

# Dinámica de la demanda

Tomado de: *Global Oils and Fats Business Magazine*, Vol 2 Issue 2, 2005

Por: Kenneth Schweded

**L**a estructura de la industria oleaginosa hoy refleja el espectro de fuerzas que la de determinan desde lo agronómico, económico, poblacional hasta lo comercial y político. Por ahora, no puede considerarse que la forma como cada una de estos aspectos influye en la industria sea una constante única.

Para las compañías involucradas en esta industria esto significa manejar sus negocios enfrentando un ambiente en constante cambio. Algunos de esos factores tienen el potencial de impactar la línea de resistencia de sus negocios. Estos incluyen temas como la reforma al comercio, la salud y la seguridad de los alimentos. Sin embargo, hasta en el ambiente globalizado de las semillas oleaginosas, los consumidores todavía son muy "locales", y el consumo es el reflejo de asuntos locales, la política pública y la base de recursos.

La cambiante dinámica de la demanda y el movimiento de los lugares de producción deben ser tomados como los mayores cambios que están ocurriendo en el mercado de las oleaginosas. Los centros de la demanda y la producción de semillas oleaginosas, tortas proteicas y aceites vegetales se están moviendo de las naciones desarrolladas hacia las economías emergentes.

Con el crecimiento de la población y el ingreso en estas economías, en especial en partes de Asia, la demanda local por semillas oleaginosas está creciendo más rápidamente que en los mercados tradicionales de Europa, Japón y Norteamérica. Al mismo tiempo el crecimiento de la producción se está desplazando desde el norte hacia el sur de América, en el caso de la soya, y desde el oeste hacia el este de Europa y Asia, en el caso de otros cultivos.

Como si esto no fuera suficiente, las negociaciones de comercio de la Ronda Doha están en camino y mantienen la expectativa de inducir posibles reformas a

la dinámica de la industria. El reto que enfrentan las compañías es desarrollar estrategias empresariales efectivas.

## Mirando el futuro

La próxima década traerá aún más cambios a la industria oleaginosa a medida que esta continúa creciendo y consolidándose en un ambiente cada vez más competitivo. Los factores que guían esos cambios incluyen la reforma al comercio, el crecimiento de las economías asiáticas, las preferencias del consumidor, las cambiantes relaciones de poder en la cadena de valor de los alimentos y el desarrollo de mercados de bienes no comestibles.



# por semillas oleaginosas

## Comercio global

El comercio internacional es un aspecto de creciente importancia en el complejo oleaginoso. En términos de valor, el comercio de oleaginosas, tortas vegetales y aceites representa respectivamente el 19,1%, 39,3% y 37% de la producción.

Es interesante que el comercio de estos productos se haya expandido durante la segunda mitad de los noventa, cuando concluyó la Ronda Uruguay y se relajaron las restricciones al comercio internacional. Esto sugiere que una parte significativa del crecimiento de este sector se ha facilitado por el comercio internacional.

Sin embargo, muchos países han establecido un gran número de instrumentos de política diseñados para proteger toda o parte de su industria oleaginoso doméstica. De ellos, las arancelarias, las cuotas de importación y los mecanismos de soporte a los precios tienden a ser los que se usan más ampliamente. Su importancia no debe subestimarse.

