boletín informativo

SEPTIEMBRE 30 DE 1984 - PUBLICACION QUINCENAL No. 113

fedepalma
FEDERACION NACIONAL DE CULTIVADORES DE PALMA AFRICANA

Editorial

ACEITE DE PALMA · MERCADOS MUNDIALES

El Centro Internacional de Comercio (I.T.C.), con sede en Ginebra, es una función subsidiaria del GATT (Acuerdo General de Comercio y Aranceles) y de las Naciones Unidas a través de la UNCTAD. Es punto focal de las actividades de promoción del comercio de las Naciones Unidas. Una de las áreas a la cual se ha dedicado durante más de una década ha sido el desarrollo de los mercados de aceites vegetales que se producen en los países en desarrollo. Dentro de este programa, el I.T.C. auspició un importante estudio del mercado del aceite de palma en el año de 1975. En 1976 se publicó un informe, que fue discutido en un seminario abierto que se llevó a cabo en Kuala Lumpur en 1978. En enero de este año se realizó un segundo foro de seguimiento, en el mismo lugar y hotel. El objetivo del mismo era repasar el desarrollo del estudio partiendo de 1978 y hacer una serie de recomendaciones para acción futura.

Este seminario atrajo una participación sustancial de la industria local. Sin duda, esto refleja el hecho de que cada uno de nosotros toma parte en este proceso, partiendo del minifundista hasta llegar al latifundista o a la refinería, y comprendemos que nuestro éxito en términos financieros está íntimamente ligado con lo que sucede en los mercados mundiales.

Las discusiones que se llevaron a cabo durante esa semana nos hicieron reflexionar sobre algunos asuntos fundamentales. Existe un problema de mercadeo del aceite de palma? Dato Bek Nielsen anotó que si se mira el consumo per cápita en el mundo, es posible identificar poblaciones enteras cuya disponibilidad de aceite es inferior a lo que recomiendan las necesidades alimenticias. Por otra parte, el Dr. Achaya presentó, mediante un cuidadoso cálculo de las encuestas de consumo alimenticio, que inclusive entre las clases menos favorecidas de población hindú, que consta de 700 millones de habitantes, existe una disponibilidad adecuada de ácidos grasos esenciales para la nutrición, aunque por lo general el consumo total de energía es bajo. La razón principal por la cual esta demanda se ve insatisfecha es, tanto en la India como en otros países, de índole económica. Las alternativas son que no hay suficiente dinero disponible o hay una deficiencia de moneda dura. Esta última situación puede verse aliviada por proveedores de aceite de soya o colza, mediante acuerdos de crédito blando, y esto puede dejar al aceite de palma en una situación competitiva desfavorable.

El Dr. Sturgess presentó dos mecanismos internacionales viables para superar esta dificultad. La emisión de "estampillas de aceite", financiadas a nivel internacional, que podrían ser intercambiabas por provisiones no es satisfactoria, especialmente por cuanto los procedimientos existentes, tal como el programa Mundial de Alimentos podría ampliarse con el objeto de satisfacer esta necesidad. El trueque o contra comercio también tiene una serie de desventajas, especialmente en cuanto a la dificultad de encontrar un requisito simultáneo para los bienes de intercambio en oferta, tanto en términos de calidad,como de cantidad. Este se debería considerar un último recurso, puesto que el sistema monetario es más eficiente desde todo punto de vista.

Por lo tanto, podemos concluir que parte de la demanda potencial de aceites y grasas se mantendrá insatisfecha, tanto a corto como a largo plazo. Es necesario afrontar la situación competitiva planteada por un mercado de tamaño limitado y definible. El mercado mundial de aceites y grasas es de alrededor de 60 millones de toneladas y la experiencia vivida en los últimos dos años ilustra claramente las fluctuaciones de los precios internacionales ocasionados por las bajas o

excesos que ascienden solamente al 2 ó 3% de esta cantidad. Los grandes cambios en los precios ocasionan dificultades comerciales serias al productor y al consumidor final, los cuales se beneficiarían de una situación estable. La resolución relativa a la estabilización internacional de los precios de aceites y grasas encontró un marcado apoyo entre los delegados, quienes representaban tanto otros países productores como los mayores consumidores en las naciones en desarrollo. Se hizo claro, sin embargo, que la UNCTAD encontraría grandes dificultades para poner esto en práctica.

