

Distr.  
GENERAL

UNCTAD/DITC/COM/2003/1  
27 de marzo de 2006

ESPAÑOL  
Original: INGLÉS  
EN ESPAÑOL E INGLÉS ÚNICAMENTE

**CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE  
COMERCIO Y DESARROLLO**

**ACONTECIMIENTOS MÁS IMPORTANTES Y TENDENCIAS RECIENTES  
EN LAS ESTRUCTURAS INTERNACIONALES DE  
COMERCIALIZACIÓN DEL BANANO**

Estudio preparado por la Secretaría de la UNCTAD

GE.03-53439 (EXT)

## **NOTA**

Las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte de la secretaría de la UNCTAD, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites.

El presente estudio fue elaborado por Pilar Fajarnes-Garces de la secretaría de la UNCTAD bajo la supervisión general de Olle Ostensson. Además se recibieron observaciones, sugerencias y aportaciones útiles de Oliver Matringe y Oliver Combe (UNCTAD) y de Paul Pilkauskas y Pascal Liu (FAO).

## INDICE

Capítulo	Página
INTRODUCCIÓN.....	4
I. PANORAMA GENERAL DEL COMERCIO INTERNACIONAL DEL BANANO .....	5
II. ESTRUCTURA DEL MERCADO DEL BANANO: EL PAPEL DE LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES COMERCIALIZADORAS DE BANANO .....	11
III. ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE BANANO .....	17
A. América del Sur .....	19
B. El Caribe .....	22
C. Centroamérica .....	23
D. África .....	25
E. Asia .....	26
IV. EVOLUCIÓN DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DEMANDA DEL BANANO .....	27
A. La evolución del consumidor de banano .....	27
B. La capacidad potencial de los nichos de mercado del banano: bananos biológicos, de comercio equitativo y exóticos .....	29
C. La importancia cada vez mayor de las cadenas de supermercados en la distribución del banano .....	35
D. Acceso al mercado internacional del banano: El régimen bananero de la unión europea (UE) y el procedimiento de solución de diferencias de la OMC .....	40
V. ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN Y ESTRUCTURA DE LOS PRECIOS INTERNACIONALES DEL BANANO .....	56
VI. COOPERACIÓN INTERNACIONAL EN RELACIÓN CON EL BANANO ..	63
VII. RESUMEN Y CONCLUSIONES .....	67
<b>Anexos</b>	
I. Anexo estadístico .....	69
II. Referencias y bibliografía .....	78
III. Enlaces con los sitios web pertinentes del sector bananero .....	84

## INTRODUCCIÓN

El banano es un producto básico muy importante para los países en desarrollo ya que desempeña una doble función en sus economías, lo que complica el análisis de las estructuras internacionales de comercialización. El banano es al mismo tiempo un alimento básico y un producto de exportación fundamental. Alrededor de una quinta parte de la producción mundial se exporta de países en desarrollo hacia países desarrollados; un ejemplo de comercio unidireccional Sur-Norte. Esta dualidad también está presente en el sistema de producción, donde las grandes plantaciones de banano, orientadas principalmente hacia los mercados de exportación, coexisten con pequeñas explotaciones bananeras. El presente documento se centra en la dimensión internacional del sector bananero sin descuidar la importancia del banano para la seguridad alimentaria.

Muchos elementos hacen que el banano tenga una importancia muy particular a nivel internacional, no sólo por motivos económicos sino también debido a factores ambientales, sociales y políticos. En los últimos decenios, el sector de las exportaciones de banano ha demostrado un gran dinamismo y ha experimentado importantes cambios estructurales, a raíz de desafíos tales como el régimen bananero de la UE y la consiguiente diferencia relativa al banano en la OMC, así como la nueva estructura de las preferencias de los consumidores y los canales de distribución de alimentos.

En el presente documento se analiza la evolución de la estructura del mercado internacional del banano y se presta especial atención al nuevo papel de las empresas transnacionales comercializadoras de banano y a los factores que influyeron en la oferta y la demanda internacionales de banano durante los años noventa. Si bien antes el comercio internacional del banano estaba orientado hacia la oferta o la producción, en el que las multinacionales bananeras definían las reglas del juego, últimamente el mercado se ha visto impulsado más por factores relacionados con la demanda. Los consumidores de banano se han convertido en un factor esencial y la concentración y la consolidación de las cadenas de minoristas han contribuido a una mayor participación de éstos en el mercado del banano. Estas nuevas tendencias pueden ofrecer nuevas oportunidades para los pequeños y medianos productores de banano de los países en desarrollo. Según varios análisis, esos productores se encuentran en una situación desventajosa en la cadena de suministro de banano. La relación de intercambio con respecto al banano se ha seguido deteriorando y los productores no han experimentado ninguna mejora en su parte de los beneficios.

El presente estudio se basa en gran medida en la labor realizada por el Grupo Intergubernamental sobre el Banano y las Frutas Tropicales de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación y en la información proporcionada por éste.

## Capítulo I

### PANORAMA GENERAL DEL COMERCIO INTERNACIONAL DEL BANANO

El banano es la fruta más importante del comercio internacional. Desde el punto de vista del volumen de las exportaciones mundiales el banano ocupa el primer lugar y, en términos de valor, ocupa el segundo lugar después de los cítricos. Los aspectos económico, social, ambiental y político son importantes para el mercado internacional del banano. Según estimaciones de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), en el año 2000 las exportaciones mundiales de banano ascendieron a 1,7 millones de toneladas. El banano es también un alimento básico muy importante para muchos países en desarrollo, de ahí su relevancia para la seguridad alimentaria. Algunos de los principales países productores de banano, como la India y el Brasil, casi no participan en el comercio internacional. De hecho, sólo cerca de una quinta parte de la producción mundial de banano es objeto de comercio a nivel internacional<sup>1</sup>. Sin embargo, en los últimos decenios la proporción de la producción de banano que es objeto de comercio a nivel internacional aumentó ligeramente (de 18% aproximadamente en los años sesenta y setenta a más de 22% en los años noventa). El mercado internacional de banano está muy segmentado por regiones. Los precios difieren considerablemente en los distintos mercados de consumo.

La industria del banano es una fuente muy importante de ingresos, empleo e ingresos de exportación para los principales países exportadores de banano, principalmente los países en desarrollo de América Latina y el Caribe, aunque también los de Asia y África. De acuerdo con la FAO<sup>2</sup> "Si bien las exportaciones mundiales de banano se valoran en un total de más de 5.000 millones de \$EE.UU. anuales, convirtiéndoles evidentemente en una fuente vital de ingresos para muchos países, es a nivel local y regional donde se crea una fuerte correlación entre ingresos generados por el banano y seguridad alimentaria familiar. El volumen de las exportaciones o las variaciones de sus precios conllevan variaciones en los ingresos para los que están directamente empleados en la producción de banano, tanto pequeños agricultores como asalariados de las plantaciones bananeras. Además, también los sectores secundario y terciario y sus empleados sufren los impactos de esas variaciones."

El comercio internacional de banano ha mostrado un gran dinamismo en los últimos decenios. Si bien la producción total<sup>3</sup> aumentó en un factor de 2,12 entre 1970 y 2000, las importaciones<sup>4</sup> de banano crecieron en un factor de 2,3 durante el mismo período. El crecimiento de las importaciones de banano fue elevado hasta principios de los años setenta y luego se estancó hasta mediados de los ochenta. Posteriormente ese crecimiento se aceleró a partir de la segunda parte de ese decenio y durante los años noventa.

---

<sup>1</sup> Actualmente el banano de exportación es casi exclusivamente de la variedad *Cavendish*.

<sup>2</sup> Véase FAO (1999a).

<sup>3</sup> De acuerdo con Sharrock (1998) el rendimiento medio del banano y el plátano aumentó en cerca de 18%, de 8,45 toneladas por hectárea en 1968 a 9,96 toneladas por hectárea en 1998. Ese aumento del rendimiento se experimentó principalmente en Asia, mientras que en África y América Latina y el Caribe el rendimiento no varió significativamente. El aumento de la producción en estas últimas regiones se debió principalmente a la expansión de la superficie cultivada.

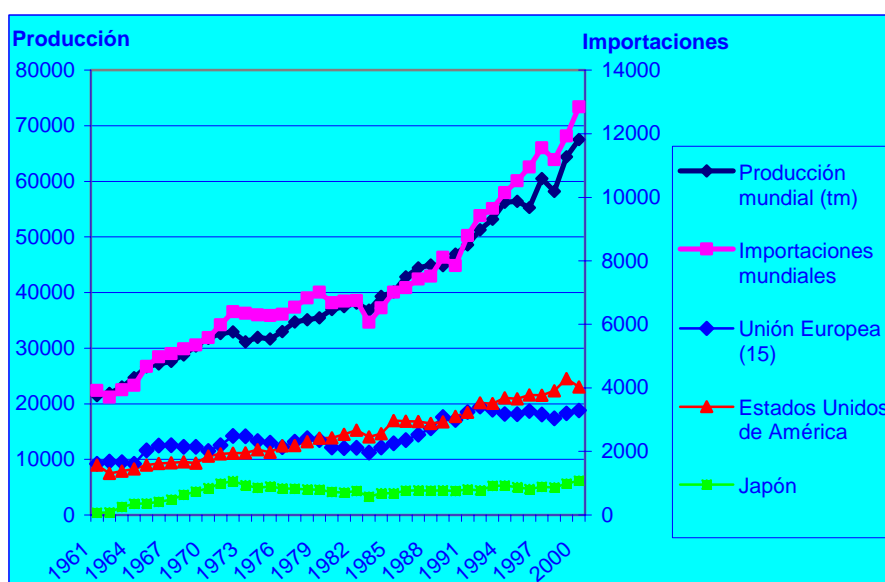
<sup>4</sup> En general se considera que la tendencia de las importaciones mundiales de banano es un indicador más preciso del comercio internacional que las exportaciones mundiales de banano.