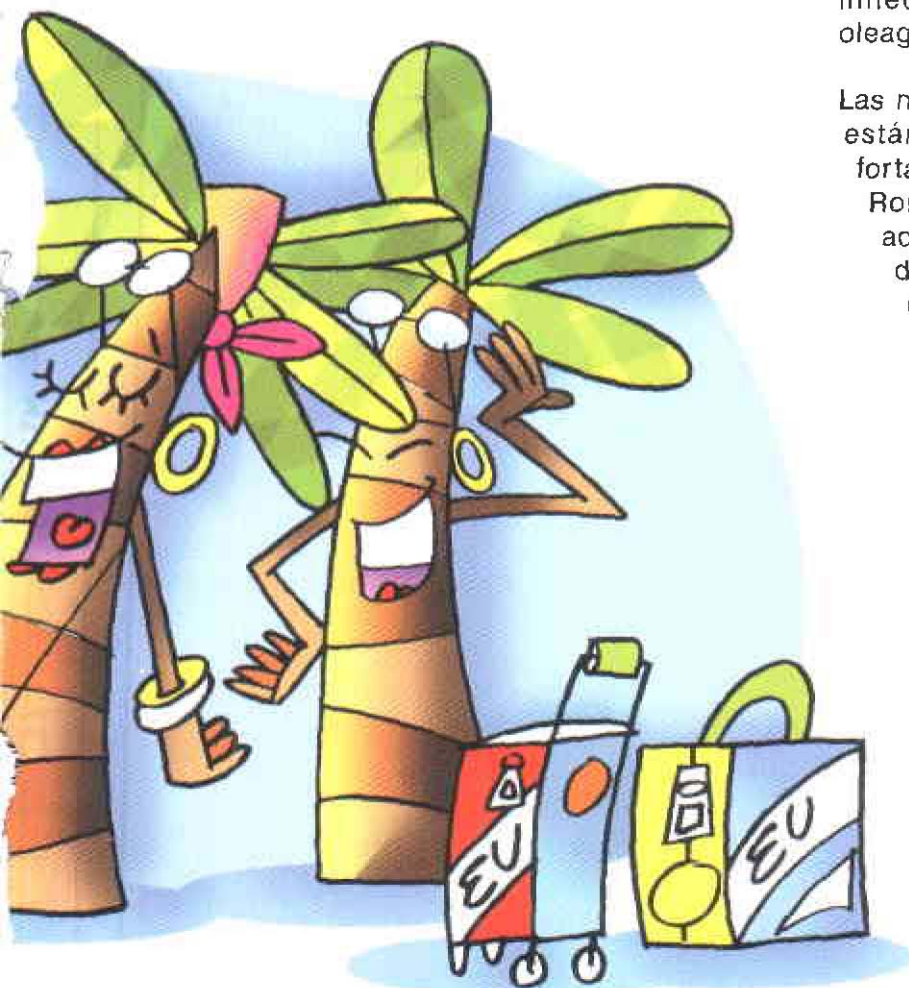
En el caso de los países de la OECD, el estimativo del subsidio promedio otorgado al productor de oleaginosas ha alcanzado un nivel hasta de 31% del valor de la producción en los años recientes. Estos altos niveles de apoyo al productor tienden a alentar a los productores a plantar oleaginosas, incluso cuando estas no son el cultivo más apropiado. Ello a su vez distorsiona los flujos de comercio y genera ineficiencias que agregan costos innecesarios al sistema de mercado de las oleaginosas.

Las negociaciones en curso de la Ronda de Doha están tratando de corregir estas distorsiones fortaleciendo los acuerdos alcanzados desde la Ronda de Uruguay. Esto significa mejoras en acceso a los mercados, reducción significativa de los subsidios a la exportación y del apoyo doméstico a la agricultura, a la vez que un cierre a los mecanismos usados por los países para evadir el cumplimiento de acuerdos previos.

## Asia, la estrella naciente

Se espera que las economías de Asia lideren la demanda de oleaginosas y sus productos en tanto su población y su ingreso crezcan. La Oficina del Censo de Estados Unidos proyecta que en los próximos 10 años (2005-2015), la población del Asia crecerá 11%, alcanzando 4,05 billones de habitantes equivalentes al 56,3% de la población del mundo hace una década.

Las naciones en esta región están entre las que tienen crecimientos económicos



Continúa página 20

## Dinámica de la demanda por semillas oleaginosas

más rápidos en el mundo. Este año se prevé que China crezca al doble del crecimiento mundial, y que la economía de India crezca 91% por encima del promedio mundial.

El crecimiento económico trae consigo cambios en los patrones de consumo. Debido a la importancia del alimento proteico en los forrajes, el consumo creciente de carne afecta directamente la demanda de tortas oleaginosas. Entre 1990 y 2004 el consumo de carne en Asia creció más rápido que en el resto del mundo. El consumo asiático hoy significa el 34,6% del consumo de carne en el mundo, comparado con el 25,6% en 1990.

La creciente demanda de Asia por carne también afectará la naturaleza del comercio internacional de semillas oleaginosas. Para los principales productos del complejo oleaginoso los flujos de comercio hacia China están creciendo más rápido que el comercio mundial.

India también continuará siendo un gran importador principalmente de aceite de palma crudo, oleína de palma y aceite de soya crudo, en tanto estos productos han sido generalmente las opciones más baratas. Por esto, proveer al mercado asiático se convertirá en una importante consideración estratégica para la industria oleaginosas.

### Preferencias del consumidor

Cada vez más los consumidores basan sus decisiones de compra en consideraciones de salud y seguridad de los alimentos, en especial en los mercados desarrollados o en segmentos del mercado. Por ejemplo, la preferencia del consumidor se ha desplazado de las grasas animales, los cuales tienen una mala imagen por consideraciones de salud, hacia aceites vegetales que se perciben como más sanos. Esto no significa que el precio haya dejado de ser un factor importante en las decisiones del consumidor. Los consumidores quieren ambas cosas, lo cual presiona más a la industria.

Las recientes consideraciones de salud sobre los ácidos grasos trans que resultan de la hidrogenación de los aceites pueden significar una amenaza a la industria de la soya en el corto a mediano plazos.

