

# BANANO

Perfil de INFOCOMM

Fundo de la UNCTAD para la información sobre los mercados de productos básicos agrícolas



NATIONS UNIES  
CNUCED  
New York y Ginebra, 201

## Notes

INFOCOMM es un proyecto extrapresupuestario financiado por el Gobierno de Francia. Esta plataforma de intercambio de información multilingüe fue desarrollada por la UNCTAD en 2000 en respuesta a la escasez de información sobre el mercado de productos básicos en los países en desarrollo dependientes de productos básicos. INFOCOMM difunde gratis y actualizados los perfiles de determinados productos agrícolas en tres idiomas: francés y español e inglés.

Este perfil ha sido elaborado por la Sra. Carolina Dawson, consultora, bajo la orientación general de Samuel Gayi, Jefe de la Unidad Especial sobre Productos Básicos (SUC) y la supervisión de la Sra. Yanchun Zhang, Jefa de la Sección de Aplicación y Divulgación de las Políticas de la Unidad Especial de Productos Básicos. Danièle Boglio y Branko Milicevic prepararon el texto de la publicación.

El perfil no ha sido editado oficialmente.

## Déni de responsabilité

Las designaciones empleadas y la presentación del material no implican la expresión de opinión alguna por parte de las Naciones Unidas sobre la condición jurídica de ningún país, territorio, ciudad o área, o de las autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites.

El material en esta publicación puede citarse o reproducirse libremente, pero se pide que esto sea reconocido, y que además se envíe un ejemplar de la publicación que contenga la cita o la reproducción a la secretaria de UNCTAD: la UNCTAD, Palais des Nations, CH-1211 Ginebra, Suiza.

## Contacts

Para mayor información acerca de la Unidad Especial de la UNCTAD sobre productos básicos, póngase en contacto con nosotros en:

Unidad Especial de la UNCTAD sobre productos básicos  
Palais des Nations  
8-14, Avenue de la Paix  
1211 Ginebra 10, Suiza  
Teléfono: 41 22 917 1648 / 6286  
Fax: 41 22 917 0509  
Correo electrónico:  
Sitio web: [unctad.org/commodities](http://unctad.org/commodities) [Commodities@unctad.org](mailto:Commodities@unctad.org)

## Symbole

*Table des matières*

1.	Presentación .....	1
1.1.	Origen: historia de los primeros intercambios .....	1
1.1.a.	Origen .....	1
1.1.b.	Historia de los primero intercambios .....	1
1.2.	Cultivo, recolección, transformación y transporte hasta el consumidor .....	1
1.2.a.	Cultivo del banano de postre .....	1
1.2.b.	Recolección .....	2
1.2.c.	Acondicionamiento y transformación .....	2
1.2.d.	Del transporte al consumidor .....	2
1.3.	Variedades, normas de calidad y clasificación .....	2
1.4.	Usos .....	3
1.5.	Plagas y enfermedades .....	3
1.5.a.	Principales enfermedades fúngicas .....	3
1.5.b.	Plagas .....	4
1.5.c.	Enfermedades bacterianas y virales .....	4
1.6.	Impactos medioambientales y sociales .....	4
1.7.	Cualidades nutricionales .....	4
2.	Oferta .....	5
2.1.	Producción (oferta media mundial de los dos últimos años) y análisis de las tendencias .....	5
2.2.	Principales productores .....	5
2.3.	Exportación .....	5
2.4.	Factores que afectan a la oferta .....	6
2.4.a.	Factores climáticos .....	6
2.4.b.	Enfermedades y plagas .....	7
2.4.c.	Factores económicos .....	7
2.4.d.	Programas de ayuda a la producción .....	7
2.5.	Perspectivas .....	7
3.	Demanda .....	8
3.1.	Consumo (media mensual mundial de los dos últimos años) y análisis de tendencias .....	8
3.1.a.	Unión Europea .....	8
3.1.b.	Estados Unidos .....	8
3.1.c.	Rusia .....	8
3.1.d.	Japón .....	8
3.2.	Los diez principales consumidores .....	9
3.3.	Importaciones .....	9
3.4.	Factores que afectan a la demanda .....	9
3.4.a.	Temporalidad del consumo .....	9
3.4.b.	Conjetura económica .....	10

3.5.	Perspectivas .....	10
4.	Precio .....	10
4.1.	Histórico (media mensual mundial de los dos últimos años) y análisis de tendencias .....	10
4.1.a.	Precio al productor / Precio FOB.....	10
4.1.b.	Precio de la importación: en verde / muelle .....	10
4.1.c.	Precio tras la maduración: maduro / al por mayor .....	11
4.1.d.	Precio al por menor.....	12
4.2.	Perspectiva de precios .....	12
5.	Mercados .....	13
5.1.	Estructura del mercado.....	13
5.1.a.	Estructuras de producción .....	13
5.1.b.	Concentración industrial .....	13
5.1.c.	Integración de los eslabones inferiores.....	13
5.2.	Estándares públicos y privados .....	13
5.2.a.	Estándares públicos.....	13
5.2.b.	Estándares privados .....	13
5.3.	Contratos .....	14
5.4.	Nichos de mercado.....	15
5.4.a.	El banano ecológico.....	15
5.4.b.	Otros nichos de mercado .....	15
6.	Comercio regional e internacional.....	15
6.1.	Las diez principales empresas comerciales .....	15
6.2.	Iniciativas de comercio justo.....	16
6.3.	Cuestiones comerciales: litigios, negociaciones y acuerdos .....	17
6.3.a.	Histórico de la OCM y su desaparición .....	17
6.3.b.	Negociaciones para los derechos aduaneros europeos con acuerdos bilaterales .....	17
6.3.c.	Ayudas a la producción.....	18
7.	Enlaces útiles.....	18
7.1.	Estadísticas .....	18
7.2.	Organizaciones y asociaciones internacionales .....	19
7.3.	Últimas noticias.....	19
7.5.	Colaboradores .....	19

## 1. Presentación

### 1.1. Origen: historia de los primeros intercambios

#### 1.1.a. Origen

Procedente del Sudeste Asiático, el banano es una planta que se cultiva desde hace cerca de 10 000 años y cuyas primeras huellas se encontraron en Papúa Nueva Guinea en el siglo VII a. C.<sup>1</sup>. Esta herbácea gigante, perteneciente a la clase de las monocotiledóneas y a la familia de las musáceas, era originalmente salvaje y se reproducía mediante semillas. En la actualidad, todavía se encuentra en estado salvaje en Filipinas, Papúa Nueva Guinea e Indonesia. Los cruces naturales han producido una importante diversidad genética y han permitido la aparición de variedades sin semillas con interesantes cualidades alimentarias para las personas<sup>2</sup>.

El banano ha viajado con la migración humana : en primer lugar, desde el Sudeste Asiático y Papúa Nueva Guinea hasta la península del Indostán, el Pacífico y América mediante las migraciones poblacionales; en segundo lugar, en el siglo XV los comerciantes árabes y persas lo llevaron desde el Sudeste Asiático hasta Oriente Próximo, Oriente Medio y posteriormente a África y Europa; y en tercer lugar, hacia las islas del Caribe y el Nuevo Mundo por exploradores, colonizadores y misioneros europeos<sup>3</sup>.

#### 1.1.b. Historia de los primero intercambios

El banano de postre es una de las primeras frutas que se comercializaron en todo el mundo: apareció en Europa y América del Norte a principios del siglo XIX procedente del Caribe.

El auge del comercio del banano se explica, por un lado, gracias a la mejora de la cadena logística, especialmente de las condiciones de transporte (rapidez y refrigeración) y a la invención de la técnica de maduración tras el transporte; y por otro, gracias a los numerosos pioneros y aventureros que se lanzaron en la producción, transporte y

comercialización del banano de postre entre los años 1870 y 1900 y que lo hicieron famoso en América del Norte.

En Europa, la empresa E.W. Fyffe Son & Co introdujo en 1888 el primer cargamento comercial de banano en Londres procedente de las Islas Canarias y aseguraba el transporte regular y la comercialización del banano en Inglaterra y otros países europeos<sup>4</sup>.

### 1.2. Cultivo, recolección, transformación y transporte hasta el consumidor

#### 1.2.a. Cultivo del banano de postre

El banano necesita para su desarrollo temperaturas de entre 25 y 40°C, mucho sol y una irrigación regular de aproximadamente 180 mm de agua mensuales, lo que corresponde a las condiciones climáticas de las zonas tropicales húmedas.

El banano de exportación se planta, en la mayoría de los casos, en sistemas de **monocultivo intensivo** en los que el agricultor debe mantener la fertilidad del suelo y hacer frente a enfermedades y plagas<sup>5</sup>.

No obstante, la intensificación de los sistemas de cultivo, recurriendo de forma notable a abonos y pesticidas, tiene impactos comprobados en el medio ambiente y las personas: baja fertilidad y sobreexplotación de los suelos, contaminación, etc. La toma de conciencia sobre estos impactos negativos ha originado que algunas regiones productoras, como las Antillas francesas, modifiquen de forma progresiva los sistemas de cultivo. Desde los años 1990, los principios de la agroecología permiten la existencia de una agricultura razonada cuyo objetivo es reducir la utilización de abonos y pesticidas, mediante la lucha biológica (trampas para insectos, barbecho, etc.) y el establecimiento de prácticas agrícolas que favorecen la regulación biológica (plantas útiles). El objetivo es lograr una producción bananera **sostenible**, es decir, rentable para el productor, parca en recursos naturales, respetuosa con el medio ambiente y socialmente aceptable.

<sup>1</sup> LASSOUDIÈRE A. (2010). L'histoire du bananier, Editions Quae, France.

<sup>2</sup> LESCOT T. (2015). « La diversité génétique des bananiers », Fruitrop, 231 : 98-102.

<sup>3</sup> CHAMPION J. (1963). Le Bananier, Editions G.-P. Maisonneuve et Larose, France.

<sup>4</sup> LASSOUDIÈRE A. (2010). L'histoire du bananier, Editions Quae, France.

<sup>5</sup> LASSOUDIÈRE A. (2007). Le bananier et sa culture, Editions Quae, France.

### 1.2.b. Recolección

El primer ciclo de producción de un banano es de 9 a 12 meses, según la zona climática. El racimo se cosecha según el calibre de la fruta y en un plazo de referencia entre la floración y su corte: el momento de cortar se determina en función de una suma de temperaturas (expresada en grados/días) por encima de un umbral de 14°C (cero vegetativo del banano Cavendish) desde la floración hasta el estado conocido como «estándar lleno ¾» (que corresponde a la referencia comercial). Dependiendo de la zona de producción y de la altitud de plantación, se observan diferencias que van de algunos días a varias semanas<sup>6</sup>.

### 1.2.c. Acondicionamiento y transformación

Para la exportación, los racimos se cortan y transportan todavía verdes a plantas de acondicionamiento en las que los dedos (parte de una mano de bananos) se preparan y embalan en cajas. La unidad de base del comercio bananero mundial es la caja de 18,5 kg netos (unidad de la caja estadounidense). Otros tipos de empaquetado existen: bandejas, mini-packs, bananos pre-ensados, en unidades, etc.<sup>7</sup>

Las frutas descartadas a la hora de la selección para la exportación pueden utilizarse para el consumo local o la alimentación del ganado. La transformación concierne a otros tipos de banano.