**Cuadro 1. Tasas de crecimiento de las importaciones y de la producción de banano**

	Crecimiento anual medio de las importaciones (en porcentaje)	Crecimiento anual medio de la producción (en porcentaje)
1961–1970	4,11	4,46
1971–1980	1,87	1,57
1981–1990	3,05	2,46
1991–2000	4,94	3,80

Fuente: FAO

**Gráfico 1. Evolución de la producción mundial y del comercio internacional de banano (1961–2000)**



Fuente: FAO

Nota: El eje de la izquierda se refiere a la producción mientras que el eje de la derecha a las importaciones (mundiales, de la UE, del Japón y del resto del mundo).

El banano se produce en los países en desarrollo donde las condiciones climáticas favorecen su crecimiento. Aproximadamente el 98% de la producción mundial se cultiva en países en desarrollo. En el año 2000, 123 países en total produjeron banano. Sin embargo, la producción, así como las exportaciones y las importaciones de banano se concentran fuertemente en unos diez países, que en 2000 aportaron más del 73% del total de la producción. La mitad del total de la producción bananera correspondió a la India, el Ecuador, el Brasil y China. Esta concentración de la producción bananera ha aumentado con el tiempo, aunque la distribución regional ha variado. Si bien hasta los años ochenta la región de América Latina y el Caribe dominó la producción, durante los noventa la región de Asia tomó la delantera en la producción de banano. En África el nivel de producción se ha mantenido relativamente estable. El anexo estadístico 1 muestra datos sobre la producción bananera de los principales países productores. Los países desarrollados son el destino habitual del banano de exportación.

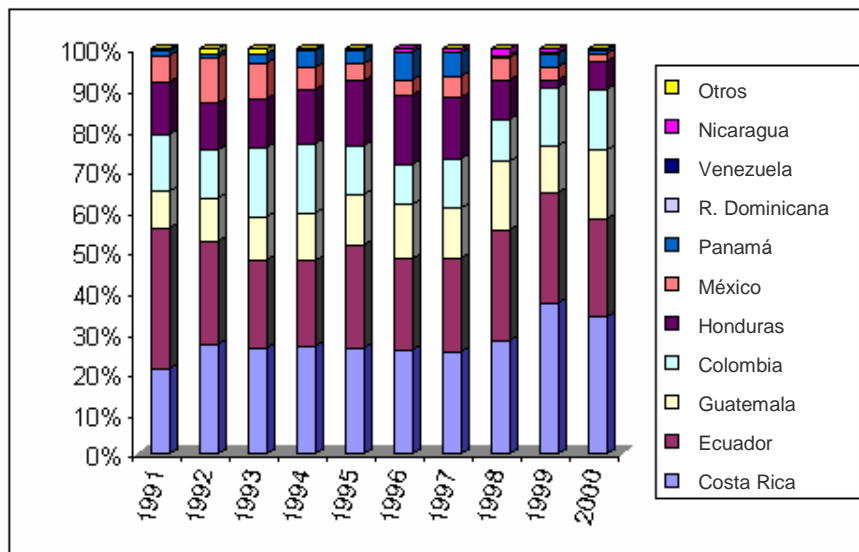
Las exportaciones mundiales de banano también muestran un alto nivel de concentración, ya que la región de América Latina y el Caribe por sí sola suministró en 2000 más del 80% de las exportaciones totales. En 2000 los cuatro principales países exportadores de banano (Ecuador, Costa Rica, Filipinas y Colombia) aportaron más de tres cuartas partes de las exportaciones mundiales. El Ecuador por sí solo proporcionó más del 33% de las exportaciones mundiales de banano. Sin embargo, la proporción correspondiente a la región de América Latina y el Caribe disminuyó ligeramente durante los años noventa, mientras que la proporción de Asia aumentó. El anexo estadístico 2 muestra la distribución de las exportaciones de banano por principales zonas de exportación. También muestra, para el año 2000 la parte de las exportaciones de banano que corresponde a cada país en el total de las exportaciones mundiales, así como la proporción de la producción de banano que exporta cada uno de los principales países exportadores. De esas cifras puede deducirse que en la mayoría de los principales países exportadores de banano el sector bananero muestra una clara tendencia hacia la exportación. Ese es el caso especialmente de la mayoría de los países de América Central y el Caribe, Colombia y Côte d'Ivoire. Sin embargo, la proporción de las exportaciones de banano como parte de la producción total es inferior en el Ecuador y en los países de Asia.

El análisis de la dependencia respecto de los ingresos procedentes de la exportación de banano también ofrece resultados interesantes. Como se indica en el anexo estadístico 3, que muestra la proporción del valor de las exportaciones de banano en el total de las exportaciones agrícolas y el total de las exportaciones de mercancías, las exportaciones de banano son una fuente muy importante de ingresos de exportación para muchos países en desarrollo. En los principales países exportadores, como el Ecuador y Costa Rica, las exportaciones de banano representaron en 2000 el 16,7% y el 23,1%, respectivamente, del valor total de las exportaciones. Los mayores niveles de dependencia respecto de las exportaciones de banano se registran en los países de las Islas de Barlovento (Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas, Dominica y Granada). En el caso de Santa Lucía, el nivel de dependencia se calcula en cerca del 49,6% de los ingresos de exportación.

Los principales importadores de banano son la Unión Europea, los Estados Unidos de América y el Japón, que en conjunto absorbieron, en 2000, más del 65% del total de las importaciones, mientras que los diez principales países importadores de banano absorbieron más del 84% del total de las importaciones (considerando a la UE como un solo país). Si bien la concentración geográfica de las importaciones sigue siendo elevada, el análisis de los datos sobre las importaciones muestra una tendencia a la diversificación de los mercados de destino del banano, especialmente durante los años noventa. Ello se muestra en el gráfico 1 con la evolución de las importaciones en el resto del mundo, donde los nuevos mercados como los de la Federación de Rusia, China y los países de Europa oriental dan cada vez más importancia a las importaciones de banano. La evolución de la distribución geográfica de las importaciones mundiales de banano se muestra en el anexo estadístico 4. Si bien todas las zonas de importación han aumentado sus importaciones de banano en los últimos decenios, puede observarse cierto estancamiento en el volumen de las importaciones de la Unión Europea durante los años noventa.

Con respecto a la orientación geográfica del comercio del banano, es importante señalar que debido a la importancia de los distintos regímenes de importación de banano existentes en los países consumidores, el comercio mundial del banano tiene un carácter netamente regional. Los regímenes de importación han dado lugar a una diferenciación entre los mercados preferenciales y los mercados abiertos para el banano; aunque este panorama ha venido cambiando en cierta medida en el último decenio. Los costos de transporte y el tiempo en la distribución del banano también son factores que influyen en la fragmentación regional del mercado. Las importaciones de banano de América del Norte proceden principalmente de Centroamérica y América del Sur y se basan en un régimen de mercado abierto sin restricciones arancelarias ni cuantitativas.

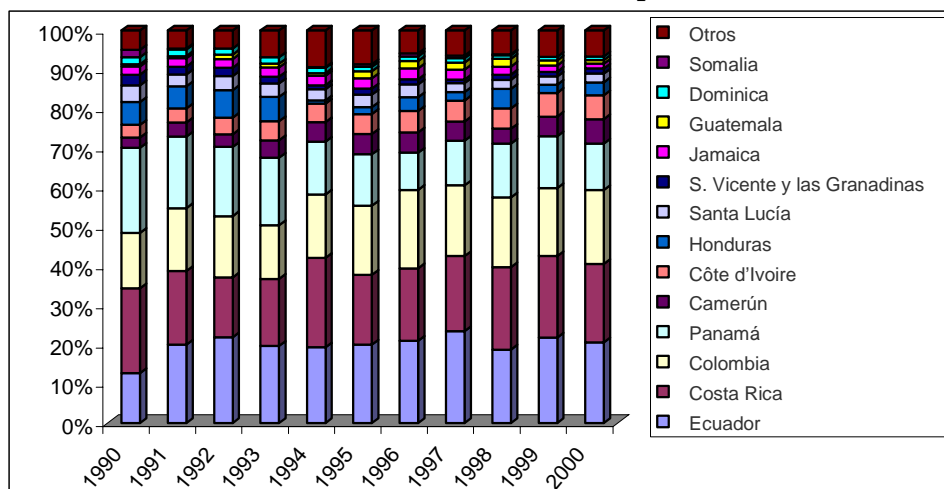
**Gráfico 2. Distribución geográfica de las importaciones de banano de los Estados Unidos**



Fuente: FAO.

