo del aceite de palma y del aceite de soya entre las zonas geográficas de los dos hemisferios.

Estructura de la oferta y demanda continental

Sumada la producción de los dos aceites, de palma y de soya, el continente americano produce 27,5 millones de toneladas. En la Figura 17 se observan las zonas de producción. De ese total, 24,5 millones corresponden a aceite de soya y únicamente 3 millones al de palma. En el hemisferio sur se producen cerca de 15 millones y en el norte, Estados Unidos, 9 millones de toneladas. El aceite de palma tiene una producción de 1,5 millones en la región Andina y de 850.000 toneladas en Centroamérica.

En cuanto al consumo se llega a 23 millones de toneladas, de las cuales 19 millones son de aceite de soya y 4 millones del de palma. En la Figura 18 se ilustra el equilibrio de consumo del aceite de soya entre las zonas geográficas de los dos hemisferios. Cada uno consume cerca de 8,5 millones de toneladas de aceite de soya. Algo similar sucede con el aceite de palma: el hemisferio norte produce 1,5 millones de toneladas y la región Andina 1,3 millones de toneladas.

Esa situación entre la producción continental y el consumo continental genera un excedente de 4,5 millones de toneladas. En la Figura 19 se observan los flujos de importación y

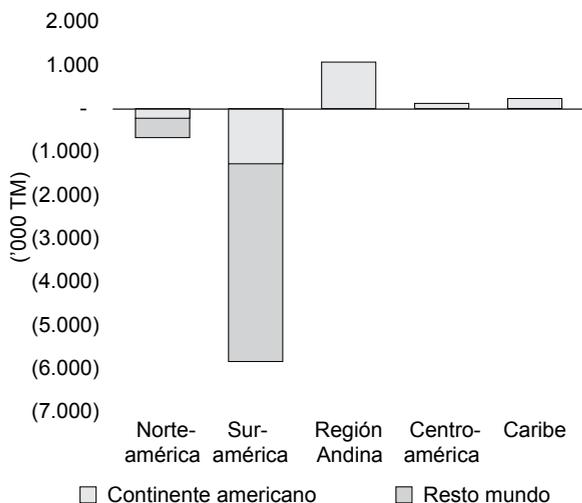


Fuente: Base de Datos Oilworld. Enero – Diciembre 2011.

Figura 19. Producción y consumo continental.

de exportación y los productos de importación y de exportación.

América del Sur expone un claro balance de exportación de aceite de soya; Estados Unidos importa cantidades significativas de aceite de palma y exporta pequeños balances de soya. El resto del continente, la Comunidad Andina, Centroamérica y la región del Caribe, básicamente son países importadores de aceite de soya, con pequeños flujos de exportación de aceite de palma.



Fuente: Base de Datos Oilworld. Enero – Diciembre 2011.

Figura 20. Estructura del comercio intracontinental del aceite de soya, flujos por destino final.

Análisis del comercio intracontinental

Con base en la anterior dimensión de la estructura de la oferta y la demanda, se puede determinar cómo es la estructura del comercio intracontinental, entendiendo por flujos de importación aquellos originados en el continente o de exportación que terminan dentro del mismo continente.

El grado de integración comercial es diferente para cada uno de los dos aceites. El de soya tiene un excedente de 5,5 millones de toneladas, siendo Latinoamérica un gran exportador para el resto del mundo, lo mismo que Estados Unidos exporta un poco para Latinoamérica y el resto para otros continentes. Los demás países de la zona son claramente importadores de aceite producido dentro del continente (Figura 20).

El aceite de palma muestra un comportamiento diferente (Figura 21), se observan grandes flujos de importación principalmente a Estados Unidos, algo a Latinoamérica, la zona del Caribe, pero que provienen de regiones diferentes al Cono Sur. Básicamente el déficit que existe de aceite de palma, es cubierto con importaciones de otros países, en este caso de Malasia e Indonesia.

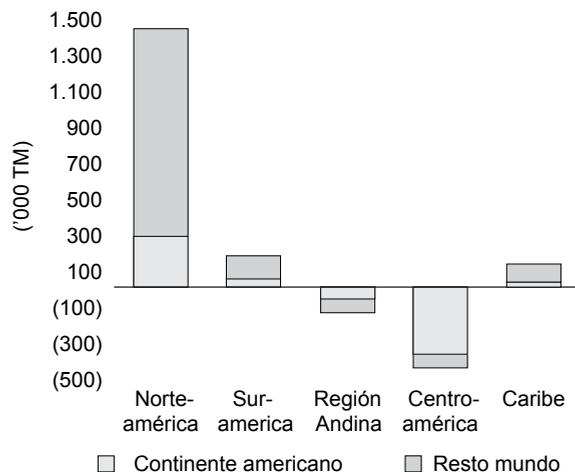
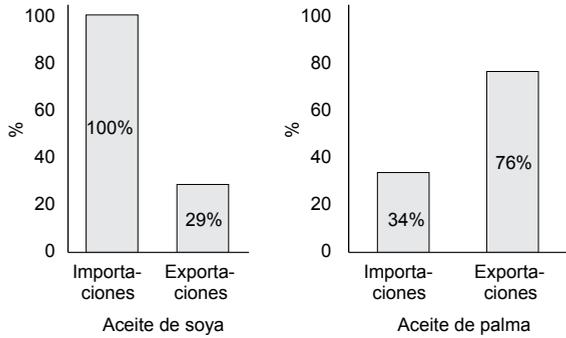
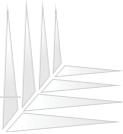


Figura 21. Estructura del comercio intracontinental del aceite de palma, flujos por zona de origen.



