

El aceite de palma en el mercado de Estados Unidos.

Estados Unidos incrementó importaciones de aceite de palma en un 16%, pero el aceite de palmiste es el que tiene mejores perspectivas de crecimiento en este mercado ya que el sector de producción de jabones y cosméticos tiene el mayor potencial.

Malasia es el principal país suministrador de aceite de palma de los Estados Unidos, exportando aproximadamente 100.000 toneladas de aceite de palma y derivados al año por un valor alrededor de 50 millones de dólares. Indonesia es el segundo país exportador de aceite de palma a los Estados Unidos por un valor de 12 millones de dólares en 1999.

Conclusiones como éstas hacen parte del estudio patrocinado por Proexport- Colombia y Fedepalma - Fondo de Fomento Palmero y realizado por Infoaméricas una empresa especializada en inteligencia de mercados y consultoría estratégica para investigar el mercado de aceite de palma en los Estados Unidos, México y Venezuela. En las próximas ediciones de El Palmicultor se publicarán las conclusiones del estudio para Venezuela y México.

La soya principal aceite en EE.UU.

El aceite de soya es el principal aceite vegetal producido, consumido y exportado por los Estados Unidos. Le sigue en importancia el aceite de maíz y el de semilla de algodón. Estados Unidos consume más de siete millones de toneladas de aceite de soya en crudo y seis millones de toneladas de consumo en refinado. Es de destacar también el consumo de grasas animales con 600.000 toneladas de grasas comestibles y otras 600.000 toneladas de grasas no comestibles. El alto nivel de exportaciones refleja la competitividad doméstica e internacional de los Estados Unidos en los mercados de grasas vegetales y animales lo que resulta en una difícil posición competitiva para las grasas vegetales importadas.

Las importaciones de aceite de coco, principal competidor de los aceites de palma y de palmiste en usos no comestibles en EE.UU., han aumentado moderadamente: un 26 % en el período 1995-99. Filipinas es el principal exportador de aceite de coco, seguido de Malasia. Ambos países capturan el 98 % de las importaciones de aceite de coco de los Estados Unidos.

Las importaciones de aceite de palmiste han aumentado un 77 % durante el período 1995-99. Malasia es el principal exportador seguido por Indonesia. Datos de aduanas del Departamento de Comercio de Estados Unidos solo registra exportaciones de Colombia por valor de US\$ 719.000 en 1997.

Competitividad en los precios

Indonesia es el país más competitivo en precios del aceite de palma en el mercado estadounidense con un valor medio de importación de US\$ 388 en 1999 frente a US\$ 472 de Malasia y US\$ 469 de Singapur. En aceite de palmiste, Indonesia, con US\$ 690 por tonelada, resulta ser también el país más competitivo, seguido de Malasia y Filipinas. Colombia exportó aceite de palmiste en 1997 a un precio de US\$ 715, lo que refleja un valor competitivo dentro del rango de precios de importación de ese año.

Usos de los aceites y grasas

Estados Unidos produce aceites de soja y maíz a precios muy competitivos, por lo tanto, la industria alimentaria utiliza estos aceites para la elaboración de grasas comestibles, mantequillas, ensaladas y otros productos comestibles. En el mercado de usos industriales, el aceite de palma compite con el aceite de coco en la producción de jabones, resinas y plásticos, lubricantes, y ácidos grasos. Desde 1998, el precio medio internacional del aceite de palma ha estado entre US\$230-260 por debajo del aceite de coco resultando en una demanda creciente por el aceite de palma.

A consecuencia de esta diferencia de precios, las importaciones de aceite de palma en los Estados Unidos durante el período octubre-julio 1999/2000 aumentaron un 28 % en volumen con respecto al mismo período del año anterior y las importaciones de aceite de palmiste aumentaron un 30 % durante el mismo período.