### 1.2.d. Del transporte al consumidor

La exportación se hace por vía marítima entre las zonas de producción y los mercados de destino mediante buques con calas refrigeradas o en contenedores refrigerados o de atmósfera controlada o modificada. Los parámetros que se controlan principalmente durante el transporte son la temperatura (entre 13 y 13,5°C) y la humedad.

En los puertos de destino, las cajas de bananos todavía verdes se almacenan en cámaras de maduración en las que se reproduce el proceso de maduración: se sube, modula y estabiliza la temperatura entre 16 y 18°C y se introduce en la atmósfera una mezcla gaseosa de etileno y nitrógeno para desencadenar la maduración. Al cabo de un tiempo (de entre 4 y 6 días,

dependiendo de los requisitos del mercado), los bananos amarillos están listos para su comercialización. Acabarán su proceso de maduración entre el distribuidor y el consumidor<sup>8</sup>.

### 1.3. Variedades, normas de calidad y clasificación

Las migraciones humanas y los intercambios de material vegetal han situado al banano en contextos ecológicos muy diferentes. A ello se suma que los agricultores han sacado provecho de las mutaciones naturales ocasionadas por la multiplicación vegetativa. Es esta combinación de reproducción natural y selección humana la que ha originado la diversidad genética actual<sup>9</sup>.

Desde un punto de vista botánico, el banano se divide en especies con frutas no comestibles, que pueden servir para otros fines diferentes a la alimentación humana (fibra, alimentación del ganado, etc.), y variedades con frutas carnosas sin semillas (llamadas partenocárpicas). Estas últimas dependen únicamente de la multiplicación vegetativa para reproducirse. En este grupo se encuentran las variedades diploides (AA y AB) y triploides (AAA, AAB y ABB)<sup>10</sup>:

- Los grupos diploides AA y AB reúnen variedades como la Sucrier o la Dominico. En total se han inventariado 290 variedades, principalmente en el Sudeste Asiático.
- Existen tres grupos triploides:
  - El grupo triploide AAA consta de variedades de **banano de postre usado para la exportación**: Gros Michel, Morado, subgrupo Cavendish (más de 20 variedades), etc.
  - El grupo triploide AAB está compuesto de variedades de banano para cocinar, como el banano macho (más de 150 variedades), y otras variedades para cocinar.
  - El grupo triploide ABB está compuesto de variedades de bananos rústicos y robustos para cocinar (p. ej., Chato o Bluggoe, Saba, Pisang Awak o Fougamou, Pelipita, etc.).

<sup>6</sup> Association Interprofessionnelle de la banane (AIB), (2014). « Fiche 2: Eléments constitutifs de la qualité de la banane », Recueil de fiches de qualité de la banane. CIRAD, France.

<sup>7</sup> Association Interprofessionnelle de la Banane, (2014). « Fiche 3 : De la station de conditionnement au quai d'arrivée », Recueil de fiches de qualité de la banane. CIRAD, France.

<sup>8</sup> Association Interprofessionnelle de la Banane, (2014d). « Fiche 4 : En mûrisserie », Recueil de fiches de qualité de la banane. CIRAD, France.

<sup>9</sup> LESCOT T. (2015). « La diversité génétique des bananiers », Fruitrop, 231 : 98-102.

<sup>10</sup> LASSOUDIÈRE A. (2010). L'histoire du bananier, Editions Quae, France.

## 1.4. Usos

Las poblaciones de las regiones tropicales húmedas han cultivado bananos de postre desde siglos. Las frutas frescas y maduras se consumen como postre o como parte de un postre y representan, en la actualidad, casi la totalidad del comercio bananero internacional.

Diferentes usos que se dan a otras variedades de banano no destinadas a la exportación. Por ejemplo, los bananos para cocinar, como el banano macho, pueden freírse, hervirse o secarse. Asimismo, en África Oriental los bananos se cultivan desde siglos para la producción artesanal de cerveza. También se elaboran preparaciones de harina y panificación (banano macho verde, cortado en rodajas, secado al fuego y pulverizado), purés, polvos, así como zumo, néctar, vino y alcohol.

Las partes vegetativas frescas, las partes florales o incluso las frutas frescas del banano, son utilizadas para la alimentación animal.

De las variedades no aptas para el consumo humano se utilizan sus fibras: la fibra extraída de las semillas foliares permite confeccionar jarcias para barcos de vela. Sin embargo, las fibras extraídas de las hojas presentan una calidad inferior cuando la planta está en fase de recolección de racimos.

Por último, los bananos también tienen una función meramente decorativa.

## 1.5. Plagas y enfermedades

### 1.5.a. Principales enfermedades fúngicas

La cercosporiosis y la fusariosis son las enfermedades fúngicas más nefastas en las plantaciones<sup>11</sup>; son ocasionadas por hongos y están muy extendidas.

#### *Cercosporiosis*

Cabe distinguir entre la cercosporiosis amarilla (Sigatoka) y la cercosporiosis negra (Sigatoka negra). Están provocadas por hongos que destruyen el follaje de la planta. La enfermedad aparece en forma de pequeñas estrías alargadas que se desarrollan muy rápidamente en necrosis que pueden ocasionar la destrucción total de las hojas. Esto conlleva la disminución del rendimiento y una maduración avanzada del fruto convirtiéndolo en no apto para su comercialización. En la

actualidad, las cercosporiosis están presentes en casi todas las zonas de producción.

#### *Fusariosis (mal de Panamá)*

El mal de Panamá se manifiesta en casi todas las zonas de producción bananera. Se trata de una enfermedad provocada por el hongo radicular del suelo *Fusarium oxysporum* f. sp. *cubense* (Foc) que asfixia a la planta incapacitándola para absorber los nutrientes del agua en el suelo. Es un hongo perenne y que puede persistir en el subsuelo durante más de 30 años. El mal de Panamá se compone de cinco razas diferentes que pueden provocar daños importantes dependiendo de las condiciones del suelo, el clima, la intensificación del cultivo, el drenaje, etc., que deja al banano prácticamente improductivo<sup>12</sup>.

La **raza 1**, la más conocida, ocasionó la desaparición de la variedad Gros Michel en el Caribe y América Latina en los años 1940 y 1950. Por ello, la Gros Michel fue sustituida por un grupo varietal resistente, la Cavendish, que representa actualmente la variedad básica del comercio mundial.

La **raza 2** afecta al subgrupo de las Bluggoe (banano para cocinar); la **raza 3**, a la Heliconia (planta decorativa) y las Gros Michel; y la **raza 4**, presente desde los años 1930 en las Islas Canarias, ataca a las variedades del subgrupo Cavendish cuando se dan ciertas condiciones medioambientales de estrés, únicamente en las zonas subtropicales (Islas Canarias, Sudáfrica, Taiwán y Australia).

Por último, la raza **TR4** (raza tropical 4), que apareció en los años 1990 en el Sudeste Asiático (Taiwán, Indonesia, Malasia, sur de China, Australia y Filipinas), ataca al grupo de las Cavendish en cualquier condición tropical y subtropical. Ha sido detectada en Jordania en 2006, en Oriente Próximo en 2012-2013 (Omán y Líbano) y, por primera vez, en el continente africano, en Mozambique en 2013. Existe una creciente preocupación sobre el riesgo de propagación de esta grave enfermedad a todas las zonas de producción de África y América Central y del Sur, centro neurálgico de la explotación mundial del banano de postre.

Como en el caso de numerosos patógenos del suelo, los medios para luchar contra ellos son limitados y consisten principalmente en la puesta en

<sup>11</sup> CIRAD (2015). « Maladies et ravageurs du bananier », Fruitrop, 231 : 85 – 97.

<sup>12</sup> LESCOT T. (2015). « Inquiétudes sur l'évolution géographique de la race 4 tropicale (TR4) de la maladie de Panama », Fruitrop, 231 : 68.

cuarentena más o menos larga de los brotes amplios. La investigación agronómica no es muy activa en el tratamiento de esta enfermedad, muy complicada de estudiar y los medios para luchar contra ella son muy limitados. La mejora genética convencional parece ser una vía importante pero todavía poco explorada.

También se conocen otras enfermedades fúngicas como la antracnosis, la descomposición de las raíces, la cladosporiosis y el ahogado del banano o «punta de cigarro», pero existen prácticas eficaces para luchar contra ellas.

### 1.5.b. Plagas

Los parásitos como los **nematodos** (parásitos de las raíces del banano) o el **gorgojo negro del banano** (*Cosmopolites sordidus*) perturban la alimentación de las plantas y causan una disminución del rendimiento, debilitan el arraigamiento de la planta y pueden conllevar la caída del banano en el caso de ataques fuertes. Además de los tratamientos químicos clásicos, se puede recurrir a material de plantación sano (vitroplantas) en un suelo saneado (barbecho) para limitar el desarrollo de los nematodos y utilizar nuevas técnicas de trapeo de gorgojos a partir de feromonas.

En los cultivos agroindustriales, la aplicación de pesticidas es un uso todavía corriente que representa riesgos sanitarios importantes para el medio ambiente y la salud de los trabajadores. Por ello, a pesar de su eficacia, su uso es cada vez más limitado, favoreciendo formas de lucha y técnicas alternativas como el establecimiento de la «lucha razonada» o la creación de nuevas variedades híbridas resistentes.

### 1.5.c. Enfermedades bacterianas y virales

Las enfermedades bacterianas, como la **enfermedad de Moko**, pueden propagarse mediante el suelo, las herramientas o los insectos. Conllevan el marchitamiento de las tres hojas más jóvenes y la muerte del banano. No existen variedades resistentes ni formas de lucha química, sólo la erradicación mediante cuarentena puede dar resultados. Está presente en el continente americano y, desde 1968, en Filipinas.

Otras **enfermedades virales** menos conocidas, como los mosaicos o el cogollo racimoso del banano, provocan pérdidas económicas variables en las explotaciones tanto industriales como a pequeña escala. La única forma de luchar contra los virus pasa por la lucha contra el vector y la

utilización de material indemne. No existen bananos resistentes a estas enfermedades ni curas inmediatas que no impliquen la erradicación tras un ataque viral.

## 1.6. Impactos medioambientales y sociales

El banano para la exportación se produce en numerosos países de África, América Latina, el Caribe o Asia, con una utilización intensiva de insumos, principalmente pesticidas. Por tanto, las fuertes externalidades medioambientales (a menudo negativas), el agotamiento de los recursos naturales, la necesidad de un manejo mejor de los impactos y demandas sociales para la inocuidad de los productos y la preservación del medio ambiente y de la salud humana obligan a cuestionarse cada vez más sobre la sostenibilidad medioambiental, social y económica de los sistemas de producción.