Fuente: Base de Datos Oilworld. Enero – Diciembre 2011.

Figura 22. Porcentaje de las importaciones hechas por el continente americano que se originan dentro del mismo.

Si se trata de medir el grado de integración comercial dentro del continente, es diferente para cada producto. En el caso del aceite de soja, el 100% de las necesidades de importación del continente son cubiertas con aceite que es producido en el mismo continente, aunque eso solo representa un 29% de las exportaciones totales. Es decir no hay lugar adicional para hacer ventas del producto de aceite de soja dentro del continente (Figura 22).

En el caso del aceite de palma solo el 76% de las exportaciones del continente terminan dentro del mismo, hay un 25% que termina encontrando casa en otros lugares, principalmente Europa, y esto solo representa un 34% de las importaciones totales de las necesidades

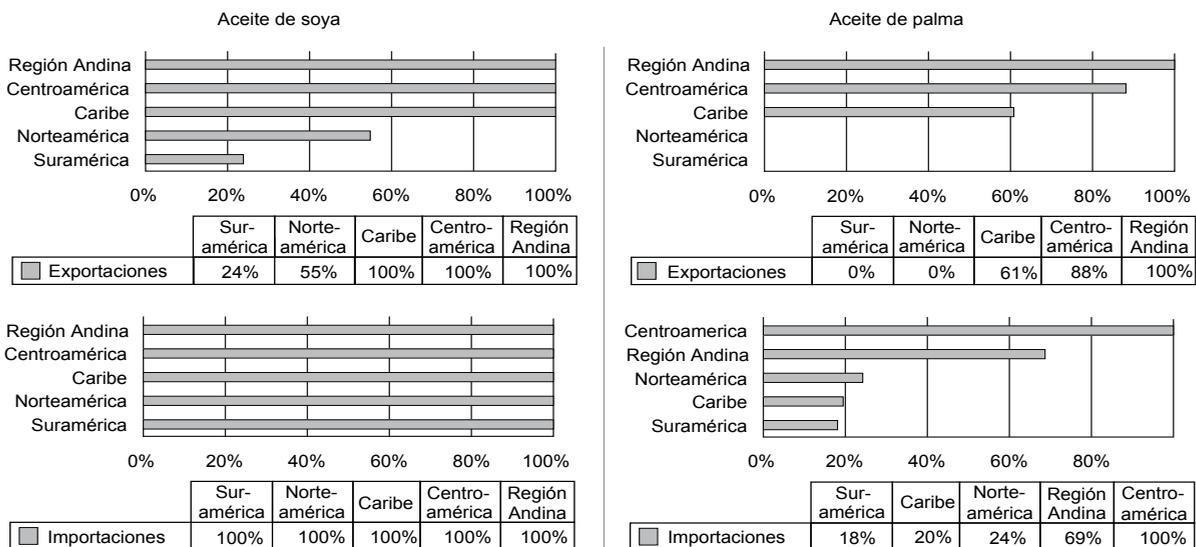
de aceite de palma que el continente tiene (Figura 22).

Todas las exportaciones del aceite de soja a la región Andina, Centroamérica y el Caribe, son satisfechas con producto local, en tanto que las de Norteamérica y Suramérica, únicamente representan 55 y 24% de sus exportaciones totales, respectivamente. Por su parte, las importaciones de aceite de soja, provienen del continente americano; lo que implica una cadena completamente integrada.

Por el contrario las importaciones del aceite de palma corresponden a flujos intrarregionales, en especial Centroamérica, y en la región Andina únicamente el 69% de las importaciones provienen del continente, y las de Norteamérica representan únicamente el 24% de las exportaciones que se originan en esta parte del mundo (Figura 23).

Determinantes de los flujos comerciales intercontinentales

Varios son los determinantes de los flujos comerciales. En primer lugar, está el valor relativo del producto. ¿Cuál es el producto con el costo más competitivo dependiendo de cada geografía? En esto influyen los costos logísticos y de transporte, los aranceles y los impuestos de exportación y de importación, así



Fuente: Base de Datos Oilworld. Enero – Diciembre 2011.

Figura 23. Porcentaje de importaciones / exportaciones con destino final en el continente americano.

como la capacidad de procesamiento de las industrias locales. La combinación de todos estos factores es lo que finalmente determina la dirección de los flujos comerciales.

Un segundo determinante de los flujos comerciales es el relacionado con los costos de transporte, la logística y la estructura arancelaria. Los costos logísticos y de transporte pueden ser muy bajos como el caso de Estados Unidos y de algunos países latinoamericanos, pero la diferen-

cia la hace el tamaño de los impuestos sobre los aranceles que tienen los productos.

Los retos hacia el futuro son muchos, pero también las oportunidades para aquellos que las sepan aprovechar.

Los siguientes años, con certeza estarán llenos de muchos cambios y posiblemente de muchas sorpresas, pero solo aquellos que logren anticiparse y adaptarse lograrán ser exitosos en estos mercados.