Basados en estas cifras, el tamaño del mercado para el aceites de palma y de palmiste se estima en unas 270.000 toneladas año. Dicho mercado muestra una tendencia creciente que ha llegado a las 330.000 toneladas año de importación en 1999 y que puede continuar debido a la creciente

competitividad del aceite de palma y palmiste frente al aceite de coco.

El segmento de jabones representa un 2.6% de la utilización de aceites y grasas. El sector de alimentos compuestos para animales representa un 13% de la utilización de aceites y grasas mientras que otro sector relevante, ácidos grasos, representa el 10 %.

La industria de jabones y artículos de limpieza en los Estados Unidos tiene una facturación de 47.797 millones de dólares de acuerdo con datos del Censo Industrial realizado en 1997. Dentro de esta industria, la producción de jabones asciende a 12.467 millones de dólares con un crecimiento del 13 % entre 1992 y 1996. La utilización de ácidos grasos y grasas en la producción de jabones aumento un 22 % entre los censos industriales de 1997 y 1992.

Estrategias de entrada en el Mercado de los Estados Unidos

A pesar de las duras condiciones competitivas de este mercado, debido por un lado a la competitividad de las exportaciones de Malasia, Indonesia y Filipinas y, por otro lado, a la competitividad de los aceites vegetales y grasas producidas en los Estados Unidos, hemos identificado algunas oportunidades para el aceite de palma colombiano y derivados en el mercado estadounidense:

Selección de productos a exportar. El aceite de palmiste es el que tiene unas mejores perspectivas de crecimiento según hemos visto en la evolución de las cifras de importación. La demanda de este aceite es creciente, independientemente de las exportaciones y el precio del aceite de coco.

Además de la selección del producto y el precio, las empresas entrevistadas para realizar el estudio señalaron que además de la variable precio, tienen en cuenta las condiciones de entrega, la disponibilidad y seguridad de una oferta continuada, oferta consistente, integración logística con las necesidades de producción con el fin de obtener economías de flujo, contratos de suministro a largo plazo.

Debido a las extremadas condiciones competitivas del mercado estadounidense, solo a través de la configuración de un producto atractivo que incluya, además de la calidad del producto y del precio, condiciones, lugar y ritmo de entrega, envasado (granel, contenedores), y contratos de suministro, se puede entrar de una manera exitosa y sostenible en este mercado.



Selección de industrias objetivo.

El sector industrial con mayor potencial es el de producción de jabones y cosméticos, sustituyendo al aceite de coco y derivados en este uso. Este sector tiene un crecimiento anual del 3 % y el uso de ácidos grasos y aceites por este sector ha crecido alrededor de un 4 % anualmente.

Otros sectores atractivos

Otros sectores atractivos son los alimentos balanceados para animales con un crecimiento anual cercano al 3 %. En este sector, los aceites de palma tendrían que competir en la sustitución de las grasas animales (Sebo no comestible).

A pesar de las desventajas competitivas del aceite de palma por competir en los usos alimentarios en los Estados Unidos, la reciente polémica con respecto al rechazo de los granos modificados genéticamente por parte de las empresas productoras de alimentos ofrece una oportunidad, según indicó un encuestado, para el uso de aceite de palma, en sustitución del aceite de soya y maíz, en aquellos productos que quieran ofrecer integridad (ingredientes no modificados genéticamente) en sus productos alimenticios.

Compañías objetivo. Los resultados de las entrevistas demuestran que las compañías grandes, ignoran el uso de aceite de palma con el fin de lograr mayores eficiencias productivas (a nivel de empresa o a nivel de conglomerado en el caso de la existencia dentro de la misma empresa de operaciones de acopio y suministro de materias primas) o lo utilizan ligado a contratos de suministro con proveedores o con subsidiarias en el país de origen. Sin embargo, si existe la posibilidad de suministrar a empresas de tamaño mediano que no tienen acceso a contratos de suministro desde subsidiarias en el país de origen. Este mercado potencial es bastante amplio, pero requiere una intensa labor de marketing con el fin de desarrollar relaciones comerciales duraderas.