Desde un punto de vista social, la actividad bananera puede representar una externalidad positiva en lo referente a la creación de empleo en zonas rurales, la repartición de ingresos, el desarrollo de infraestructuras (carreteras, tratamiento de agua, etc.) o servicios (salud, educación, etc.) que benefician a las poblaciones locales, entre otros. Por otro lado, garantizar una mayor seguridad alimentaria para las poblaciones locales en las que el banano forma parte de su alimentación cotidiana. Por último, la presencia de empresas puede resultar beneficiosa para el desarrollo local de estas zonas.

En el contexto Foro Mundial Bananero (WBF por sus siglas en inglés)<sup>13</sup> se están llevando a cabo estudios sobre un salario digno para los trabajadores de las plantaciones bananeras.

## 1.7. Cualidades nutricionales

El banano es un alimento muy completo, fuente de vitaminas y minerales, rico en fibras y pobre en lípidos. Contiene minerales como potasio, fósforo, calcio, magnesio, sodio, hierro, cobre, zinc y manganeso. Además, tiene dopamina, un fuerte antioxidante, y todas las vitaminas del grupo B presentes en el reino vegetal<sup>14</sup>. La banana contribuye al buen funcionamiento del metabolismo

<sup>13</sup> Foro Mundial Bananero (WBF) : <http://www.fao.org/economic/worldbananforum/fmbes/es/#.VfpOrdLtlBc>

<sup>14</sup> Association Interprofessionnelle de la Banane, (2014). « Fiche 1 : La banane en chiffres », Recueil de fiches de qualité de la banane. CIRAD, France.

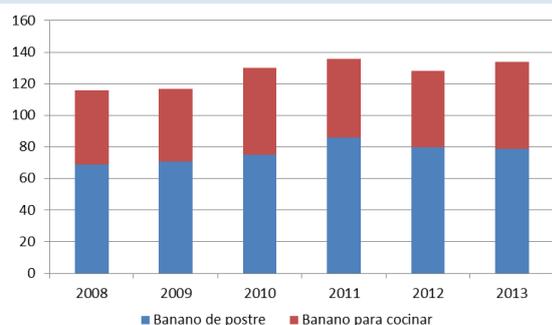
energético y del sistema nervioso y a mantener un buen tránsito digestivo<sup>15</sup>.

## 2. Oferta

### 2.1. Producción (oferta media mundial de los dos últimos años) y análisis de las tendencias

Como se muestra en el Gráfico 1, la producción mundial de banano alcanzó casi 134 millones de toneladas en 2013, de las cuales un 40 % (cerca de 55 millones de toneladas) corresponde a variedades de banano para cocinar (banano macho y otros tipos) y un 60 % (alrededor de 79 millones de toneladas) a variedades de banano de postre (Cavendish, Gros Michel, entre otros)<sup>16</sup>.

**Gráfico 1. Producción mundial de banano (para cocinar y de postre), millones de toneladas, 2008-2013**



Fuente: Lescot T., Cirad, FAO

Elemento base de la alimentación de varias poblaciones en todo el mundo, el banano ha conocido un crecimiento de su producción hasta alcanzar un rendimiento de un +15 % en estos últimos cinco años.

## 2.2. Principales productores

**Cuadro 1. Estimación de la producción de banano (de postre y para cocinar), toneladas, 2013**

	Total	Banano de postre	Banano para cocinar
Total mundial	133 691 965	78 860 773	54 831 192
India	27 575 000	17 075 000	10 500 000
China	12 075 238	11 506 238	569 000
Uganda	8 926 308	500 000	8 426 308
Filipinas	8 645 749	5 790 091	2 855 658
Brasil	6 892 622	6 402 622	490 000
Ecuador	6 739 739	6 145 527	594 212
Colombia	5 405 365	2 587 625	2 817 740
Indonesia	5 359 115	3 289 115	2 070 000
Ruanda	3 263 462	250 000	3 013 462
Nigeria	3 222 000	315 000	2 907 000

Fuente: Lescot, 2015, basado en estadísticas de la FAO.

El cultivo del banano se encuentra actualmente presente en todas las regiones tropicales y subtropicales del planeta, principalmente en Asia (44 % de la producción mundial), África (el 25 %) y América Central y del Sur (el 22 %).

**Cuadro 2. Banano de postre – Principales productores mundiales, toneladas, 2013**

India	17 075 000
China	11 560 238
Brasil	6 402 622
Ecuador	6 145 527
Filipinas	5 790 091
Indonesia	3 289 115
Colombia	2 587 625
Guatemala	2 210 000
Costa Rica	2 010 000
México	1 887 772

Fuente: Lescot, 2015; base de datos de la FAO.

## 2.3. Exportación

El banano es la fruta más comercializada en todo el mundo en términos cuantitativos, delante del grupo de las manzanas o los cítricos. Sin embargo, el consumo interno sigue siendo su principal destino: se calcula que esta cifra es de un 85 % del volumen de banano de postre y para cocinar producido.

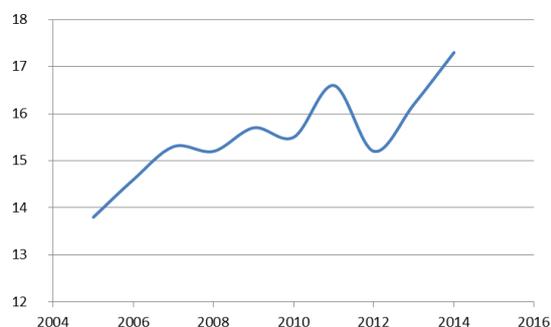
De esta manera, las exportaciones sólo representan un 15 % de la producción mundial. En 2014, se exportaron más de 17 millones de toneladas de banano de postre, de la variedad Cavendish principalmente, frente a las 900 000 toneladas de banano para cocinar. **Por la importancia que representa el banano de postre en el comercio mundial, la continuación del**

<sup>15</sup> Aprifel 2015 : <http://www.aprifel.com/fiche-nutri-produit-allegations-banane,24.html>

<sup>16</sup> Lescot, 2015; basado en estadísticas de la FAO

presente documento abarcará únicamente al banano de postre para la exportación.

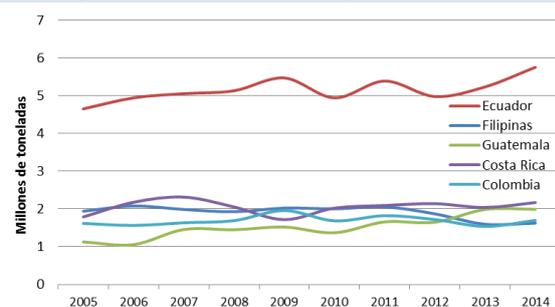
**Gráfico 2. Exportación mundial de banano de postre, millones de toneladas, 2005-2014**



Fuente: Aduanas nacionales, Trade Map, Sopisco

El comercio mundial, tan dinámico la producción, revela un crecimiento regular de más de tres millones de toneladas estos últimos diez años.

**Gráfico 3. Top 5 exportadores de banano en el mundo, millones de toneladas, 2005-2014**



Fuente: aduanas nacionales, Sopisco, dato recopilados por la autora

El Ecuador, con exportaciones que han superado los 5,7 millones de toneladas en 2014<sup>17</sup>, domina el comercio mundial del banano de postre gracias a un sector productivo original compuesto por pequeños y grandes productores nacionales<sup>18</sup> (Gráfico 3).

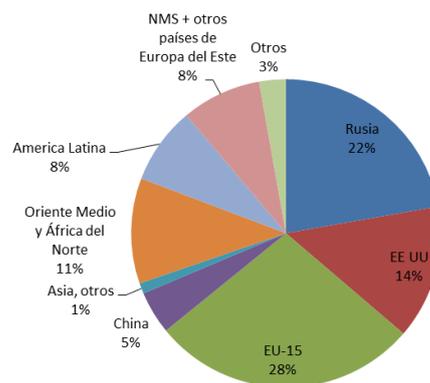
Contrariamente a otros grandes países productores que consumen internamente la mayor parte de su producción, el Ecuador se focalizó en la exportación (más del 90% de la producción se exporta). El sector bananero representa un 50 % del PIB agrícola y alimenta a todos los mercados mundiales; su oferta está destinada en cerca de un 50 % a dos mercados principales, los Estados Unidos y la Unión Europea, y a los países del este de Europa, (Gráfico 4).

<sup>17</sup> Aduanas del Ecuador:

<http://www.portal.bce.fin.ec/index.php/c-externo>

<sup>18</sup> DAWSON C. (2011). « La banane en Equateur », Fruitrop, 189 : 15.

**Gráfico 4. Exportaciones de banano de Ecuador por destino, 2014**



Fuente: aduanas ecuatorianas

Colombia, Costa Rica, Guatemala y Filipinas exportan entre uno y dos millones de toneladas. Este último, tercer productor mundial, y segundo exportador mundial hasta 2005, se encuentra actualmente en quinta posición detrás de Colombia, y conoció en 2013 su nivel más bajo de exportación de los diez últimos años. Con algo menos de 1,6 millones de toneladas, el volumen exportado se redujo de un 15 a un 20 % debido a problemas climáticos y sanitarios cada vez más recurrentes. Cabe resaltar la esplendorosa ascensión de Guatemala, que desde 2013 supera los dos millones posicionándose como segundo exportador mundial de banano y enviando casi la totalidad de su producción a los Estados Unidos.

## 2.4. Factores que afectan a la oferta

### 2.4.a. Factores climáticos

Las inclemencias climáticas se encuentran entre los principales elementos que afectan directamente a la oferta mundial. Por ejemplo, el **tifón** Pablo que arrasó en diciembre de 2012 cerca de 10 000 ha en Filipinas, conllevó importantes pérdidas de producción durante cerca de un año. Los efectos pueden perdurar dado que un platanal replantado necesita de 9 a 12 meses antes de entrar en producción. Además, las infraestructuras locales están a menudo dañadas y deben volver a construirse (canales de irrigación, drenajes, carreteras, estaciones de acondicionamiento, puertos, etc.).

Otros acontecimientos climáticos menos devastadores tienen también impactos en el desarrollo del ciclo bananero y conllevan pérdidas en el rendimiento: sequías, fuertes lluvias, periodos de poco sol, frentes fríos, golpes de viento, etc.

### **El fenómeno El Niño / La Niña**

El fenómeno El Niño, que se manifiesta de cada 2 a 7 años debido al aumento de las temperaturas en el sudeste del océano Pacífico, es el causante de perturbaciones climáticas a escala mundial: un aire más cálido y húmedo genera fuertes precipitaciones que pueden provocar inundaciones en América Latina (el Perú, Chile, el Ecuador) y sequías en Indonesia y Oceanía<sup>19</sup>. El fenómeno La Niña se caracteriza, contrariamente, por un enfriamiento de las aguas del Pacífico.

### **El papel del cambio climático**

El impacto del cambio climático es un tema recurrente, sobre todo en la evolución de la actividad ciclónica en el Caribe y el Pacífico<sup>20</sup> o por la frecuencia de fenómenos a nivel mundial como El Niño o La Niña. No cabe duda de que el aumento de las temperaturas originado por el cambio climático puede ocasionar alteraciones diversas como la intensificación de las sequías, tornados, la aparición de ciclones en zonas a las que hasta ahora no atañían o ciclones menos frecuentes pero más intensos. De forma paralela, los ecosistemas podrían volverse favorables para el desarrollo o intensificación de enfermedades perjudiciales para el cultivo. Evidentemente, todos estos factores tendrían incidencias en la oferta bananera mundial.