Se analizó la situación competitiva del aceite de palma desde diferentes puntos de vista, con el objeto de traer a la luz tanto los factores positivos como los negativos. Además de las dificultades de financiación que ya han sido anotadas, el aceite de palma se ve sometido a diversas barreras arancelarias. En la Comunidad Británica Europea hay un aumento substancial de aranceles para el aceite procesado, comparado con el crudo, pero los productores africanos asociados a la Comunidad gozan de exención. El aceite de soya se importa a Europa principalmente en grano y, por lo tanto, se ve libre de la tasa de importación. Esta situación puede prevalecer en caso y cuando la Comunidad incremente un impuesto general sobre los aceites vegetales, lo cual acentuaría la diferencia.

En algunos países, el aceite de palma o la estearina de palma están gravados con derechos de importación substancialmente más altos que el sebo de res, lo cual constituye una posición ilógica. En términos generales, los derechos de aduana están estrechamente ligados con las descripciones del producto que se utilizan en los documentos de transporte y, en algunos casos los términos oleína y estearina se utilizan para describir otros productos, de tal manera que la oleína y la estearina se colocan en la categoría equivocada. La tarea de reducir las barreras arancelarias y de corregir las anomalías específicas es lenta y difícil. También es importante anotar que en algunos mercados el aceite de palma tiene una posición arancelaria favorable.

En términos técnicos, el aceite de palma es un producto muy versátil, como lo demuestra su rápida aceptación en más de 60 países. En términos globales, casi todos los importadores de aceites y grasas que no pueden cultivar el aceite de palma, lo están importando. Estas pocas excepciones se han convertido en el blanco de los esfuerzos para desarrollar el mercado que está haciendo el PORIM. Egipto es un ejemplo en donde tanto la tradición como el gobierno estaban orientados hacia el uso de otros productos, pero las ventajas de utilizar aceite de palma fueron demostradas y aceptadas. Este proceso aún está en su etapa inicial en Irán y en algunos países de Europa Oriental. En otros lugares, los diferentes esfuerzos orientados hacia el mercadeo tanto de la industria en sí como de las entidades estatutarias, sin duda desempeñan un papel importante en cuanto al lanzamiento, aunque ésto no se pueda demostrar muy fácilmente.

Hoy en día los aceites y grasas son en alto grado intercambiables, pero a menudo es necesario utilizar primero un proceso de modificación. Generalmente el costo de dicho proceso está en el orden de 20 a 50 dólares por tonelada y el interrogante es si este costo adicional hace que el cambio de formulación se justifique. Cuando los precios están fluctuando, surge la necesidad de tomar decisiones rápidas y difíciles. Por lo general los países de economía libre pueden hacer cambios rápidos mientras en la mayoría de los países donde la compra de aceites y grasas tiene control gubernamental, se presentan dificultades. Sin embargo, los delegados de India y Pakistán pusieron en claro que el aumento del precio del aceite de palma que se presentó durante el seminario (enero de 1984) ciertamente estaba afectando las decisiones de compra que ellos tomaran, aunque los aceites competitivos requirieran un proceso diferente.

Por lo tanto, mientras el aceite de palma sería un ingrediente de selección cuando se formula un producto alimenticio de grasa sólida, esto siempre provee que el precio esté correcto. En el caso del aceite de palma procesado, esta cuestión del precio debe incluir los costos de transporte y procesamiento a su arrivo. Esto último se efectúa con el objeto de corregir los daños químicos que haya podido sufrir el producto durante su almacenamiento y transporte intermedios. En la actualidad, conocemos y aplicamos los procedimientos necesarios para transportar una considerable cantidad de químicos peligrosos a granel, de tal forma que a su arrivo conserven las especificaciones. Es una lástima que también conozcamos los procedimientos correspondientes para el aceite de palma totalmente refinado pero no los apliquemos, puesto que costarían unos pocos dólares más por tonelada (literalmente). Por consiguiente, el consumidor final tiene que gastar una gran cantidad de dinero para reparar el daño y el aceite de palma es menos competitivo. Los diferentes centros de costos involucrados están tratando de minimizar los gastos propios (o maximizar la ganancia), sin tener en cuenta el panorama global. La variabilidad de la calidad en el momento del arrivo no es solamente cuestión de costos, sino también de aquel ingrediente indefinible y esencial de cualquier relación comercial duradera: el desarrollo y mantenimiento de la confianza.

Ha sido característica de los cambios desde el primer seminario de la ITC de 1978 que la responsabilidad de lo anterior ha ido pasando del cultivador de palma a la industria de refinación. Sabemos que hasta el 50% del comercio de aceite de palma se realiza a través de casas de comercio exterior japonesas. Aunque éstas llevan a cabo una tarea necesaria y eficiente, probablemente también dificultan la confianza entre el refinador y el usuario final.

