

Reflexiones sobre el mercado mundial de aceites

El Presidente de la Asociación Internacional de Extractores de Semillas (IASC), Sheldon Hauck, presentó un informe durante la reunión anual la Asociación celebrada en Kuala Lumpur-Malasia, a comienzos de este año, sobre la situación del mercado para este gremio. El documento fue publicado por la revista "Inform" Vol.6, No.12 y "El Palmicultor" ha querido destacar algunos de sus principales aspectos.

Según el informe, en 1994, cuando se registró un récord en el comercio de oleaginosas y sus productos, Malasia representó la cuarta parte de todas las exportaciones de aceites vegetales y el 67% de los embarques de aceite de palma del mundo. La producción malaya de aceite de palma ha aumentado de 1.4 millones de toneladas a finales de los setenta a más de ocho millones de toneladas en 1995.

En mayo de 1994, los mercados de aceites vegetales se encontraban apenas en el umbral de la época más sólida de la última década. Desde entonces, la combinación de los altos precios del aceite y la abundancia de semillas oleaginosas baratas ha producido excelentes resultados económicos.

El desarrollo más emocionante del último par de años (1994-95) ha sido el resurgimiento del comercio mundial de aceites vegetales. El consumo mundial de aceites vegetales y de pescado ha crecido un 15%, es decir, 8.9 millones de toneladas métricas (MTM) durante los últimos 4 años únicamente. El consumo de aceite de soya ha aumentado 3.4 MTM (21%) y el de aceite de palma 2.9 MTM, mientras que el consumo de aceite de colza ha aumentado 1 MTM, o un 11% más que al principio del decenio.

Las importaciones mundiales de aceite han aumentado un 24%, (4.8 MTM). En 1994 solamente, las importaciones mundiales de aceite de soya aumentaron 15%, las de aceite de colza 12% y las de aceite de girasol 36%. Por otra parte, durante las últimas dos cosechas, el consumo mundial de harinas ha aumentado de 125 MTM a casi 139 MTM, aproximadamente 19 MTM más que en 1990-1991.

Importaciones de los países en desarrollo

China es el principal importador de aceite, con cifras que se dispararon hasta llegar al récord de 3.6 MTM durante el período pasado, contra 2.5 MTM el año anterior y sólo 1.1 MTM durante 1992-1993. Durante los últimos años, se ha presentado este aumento en el consumo de aceites vegetales y en el comercio de importación, a pesar del enorme incremento de los precios de estos productos (en algunos casos el 30%, el 50%, o más del 60%).

Un efecto interesante del aumento de los precios del aceite fue la suspensión, al menos por el momento, de las exportaciones subsidiadas de aceite. En Estados Unidos, por ejemplo, no se han otorgado subsidios bajo el programa de promoción de exportaciones a las de

aceite de soya, girasol, colza, algodón, etc.

Nuevos desafíos

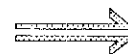
Un informe sobre producción agrícola del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) pronostica que la cosecha de frijol soya para 1995 será de 62.1 MTM, comparada con el récord de 69.6 MTM en 1994. Debido al aumento de las importaciones, se cree que las existencias en agosto pasado probablemente se acercaron más a 8.7 MTM que los 9.66 MTM pronosticados por el USDA.

En el caso de Brasil, es posible que el fortalecimiento de los precios del trigo y el maíz ofrezcan una mejor opción que la siembra de soya, la cual se espera que sea de 21.2 MTM en 1996, contra 25.5 MTM en 1995.

La situación argentina es similar, puesto que la baja relación de precios soya/maíz (2.2:1 en junio) constituye una amenaza real para la siembra.

Otros productores de semillas oleaginosas

En Canadá se espera una buena cosecha de colza para este año, aunque un poco más baja que la del año pasado. Este país se perfila como un actor importante en el comercio de colza, debido a la reducida competencia de la Unión Europea y el crecimiento de los mercados asiáticos y europeos, además de contar con Estados Unidos como uno de sus principales clientes.



En la Unión Europea, el aumento de la producción de semillas oleaginosas industriales actualmente se acerca al tope impuesto por el acuerdo de Blair House, es decir el equivalente a 1 MTM de torta de soya. Además, Canadá se ha convertido en un importante proveedor de colza para el antiguo continente; las naciones centro europeas como Polonia y Hungría, también están exportando y los países de Europa Oriental muy probablemente ampliarán la producción de semillas oleaginosas para el mercado de la Unión, mientras siga existiendo demanda de exportación de aceite y los incentivos económicos.