#### **2.4.b. Enfermedades y plagas**

Las crisis de algunas enfermedades fúngicas, como la cercosporiosis negra (Sigatoka negra), presente actualmente en todas las zonas de producción del planeta, o la enfermedad de Moko en el Caribe y América Latina, que aparecen en periodos de fuerte humedad (lluvias), pueden conllevar un descenso del rendimiento de hasta un 25 %. No obstante, estas pérdidas no son duraderas y los niveles de producción vuelven a la normalidad.

Sin embargo, la oferta puede verse afectada de forma más duradera por el mal de Panamá o el cogollo racimoso, que ocasionan la muerte de las plantas (véase la sección A).

#### **2.4.c. Factores económicos**

El mercado bananero sufre las fuertes influencias de los factores económicos relacionados o no con el sector.

Existen factores económicos directos que afectan a la competitividad de los diferentes factores de producción, como el coste de los insumos, la energía, el flete, la mano de obra, el paso del canal de Panamá, entre otros. Otros factores económicos indirectos tienen un impacto global en el conjunto del comercio internacional. Es el caso de la evolución de la normativa internacional o de la tasa de cambio.

#### **2.4.d. Programas de ayuda a la producción**

En el contexto de la reforma del régimen aduanero del mercado bananero en Europa, las ayudas a la producción se han destinado a zonas consideradas en pérdida de competitividad debido a la apertura del mercado. Es el caso de las Medidas de acompañamiento en el sector del banano (MAB) para algunos países ACP y de ayudas agrícolas para las regiones ultraperiféricas de la Unión Europea (programa POSEI) (véase la sección F-iv).

### **2.5. Perspectivas**

Nuevos proyectos de extensión o creación de nuevas plantaciones florecen en zonas que se benefician de ayudas a la producción y de ventajas aduaneras, lo que presagia una progresión de la oferta en los próximos años. Es el caso del Camerún, cuyo objetivo es duplicar sus exportaciones para 2019 a 500 000 toneladas, o de Costa de Marfil, donde existen proyectos en curso que podrían aumentar la producción en 1 500 ha<sup>21</sup>. Lo mismo ocurre en la zona del Caribe, donde también han surgido iniciativas locales, como en el caso de Haití con la creación de una filial de banano para la exportación. No obstante, se debe relativizar la influencia de estos nuevos proyectos (algunos todavía sin desempaquetar) en el equilibrio de la oferta. Las superficies en cuestión son, en suma, marginales si se comparan con las 200 000-200 500 ha plantadas en el Ecuador, por ejemplo. Lo que es interesante aquí reside en el reciente desarrollo relativo a África, nueva frontera económica mundial, y que la demanda creciente de la población local va más allá de los miles de hectáreas previstos.

Por último, las zonas secas (p. ej., norte del Perú o la República Dominicana), que cuentan con un clima con menos necesidades a nivel de tratamientos gracias a una presión sanitaria más débil, gozan de una gran consideración, más si se

<sup>19</sup> Centro Internacional para la Investigación del Fenómeno del Niño (CIIFEN) : [www.ciifen.org](http://www.ciifen.org)

<sup>20</sup> National Oceanic and Atmospheric Administration (NOAA): [www.noaa.gov](http://www.noaa.gov)

<sup>21</sup> LOEILLET D. (2013). « Marché mondial de la banane : un intérêt croissant pour le potentiel africain », *Fruitrop*, 216 : 16-23.

tiene en cuenta que en estos territorios es posible la implantación de cultivos biológicos.

No obstante, en algunas zonas, las dificultades agronómicas pesan cada vez más en términos económicos, por lo que una enfermedad como la Sigatoka negra, en la que se desarrollan resistencias, obliga a aumentar el número de tratamientos, a mudarse o, incluso, a cambiar la forma de hacerle frente o de sistema de cultivo, como en el caso de las Antillas, con el establecimiento de métodos agroecológicos. De la misma manera, la propagación de la raza tropical 4 del mal de Panamá es preocupante y, aunque parece estar controlada, sigue siendo una amenaza real para las zonas de producción de América Central y del Sur y de África.

### 3. Demanda

La demanda sigue creciendo, tanto en los países productores, donde las necesidades alimentarias de las poblaciones son cada vez mayores, como en los grandes mercados de importación, donde el banano se ha convertido en un producto indispensable de la distribución.

#### 3.1. Consumo (media mensual mundial de los dos últimos años) y análisis de tendencias

##### 3.1.a. Unión Europea

El consumo europeo de banano batió su récord absoluto en 2014 con 11,2 kg por habitante, 600 g más que en 2013 y 900 g más que en 2012. El mercado europeo, en primera posición de los mercados consumidores, pesa 5,7 millones de toneladas. Dentro de la Unión Europea, el Reino Unido y Suecia son los principales países consumidores, con más de 14 kg anuales por habitante. Los menos consumidores son los nuevos Estados miembros del este, como Rumanía, Bulgaria, Hungría y Polonia, con menos de 6 kg anuales por habitante, lo que deja a la Unión Europea un margen de progresión importante<sup>22</sup>.

##### 3.1.b. Estados Unidos

Con un consumo neto de 4 millones de toneladas en 2014, los Estados Unidos son el segundo mercado mundial. El consumo por habitante es prácticamente estable, con 12,5 kg en 2014, inferior al récord de 12,8 kg alcanzado en el año 2000, pero

todavía por encima de la media europea (11,2 kg anuales por habitante).

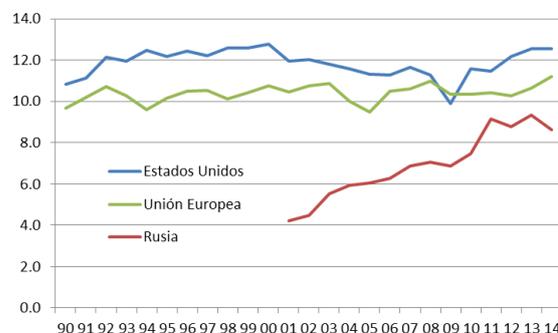
##### 3.1.c. Rusia

El consumo del mercado ruso progresa con regularidad desde principios de los años 2000 y ha pasado de 4,2 kg anuales por habitante en 2001 a más de 9 kg en 2011 y 2013, principalmente gracias al desarrollo de importaciones mediante la implantación de operadores rusos en el Ecuador, principal origen de importación.

No obstante, el crecimiento es irregular, especialmente en estos últimos cuatro años en los que a un año de descenso le seguía uno de crecimiento. El año 2014 es un buen ejemplo de la crisis que afectó al conjunto del consumo nacional. La depreciación del rublo frente al dólar estadounidense ha encarecido notablemente el precio de los productos importados como el banano.

De esta manera, en 2014, el consumo ruso se redujo a 8,6 kg por habitante, tras un año record de 9,3 kg. Durante el primer trimestre de 2015, las importaciones han vuelto a bajar en un 6 %.

**Gráfico 5. Anual consumo de banano en Estados Unidos, Unión Europea y Rusia, kg por habitante, 1990-2014**



Fuente: Eurostat, Fruitrop

##### 3.1.d. Japón

El consumo de banano en el Japón está en declive desde 2009. Las importaciones han caído situándose por debajo del millón de toneladas desde 2013. El consumo anual por habitante ha descendido a 7,4 kg, un nivel igual de débil que en 2002. Consecuencias de un yen debilitado que favorece las exportaciones ante las importaciones y a un consumo de los hogares cada vez más bajo debido a un fuerte aumento del IVA.

<sup>22</sup> LOEILLET D. (2015). « Marché mondial de la banane : de l'influence des parités monétaires », Fruitrop, 231 : 40-67

### 3.2. Los diez principales consumidores

El banano de postre se consume principalmente en los grandes países productores, donde el consumo puede superar los 20 kg anuales por habitante.

Los grandes mercados de importación son Europa y los Estados Unidos, donde el consumo supera los 10 kg anuales por habitante.

#### Cuadro 3. Consumo por habitante en países importadores, 2014 (en kg)

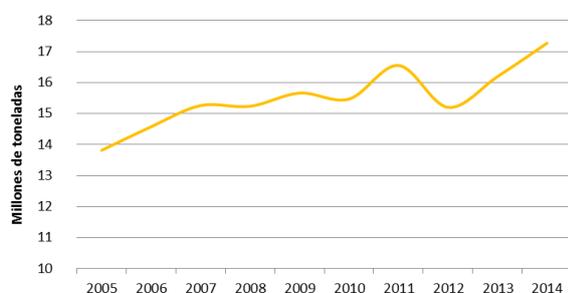
Reino Unido	17,1
Suecia	16,8
Dinamarca	14,1
Estados Unidos	12,5
Media UE-28	10,2
Francia	8,7
Rusia	8,6
Polonia	7,5
Japón	7,4
Rumanía	3,2

Fuente: Fruitrop, 2015.

### 3.3. Importaciones

Más de 17 millones de toneladas de banano fueron importadas en el mundo en 2013. La UE-28 absorbe un 32 % del volumen total, seguida de América del Norte (un 30 %) y Extremo Oriente (un 20 %). Las importaciones mundiales se desarrollan de forma regular, habiendo crecido de un 20 a un 30 % estos diez últimos años. Europa y los Estados Unidos, ostentan todavía rendimientos positivos, aunque la dinámica es menos palpable que en los países emergentes, como Oriente Próximo o Europa del Este, donde las importaciones se han duplicado prácticamente en un periodo de diez años. Sólo Oceanía y América Latina no han mostrado ninguna evolución positiva estos últimos años.

#### Gráfico 6. Importaciones mundiales de banano de postre, millones de toneladas, 2004-2013



Fuente: aduanas nacionales, Trade Map, Sopisco

#### Cuadro 4. Diez principales países importadores de banano en 2013, toneladas

Estados Unidos	4 547 932
Rusia	1 339 141
Bélgica	1 219 968
Reino Unido	1 006 759
Japón	964 813
Alemania	680 733
Italia	565 069
China	528 122
Francia	558 888
Emiratos Árabes Unidos	401 004

Fuente: Fruitrop 2015, Eurostat, Trademap, Aduanas estadounidenses.

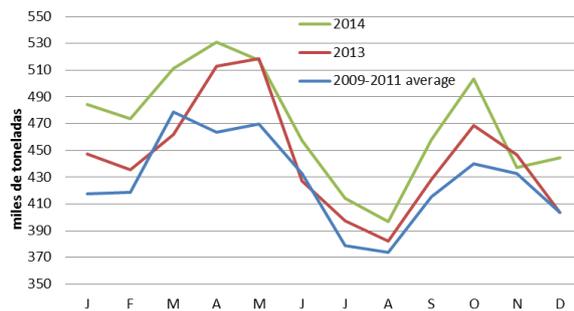
Los principales países importadores no son obligatoriamente los mayores consumidores ya que desempeñan un papel de centro de tránsito para el comercio bananero. Como en el caso de Bélgica, tercer importador mundial, que importó 1,2 millones de toneladas de bananas en 2013 (puerto de Amberes) que fueron exportadas casi en su totalidad a países vecinos. Lo mismo ocurre en Alemania (Hamburgo) o en los Países Bajos (Rotterdam). Francia también desempeña un papel de centro de tránsito para las producciones de África y las Antillas, con quienes mantiene una proximidad histórica, reexportando un tercio del volumen que llega a su territorio.

