

MERCADOS INTERNACIONALES

ACEITES TROPICALES EN E.E.U.U.

(Market Insights. Vol.5, No. 12)

Según un analista del Servicio Agrícola Extranjero del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), las actuales expectativas con respecto a los aceites de coco, palma y palmiste son mixtas, pues mientras el consumo de aceite de coco aumentará al igual que el de palmiste, el de aceite de palma permanecerá estable.

Según el Boletín Market Insights, Vol.5, No.2, el analista mencionó que "estamos en contacto permanente con los usuarios, importadores y distribuidores, quienes nos informan que el año pasado el ambiente general del aceite de coco mejoró algo. Por primera vez han aumentado las consultas acerca de este aceite y también las ventas. Lo que me parece interesante es que los importadores afirman que la mayoría de las ventas nuevas están destinadas a usos comestibles. El aceite de palmiste también se ha beneficiado con este creciente interés y los dos están parejos en muchos mercados de importación, aunque el aceite de coco sigue siendo el ganador, por un amplio margen en términos de volumen total. Yo creo que esto se relaciona más con la cantidad de aceite disponible que con el hecho de que los usuarios no conozcan el aceite de palmiste. Sería interesante ver cuánto aceite de palmiste se dirige a los Estados Unidos cuando se registre una expansión del mercado de aceite de palma".

Así mismo, señaló que las ventas de aceite de coco en U.S.A. se ha beneficiado con el creciente uso por parte de la industria oleoquímica para fabricar productos como cosméticos, detergentes y otras aplicaciones industriales: "Los productores de aceite de coco deben entender que el mercado norteamericano para las aplicaciones no comestibles de su aceite seguirá creciendo y deberían gastar algo de tiempo y dinero en la comercialización dentro del sector. En el momento, la demanda es la fuerza impulsora del mercado de las grasas láuricas y los productores podrían fácilmente incrementar la demanda si le dan el enfoque correcto".

En cuanto al futuro del aceite de palma en los Estados Unidos, el analista manifestó lo siguiente: "Se ha dicho mucho acerca del regreso del aceite de palma al mercado americano y hasta ahora, no veo ninguna razón por la cual esto no pueda suceder. Las importaciones de aceite de palma siguen bajando y creo que así seguirán. Siempre habrá un pequeño mercado en E.U. para este aceite, pero será más bien un nicho que un mercado

general". Los fabricantes de alimentos que utilizan aceite de palma por sus buenas características seguirán siendo leales y no optarán por los aceites parcialmente hidrogenados de soya o colza, posiblemente para evitar incluir ácidos grasos trans en sus productos.

"No creo que los malayos tengan éxito en su campaña contra los aceites parcialmente hidrogenados, pues han invertido mucho tiempo y dinero en penetrar otros mercados en todo el mundo y no creo que tengan el poder ni la voluntad para desafiar a la industria norteamericana de aceites vegetales. El aceite de coco no se encuentra en la misma posición. Es más especializado como aceite láurico, que el aceite de palma. La principal competencia del aceite de palma es el de soya y el competidor más importante de la soya no es el aceite de coco. Por eso, el aceite de palma seguirá ganando posición en el mercado norteamericano", concluyó el analista.

INTERNATIONAL MARKET DIVISION. ENIG ASSOCIATES, INC.

Suite 500 White Oak Center Bldg. 11120 New Hampshire Avenue Silver Spring, Maryland, USA.

Contratos de exportación en el Sureste Asiático NORMAS COMERCIALES NO SON PROTECCIONISTAS

(The Public Ledger. Feb 24, 1994)

Las normas comerciales comunes para los aceites de palma, palmiste y coco, adoptadas este año por Malasia, Indonesia y Filipinas, no están encaminadas a forjar un bloque comercial regional, según representantes de algunas refinerías locales.

La Asociación Malaya de Refinerías de Aceite de Palma (PORAM) señaló en un memorando dirigido al Ministerio Exterior e Industria que estas reglas no excluyen el uso de otras formas contractuales que se utilizan actualmente.

El contrato de la Asociación de Naciones del Sureste Asiático (ASEAN), implantado en enero pasado, permite a los tres países exportar los aceites vegetales que producen conforme a un conjunto de normas comerciales comunes.

No obstante, PORAM afirmó que el contrato no había sido bien recibido por algunos miembros de la industria malaya del aceite de palma. "Se dice que al cooperar con los demás miembros de la ASEAN, estamos degradando la calidad del aceite malayo de palma".

La ASEAN agrupa a Brunei, Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur y Tailandia. PORAM señaló que la Asociación también tiene por objeto aumentar las ventas de aceites vegetales de la región a través del Club de Aceites Vegetales de la ASEAN.

Indonesia, Malasia y Filipinas producen más de 10 millones de toneladas de aceites vegetales al año y representan el 35% del total de las exportaciones mundiales.