Tradicionalmente, el banano que se consume en la UE procede de tres fuentes distintas: la primera, la producción nacional de España (Islas Canarias), Francia (Guadalupe y Martinica), Grecia y Portugal; la segunda, las exportaciones de los países ACP (África, el Caribe y el Pacífico), a las que se ha concedido acceso preferencial en el mercado europeo en el marco del Convenio de Lomé y posteriormente el Acuerdo de Cotonú; y la tercera, los países de Centroamérica y América del Sur que abastecen sobre todo a países de mercado libre (o abierto) como Alemania. Sin embargo, durante los años noventa, la estructura del comercio del banano de la UE se vio afectada por las incertidumbres que había generado la introducción del régimen bananero de la UE y las modificaciones que se introdujeron a raíz de la diferencia relativa al banano en la OMC. Esta cuestión se examina en la sección dedicada al régimen de la UE para el banano, en el capítulo IV.

**Gráfico 3. Distribución geográfica de las importaciones de banano de la Unión Europea**

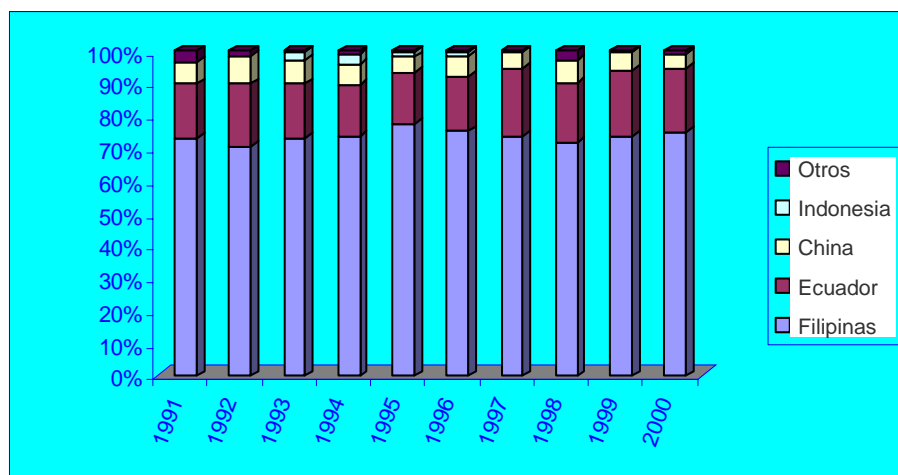


Fuente: FAO.



Filipinas es el principal abastecedor del Japón, que ocupa el tercer lugar entre los principales importadores de banano. Sin embargo, el Ecuador ha aumentado sus exportaciones hacia ese mercado en los últimos años, ya que va en busca de otros mercados fuera de la Unión Europea en respuesta a las incertidumbres generadas por el régimen bananero de la UE. En comparación con otras regiones consumidoras, el mercado japonés está bastante concentrado, ya que el Ecuador y Filipinas suministran aproximadamente el 90% del banano.

**Gráfico 4. Distribución geográfica de las importaciones de banano del Japón**



*Fuente: FAO.*

A finales del decenio de 1990 la situación del mercado internacional del banano se caracterizó por un exceso de oferta estructural de banano, debido principalmente a una mayor disponibilidad de banano de exportación en el Ecuador y en otros países exportadores. Sin embargo, la causa principal de ese exceso de oferta puede atribuirse a las expectativas que había generado la liberalización del mercado de la Unión Europea tras el establecimiento del régimen de la UE para las importaciones de banano (organización común de mercados en el sector del plátano) en 1993; expectativas que no se cumplieron. A finales de los años ochenta y a principios de los noventa, las empresas comercializadoras de banano aplicaron una estrategia de expansión de la capacidad a fin de ampliar al máximo su participación en el lucrativo mercado de la UE. Durante los años noventa el mercado internacional del banano se vio afectado por la introducción del régimen bananero de la UE y por la diferencia y el acuerdo posteriores en el marco de la OMC, que generaron incertidumbres y han limitado el ámbito de acción de los distintos agentes que intervienen en el mercado del banano. Además, la demanda de los nuevos mercados de Asia, concretamente China, y los de la Federación de Rusia y Europa oriental, que según se creía ofrecían grandes posibilidades, no se hizo realidad, debido a la situación económica de la Federación de Rusia y la crisis financiera de Asia. Esas circunstancias, junto con la atonía de la demanda en los mercados saturados de los Estados Unidos y de la UE, contribuyeron a que no se alcanzaran los niveles esperados de consumo de banano. Ello dio lugar a una reducción de los precios del banano y a un aumento de la competencia entre las empresas distribuidoras de la fruta en busca de una reducción de los costos.

De acuerdo con la FAO<sup>5</sup>, se prevé que el mercado internacional del banano alcanzará un equilibrio en 2005 al situarse en unos 13,7 millones de toneladas. Ello se logrará mediante una disminución de los precios reales como resultado de la fuerte reducción de las tasas de crecimiento de la demanda de importaciones y el retraso en los ajustes de la producción frente a la disminución de los precios.

---

<sup>5</sup> FAO (1996). Actualmente la FAO está elaborando proyecciones hasta 2010; véase FAO (2001a).

## Capítulo II

### **ESTRUCTURA DEL MERCADO DEL BANANO: EL PAPEL DE LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES COMERCIALIZADORAS DE BANANO**

La estructura del mercado internacional del banano es muy heterogénea. La presencia de agentes económicos en las diversas etapas de la cadena de suministro de banano también es diferente de un país a otro y entre regiones. El banano de exportación lo cultivan varios pequeños productores independientes (principalmente en el Caribe y el Ecuador), empresas bananeras nacionales (principalmente en el Ecuador y en Colombia) o grandes empresas transnacionales<sup>6</sup> (la presencia de empresas multinacionales es mayor en Centroamérica y aumenta cada vez más en África y Asia). En una etapa posterior de la cadena, después de la limpieza, el embalaje y el control de calidad, el banano es transportado en buques frigoríficos<sup>7</sup> de empresas independientes o en buques pertenecientes a las empresas bananeras transnacionales. Al llegar al país importador, el banano puede pasar por importadores o mayoristas<sup>8</sup> y debe madurar antes de llegar a los comercios minoristas. Sin embargo, el aspecto más importante del mercado internacional del banano es su carácter oligopolístico. Unas cuantas empresas transnacionales importantes comercializadoras de banano dominan la comercialización y el comercio internacional del banano, y pueden ejercer su influencia en ese mercado en varias o en todas las etapas de la cadena de comercialización del banano<sup>9</sup>. La estructura de la cadena de comercialización internacional del banano se muestra en el gráfico 5.

---

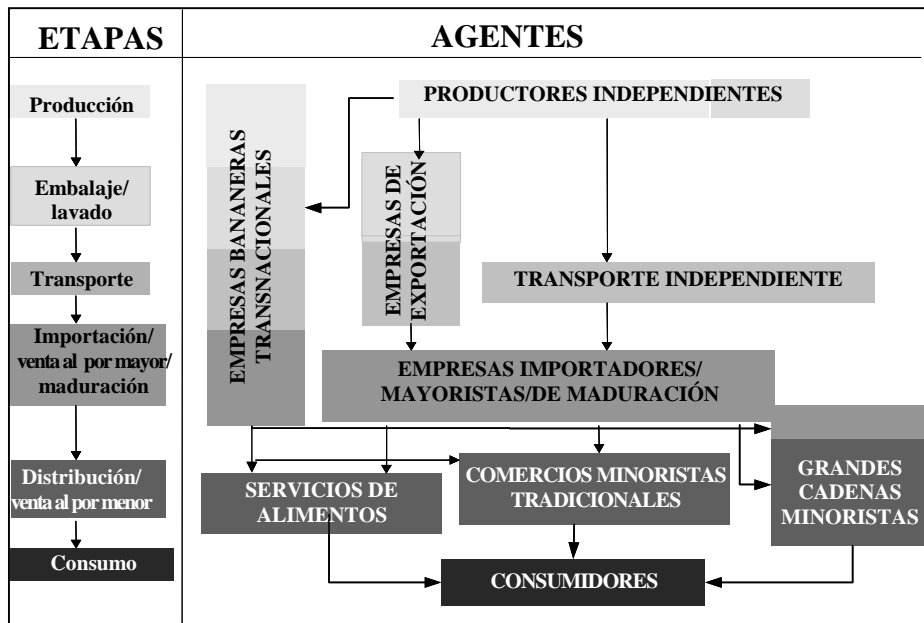
<sup>6</sup> La importante presencia de multinacionales bananeras estadounidenses en América Latina dio lugar a la expresión "banano dólar" para referirse al banano producido en esa zona.

<sup>7</sup> Buques que se utilizan para transportar el banano a una temperatura controlada.

<sup>8</sup> En Europa la presencia de fuertes empresas importadoras es importante, por ejemplo, el Atlanta Group en Alemania.