### 3.4. Factores que afectan a la demanda

#### 3.4.a. Temporalidad del consumo

El consumo de banano en Europa es temporal. Se pueden observar caídas en el consumo en verano y durante el fin de año, cuando la demanda se centra en las frutas locales de temporada, la restauración escolar está cerrada (vacaciones) y las temperaturas atraen al consumidor hacia otros productos. El consumo alcanza su paroxismo en otoño y a principios de la primavera (abril, mayo y octubre) gracias a temperaturas favorables al consumo del banano y a la débil presión que ejercen las frutas locales, cuyas campañas se instalan progresivamente.

**Gráfico 7. Abastecimiento estimado de banano en UE, miles de toneladas**



Fuente: Cirad-FruiTrop, Eurostat

### 3.4.b. Conjetura económica

Todos los factores que pueden provocar variaciones de la competitividad del origen de producción afectan a la demanda internacional, como el **aumento de costes en el cambio de valor** (flete e insumos), los **cambios de derechos de aduana**, la **evolución de las tasas de cambio**, etc.

Debido a la crisis petrolera de 2008, las múltiples variaciones de los factores de producción —en fuerte aumento de 2008 a 2013 y de nuevo en descenso en 2014—, las tasas de cambio y los derechos de aduana muestran una importante variabilidad y, por ello, existen grandes incertidumbres sobre el nivel de competitividad de las diferentes zonas de producción.

### 3.5. Perspectivas

Los mercados de consumo siguen en aumento, especialmente los mercados emergentes. Por lo tanto, todavía hay disponibles reservas de consumo.

Incluso si el centro del consumo del banano reposa en un producto de base, indiferenciado y barato, desde hace unos veinte años existe un desarrollo consecuente e ininterrumpido de un segmento más ético en el que el consumidor se interesa por un banano respetuoso con el medio ambiente y que permita garantizar el bienestar económico y social de los productores. Prueba de ello es la emergencia de una gran diversidad de certificaciones: los consumidores buscan garantías sobre el producto (véase la sección E-ii-2). Estos últimos años, los bananos con sellos de calidad de agricultura ecológica o comercio justo (véase la sección F-iii) han conocido un auge importante, pero sólo representan alrededor de un 10 % del mercado. Es importante no decepcionar a los consumidores ni los eslabones inferiores de las filiales que han depositado mucha confianza en estas filiales

supuestamente honradas, tanto desde un punto de vista medioambiental como social. Los diferentes sistemas de gobierno de estos sellos de calidad deben estar a la altura de las expectativas que han conseguido suscitar en la opinión.

## 4. Precio

### 4.1. Histórico (media mensual mundial de los dos últimos años) y análisis de tendencias

#### 4.1.a. Precio al productor / Precio FOB

Con la fluctuación del precio de algunas materias primas, los costes intermediarios del sector han aumentado de forma importante estos últimos veinte años hasta alcanzar máximas en 2008 y volver a bajar en 2014. Los insumos, como el cloruro de potasio, o la energía son fuente de incertidumbre para los productores.

Con el fin de garantizar unos ingresos mínimos a los productores, países como el Ecuador han instaurado un precio mínimo de sustentación de la caja de banano y fomentado la firma de contratos entre exportadores y productores. El precio mínimo de venta desde enero de 2015 es de 6,55 USD/caja de 43 libras en el Ecuador. Actualmente, se calcula que de un 10 a un 20 % del volumen se negocia sobre la base del mercado spot, es decir, a precios que se rigen por leyes de oferta y demanda en los mercados internacionales, aunque de un 80 a un 90 % del volumen sale del país con contratos. En cambio, en Costa Rica y Colombia, casi el 100 % de las frutas comercializadas pasan por contratos a largo plazo entre productores y exportadores.

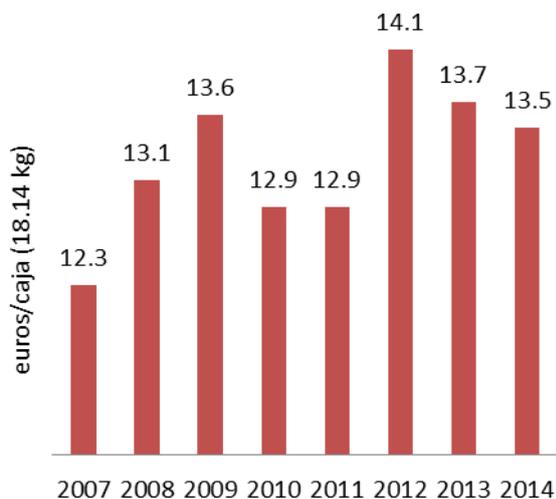
#### 4.1.b. Precio de la importación: en verde / muelle

##### Europa

Los precios de importación en el mercado europeo oscilan desde 2010 alrededor de los 13 EUR por caja de 18,5 kg. Tras alcanzar un máximo de 14,1 EUR por caja, el precio medio anual en 2014 ha disminuido ligeramente hasta estabilizarse en 13,5 EUR por caja. Sin embargo, el análisis interanual muestra que, aunque el precio medio descienda, también lo hace la volatilidad, probablemente gracias a la generalización de los contratos entre importadores y la distribución en los mercados del norte de Europa que permiten evitar fluctuaciones demasiado fuertes en el precio en verde. En Alemania, por ejemplo, la volatilidad se ha dividido entre cinco desde 2005. En cambio, en

otros mercados como Europa del Este, sigue flexible<sup>23</sup>.

**Gráfico 8. Precio de importación anual del banano en Alemania (2<sup>as</sup> y 3<sup>as</sup> marcas), euro/caja, 2007-2014**

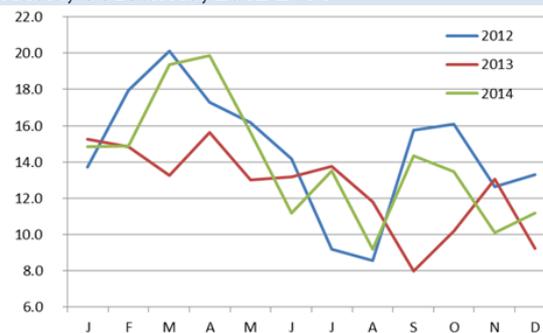


Fuente: Cirad-Fruitrop

### Rusia

El precio medio de importación de Rusia en 2014 fue de 14 USD por caja CIF San Petersburgo, lo que equivale a 1 USD más por caja que en 2013. En cambio, la volatilidad en el mercado sigue teniendo extremos muy marcados, con periodos de crisis en los que los precios se sitúan por debajo de los 10 USD por caja y periodos faustos en los que se alcanza el doble del precio. El 2014 fue un año especialmente agitado debido a acontecimientos geopolíticos importantes que sacudieron el equilibrio financiero del sector. Puesto que el rublo se descolgó de forma contundente con respecto al dólar, los precios de la importación en rublos aumentaron en cerca de un 30 %<sup>24</sup>.

**Gráfico 9. Precio verde CIF San Petersburgo, Rusia, USD/envió, 2012-2014**



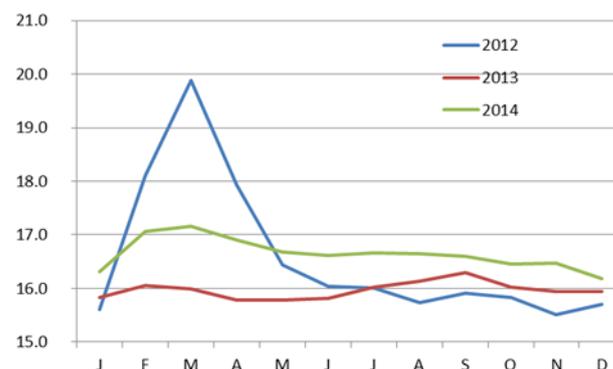
Fuente: Cirad

### Estados Unidos

En los Estados Unidos, sólo una pequeña parte del volumen vendido en el territorio procede del mercado spot (un 10 %) ya que la mayor parte está bajo contrato. La evolución anual de los precios spot de importación ha progresado de un 4 %, hasta estabilizarse en 16,6 USD por caja en 2014. Es un precio muy estable que se mantiene superior a 16 USD por caja desde 2013<sup>25</sup>.

Teniendo en cuenta una serie más larga, los precios a la importación tienden a alcanzar un tope en la mayoría de los grandes mercados importadores como el de Europa occidental o los Estados Unidos.

**Gráfico 10. Precio en verde, Estados Unidos, USD/caja, 2012-2014**



Fuente: Sopisco, Cirad

### 4.1.c. Precio tras la maduración: maduro / al por mayor

El precio maduro es el precio en la fase de «salida de la cámara de maduración». Toma en cuenta el precio en verde (importación), al que se le añade los gastos de la maduración, el margen del madurador y, en ocasiones, los costes del

<sup>23</sup> LOEILLET D. (2015c). « Marché européen de la banane en 2014 : carpe diem », Fruitrop, 229 : 48-62.

<sup>24</sup> LOEILLET D. (2015). « Le yoyo russe », Fruitrop, 229: 64-65

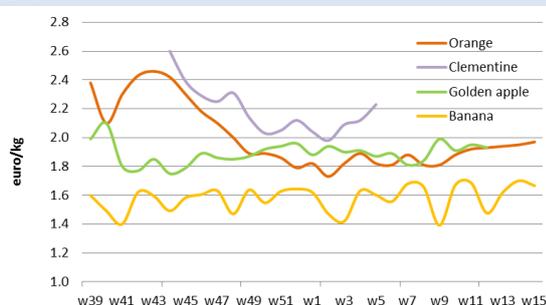
<sup>25</sup> LOEILLET D. (2015). « Etats-Unis: trop facile », Fruitrop, 229: 68.

transporte hasta el cliente. La actividad de maduración suele depender de las empresas de importación.

#### 4.1.d. Precio al por menor

El banano, presente todo el año y con un precio muy competitivo, es un producto obligatorio de la sección de frutas y verduras en la distribución. Es un producto de base sin segmentación (una sola variedad, pocas campañas publicitarias, pocas marcas, etc.) cuyo precio es uno de los pocos motores que incitan al consumo<sup>26</sup>.