Malasia ha progresado rápidamente en cuanto al desarrollo de las instituciones necesarias para el procesamiento, comercialización y regulación del flujo creciente de este producto, partiendo de las plantas de aceite. Estas instituciones

han tomado parte activa en la organización de este seminario, en colaboración con el ITC, en comparación con la reunión de 1978. Es aún más significativo el hecho que 16 de 29 de las contribuciones formales vinieron de parte de la individuos locales, comparada con 5 de 28 en 1978 y que el estándar de los delegados fue, en opinión de algunos, tan elevado como el de los consultores contratados por las Naciones Unidas.

Aparentemente, el lugar del aceite de palma en el sector de comestibles del mercado se entiende en la actualidad en forma relativamente detallada, lo cual, ciertamente, no fue el caso en 1978, aunque el papel que juega en el sector técnico aún permanece en cierta forma oscuro. Uno de los resultados de la reunión de la UNCTAD en 1983 fue una fuerte recomendación en el sentido de que se debería intensificar los estudios de mercadeo de este producto en lo referente a bienes de consumo. El seminario pasó una resolución pidiendo que dichos estudios se dirijieran al sector no comestible. La capacidad de procesamiento de ácidos grasos que existe en Malasia, que es de 150.000 toneladas, constituye el 10%/o del mercado mundial y no será tarea fácil para un nuevo proveedor llenar esta cuota de participación. Esencialmente, el reto comercial para todos los productos de aceite de palma es que la producción de aceite está creciendo anualmente a un ritmo mayor que el consumo y ésto hace más aguda la competencia.

Obviamente, la diversificación de los productos finales debería desempeñar un papel importante en este proceso competitivo y depende principalmente de la industria local la acción que se tome en este sentido. En la actualidad, realmente no ha proyectado la imagen de ser sólo un productor de un bien de consumo a granel, aunque de hecho es oleína RBD y estearina RBD.

Como líder de la producción de aceite a nivel mundial, Malasia debe seguir soportando la carga de ser el pionero de los esfuerzos que se hagan en favor del producto y aceptar que otros se beneficien de ello. Hoy en día es un hecho que Indonesia tiene algunas refinerías más grandes y modernas que Malasia y está produciendo aceite de excelente calidad. En el futuro habrá competencia significativa, no sólo por parte de otros aceites sino también de otros productores de aceite de palma.

Es alentador el hecho de que por lo menos una de las predicciones del proyecto de las Naciones Unidas de 1975 no se haya cumplido. En aquel entonces se estimó que para vender 3 millones de toneladas de aceite de palma, éste tendría que tener un precio inferior en un 10%/o al del aceite de soya. Durante los últimos cinco años (1979-1983), el margen promedio de precio en Europa Occidental ha sido de US$3 a favor del aceite de palma y es sin duda la diversificación del producto y de los mercados lo que ha contribuido a este éxito.

A diferencia de algunos bienes de consumo, tales como el estaño y el caucho, parece poco probable que haya un exceso tal de producción de aceite de palma que sea imposible de vender. La base del mercado del mismo es demasiado amplia como para que esto suceda. Por el contrario, el efecto determinado del mercadeo es mantener un precio bueno y rentable. Si este esfuerzo aumenta el precio en un 30%/o tal como se sugiere anteriormente, un rendimiento de alrededor de 300 millones por año no es malo con relación a los gastos de mercadeo en que se incurre.

K.C. Berger y E. Yosof.
Tomado de The Planter,
Vol. 60/84.

Informe especial

MALASIA

La producción de julio de aceite crudo de palma alcanzó 341.000 toneladas. Este nivel presenta un buen incremento, de 14%/o frente al mes anterior y 25%/o frente al mismo mes de 1983. Es interesante analizar que la producción de aceite de palma de julio estuvo 8.8%/o por encima del nivel de 314.000 toneladas de 1982, aunque ello es debido exclusivamente al incremento de área madura en cerca de 19%/o. El rendimiento por hectárea todavía está por debajo del de 1982. Los prospectos para agosto y septiembre reflejan un incremento en la producción de aceite de palma. Sin embargo, es probable que el volumen total de estos meses caiga por debajo del récord de los mismos en 1982. En todo caso la producción continuará superando la de 1983.

Al momento se totaliza la producción de aceite crudo de palma para Malasia Occidental y Oriental durante 1984 en 3.50 millones de toneladas comparado con 3.02 en 1983 y 3.51 millones de toneladas en 1982.

Las exportaciones de aceite de palma de Malasia Occidental han aumentado a un nivel de 270.000 toneladas en julio, bien arriba del mes y año anterior. En junio habían disminuido 14%/o y de enero a junio 16%/o o 210.000 toneladas, frente a 1983. La mayor parte de la reducción ocurrió en los envíos que se iban a hacer a Rusia, Nigeria, Corea del Sur y Pakistán.