Preocupadas por la reacción potencial del consumidor, las compañías de alimentos han empezado a reformular sus productos para eliminar o reducir los niveles de ácidos grasos trans en sus productos. La industria oleaginosas está respondiendo con el desarrollo de nuevas variedades de semillas y procedimientos tecnológicos. En el corto plazo, este tema puede llevar a algún ajuste en el mercado, pero a medida que las nuevas variedades estén disponibles de manera más amplia, la industria debería estar en capacidad de manejar esta situación.

### Consideraciones sobre seguridad de los alimentos

Estos factores inciden en las compras de los consumidores y en los procedimientos estándares industriales. Los temores de los consumidores sobre la seguridad de los alimentos pueden atribuirse a los escándalos de los alimentos en la Unión Europea, la crisis de las vacas locas en varios países de Europa, Asia y Norteamérica, y el surgimiento de la influenza aviar en Asia.

También hay un miedo creciente al bioterrorismo. En respuesta a ello las autoridades han tomado medidas para imponer controles y regulaciones más estrictas sobre el mercadeo y el comercio de los alimentos. Se exige la trazabilidad para una lista creciente de categorías de alimentos y de segmentos del mercado. Estos incluyen a la industria de los alimentos para animales, de la cual el de proteínas oleaginosas es una parte importante.

Las preocupaciones sobre los alimentos genéticamente modificados son distintas en cada mercado. En la Unión Europea (UE), se intenta



## Marcas

- **Enfoque en marcas vs. liderazgo de costos**

FMCG (Unilever) productores de grasas especiales (Aarhus) / Cargill: productores a granel hasta cierto punto.

- **Marcas Privadas: ganando participación de mercado**

Unilever: saliendo de actividades de refinación, concentrándose en marcas.

- **Productores de grasas especiales: más importantes las marcas debido a la presión sobre los márgenes, fórmula fácil:**

Copiar y expirar patentes.

manejar este asunto mediante el etiquetado de los alimentos y los requisitos de trazabilidad. Las operaciones de las compañías de oleaginosas en la UE, o de los que comercian con ella, tendrán, por consiguiente, que invertir en sistemas y procedimientos para cumplir con estas reglamentaciones.

El tipo de semillas y productos comerciados también está afectado por las regulaciones de la UE. De acuerdo con la industria de alimentos de esa región, sólo unos pocos productos que contengan organismos genéticamente modificados estarán en el mercado. Por tanto, los extractores y/o refinadores se están apartando del uso de materiales genéticamente modificados. Esto ha tenido un impacto particular en la soya, en la medida en que algunas industrias de alimentos han evitado usar aceite de soya.

## Las reglas de los distribuidores minoristas

A medida que los distribuidores minoristas se consolidan y el poder de estos grupos crece en muchos mercados nacionales, estos terminan fijando crecientemente las reglas de mercadeo de los alimentos. Con frecuencia estas reglas son más estrictas que los estándares fijados por los gobiernos e incluyen requisitos de trazabilidad. A las compañías de alimentos que no adhieren a estos requerimientos no se les permite vender sus productos en los almacenes de los minoristas. Por ejemplo, algunos minoristas en la UE están rechazando colocar productos genéticamente modificados en sus estanterías.

La creciente competencia en el sector minorista ha incrementado la presión sobre los precios, forzán-

dolos a bajar a lo largo de la cadena de valor. Cerca del fondo de la cadena, extractores y refinadores se ven crecientemente atrapados en el estrangulamiento de sus márgenes, en tanto ellos son esencialmente tomadores de precio de las oleaginosas.

La industria oleaginosa tendrá que ajustarse a una continua presión a mantener los niveles de los precios o inclusive reducirlos. Hasta cierta medida esta presión está determinando el reposicionamiento geográfico de la industria, en tanto las compañías buscan manejar el origen y la logística de sus suministros como parte de sus estrategias para reducir los costos.

Las compañías de aceites vegetales esencialmente están siguiendo dos estrategias: 1) vender a granel, buscando adquirir una posición de liderazgo en bajos costos; 2) desarrollar marcas fuertemente enfocadas al consumidor. Las compañías que sugieren esta estrategia intentan responder a las cambiantes preferencias del consumidor y a sus preocupaciones. Ellas ven esto como una opción altamente viable para mantener una penetración en el mercado y para generar altos márgenes.

Si bien el aceite de marca es importante en los mercados de la Unión Europea y Norteamérica, también lo es en los países en desarrollo. En India, por ejemplo, Rabobank estima que el aceite de marca tiene una participación de 8,7% en términos de volumen. Para 2015 se espera que esta participación suba al 11,5%.