<sup>9</sup> De acuerdo con la FAO (2001b) "Tres empresas multinacionales suman una cuota mundial de importación-exportación de bananos del 70 por ciento y la mayoría de los mercados nacionales de la CE están dominados por un pequeño número de empresas/operadores, entre los que figuran estas tres empresas multinacionales. Ello parece indicar que es cuestionable que se presuponga una competencia perfecta. Sin embargo, eso no supone automáticamente que el mercado mundial de importación-exportación de bananos no sea perfectamente competitivo. Por ejemplo, algunos estudios del mercado alemán del banano han demostrado que no se puede describir éste aludiendo sólo al ejercicio del poder del mercado, a pesar del reducido número de empresas que compiten en él (el índice de concentración del poder de mercado de las cuatro empresas sería superior al 80% en Alemania).

**Gráfico 5. Estructura de la cadena de comercialización internacional del banano**



Un producto sumamente perecedero como el banano requiere un cuidadoso control de los procesos de cultivo, embalaje, transporte, manipulación, maduración y distribución. Esto ha propiciado la evolución de un sector bananero muy integrado verticalmente, en el que las grandes empresas transnacionales tienden a ejercer el control desde el cultivo del banano en los países productores y, como propietarios de los servicios especializados de transporte en buques frigoríficos y maduración, hasta las redes de distribución en los países importadores. La gran inversión de capital que se requiere en este comercio del banano orientado a la exportación permite a esas empresas aprovechar las economías de escala. Estas empresas están en condiciones de proporcionar sistemáticamente grandes cantidades de banano de alta calidad a costos más bajos y procedentes de distintas fuentes geográficas<sup>10</sup>, gracias a las ventajas tecnológicas de que gozan en la producción, el transporte y la comercialización. Por lo tanto, controlan la mayor parte del valor añadido, que normalmente se concentra en las actividades de transporte y comercialización. Por esa razón, aunque la producción y la exportación de banano estén muy concentradas en los países en desarrollo, son principalmente los países desarrollados los que suelen obtener los beneficios del comercio del banano, a través de sus grandes empresas transnacionales de comercialización del banano.

Actualmente las principales empresas transnacionales bananeras son Chiquita Brands International (antes United Fruit Company), Dole Food Company (antes Standard Fruit Company) y Fresh Del Monte Produce. Otras dos empresas bananeras fuertes son Fyffes, el principal distribuidor europeo de productos frescos, y Noboa Corporation (Bonita brand), el principal exportador del Ecuador. Las empresas nacionales como Banacol y Uniban-Turbana de Colombia también están obteniendo buenos resultados en el comercio internacional del banano.

En los cuadros 2 y 3 se muestran algunas estimaciones de la evolución de las cuotas del mercado bananero correspondientes a las empresas transnacionales en los mercados mundial y europeo.

<sup>10</sup> La diversificación de las fuentes de suministro es útil para responder a cualquier interrupción de los suministros en una zona determinada.

Esas cifras muestran que durante los años noventa las tres principales empresas bananeras controlaban de 60 a 70% del mercado mundial del banano. En 1999 las cuotas de las cinco empresas principales respetaban más del 80% del mercado mundial. La participación de Chiquita en el mercado de banano se redujo considerablemente durante los años noventa debido principalmente a la introducción en 1993 del régimen bananero de la UE, mientras que Dole aumentó su participación en el mercado, tanto a nivel mundial como en la UE. Recientemente la participación de Dole ha superado la de Chiquita para convertirse en la principal empresa bananera del mundo. La reducción de la participación de Chiquita en el mercado parece ser mucho más importante en el mercado de la Unión Europea, lo que refleja el efecto negativo que ha tenido el régimen bananero de la UE en la empresa.

	1966	1972	1980	1992	1995	1997	1999
<b>Chiquita</b>	34,0	30,5	28,7	34	>25	24-25	25
<b>Dole</b>	12,3	18,0	21,2	20	22-23	25-26	25
<b>Del Monte</b>	1,1	5,5	15,4	15	15-16	16	15
<b>Top 3</b>	<b>47,4</b>	<b>54,0</b>	<b>65,3</b>	<b>69</b>	<b>62-64</b>	<b>65-67</b>	<b>65</b>
<b>Fyffes</b>				2-3	7-8	6-7	7-8
<b>Noboa</b>					12	13	11

*Fuentes: FAO (1986); Van de Kastele (1998); Banana Link, 2002*

En el decenio de 1990 el mercado del banano experimentó un proceso de competencia intensa y cada vez mayor entre las empresas transnacionales, que trataban de mantener y mejorar sus respectivas posiciones en los distintos países importadores (particularmente en la UE) y aumentar su participación en el mercado. Las dificultades que han tenido que enfrentar esas empresas, como la crisis del exceso de oferta y la baja de precios resultante, la evolución del régimen bananero de la UE y la diferencia relativa al banano en el marco de la OMC, o la influencia cada vez mayor que ejercen en el mercado las cadenas de minoristas y los cambios en las preferencias de los consumidores, las han obligado a reorientar y reformular sus estrategias de comercialización<sup>11</sup>, a fin de reducir los costos, mejorar la eficiencia y racionalizar sus actividades bananeras. Esas empresas están diversificando sus actividades e incorporando también otras frutas, están diversificando su producción hacia otras zonas de África o Asia, trasladándose a mercados específicos, como el del banano biológico, o están creando alianzas con operadores europeos estratégicos.

	1992	1994	1995	1997
<b>Chiquita</b>	>30	18.5	19	15-16
<b>Dole</b>	12	15	15-16	18-19
<b>Del Monte</b>	7-8	8	8	10-11
<b>Fyffes</b>	4-5	16.5	17-18	16-17

*Fuentes: Van de Kastele (1998); SELA (1998).*

Las actitudes de las distintas empresas han sido diversas. La empresa Chiquita ha adoptado una estrategia de mercado más defensiva o conservadora mediante el cabildeo ante el Gobierno de los Estados Unidos con el propósito de cuestionar el régimen bananero de la UE en el marco de la OMC. Además, Chiquita se ha concentrado en el aspecto de la marca. Podría afirmarse que, a diferencia de otras empresas transnacionales, esta empresa no ha prestado suficiente atención a la nueva inversión en alianzas estratégicas con operadores que tienen influencia en el mercado de la UE. En el mercado del banano<sup>12</sup> no está clara la importancia que puede

<sup>11</sup> La diversificación de las fuentes de suministro es útil para responder a cualquier interrupción de los suministros en una zona determinada.

<sup>12</sup> La insistencia en la imagen de marca, especialmente en el caso de la Chiquita, parece tener éxito en el norte de Europa, y en España en el caso del banano de las Canarias.

tener la marca para las decisiones de los consumidores. Sin embargo, la empresa Chiquita considera que los consumidores valoran su marca y su imagen de producto de calidad, y que están dispuestos a pagar más por ello.

Por otra parte, las empresas Dole, Fyffes y, en cierta medida, Del Monte, han adoptado estrategias de mercado más dinámicas o incluso más agresivas. Comenzaron a reducir su fuerte dependencia respecto del sector bananero antes que la empresa Chiquita y diversificaron su producción más que ésta, orientándose hacia otros sectores de producción a fin de beneficiarse del régimen bananero de la UE y tener acceso a las licencias de importación.

Las empresas Dole y Del Monte se trasladaron a países de ACP, mientras que Fyffes intentó posicionarse en países de América Latina. En el recuadro 1 (pág. ...) se presenta una descripción más detallada de las distintas reacciones de las empresas bananeras ante el régimen bananero de la UE. En el cuadro 4 se muestran los distintos niveles de dependencia de las principales empresas comercializadoras de fruta con respecto al banano en 1999. La diversificación hacia otros productos distintos del banano dio lugar a una reducción de las ventas de banano de Del Monte como porcentaje de las ventas totales, de 56% en 1998 a 46% en 2001.

Como resultado de una combinación de circunstancias desafortunadas en el mercado y la aplicación de estrategias de mercado inadecuadas, Chiquita se vio en una situación muy difícil que se tradujo en problemas financieros continuos que obligaron a la empresa a presentar, en noviembre de 2001, un plan de reorganización con arreglo al capítulo 11 del Código de Quiebras de los Estados Unidos<sup>13</sup>.

<b>Cuadro 4. Ventas de banano como porcentaje de las ventas totales</b>	
	<b>1999</b>
Chiquita	40
Dole	35
Del Monte	55
Fyffes	30

*Fuente: Steeg (2001a).*

La empresa dejó de acogerse a las medidas de protección que se le concedían en virtud del capítulo 11 del Código y tiene previsto seguir reduciendo la deuda y disminuyendo los costos<sup>14</sup>.

Hasta los años setenta las empresas bananeras transnacionales estaban presentes en cada una de las etapas de la cadena de comercialización del banano, desde el cultivo hasta la venta al por menor. Eran propietarias de las plantaciones, de la infraestructura de transportes y de las instalaciones de maduración. Sin embargo, en los últimos 20 años las multinacionales se han alejado del cultivo directo para concentrarse en actividades de comercialización y distribución más concretas. Actualmente las multinacionales suelen establecer contratos de suministro a largo plazo con productores de banano locales independientes, en los que se especifican la forma del producto, las cantidades, las normas de calidad y de embalaje. En muchos casos las multinacionales también proporcionan los insumos con el propósito de controlar la calidad. De acuerdo con el Informe de 2002 sobre las inversiones en el mundo, la función de las ETN sigue siendo importante con respecto a los productos agrícolas más tradicionales (como el banano y otras frutas tropicales), aunque a menudo esa función adopta formas de colaboración más especializadas en que no hay participación en las acciones y que se concentran en la comercialización y la distribución. Ese es un cambio con respecto a la histórica función de las ETN en las cadenas de valor del

<sup>13</sup> La empresa Chiquita también se vio en problemas financieros cuando invirtió mil millones de dólares de los EE.UU. en 14 buques de refrigeración previendo la apertura del mercado de la CE en 1993, lo que no sucedió. Véase Plume (2002).