**Gráfico 11. Comparación de precios al por menor en Francia, euro/kg, temporada 2014-2015**

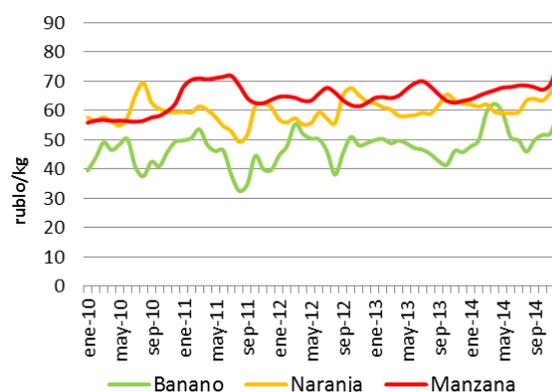


Fuente: RNM, CIRAD

Por ello, es una de las frutas más baratas del mercado, delante incluso de la manzana y la naranja, tanto en Europa occidental y oriental como en Rusia. En las grandes y medianas superficies de distribución hay ofertas todo el año y no sólo en periodos concretos<sup>27</sup>.

El precio al por menor, calculado en euros constantes, ha mostrado un descenso durante estos diez últimos años. Su posicionamiento como producto reclamo se observó especialmente en 2012, cuando cadenas de la distribución del Reino Unido emprendieron una guerra de precios del banano, llegando a encontrarse precios al por menor inferiores a 1 USD/kg.

**Gráfico 12. Precio al por menor, Rusia, rublo/kg**



Fuente: estadísticas oficiales

#### 4.2. Perspectiva de precios

El precio de las diferentes fases tiene una evolución diferente. Mientras que los costes de producción han fluctuado estos últimos años, los precios tanto en la fase de la importación como en la de la venta al por menor, tienden a estabilizarse, incluso a disminuir en Europa y los Estados Unidos. Por ello, los diferentes eslabones de la filial tienen cada vez más presión y los eslabones iniciales a menudo denuncian una pérdida del valor.

Para evitar esta pérdida de valor, existe una tendencia a una integración cada vez más marcada por parte de las empresas de importación que están muy presentes en la producción, ya sea por la compra directa de terrenos como por la firma de contratos a largo plazo con los productores.

En los últimos tiempos, los precios en la fase verde han sido superiores a los de los años anteriores gracias, por un lado, a que el cambio euro/dólar está cada vez más próximo, por otro, a una demanda europea en aumento y estimulada por un clima poco favorable para el consumo de otras frutas en primavera y a una oferta de banano bastante moderada debido a problemas climáticos en las zonas de producción. A finales de 2015, la oferta mundial debería ser todavía moderada ya que el fenómeno de El Niño ha causado ya daños en zonas bananeras de Costa Rica (inundaciones en junio-julio de 2015) y en Filipinas (fuerte sequía). En 2015, los precios serán invariables ya que los contratos se establecieron a principios de año y por un periodo de un año en Alemania. En los mercados sin contratos, la evolución de los precios se verá influenciada por la falta de frutas.

<sup>26</sup> BRIGHT R. (2014). « Banane équitable : le message aurait-il raté sa cible ? », Fruitrop, 220 : 19-21.

<sup>27</sup> LOEILLET D. (2015e). « Prix de détail : positionnement « prix bas » », Fruitrop, 229 : 66.

## 5. Mercados

### 5.1. Estructura del mercado

#### 5.1.a. Estructuras de producción

En los países productores coexisten tres tipos de organización. La estructura **monopolística** (cuando el Estado controla el sector productivo, como en Surinam hasta 2006) es cada vez más aislada.

La estructura **oligopolística** está formada por grandes unidades de producción que representan una mayoría, incluso la totalidad, de la capacidad de producción y de exportación, como en Camerún o Costa de Marfil.

Por último, también hay estructuras **fragmentadas**, formadas por centenas, a veces miles, de pequeños y medianos productores. Existen dos versiones:

- los productores pasan por un único interlocutor para el conjunto de operaciones de acondicionamiento, exportación, etc.;
- los pequeños y grandes productores cambian a un medio competitivo. Es el esquema más extendido, especialmente en el Ecuador, Colombia y Costa Rica.

Las diferencias entre las estructuras de exportación dependen del tipo de organización productiva. El número de operadores implicaciones en las operaciones de exportación varía desde una sola entidad a cientos de firmas (Ecuador), incluso si, en la mayoría de los casos, algunas empresas concentran la mayoría de la exportación.

#### 5.1.b. Concentración industrial

Una de las principales características del sector es la presencia histórica de grandes empresas (Dole, Chiquita, Fyffes, Del Monte, Compagnie Fruitière, etc.) que desde siempre estructuran de forma importante la oferta en el mercado mundial y que están presentes en casi todos los eslabones de la filial: producción, transporte marítimo, importación, maduración y distribución a las centrales de compra internacionales. Pueden poseer unidades de producción propias en países productores y completar su oferta recomprando localmente o en países vecinos. La tendencia de estos últimos años es de reducir la inversión en la producción: algunas firmas han vuelto a establecer contratos con productores o asociaciones de productores para garantizar su abastecimiento. Los casos de empresas que conservan una base productiva fuerte en el sur son más aislados.

#### 5.1.c. Integración de los eslabones inferiores

Los importadores, independientes o integrados en grandes grupos, tienen filiales de maduración incorporadas y/o cámaras de maduración con contratos de prestación de servicios. También pueden disponer de contratos de abastecimientos con los grandes y medianos supermercados. En este contexto, la maduración sólo es una etapa integrada de la cadena de abastecimiento.

En cuanto a la distribución, son raros los casos en los que las grandes cadenas han integrado los primeros eslabones (Intermarché en Francia o Magnit en Rusia). Por consiguiente, se privilegian los contratos con los proveedores.

### 5.2. Estándares públicos y privados

#### 5.2.a. Estándares públicos

El Reglamento de Ejecución (UE) n° 1333/2011 de la Comisión Europea de 19 de diciembre de 2011 fija las normas de comercialización para los bananos: la calidad (características mínimas, clasificación según categorías), el calibre (longitud y grosor mínimos), las tolerancias de calidad, la presentación (homogeneidad, acondicionamiento, presentación), el etiquetado (identificación del producto, naturaleza, origen, características comerciales, marca). Establece las disposiciones relativas al control del cumplimiento de estas normas de comercialización y de los requisitos relativos a la comunicación en el sector del banano (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32011R1333&from=FR>).

Al banano también le corresponde el Reglamento (CE) n° 396/2005 del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de febrero de 2005 relativo a los límites máximos de residuos de plaguicidas en alimentos y piensos de origen vegetal y animal.

En cuanto al banano ecológico, el Reglamento (CE) n° 834/2007 precisa el conjunto de normas que se deben seguir para la producción, transformación, distribución, importación, control y etiquetado de los productos ecológicos (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32007R0834&from=ES>).

La reglamentación europea y los diferentes decretos nacionales definen los estándares mínimos de calidad, trazabilidad y fitosanitarios.

#### 5.2.b. Estándares privados

Las normas privadas siguen desarrollándose con pliegos de cargos específicos sobre el producto, proceso y, en ocasiones, sistema de

comercialización, como ocurre en el caso del comercio justo. Estos estándares se clasifican en temas medioambientales (conservación de los suelos, protección del agua, uso de pesticidas o gestión de residuos), temas sociales (derechos de los trabajadores, higiene en el trabajo y seguridad) u otros temas como la inocuidad de los alimentos.

#### **GLOBALG.A.P.<sup>28</sup>**

Es una guía de buenas prácticas agrícolas y de seguridad de los trabajadores que se ha convertido en la certificación de referencia para entrar en el mercado europeo. Un organismo del sector privado define referentes basándose en el voluntariado para la certificación de productos agrícolas (incluida la acuicultura). Estos referentes se conciben principalmente para tranquilizar a los consumidores sobre cómo se producen los productos alimentarios en la explotación, reduciendo al mínimo los impactos nocivos de la actividad agrícola en el medio ambiente, disminuyendo la utilización de insumos químicos y garantizando un enfoque responsable de la salud y la seguridad de los trabajadores (GRASP), así como el bienestar de los animales (GLOBALG.A.P. Bienestar Animal).

#### **Rainforest Alliance<sup>29</sup>**

Es una certificación medioambiental. Las empresas que respetan escrupulosamente las normas de desarrollo sostenible pueden utilizar una de las marcas registradas de Rainforest Alliance para que sus productos y servicios se desmarquen en el mercado. Lo mismo ocurre en el caso de las explotaciones agrícolas que respetan el conjunto de criterios del Réseau pour une Agriculture Durable, de las explotaciones forestales que respetan las rigurosas normas del Consejo de Manejo Forestal (FSC, por sus siglas en inglés) y las empresas turísticas que muestran los avances realizados para reducir su huella medioambiental y para apoyar a los trabajadores, culturales locales y comunidades vecinas.

#### **Pliegos de cargos de las grandes y medianas superficies**

**Tesco Nurture** (ex Tesco Nature's Choice): es un código de buenas prácticas agrícolas centrado en la conservación de la biodiversidad y, de manera general, en la conservación y gestión medioambiental de la explotación agrícola. Parecido al código GLOBALG.A.P., fue

desarrollado por la cadena de distribución británica y el Agricultural Development Advisory Service (ADAS). Sus exigencias son a veces superiores a los requisitos legales, concierne a todos los productores proveedores de frutas frescas, verduras, lechugas y otros productos hortícolas de Tesco y puede combinarse con las certificaciones GLOBALG.A.P., BRC o IFS.

#### **Ecoetiquetas**

El etiquetado de la huella de carbono (que mide las emisiones de CO<sub>2</sub>) o de la huella hídrica se ha desarrollado en las filiales agroalimentarias. Desde los años 1990, el Análisis del Ciclo de Vida (ACV) pretende incluir otros factores como el agotamiento de los recursos; la contaminación del aire, el agua y el suelo; y los factores que afectan a la biodiversidad, con el fin de que no existan referentes parciales. Es lo que se conoce como etiquetas medioambientales. Sin embargo, no existen sellos de calidad globales que incluyan todos estos factores. La tendencia a largo plazo es aumentar los requisitos incorporando otros factores relacionados con la sostenibilidad, como factores económicos y sociales.

#### **Fairtrade**

El sello de Comercio Justo certifica los procesos de comercialización del banano. En ocasiones se relaciona con sellos ecológicos (véase la sección F-iii).

### **5.3. Contratos**

En América del Norte, un 90 % del volumen de banano está bajo contrato, con un precio fijo de base por caja. Incluyen también sobretasas variables basadas en los índices de carburante, destinadas a compensar los cambios en los costes del transporte y otros.

En los mercados europeos y mediterráneos, los clientes (minoristas, maduradores y mayoristas) recurren a acuerdos anuales o multianuales con precios flexibles en función de las condiciones del mercado. Los bananos se venden de acuerdo a una cotización semanal no oficial de los precios que varía con frecuencia según la oferta, las tendencias de la temporada de consumo, el coste del transporte, la tasa de cambio, entre otros factores. Sin embargo, algunos operadores europeos han empezado a abastecerse de bananos a precio fijo por caja que incluyen, por lo general, precios más elevados durante el primer semestre y más bajos en el segundo, de acuerdo con las tendencias de la

<sup>28</sup> GlobalGAP: [www.globalgap.org](http://www.globalgap.org)

<sup>29</sup> Rainforest Alliance: [www.rainforest-alliance.org](http://www.rainforest-alliance.org)

temporada de la oferta y la demanda. Éste es el caso de Alemania y el Reino Unido, donde se firman contratos a largo plazo con la distribución.