## Mercados de productos no comestibles

Los usos no comestibles de las semillas oleaginosas son aún una pequeña aunque creciente parte del mercado (vg. biodiésel, oleoquímicos, plásticos biodegradables). La demanda por biodiésel tiene la capacidad de cambiar la estructura del mercado. En la Unión Europea, Estados Unidos y Brasil el interés por el biodiésel está siendo impulsado por su potencial como fuente de energía renovable y por su capacidad de limitar la dependencia del petróleo importado.

El anhelo de alcanzar un ambiente más limpio y cumplir las metas del Protocolo de Kyoto también juegan un papel importante. El uso del biodiésel también ha estado determinado por el interés de mantener un mercado fuerte para las oleaginosas,

Viene de la página 21

### Dinámica de la demanda por semillas oleaginosas

en especial debido a la intranquilidad de la industria de que las preocupaciones sobre la soya genéticamente modificada y los ácidos grasos trans puedan debilitar el mercado para el aceite de soya. El potencial más grande para el desarrollo del mercado de biocombustibles está en la UE.

La demanda por biocombustibles estará determinada en gran medida por los incentivos de los gobiernos y por las exenciones tributarias, así como por los precios del petróleo, y en algunos casos, por requisitos obligatorios de incluir un porcentaje fijo en mezcla del combustible. La directiva recientemente adoptada por la UE para biocombustibles (biodiésel y etanol) hará acelerar la demanda.

Mientras la UE representa entre 60% y 70% de la producción mundial de biodiésel, su participación está declinando lentamente debido a desarrollos significativos en el sector del biodiésel a lo largo del mundo, desde Asia hasta América.

#### Pronóstico para la industria

En la próxima década las decisiones estratégicas de la industria responderán al crecimiento de la demanda impulsado por la expansión de las economías de Asia y, en menor medida, de Latinoamérica. Esto ocurrirá en un ambiente de comercio más libre.

El crecimiento esperado de la demanda ayudará a soportar los niveles de precios en el complejo de oleaginosas -tras los ajustes recientes- aun si la producción continúa aumentando. Rabobank no pronostica un cambio significativo en la estructura de productos en el mercado. Soya y palma continuarán dominando el complejo oleaginoso, aunque la demanda de la Unión Europea por biodiésel podrá estimular una producción creciente de colza.

El rol predominante de Suramérica en la producción de soya continuará creciendo. De manera similar, la producción de aceite de palma aumentará rápidamente en otros países. Los cambios en la demanda y en el origen de la oferta harán que el manejo de la logística sea un factor cada vez más importante para las compañías.

Las reformas al comercio ocasionarán mayores flujos de comercio y cambios estructurales. La Ronda

#### Los minoristas fijando las reglas:

En Europa los minoristas desarrollaron un acuerdo para fijar estándares para una agricultura segura y sostenible: Los miembros de la organización han formulado requisitos muy detallados que, por el momento, están limitados principalmente a los cultivadores. Estos requisitos están basados en esquemas y legislación existente cuando sea posible. Actualmente, el centro de atención de Eurepgap es determinar e implantar un sistema aplicable a productos en fresco. Cuando esto se haya alcanzado, se espera que otros sectores, por ejemplo el de las oleaginosas, sigan. Sin embargo esto no ocurrirá en el corto plazo debido al tiempo de puesta en marcha de los proyectos iniciales. Sin embargo, la industria refinadora ya ha expresado su preocupación sobre las dificultades de implantar el Eurepgap, debido al costo de controlar toda la cadena de suministro.

Doha de negociaciones parece ir moviéndose hacia un comercio más libre mejorando el acceso a los mercados, eliminando los subsidios a la exportación y reduciendo los apoyos a la agricultura que distorsionan el comercio.

Más comercio inducirá cambios estructurales en numerosas industrias nacionales. Ante todo, la industria operará a niveles cada vez más eficientes, lo cual redundará en oportunidades para mejoras significativas en los niveles de bienestar de la sociedad.

Incluso en ausencia de avances significativos en las reformas al comercio, la industria continuará globalizándose y consolidándose. Ya hoy día las tres compañías globalmente más grandes controlan alrededor del 45% de la capacidad de extracción en las principales regiones consumidoras y originadoras de la oferta.

Las fuerzas que determinarán un avance de la internacionalización serán la necesidad de rebajar los costos de aprovisionamiento y de entrega de productos así como el deseo de participar en los mercados de los países en desarrollo que se perciben potencialmente más lucrativos.

Las estrategias -joint ventures, adquisiciones o desarrollos agrícolas- serán distintas de acuerdo con los objetivos de las compañías y las situaciones de cada país. Asia y Suramérica están llamados a ver los más altos niveles de inversión en la industria oleaginosa. ☞