<sup>14</sup> En septiembre de 2002, procurando reducir los costos de logística, la empresa vendió cinco buques frigoríficos de lujo a la empresa Star Reefers por 54 millones de dólares, con lo cual redujo su flota a 11 buques, de los 30 de que disponía a mediados del decenio de 1990. Véase Dupin (2002).

sector alimentario, en que solían ser propietarias de las instalaciones de producción así como de los servicios de transporte y distribución.

Al aplicar esa estrategia de abandonar la producción directa<sup>15</sup>, las empresas multinacionales evitan los riesgos de producción, como los relacionados con los desastres naturales, así como los costos ambientales y sociales de la producción<sup>16</sup>. El productor local es el que tiene que hacer frente a esos costos y cumplir con las normas ambientales y sociales. Al mismo tiempo, las empresas bananeras siguen controlando la cadena de comercialización del banano por medio de sus contratos de suministro. Como la mayor parte del valor añadido del banano corresponde a las actividades de transporte y distribución, las empresas multinacionales se quedan con la mayor parte de las ganancias. Los productores independientes por lo general se organizan en asociaciones para negociar sus contratos con las multinacionales. Sin embargo, en algunas ocasiones los productores independientes han intentado comercializar su banano a nivel internacional y han obtenido diferentes resultados. En algunos casos, como el de Comunbana (una empresa multinacional comercializadora de banano creada por la Unión de Países Exportadores de Banano), el intento fracasó porque no disponía de la gran cantidad de capital necesario y por la falta de coordinación entre varios de los países productores. No obstante, en algunos casos la iniciativa ha tenido éxito, como en el de Uniban. El abandono de esas actividades por parte de las empresas multinacionales puede ofrecer nuevas oportunidades a los productores locales de los países en desarrollo interesados en entablar relaciones comerciales más directas con Europa, por ejemplo<sup>17</sup>.

Tradicionalmente el mercado internacional del banano se ha visto impulsado por la producción y las empresas bananeras transnacionales han desempeñado una función primordial en el establecimiento de las reglas del juego. No obstante, en los últimos decenios la situación ha cambiado. Las empresas bananeras vienen haciendo frente al desafío de la importancia cada vez mayor de los supermercados y las cadenas de minoristas en la distribución del banano en los países desarrollados, principalmente en la UE y los Estados Unidos. Esta tendencia también está aumentando en América Latina y Asia. Podría decirse que el mercado internacional del banano está experimentando un proceso que podría denominarse la inversión de la cadena de comercialización. La concentración y la consolidación cada vez mayor de las cadenas de minoristas han contribuido a mejorar su posición y a aumentar su poder en el mercado, y les ha permitido retroceder en la cadena de comercialización a fin de controlarla mejor, determinando las condiciones de producción y distribución del banano y beneficiándose de una mayor proporción de las ganancias, sin asumir necesariamente la propiedad directa.

Ese cambio de poder en la etapa final de la cadena de comercialización del banano, y respecto de la producción en general, está dando lugar a una coordinación vertical cada vez mayor, principalmente a través de las prácticas de gestión de la cadena de suministros utilizadas por las cadenas minoristas<sup>18</sup>. Los supermercados tienden a establecer relaciones a largo plazo con proveedores preferentes a fin de garantizar un suministro continuo manteniendo el nivel de calidad requerido<sup>19</sup>. Ello tiene como propósito racionalizar las operaciones mediante la eliminación de transacciones que no suponen valor añadido. De acuerdo con Van de Kastele (1998), para ajustarse a la evolución general del sector alimentario, la

---

<sup>15</sup> De acuerdo con la empresa Fyffes, el hecho de no ser propietario de las fincas ni de los buques da cierta flexibilidad que permite reestructurar la actividad bananera con más rapidez que los grandes competidores. Véase McCann (2002).

<sup>16</sup> Véase Chambron (1999).

<sup>17</sup> El abandono de las actividades de producción por parte de las empresas transnacionales de hecho abrió el mercado a algunos grupos de pequeños productores del Ecuador. Sin embargo, a raíz del reciente acuerdo entre la UE y los Estados Unidos sobre la diferencia relativa al banano en el marco de la OMC las empresas transnacionales dominan el 83% del mercado de la UE.

<sup>18</sup> Esta cuestión se desarrolla en el capítulo IV del presente estudio.

<sup>19</sup> Normalmente los contratos con empresas minoristas de banano tienen una duración de un año.

empresa Dole dejó de centrarse en la gestión de la oferta para concentrarse en los aspectos del mercado de la actividad bananera, prestando mucha más atención al fortalecimiento de su red de distribución y a los mecanismos de colaboración con el sector minorista para el suministro. Debido a la concentración del sector minorista en los Estados Unidos, Dole presta especial atención a los mecanismos de colaboración a largo plazo, que se basan en el suministro durante todo el año y requieren cada vez más apoyo logístico. Otra empresa que presta especial atención a las actividades de los minoristas es Chiquita; el 62% de sus ventas en América del Norte pasa para los 20 minoristas principales, cifra que en Europa es del 32%<sup>20</sup>.

Además, la creciente importancia de las preferencias de los consumidores en el mercado está determinando las estrategias de los supermercados. Actualmente el mercado está más impulsado por la demanda, con una clara orientación al consumidor. Como los consumidores son cada vez más conscientes de los problemas ambientales y sociales, las empresas bananeras se han visto obligadas a "mejorar su conducta" y modificar su comportamiento mediante códigos de conducta, la elaboración de normas y campañas<sup>21</sup>. Sin embargo, la crisis en la industria bananera y la disminución de los precios repercuten de manera más negativa en las partes más débiles de la cadena de suministro de banano, es decir, en los trabajadores y los pequeños productores, porque la necesidad de reducir gastos ha conducido a reducciones de los puestos de trabajo, los sueldos y los beneficios, y se han cerrado algunas plantaciones. Las empresas transnacionales de banano tienden a transmitir las dificultades a las que tienen que hacer frente en el contexto de una competencia cada vez mayor.

---

<sup>20</sup> Véase Chiquita (2001a).

<sup>21</sup> Por ejemplo, en 2001 Chiquita firmó un acuerdo con la Unión Internacional de Trabajadores de la Alimentación y la Coordinadora Latinoamericana de Sindicatos Bananeros (COLSIBA) sobre la libertad sindical, las normas laborales mínimas y el empleo en las operaciones bananeras en América Latina. En 2000 todas las fincas de Chiquita en América Latina obtuvieron la certificación de aptitud, según el Better Banana Project de la Rainforest Alliance, por cumplir con las normas ambientales y sociales.



### Capítulo III

#### ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE BANANO

El banano se cultiva en regiones tropicales donde la temperatura media es de 27° C y la pluviosidad anual de entre 200 y 250 cm. Los cultivos de banano necesitan suelos húmedos bien irrigados. De hecho, la mayoría del banano exportado se cultiva a una latitud de 30° a ambos lados del ecuador. El cultivo de banano es, por lo general, intensivo en mano de obra<sup>22</sup> ya que requiere un cuidado intensivo e individual: retirar la maleza, apuntalar las plantas para impedir que se doblen por el peso del fruto, y regarlas durante la estación seca. Para cosechar el banano se necesitan dos tipos de trabajadores: un "cortador" y un "cargador". El cortador corta la planta con un machete mientras que el cargador espera para colocarse el tallo cortado encima del hombro sobre un cojín grueso. A continuación el cortador corta el tallo para que el retoño pueda convertirse en planta madre. El cargador transporta el fruto y lo coloca en un cablevía elevado para su transporte a las instalaciones de empaquetado, donde trabajadores cualificados extraerán manualmente el banano<sup>23</sup>.

El banano está disponible durante todo el año y la oferta suele ajustarse en las distintas zonas sin crear desequilibrios importantes. Las empresas bananeras pueden abastecerse en distintos mercados, por lo que si existen problemas en una zona obtienen el banano de otras.

Entre los factores que influyen en la oferta de banano cabe destacar las condiciones climáticas y los huracanes, la disponibilidad de tierras cultivables, el rendimiento, la fertilidad del suelo, las enfermedades y plagas como la sigatoka negra, y las perturbaciones sociales como las huelgas. La disponibilidad de banano en los países importadores también depende de las capacidades de transporte y maduración. Los importantes avances en la tecnología de manipulación posterior a la cosecha han mejorado el control de la cadena de frío, lo que favorece el transporte a larga distancia.

El banano destinado a la exportación es principalmente del tipo Cavendish. Hasta los años sesenta la principal variedad fue la Gross Michel, pero fue sustituida por la Cavendish, que era más resistente a la enfermedad de Panamá aunque más susceptible a sufrir daños durante la manipulación. A partir de ese momento el banano empezó a empacarse en cajas.