## 5.4. Nichos de mercado

### 5.4.a. El banano ecológico

Desde los años 1960, las frutas y verduras procedentes de la agricultura ecológica están disponibles en el mercado. El banano ecológico apareció de forma tardía, con el nacimiento del sello francés AB en 1985 y con el primer reglamento europeo en 1991. Entonces se trataba únicamente de un nicho de mercado, de alto nivel, comercializado en una red de tiendas especializadas.

Para responder a una demanda creciente, a finales de los años 1990, la gran distribución se apropió de este segmento de mercado y los importadores tradicionales de banano convencional se comprometieron con el sector para poder abastecerlo. Las importaciones y ventas de banano ecológico se fueron acelerando a partir de los años 2005-2008 con la aparición de nuevos importadores que lo convirtieron en una referencia sistemática de los supermercados.

El mercado ecológico ha crecido tanto que actualmente ya no se le puede considerar un nicho de mercado. En 2010 se calcularon volúmenes de 280 000 toneladas en Europa, que representaban las tres cuartas partes de las exportaciones mundiales de banano ecológico. No existen datos precisos disponibles (no hay ninguna distinción aduanera entre el banano ecológico y el convencional), pero se cree que el crecimiento del mercado continúa. En Francia, por ejemplo, representó un 10 % de las ventas en volumen en 2012<sup>30</sup>.

Lo mismo ocurre con la doble certificación. En Francia, cadenas como Carrefour han preferido convertir sus bananos ecológicos en ecosostenibles, un movimiento que desde hace tiempo ya adoptó Monoprix y otras cuatro cadenas generalistas (como Leclerc y Casino). Este segmento de mercado debería seguir creciendo en 2015, ya que ahora Intermarché también ha decidido pasar al sector ecológico y de comercio justo (véase la sección F-iii).

<sup>30</sup> CTIFL (2013). Distribution des fruits et légumes bio: perception et attentes de la distribution achat des ménages 2005-2012, Edition CTIFL, France. [http://www.fruits-et-legumes.net/etudes/sommaire\\_etude/DistributionF&LBio2013.pdf](http://www.fruits-et-legumes.net/etudes/sommaire_etude/DistributionF&LBio2013.pdf)

### 5.4.b. Otros nichos de mercado

Existe una pequeña división de los bananos pequeños como la variedad Dominico o los bananos de postre verdes que consumen cocidos algunas poblaciones étnicas. Sin embargo, se trata de volúmenes muy débiles.

## 6. Comercio regional e internacional

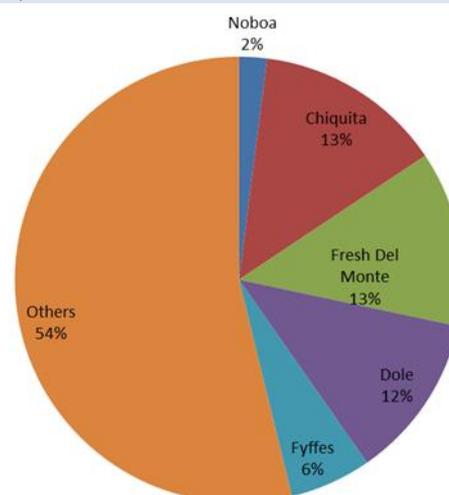
### Cuadro 5. Los diez principales países exportadores e importadores, toneladas

Exportadores mundiales de banano de postre en 2014		Importadores mundiales en 2013	
1 - Ecuador	5 755 901	1 - Estados Unidos	4 547 932
2 - Costa Rica	2 171 384	2 - Rusia	1 339 141
3 - Guatemala	1 991 682	3 - Bélgica	1 219 968
4 - Colombia	1 699 666	4 - Reino Unido	1 006 759
5 - Filipinas	1 626 225	5 - Japón	964 813
6 - Honduras	635 956	6 - Alemania	680 733
7 - Rep. Dominicana	423 607	7 - Italia	565 069
8 - México	407 387	8 - China	528 122
9 - Camerún	358 828	9 - Francia	558 888
10 - Costa de Marfil	357 243	10 - Emiratos Árabes Unidos	401 004

Fuente: Trademap, FruiTrop, Eurostat, Sopisco.

### 6.1. Las diez principales empresas comerciales

#### Gráfico 13. Estimación de la participación de los principales actores del comercio bananero mundial, 2014



Fuente: Cálculo realizado por la autora a partir de datos de Fyffes, aduanas ecuatorianas y estimaciones

**Chiquita** es históricamente la primera gran empresa de negocio bananero que, durante décadas, simbolizó la cadena integrada de abastecimiento de banano por excelencia. Aunque ha mostrado una desaceleración y que en 2002 la empresa se declaró en quiebra, continúa dominando el sector. Su cifra de negocios representa cerca de 3 millardos de dólares, de los cuales un 64 % proceden de la actividad bananera<sup>31</sup> y comercializa una media de 125 millones de cajas en el mundo<sup>32</sup>.

**Fresh Del Monte**, protegida por el éxito de su piña, ha sabido resistir a las reestructuraciones. Comercializa 117 millones de cajas de banano en todo el mundo.

Con una cifra de negocios muy diversificada de 4,2 millardos de USD (de los cuales 3,1 millardos proceden del negocio de frutas frescas), **Dole** controla cerca de 110 millones de cajas de banano.

**Fyffes**, empresa irlandesa, importa bananos a Europa desde 1888. En 2014, comercializó 54 millones de cajas, 44 millones a Europa y 10 millones a los Estados Unidos vía su socia **Turbana**<sup>33</sup>. Es un grupo integrado que tiene contratos a largo plazo con productores de América Central y del Sur, posee cámaras de maduración propias y realiza prestación de servicios en los sectores de la maduración y el transporte refrigerado.

Conocida por su marca **Bonita**, bajo la cual comercializa varias frutas como el banano, el grupo familiar **Noboa** reúne 110 empresas y es el mayor conglomerado de empresas en el Ecuador y la quinta empresa bananera más grande del mundo. Además de su producción propia, **Noboa** compra bananos a algunos productores asociados. La parte de la empresa que comprende las exportaciones totales del Ecuador ha disminuido considerablemente estos últimos años debido a problemas legales. Actualmente, **Noboa** sólo representa alrededor de un 6 % de las exportaciones de banano del país.

El resto del panorama bananero está dividido debido a la presencia de pequeños actores a escala mundial.

<sup>31</sup> CHIQUITA BRANDS Inc. (2013). Annual report 2013.

<sup>32</sup> FYFFES (2015). Preliminary Results for year ended 31 December 2014.

[http://ww7.global3digital.com/fyffesplc/uploads/finreports/preliminary\\_results2014-presentation-pdf.pdf](http://ww7.global3digital.com/fyffesplc/uploads/finreports/preliminary_results2014-presentation-pdf.pdf)

<sup>33</sup> FYFFES (2014). Annual report 2014,

<http://ww7.global3digital.com/fyffesplc/uploads/finreports/FyffesAR2014.pdf>

## 6.2. Iniciativas de comercio justo

El Comercio Justo consiste en una diversidad de estándares decretados por algunas ONG. En el sector bananero, el más extendido es el de FLO International, una ONG con sede en Alemania. Los organismos que son miembros (como Max Havelaar, una filial de FLO) trabajan en las zonas de producción con pequeños productores. Con el fin de responder a una demanda internacional creciente, se han incorporado recientemente empleados agrícolas de grandes plantaciones privadas. Algunos pioneros del movimiento todavía protestan contra esta apertura ya que denuncian un cierto viraje casi ideológico.

La certificación la da un organismo independiente (FLO-Cert u otro) tras pasar una auditoría. Gracias a un preciso sistema de precios garantizados, el Comercio Justo pretende dar una remuneración “justa” al productor o trabajador. En el caso del banano, este precio se divide en dos partes: el precio mínimo del comercio justo —que es el precio más bajo posible que puede pagar un comprador a los productores— y la prima de desarrollo —que es el suplemento pagado a los productores, destinado a la inversión en sus actividades comerciales y en sus comunidades o para el desarrollo socioeconómico de los trabajadores y sus comunidades—. También existe un diferencial ecológico para algunos productos certificados. En el caso del banano, el precio mínimo ya toma en cuenta la diferencia entre los modos de producción ecológica y convencional. La organización FLO revisa la lista de precios cada cierto tiempo y está disponible en su página web.

El acceso a la certificación Comercio Justo, como para el resto de certificaciones, tiene un coste, tanto para el productor, que debe cumplir las normas y pagar por la visita de un auditor, como para el madurador, que debe pagar para gastos de promoción y comunicación.

Las ventas de bananos procedentes del comercio justo han aumentado en Europa. El primer mercado de salida es el inglés con un 58 % de las ventas, en particular la gran distribución, que parece querer comercializar únicamente bananos del Comercio Justo, como hicieron los distribuidores ingleses Sainsbury's y Waitrose en 2007. Asimismo, la cadena CO-OP anunció a principios de 2012 la reconversión de la totalidad de sus ventas de banano al comercio justo. Una tendencia en crecimiento que garantiza una buena imagen de marca a los distribuidores y su compromiso con el sector.

Por el contrario, en Francia, como en Alemania y Austria, las ventas de bananos del comercio justo proceden esencialmente de la agricultura ecológica. En Francia, el volumen comercializado de bananos con el sello Fairtrade alcanzaron las casi 19 000 toneladas en 2014, un nivel que señala un aumento de cerca de 11 000 toneladas en relación con 2013 y de más de 6 000 toneladas en relación con el récord anterior de 2009. Este rendimiento está relacionado con el compromiso cada vez mayor de algunos distribuidores, como Carrefour, con la doble certificación ecológica y de comercio justo.

Con un crecimiento de un 12 % en relación con 2012, se calcula que en 2013 se comercializaron 372 708 toneladas de bananos del comercio justo en todo el mundo, de los cuales un 34 % contaban con la doble certificación ecológica y de comercio justo y un 66 % eran convencionales<sup>34</sup>.

### 6.3. Cuestiones comerciales: litigios, negociaciones y acuerdos

En los Estados Unidos, el mercado es libre y no hay derechos aduaneros. En principio, la reglamentación sanitaria limita el número de proveedores del mercado, contrariamente a Europa, donde el sistema de regulación de las importaciones ha evolucionado notablemente estos últimos 25 años.

#### 6.3.a. Histórico de la OCM y su desaparición

El comercio del banano se vio fuertemente afectado por la evolución de la reglamentación y de las políticas europeas. En 1993, la Unión Europea se dotó de una organización de gestión común, la Organización común de mercados (OCM) del banano, que limitaba las importaciones de bananos *dólar*<sup>35</sup> y ACP con el fin de proteger la producción europea y de garantizar un equilibrio de abastecimiento entre los diferentes mercados de origen. La OCM del banano se fundó sobre dos principios: el contingente de las importaciones y el apoyo a los ingresos de los productores europeos. De este modo, los bananos comunitarios disponían de libre acceso al mercado europeo, mientras que los bananos *dólar* estaban sometidos a un contingente arancelario. Por razones históricas, los

bananos de los países ACP se beneficiaban de un contingente con derecho nulo.