Selección de área geográfica dentro de Estados Unidos. Las áreas geográficas que ofrecen mayores oportunidades son la Costa Este (Nueva York, Nueva Jersey y Pennsylvania) y la costa oeste (California). Los tres sectores seleccionados suman unas ventas finales de 3,060 millones de dólares en la Costa Oeste con 224 empresas en estos tres sectores. En la Costa Este, la cifra total de ventas finales en estos tres sectores es de 2,749 millones de dólares con 209 empresas.

Estrategias específicas de entrada en el mercado estadounidense. Dado el análisis anterior, consideramos que las estrategias de entrada más apropiadas para los aceites de palma y palmiste colombianos en el mercado estadounidense son:

Opción 1.

Exportación y venta a través de brokers, agentes o distribuidores en los Estados Unidos.

Opción 2.

Empresa filial comercializadora.

Opción 3. Empresa filial comercializadora y distribuidora.



Colombia estratégica para la palma de aceite

“Colombia es un país estratégico para la palma de aceite por su potencialidad y localización pero aún necesita crecer para aprovechar mejor las ventajas de las economías de escala” Sostuvo el Viceministro de Industrias Primarias de Malasia, Datuk Anifah Aman.

“Nosotros en Malasia creemos que el negocio del aceite de palma tendrá épocas mejores, en medio de una creciente competencia y grandes desafíos por enfrentar”, dijo Datuk Anifah Aman durante el discurso que pronunció en el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia con ocasión de la visita de la Delegación Oficial y Empresarial de Malasia al país.

El alto funcionario malasio destacó también que el consumo mundial de aceites y grasas no dejará de crecer con el incremento de la población mundial. “Ahora el consumo mundial de aceites y grasas es cercano a las 117 millones de toneladas. Con la presente tasa de crecimiento cada año el mundo necesita por lo menos entre 3 y 4 millones de toneladas adicionales. En otras palabras en 10 años necesitaremos más de 30 millones de toneladas anuales”.

Sin embargo manifestó una inquietud porque sostuvo que aunque existe una gran oportunidad para crecer, la expansión de cultivos se debe sincronizar con el mercado de tal manera que no se altere el balance global entre la oferta y la demanda. Así mismo, dijo que en Colombia aún existe mucho mercado interno por explotar.

El aceite de palma aumenta su popularidad

El Viceministro de Industrias Primarias de Malasia expresó que en el pasado el aceite de palma no fue muy bien aceptado por los consumidores, por lo que no era apreciado, se cuestionaba en términos nutricionales y de calidad. Pero añadió que gracias a los esfuerzos promocionales hoy se conoce la versatilidad del aceite de palma y se está buscando por sus atributos de índole técnica, económica y relacionados con la salud.

“Una buena parte del debate actual sobre los aspectos nutricionales de los aceites y grasas se focaliza en alguna evidencia nueva que sugiere el efecto nocivo de los ácidos grasos *trans*. Este asunto es particularmente tórrido en los Estados Unidos donde grupos de consumidores han pedido una nueva legislación sobre etiquetas relacionadas con los ácidos grasos *trans* para defender el interés de los consumidores. Y aquí de nuevo el aceite de palma ofrece la ventaja adicional de estar libre de los ácidos grasos *trans*”. Dijo Datuk Anifah Aman.

Con respecto a los cultivos genéticamente modificados Datuk Anifah Aman manifestó que los consumidores tienen mucha prevención en torno a éstos.

Finalmente, el Viceministro de Industrias Primarias de Malasia sostuvo que aunque cree que el aceite de palma se apoderará de una porción mayor de la nueva demanda se debe continuar buscando nuevas aplicaciones para el aceite de palma. En la actualidad 80% del aceite de palma se utiliza como alimento. En Malasia, a través de la investigación seguimos explorando oportunidades para aplicaciones no alimenticias del aceite de palma” afirmó Anifah Aman. ☼