La producción de banano muestra un carácter claramente dual, en el que los pequeños agricultores coexisten con las grandes plantaciones. Los sistemas de producción varían dependiendo de las zonas. Las plantaciones predominan en América Latina, y requieren grandes inversiones en infraestructura y tecnología para el transporte, el riego, los sistemas de avenamiento y las instalaciones de empaquetado, que generan economías de escala en la producción de banano. Estas plantaciones pueden tener una superficie de hasta 5.000 hectáreas y, por lo general, están controladas o son explotadas por grandes empresas transnacionales<sup>24</sup>. La producción de los pequeños agricultores es mucho menos intensiva en capital y más intensiva en mano de obra. Este sistema está presente principalmente en el Caribe ya que, debido a su topografía, no es posible utilizar el sistema de plantaciones. Así pues, el rendimiento es más bajo y los costos unitarios más elevados.

---

<sup>22</sup> Aunque en las grandes plantaciones el capital y la tecnología son más importantes.

<sup>23</sup> Véase International Banana Association (<http://www.eatmorebananas.com>).

<sup>24</sup> Según Banana Link, las empresas transnacionales de los Estados Unidos controlan directa o indirectamente el 60% de las exportaciones de banano de América Latina.

En el cuadro 5 se muestran las principales diferencias entre el cultivo del banano en los países del Caribe y los países de América Latina.

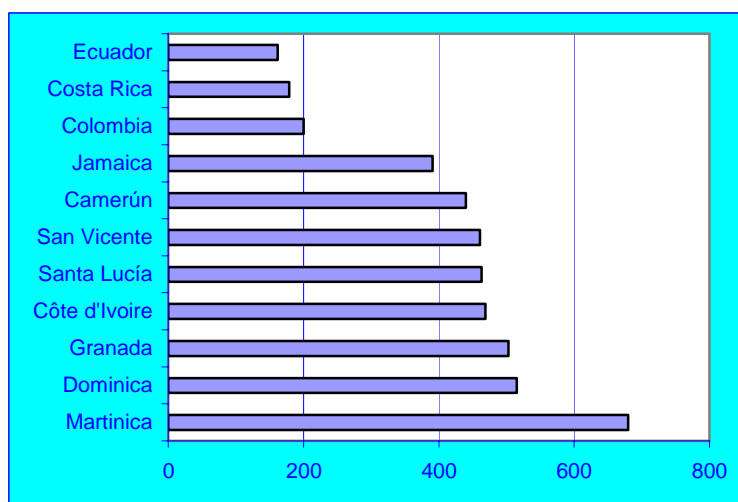
**Cuadro 5. Comparación de las condiciones para el cultivo del banano**

Países del Caribe	Países de América Latina
Zonas de cultivo montañosas. Disponibilidad de tierras limitada.	Grandes llanuras. Amplia disponibilidad de tierras.
Suelos pobres y bajo rendimiento (no más de 10 toneladas por acre).	Suelos ricos y alto rendimiento (18 a 24 toneladas por acre).
La mayoría son pequeños agricultores independientes.	Principalmente agricultura de plantaciones, a menudo propiedad de transnacionales, y operaciones integradas verticalmente.
Salarios superiores a los de América Latina.	Salarios bajos y precarias condiciones sociales de los trabajadores.
Costo unitario de los insumos muy elevado debido al reducido volumen y los distintos tipos de suelos.	Costo unitario de los insumos más bajo debido al elevado volumen. Precio FOB inferior debido a los salarios de mercado más bajos, los escasos beneficios sociales y las economías de escala.
Costos de transporte generalmente más elevados: menor volumen, más escalas.	Costos de transporte más bajos debido al elevado volumen.

*Fuente: Caribbean Banana Exporters Association.*

El gráfico 6 muestra una comparación de los costos de producción del banano en los distintos países de exportación.

**Gráfico 6. Costos de producción del banano (dólares de los EE.UU. por tonelada), 1997**



*Fuente: Chambron (2000).*

Han de tenerse en cuenta importantes factores ambientales y sociales en la producción de banano. Para lograr niveles de productividad más altos, la producción intensiva de banano en las plantaciones a gran escala precisa grandes cantidades de insumos externos como plaguicidas, funguicidas y otros productos agroquímicos para combatir enfermedades y plagas y mantener o aumentar la fertilidad de la tierra, que tienen efectos nocivos para el medio ambiente<sup>25</sup>. Estas prácticas relacionadas con la producción de banano pueden provocar la deforestación, la contaminación de ríos y aguas subterráneas, el deterioro de la biodiversidad y los suelos, y suponen un importante peligro para la salud de los trabajadores de ese sector. Además, en algunos países las condiciones laborales en las plantaciones de banano pueden ser difíciles. Los salarios de los trabajadores son muy bajos, al igual que los ingresos de los pequeños productores de banano. En algunos casos los derechos de sindicación y negociación colectiva están limitados<sup>26</sup>.

Debido a las diferencias entre los sistemas de producción de las distintas zonas, valdría la pena analizar las estructuras de producción de las principales regiones exportadoras de banano, prestando especial atención al principal exportador mundial, el Ecuador, así como a los países que más dependen de las exportaciones de banano, es decir los países del Caribe, y en particular los países de las Islas de Barlovento.

### A. AMÉRICA DEL SUR

La producción de banano en América del Sur se concentra sobre todo en el Ecuador y Colombia. En 2000, estos dos países ocuparon la primera y cuarta posición mundial entre los países exportadores de banano, y aportaron el 33,7% y el 13%, respectivamente, de las exportaciones mundiales de banano. La presencia de empresas transnacionales en estos países es mucho menor que en Centroamérica y muchos pequeños productores cultivan el banano junto a las grandes plantaciones. En ambos países hay ejemplos de empresas nacionales de banano que han obtenido resultados relativamente satisfactorios en los mercados internacionales.

El Ecuador es el mayor exportador y el segundo productor de banano a nivel mundial. El sector del banano es sumamente importante en ese país. La parte del Ecuador en el comercio internacional de banano aumentó considerablemente durante los años noventa. Una proporción importante del exceso de oferta en la economía mundial del banano se debe al aumento de las exportaciones disponibles del Ecuador, debido principalmente al aumento de las superficies cultivadas. Entre 1990 y 2000 las exportaciones de banano se incrementaron en un 80%. El banano es, junto con el petróleo, el principal producto de exportación del Ecuador. El país ha diversificado sus mercados de destino, debido sobre todo al régimen aplicado por la UE que restringió el acceso al mercado europeo. Según el SICA (Servicio de Información y Censo Agropecuario del Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador)<sup>27</sup>, en 2001 el 22% de las exportaciones de banano del Ecuador se dirigió a los Estados Unidos, el 20% a la Unión Europea, el 16% a la Federación de Rusia, el 3% a China y el 10% a los países sudamericanos. El Japón absorbió el 5%, según los datos de la FAO. En 2001 las exportaciones de banano contribuyeron en un 5% al PIB total y en un 44% al PIB agrícola. El acuerdo firmado en 2001 entre la UE y el Ecuador sobre la

---

<sup>25</sup> Para más información sobre esta cuestión véase, por ejemplo, Astorga (1998).

<sup>26</sup> En el ámbito de las cuestiones sociales, un grupo de derechos humanos ha publicado un polémico informe en el que se acusa a cinco empresas que operan en el Ecuador de vender banano de proveedores que emplean a niños y pasan por alto de manera sistemática las cuestiones relacionadas con la salud y la seguridad de los trabajadores; véase Human Rights Watch (2002). Como consecuencia de ello, el sector ecuatoriano del banano, representantes del sector público, instituciones nacionales y organizaciones de cooperación internacional, con la coordinación de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI), han elaborado un proyecto piloto para la erradicación del trabajo infantil.

<sup>27</sup> Véase el Proyecto SICA del Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador.

diferencia en el marco de la OMC ofrece buenas posibilidades para el banano ecuatoriano ya que en 2006 se introducirá un sistema únicamente arancelario<sup>28</sup>.

En 2000 el Ecuador exportó 3,9 millones de toneladas de banano que reportaron más de 900 millones de dólares de los EE.UU. La producción de banano, limitada en gran medida a la llanura costera del país, abarcó 143.961 hectáreas en 2000, lo representa un continuo crecimiento desde 1991, año en que esa cifra se situó en 99.118 hectáreas. El número de productores aumentó de 4.113 en 1994 a 5.983 en 2000. Según el SICA, el 80% de los productores de banano poseen plantaciones de menos de 30 hectáreas. Se calcula que en 2000 aproximadamente 1,1 millones de personas, de una población de 12,5 millones de habitantes, se beneficiaron directa o indirectamente de las exportaciones de banano del Ecuador<sup>29</sup>.