Desde su implantación en 1993, la OCM del banano provocó tensiones en el seno de la Unión Europea que enfrentaban a Alemania y los países del norte de Europa, consumidores de bananos *dólar*, con los países productores como Francia, España, Portugal y Grecia. Estos últimos teniendo zonas de producción en Martinica y Guadalupe (Francia), las Islas Canarias (España), Madeira (Portugal) y Creta y Laconia (Grecia).

Tras numerosas tentativas para hacer concordar la reglamentación europea con las normas de la OMC, las partes interesadas se pusieron de acuerdo para reformar la OCM del banano. En 2006, el sistema pasó a ser únicamente arancelario, sin restricción cuantitativa para el banano *dólar*, y de acceso ilimitado para los proveedores ACP. El arancel inicialmente fijado para los bananos *dólar* era de 176 USD por tonelada. En 2009, se inició el proceso de disminución del arancel que lo ubicó en 148 USD por tonelada. En 2015, el arancel alcanzó 132 USD / tonelada, teniendo como objetivo llegar a 75 USD por tonelada en 2020. En cuanto a los productores europeos, se beneficiaban de ayudas financieras para la producción y la inversión en el marco de mejoras de la competitividad económica y técnica de las filiales agrícolas (programa POSEI). Los proveedores ACP, por su parte, se beneficiaban de un plan de 190 millones de EUR en forma de Medidas de acompañamiento en el sector del banano (MAB).

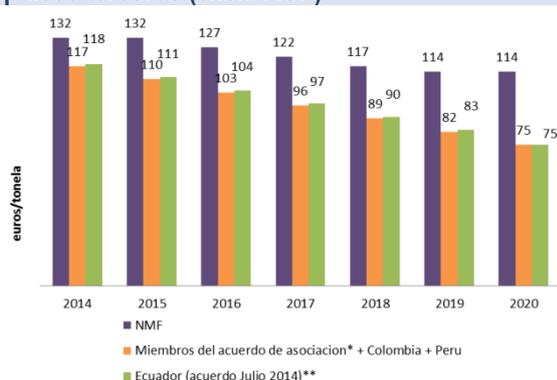
#### 6.3.b. Negociaciones para los derechos aduaneros europeos con acuerdos bilaterales

La firma de acuerdos bilaterales en 2012 entre la Unión Europea y ocho proveedores de banana *dólar* permitió acelerar el proceso de aminoración del derecho aduanero: Costa Rica, Panamá, Honduras, Guatemala, Nicaragua, El Salvador, Colombia y el Perú pasaron a beneficiarse de un derecho aduanero de 117 USD por tonelada mientras que los proveedores no firmantes, siguieron pagando 132 USD por tonelada. En 2014, el Ecuador firmó un acuerdo con la Unión Europea que le permitió unirse al movimiento de aminoración del derecho aduanero. El proceso de ratificación concluirá a lo largo de 2016.

<sup>34</sup> FAIRTRADE INTERNATIONAL (2014). Strong producers, strong future : annual report 2013-14. [http://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/resources/2013-14\\_AnnualReport\\_FairtradeIntl\\_web.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2013-14_AnnualReport_FairtradeIntl_web.pdf)

<sup>35</sup> La banana « *dólar* » es el nombre que comúnmente designa a las bananas provenientes de « países terceros no-ACP » de América central, del sur y del Caribe.

**Gráfico 14. Banano en el UE, aranceles para países terceros (excl.. ACP)**



Nota: \*Costa Rica, Panama, Honduras, Guatemala, Nicaragua, El Salvador \*\*Hasta la ratificación, el arancel queda a 132 euros/tonelada

Fuente: Cirad - FruiTrop

### 6.3.c. Ayudas a la producción

Las **Medidas de acompañamiento en el sector del banano** son fondos europeos cuyo objetivo es dotar a diez países ACP (Camerún, Costa de Marfil, Belice, Santa Lucía, Jamaica, Dominica, San Vicente, Surinam, República Dominicana y Ghana) de 190 millones de euros para mejorar la competitividad de la filial de la banana, las condiciones laborales de los obreros de las plantaciones, así como los impactos en el medio ambiente. Las acciones son muy diversas y están relacionadas con el crédito, la vivienda, la competitividad, la formación, la aparición de nuevos productores, la recuperación del sector, etc<sup>36</sup>.

**Cuadro 6. Exportaciones ACP a la UE y MAB - subvención por país**

	Media de las exportaciones ACP a la UE, periodo 2009-2012, toneladas	%	MAB – Subvención indicativa por país, millones de euros	%
Camerún	230 695	23 %	48,29	26 %
Costa de Marfil	231 133	23 %	44,75	24 %
Belice	83 076	8 %	22,80	12 %
Santa Lucía	13 819	1 %	10,35	5 %
Jamaica	0	0 %	4,73	3 %
Dominica	3 353	0 %	15,27	8 %
San Vicente	1 842	0 %	9,93	5 %
Surinam	72 158	7 %	9,30	5 %
Rep. Dominicana	308 354	31 %	16,34	9 %
Ghana	50 068	5 %	7,4	4 %
Total	994 862	100 %	189	100 %

Fuente: Eurostat; Secretariado de ACP; FruiTrop n° 210, abril 2013, p. 42.

El **POSEI**, Programa de opciones específicas por la lejanía y la insularidad, está dirigido a las zonas europeas ultraperiféricas del sector agrícola (Francia: Guadalupe, Guyana, Martinica, San Bartolomé y San Martín; Portugal: Azores y Madeira; España: Islas Canarias), asignándoles una dotación anual y una ayuda técnica a la producción.<sup>37</sup> En el caso de la banana, permíete compensar la falta de competitividad de estos mercados de origen frente a los mercados dólar.

## 7. Enlaces útiles

### 7.1. Estadísticas

Estadísticas de producción, FAOSTAT:  
<http://faostat3.fao.org/home/S>

Estadística de comercio mundial, Trade Map:  
<http://www.trademap.org/Index.aspx>

Estadísticas de producción de Filipinas:  
<http://countrystat.bas.gov.ph/>

Aduanas de Ecuador:  
[http://www.portal.bce.fin.ec/vto\\_bueno/seguridad/ComercioExteriorEst.jsp](http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/seguridad/ComercioExteriorEst.jsp)

Aduanas de Guatemala: <http://www.banquat.gob.gt/>

Aduanas de Costa Rica:  
<http://servicios.procomer.go.cr/>

<sup>36</sup> LOEILLET D. (2013). « Mesures d'accompagnement banane : enfin ! », FruiTrop, 210 : 42.

<sup>37</sup> ODEADOM (2015) : Office de développement de l'économie agricole des départements d'outre-mer. [www.odeadom.fr](http://www.odeadom.fr)

Aduanas europeas, Eurostat:

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb/>

## 7.2. Organizaciones y asociaciones internacionales

Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE): [www.aebe.com.ec](http://www.aebe.com.ec)

Corporación Bananera Nacional de Costa Rica (CORBANA): <https://www.corbana.co.cr/>

Association Interprofessionnelle de la Banane (AIB): [www.labananechange.fr](http://www.labananechange.fr)

Banana Link: <http://www.bananalink.org.uk/es>

Biodiversity International: <http://www.biodiversityinternational.org/>

Centre International en Recherche Agronomique pour le Développement (CIRAD): [www.cirad.fr](http://www.cirad.fr)

Centro Internacional para la Investigación del Fenómeno de El Niño (CIIFEN): <http://www.ciifen.org/>

Fairtrade International (FLO): [www.fairtrade.net/361.html?&L=1](http://www.fairtrade.net/361.html?&L=1)

FAO: <http://www.fao.org/home/es/>

FruiTrop Magazine: [www.fruitrop.com](http://www.fruitrop.com)

GLOBALG.A.P.: <http://www.globalgap.org/es/>

National Oceanic and Atmospheric Administration (NOAA): <http://www.noaa.gov/>

Office de développement de l'économie agricole d'outre-mer (ODEADOM): [www.odeadom.fr](http://www.odeadom.fr)

ProMusa: <http://www.promusa.org/>

Rainforest Alliance: <http://www.rainforest-alliance.org/es>

Reglamentación europea: <http://eux-lex.europa.eu>

Unidad de investigación GECCO del CIRAD: [http://www.cirad.fr/ur/systemes\\_bananes\\_ananas](http://www.cirad.fr/ur/systemes_bananes_ananas)

Foro Mundial Bananero (FMB): <http://www.fao.org/economic/worldbananaforum/fmb/es/es/#.VbGAJPMqgXq>

## 7.3. Últimas noticias

### *Cutrale-Safra compra Chiquita Brands*

La fusión Chiquita-Fyffes, que debería haber dado origen al líder mundial de la banana a finales de 2014, chocó con una contraoferta: la empresa Chiquita, aceptó a finales de 2014 su compra por la sociedad de inversiones Safra Group y la empresa

de zumo de naranja Grupo Cutrale por alrededor de 1,3 billardos de USD. De esta manera, Chiquita se ha convertido en una filial a parte entera de la empresa brasileña Cutrale-Safra.

*Diferentes fuentes.*

### *El retorno de El Niño*

El fenómeno de El Niño vuelve por primera vez desde 2010. Podría ser incluso igual de intenso que en 1997-98, el más fuerte registrado hasta la fecha, y alargarse hasta inicios de 2016. Ya se han observado los primeros efectos: sequía en Colombia, República Dominicana e incluso en Filipinas, e importantes inundaciones en Costa Rica a principios de julio de 2015. Las previsiones dinámicas y estadísticas para el próximo trimestre julio-agosto-septiembre prevén un déficit de lluvias en la región noreste de América del Sur, América Central, en la costa caribeña de Colombia, en el extremo este del Brasil, en el sur del Ecuador y en el norte y noreste del Perú.

*Fuentes: Reefer Trends, CIIFEN.*

### *Incremento continuo de las exportaciones de banana del Ecuador a China*

Desde julio de 2014, China ha aumentado considerablemente sus importaciones desde el Ecuador debido a una bajada drástica de la producción de su principal proveedor, Filipinas. A principios de 2015, PRO ECUADOR lanzó una campaña de promoción en colaboración con el importador chino Goodfarmer para consolidar las partes de mercado del Ecuador. Los resultados parecen alentadores: el volumen del Ecuador importado por China en el primer semestre de 2015 habría superado en un 20 % el récord del segundo semestre de 2014, lo que supone casi 30 000 toneladas más.

*Fuente: FruiTrop.*

## 7.5. Colaboradores

Centre International en Recherche Agronomique pour le Développement (CIRAD): [www.cirad.fr](http://www.cirad.fr)

FruiTrop Magazine: [www.fruitrop.com](http://www.fruitrop.com)

Sopisco News: <http://www.sopisco.com/es/>

Reefer Trends: [www.reefertrends.com](http://www.reefertrends.com)