Durante los últimos años, la India ha ganado mucho en producción de algodón, colza, maní y soya. En solo cinco años, la producción de aceite se disparó, al aumentar 1.2 MTM, casi el 28%. En China la producción de aceite el año pasado llegó al récord de 5.94 MTM, es decir, un aumento de más del 33%.

Desarrollo en China

China es el segundo productor de semillas oleaginosas del mundo, después de Estados Unidos, con una producción total de más de 41 millones de toneladas. Sin embargo, el consumo per cápita es de 4.7 kg anuales.

La amplia aceptación del aceite de palma en la China se refleja en las importaciones, las cuales aumentaron de 800.000 toneladas métricas hace dos años a 1.5 MTM el año pasado. Se espera que las importaciones de aceite de colza aumenten 300.000 toneladas este año, hasta llegar a 650.000 toneladas.

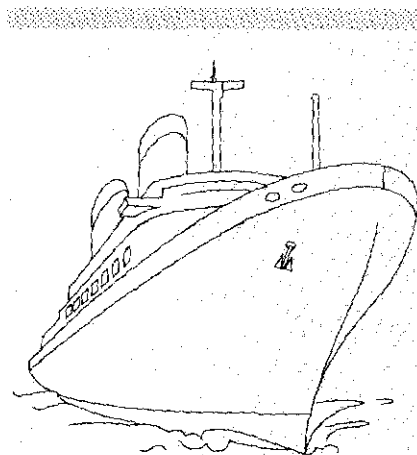
Mientras continúe el auge económico de la China, seguirá siendo el mercado más grande del mundo para los aceites. Sin embargo, esta nación tiene una serie de aranceles a las importaciones de aceites vegetales que deberían redu-

cirse para facilitar el comercio y poderse convertir en miembro de la Organización Mundial del Comercio.

El papel de la proteína

El reciente auge de la demanda de aceite ha estado acompañado por una considerable expansión de la demanda de proteína. Durante este decenio, el consumo mundial de harinas oleaginosas aumentó de 120 MTM a 138.8 MTM, lo cual representa un incremento total del 15.5%, o el 3% anual. El sector de mayor crecimiento ha sido el de la torta de soya, cuyo consumo ha aumentado el 22% (15 MTM), a 85.2 MTM. Le sigue la harina de colza con un aumento de 3 MTM, a 17.6 MTM, que representa una tasa de crecimiento del 4% anual.

El consumo de torta de soya se disparó en Estados Unidos, puesto que aumentó un 16% durante los últimos cinco años y llegó a 24.2 MTM, lo cual lo



Malasia representó la cuarta parte de todas las exportaciones de aceites vegetales y el 67% de los embarques de aceite de palma del mundo.

En el caso de Brasil, es posible que el fortalecimiento de los precios del trigo y el maíz ofrezcan una mejor opción que la siembra de soya.

convierte en el mayor consumidor, y al mismo tiempo productor de harina de soya.

Latinoamérica, el segundo proveedor de torta de soya del mundo, también ha registrado un aumento enorme en el consumo interno desde 1990-1991, cuando era menos de 7 MTM, contra 10 MTM en este período. En la Unión Europea, el consumo de harina de soya este año ha aumentado a un nivel estimado de 23.9 MTM.

Pero lo más significativo de este mercado, según Hauck, es el sorprendente crecimiento del mercado de harina de soya en Asia y Oceanía. En este período llegó a 17.7 MTM, lo cual representa un aumento del 68% sobre los 10.5 MTM de 1990-1991, o un aumento promedio anual del 17%. Solamente en China, el consumo de harina de soya se ha quintuplicado durante esta década.

El Presidente de la IASC en la conclusión de su informe, opina que el mundo consistentemente necesita cada vez más harinas oleaginosas y la tasa mundial de consumo está aumentando, lo que se traduce en comercio. Las importaciones mundiales conjugadas de frijol soya y harina han aumentado 9 MTM durante los últimos años, lo cual representa el 75% del aumento total en el comercio mundial de importación de semillas oleaginosas, aceite y harinas. ♦