El Ecuador tiene empresas bananeras nacionales de gran importancia a nivel internacional, como Noboa (marca Bonita) y Reybanpac (marca Favorita). El sector ecuatoriano del banano se caracteriza por el hecho de que la producción está en manos de muchos agricultores pequeños y medianos independientes. La presencia de empresas transnacionales como productores directos de banano es mínima en el Ecuador debido a las restricciones sobre la propiedad de las tierras. No obstante, las exportaciones se concentran en unas pocas empresas, como Noboa (38%), Dole (18%), Favorita (16%), Palmar (8%) y Del Monte (8%), que controlan casi el 90% de las exportaciones<sup>30</sup>. Estas empresas fijan los precios pagados a los productores y su cadena de suministro verticalmente integrada les permite controlar muchas decisiones sobre la gestión de las explotaciones, como los insumos utilizados o el control de enfermedades. Las empresas transnacionales suelen servirse del Ecuador como estabilizador, obteniendo banano de ese país cuando escasea la producción en otras fuentes. Como consecuencia, de ello los pequeños agricultores tienen una independencia limitada ya que están en manos de los exportadores mediante prácticas como la agricultura contractual.

Para proteger los intereses de los productores de banano, el Gobierno establece el precio oficial mínimo que han de pagar los exportadores, aunque al parecer los exportadores no lo están respetando<sup>31</sup>. La política de establecer un precio de referencia mínimo para el banano se inició en 1980 como un intento de regular la actividad de producción de banano. El precio mínimo se define en la Ley Reformatoria a la ley de Banano No. 99-48, que reformó la Ley para Estimular y Controlar la Producción y Comercialización del Banano: "La Función Ejecutiva a través de un Acuerdo Interministerial dictado por los Ministros de Agricultura y Ganadería y, de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Turismo, fijará en forma periódica y en dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, el precio mínimo de sustentación que, de modo obligatorio, deberá recibir el productor bananero (al pie del barco), por parte de toda persona natural o jurídica que comercialice, por cualquier acto o contrato de comercio permitido por la Ley, los distintos tipos autorizados de cajas conteniendo banano de exportación. También fijará los precios mínimos referenciales (FOB) a declarar por parte del exportador. Para este fin, el Ministerio de Agricultura y Ganadería organizará mesas de negociación, cada tres meses, en las que participarán representantes de los productores y exportadores con los dos Ministros de Estado, para establecer dichos precios de manera consensuada. De no lograr establecer precios mínimos de mutuo acuerdo los dos Ministros, en un plazo de siete días, procederán a fijar los mismos sobre la base del costo promedio de producción nacional. El precio mínimo de sustentación es el equivalente al costo de producción

---

<sup>28</sup> Para más información sobre esta cuestión, véase la sección dedicada al régimen bananero de la UE.

<sup>29</sup> Véase FAO (2001c).

<sup>30</sup> Helling y Higman (2002).

<sup>31</sup> Para información mas detallada sobre la situación del banano en el Ecuador véase Espinel (2001) y Universidad de Especialidades Espíritu Santo (2001). Además, el estudio del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA, 2002) revela los efectos positivos y negativos de las distintas políticas de comercio exterior, las medidas de ajuste estructural y los reglamentos nacionales e internacionales sobre el desarrollo sostenible del sector bananero.

promedio nacional, más una utilidad razonable de cada uno de los distintos tipos autorizados de cajas conteniendo banano de exportación. Se fijará en dólares de Estados Unidos de Norteamérica, que se los pagará en sucres a la cotización establecida por el Banco Central del Ecuador a la fecha de pago al productor." El 1° de octubre de 2002 se convino en que el precio de la caja de banano más representativa sería de 3 dólares de los EE.UU. para el último trimestre del año, tras una propuesta del Consejo Consultivo del Banano. No obstante, en vista de los bajos precios pagados en el mercado internacional del banano y de que los exportadores no pagaban el precio mínimo, algunos productores propusieron suspender las exportaciones durante cierto tiempo para mejorar los precios. El Gobierno está decidido a hacer cumplir la ley mediante la suspensión de las licencias de exportación a las empresas que no paguen el precio mínimo.

El sector bananero del Ecuador tiene algunas ventajas competitivas, como el clima favorable que permite una oferta continua, la existencia de capacidades de embalaje y sistemas de transporte adecuados, y los bajos costos laborales. No obstante, el sector se enfrenta a muchos problemas, como la venta en mercados en los que los precios y el volumen son bajos y las fluctuaciones cíclicas elevadas (países de Europa oriental, Asia y otros países de América Latina), la situación geográfica y la necesidad de atravesar el Canal de Panamá para ir a Europa, los limitados avances en el desarrollo de productos con mayor valor añadido, la baja productividad en comparación con otros países de América Latina y el comportamiento ecológico<sup>32</sup>. Actualmente uno de los retos más importantes para el sector ecuatoriano del banano es actualmente el respeto de los derechos humanos. El Gobierno del Ecuador trata de aumentar la competitividad de los productores de banano en el mercado internacional. Con este objetivo, CORPEI, la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones del Ecuador, ha preparado un estudio sobre la competitividad en el sector bananero, que servirá de base para la elaboración de un plan estratégico en ese sector<sup>33</sup>. Este estudio confirma que los costos de producción en el Ecuador son inferiores a los de Costa Rica, aunque también el rendimiento es más bajo. La competencia con el banano de África y Centroamérica en cuanto a costos de transporte se compensa con esos costos de producción más bajos.

En Colombia, el sector de la exportación de banano es relativamente menos importante que en el Ecuador. En 2000 las exportaciones de banano representaron el 16,5% de las exportaciones agrícolas y el 3,7% de las exportaciones totales, frente al 61,1% y el 16,7%, respectivamente, en el caso del Ecuador. Según la Asociación de Bananeros de Colombia (Augura)<sup>34</sup>, en Colombia se dedican al cultivo del banano 40.000 hectáreas, 10.000 de ellas situadas en el departamento del Magdalena y 30.000 en la región del Urabá antioqueño. La industria del banano genera en el país 22.000 puestos de trabajo de manera directa, 16.000 de ellos en Urabá, y unos 65.000 de manera indirecta. Las exportaciones de banano representan aproximadamente el 30% de las exportaciones agrícolas de Colombia, y compiten con las flores por el segundo lugar después del café. El banano se exporta a través de empresas comerciales creadas en virtud de la legislación colombiana. De siete empresas, Uniban, Banacol, Sunisa y Bagatela son propiedad de accionistas colombianos. Banadex es propiedad de Chiquita Brand, el 60% de Conserba pertenece a Del Monte y Proban es propiedad de Dole Foods. Una de las razones que pueden explicar la escasa presencia de empresas transnacionales en la producción de banano en este país es la agitación social, sobre todo porque ésta afecta principalmente a las zonas de producción de banano. No obstante, la estructura de la producción nacional de banano en Colombia ha ido aumentando desde hace muchos años, y una importante proporción de ésta se basa en cooperativas.

---

<sup>32</sup> Véase UNCTAD (2001).

<sup>33</sup> Véase CORPEI (2002 a, 2202 b). La posición competitiva del banano del Ecuador también se analiza en Rosero (2001).

<sup>34</sup> Véase Augura: <http://www.augura.com.com>

## B. EL CARIBE

Aunque el porcentaje de las exportaciones de banano del Caribe en las exportaciones mundiales de ese producto es bajo (2,41% en 2000), el banano es uno de los productos básicos más importantes para los países del Caribe, sobre todo para los de las Islas de Barlovento (Dominica, Granada, Santa Lucía y San Vicente y las Granadinas). Estos países pueden caracterizarse como exportadores de un único producto básico (véase el anexo estadístico 3). Sus economías dependen de la evolución de la producción y las exportaciones de banano, en especial en Santa Lucía, donde las exportaciones de este producto representaron el 83,2% de las exportaciones agrícolas y el 49,6% de las exportaciones totales en 2000<sup>35</sup>. En 1998, el banano representó cerca del 40% de las exportaciones totales en las Islas de Barlovento, más del 30% de la población activa total trabajaba en ese sector y casi el 40% de la población dependía de la producción y las exportaciones de banano<sup>36</sup>.

En esos países el banano se cultiva en pequeñas explotaciones familiares de zonas montañosas que por lo general tienen un bajo rendimiento y costos elevados. El banano es el único cultivo que dura todo el año que puede ofrecer ingresos semanales regulares a los pequeños agricultores y que puede recuperarse rápidamente de las frecuentes catástrofes naturales que se producen en esa zona. No obstante, como ya se ha indicado, los costos de producción son superiores a los de los países de América Latina, a pesar de que el banano de esta región se considera de peor calidad. Por lo tanto, estos países tienen una desventaja competitiva frente al "banano dólar".

Debido a circunstancias históricas, el mercado de la Unión Europea, en especial el Reino Unido, es muy importante para las exportaciones de banano de estas pequeñas economías insulares<sup>37</sup>. El banano del Caribe se benefició de un trato preferencial en el mercado del Reino Unido hasta 1993, cuando ese trato se incluyó en el régimen de la Unión Europea para la importación de banano. No obstante, en los últimos años los países del Caribe se han visto afectados por la diferencia en la OMC sobre el régimen de la UE. El acuerdo por el que se soluciona esta diferencia provocará una erosión del nivel de preferencias en 2006<sup>38</sup> y puede causar perturbaciones importantes en las economías de esos países y dificultar la adaptación de los agricultores a la nueva situación. El banano del Caribe también se ha visto afectado por los bajos precios internacionales de ese producto y las exigencias de una mayor calidad<sup>39</sup>. Como consecuencia de esos problemas, una gran parte de los productores de banano abandonaron el sector durante los años noventa, al no poder mantener los márgenes de beneficio. El volumen de exportación de banano de los países de las Islas de Barlovento a finales de los noventa fue considerablemente inferior al de principios de esa década. Para hacer frente a estos problemas, el sector del banano se está

---

<sup>35</sup> En FAO (1999 a) figura un estudio sobre la relación entre las exportaciones de banano, los ingresos y el empleo en Santa Lucía.

<sup>36</sup> Véase Liddell, I., *Unpeeling the Banana Trade*, Fairtrade Foundations, Londres, 2000.

<sup>37</sup> Véase Godfrey, G., *A Future for Caribbean Bananas. The Importance of Europe's Banana Market to the Caribbean*, *Oxfam GB Policy Paper*, marzo de 1998.

<sup>38</sup> Las consecuencias de la eliminación de las preferencias respecto del banano del Caribe se analizan en OIT (1999).

<sup>39</sup> De hecho, Granada casi dejó de exportar banano a finales de los noventa al no poder cumplir los requisitos en materia de calidad. Además, según el Ministerio de Agricultura de Santa Lucía, se ha estimado que, entre 1992 y 1997, el 49% de los agricultores de Santa Lucía abandonaron la industria del banano. Véase Ministerio de Agricultura de Santa Lucía (2002). El Gobierno de Santa Lucía ha decidido poner en marcha un programa de urgencia para la recuperación del banano con objeto de frenar el deterioro de la industria bananera.

modernizando y reestructurando a fin de que pueda competir en el mercado internacional<sup>40</sup>. Los países del Caribe también están tratando de diversificar su producción hacia el banano biológico y de comercio equitativo<sup>41</sup> y están emprendiendo actividades alternativas como el turismo. No obstante, debido al tipo de tierra y a las características propias de estos países, la diversificación horizontal es difícil y hay pocas alternativas al cultivo del banano. El futuro de la industria del banano en el Caribe dependerá de su capacidad para aumentar el rendimiento de la producción, reducir los costos y dirigirse hacia mercados con nichos como el banano ecológico y de comercio equitativo.

Los principales operadores de la industria del banano en las Islas de Barlovento son las asociaciones nacionales de cultivadores de banano, establecidas por leyes parlamentarias, aunque actualmente la mayoría se está privatizando. Estas asociaciones antiguamente tenían el derecho exclusivo de comprar banano para la exportación. La Empresa de Exportación y Desarrollo del Banano de las Islas de Barlovento (WIBDECO) se encarga de la comercialización y la manipulación portuaria del banano exportado. En 1995, Geest Bananas Industries Ltd., que hasta ese momento había sido el exportador exclusivo de banano de las Islas de Barlovento en colaboración con las asociaciones de cultivadores de banano, fue adquirida por una nueva empresa conjunta de comercialización establecida al 50% por WIBDECO y Fyffes, con el fin de realizar los cambios y la reestructuración necesarios para adaptar el sector del banano al contexto internacional cada vez más competitivo. Los accionistas de WIBDECO son los gobiernos de los cuatro países de las Islas de Barlovento y las asociaciones de cultivadores de banano: Dominica Banana Marketing Corporation (DBMC), Saint Lucia Banana Corporation (SLBC), Saint Vincent Banana Growers' Association (SVBGA) y Grenada Banana Co-operative Society (GBCS).

La gestión de la industria del banano de las Islas de Barlovento por WIBDECO también incluye la prestación de apoyo técnico y agronómico a los productores para ayudarles a alcanzar los niveles de control de calidad necesarios para convertirse en productores autorizados. Se ha establecido un programa de agricultores autorizados con objeto de aumentar el volumen de banano de calidad cultivado en las islas y garantizar que esta fruta de calidad superior pueda identificarse en cada explotación. Esto es cada vez más importante ya que los minoristas buscan esas fuentes de abastecimiento desde la producción de la fruta de manera que los problemas pueden identificarse y solucionarse rápidamente. Esto contribuye a que el banano de las Islas de Barlovento sea el firme favorito entre los principales clientes del Reino Unido<sup>42</sup>.

### C. CENTROAMÉRICA

Los países de Centroamérica, como región, ocupan el primer lugar entre los productores y exportadores mundiales de banano, aunque su porcentaje en el comercio del banano disminuyó durante los años noventa. Los principales destinos de los exportadores de banano de Centroamérica son los Estados Unidos y la Unión Europea. Los costos de producción en esta región son superiores a los del Ecuador pero inferiores a los de los países del Caribe, y la producción es relativamente eficiente, con un alto rendimiento y un nivel de calidad adecuado. En esos países el sector del banano está claramente orientado a la exportación y representa una parte importante de los ingresos por ese concepto. El desarrollo económico se ha vinculado durante muchos años al aumento de la producción de productos básicos como el azúcar, el banano y el café. No obstante, como se muestra en el anexo estadístico 3, el porcentaje de las exportaciones de banano de los principales países exportadores de Centroamérica (con

---

<sup>40</sup> Véase Ahmed, B., *The Impact of Globalization on the Caribbean Sugar and Banana Industries*, *The Society for Caribbean Studies Annual Conference Papers*, Vol. 2, 2001 y Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), *Industrialization, New Technologies and Competitiveness in the Caribbean*, LC/CAR/G.614, Puerto España, 12 de junio de 2000.

<sup>41</sup> Las oportunidades que se ofrecen al comercio equitativo del banano de las Islas de Barlovento, en particular en el Reino Unido, se analizan en Liddell (2000).

<sup>42</sup> Véase Windward Bananas: <http://www.windwards-bananas.co.uk/>.

excepción de Guatemala) en las exportaciones agrícolas y las exportaciones totales de mercancías disminuyó durante la década de los noventa. Esto puede deberse a los esfuerzos por diversificar las exportaciones de la región, junto con la incierta situación del comercio internacional del banano durante ese período. Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)<sup>43</sup>, la superficie de los cultivos de banano aumentó de 74.700 hectáreas en 1985 a 110.600 en 1998; el mayor incremento se produjo en Costa Rica, donde se encuentra la mitad de los cultivos de banano de la región. En Costa Rica y Panamá las exportaciones de banano representan más de una quinta parte de PIB agrícola. Sin embargo, la crisis del sector bananero de finales de los noventa seguía afectando considerablemente a las economías de Centroamérica. Muchos productores independientes han quebrado y algunas empresas transnacionales están cerrando plantaciones y reduciendo contratos en razón de los bajos niveles de rentabilidad (por ejemplo, Chiquita anunció a finales de 2002 el cierre de las operaciones de la empresa en la costa pacífica de Panamá debido a las pérdidas ocasionadas por las huelgas, el clima desfavorable y los elevados costos de producción). Además, como consecuencia del huracán Mitch de 1998, el cultivo de banano quedó prácticamente paralizado en Honduras, mientras que las zonas de producción bananera de Guatemala y Nicaragua se vieron gravemente afectadas y necesitaron tiempo para recuperarse antes de poder volver a producir.

La principal característica de la producción y las exportaciones de banano en América Central es el predominio de empresas bananeras transnacionales estadounidenses en ese sector, que controlan directa o indirectamente más del 60% de las exportaciones de banano de la región. Aunque existen muchos productores independientes (en Costa Rica aportan más de la mitad de las exportaciones de banano), éstos venden la mayor parte del banano a empresas transnacionales para que lo comercialicen en el mercado internacional. Por ejemplo, según el Informe sobre Responsabilidad Corporativa 2001 de Chiquita, las exportaciones de esta empresa representan el 30% de las exportaciones de banano en Costa Rica, el 45% en Guatemala, el 46% en Honduras, el 89% en Panamá y el 100% en Nicaragua.

El cultivo de banano en Centroamérica se realiza principalmente a través de un sistema de grandes plantaciones. El país más representativo de la región es Costa Rica, que en 2000 fue el segundo país exportador de banano del mundo, aportando un 16,1% de las exportaciones mundiales de banano. Según la Corporación Bananera Nacional (Corbana), el banano representó la segunda fuente de ingresos de exportación de la economía de Costa Rica, con una contribución de más de 600 millones de dólares de los Estados Unidos en 1999. Además, la actividad bananera genera alrededor de 40.000 oportunidades de empleo directas y 100.000 indirectas. Es la principal fuente de trabajo del 93% de la población económicamente activa de la provincia de Limón y genera ingresos básicos para más de 50.000 personas<sup>44</sup>. En agosto de 2002, tras la difícil situación del sector del banano y muchos años de solicitudes de ayuda, el Gobierno de Costa Rica creó un fondo de garantía y emitió bonos por un valor de 75 millones de dólares, con el fin de evitar la quiebra de los productores independientes mediante la reestructuración de su deuda. Para financiar el fondo se aumentó el impuesto aplicable a las exportaciones de banano de 0,08 dólares a 0,11 dólares por caja. Además, el Gobierno, previa consulta con los productores nacionales de banano, establece un precio oficial mínimo. Ese precio se fijó en 5,60 dólares por caja para el primer semestre de 2003. Las empresas transnacionales se opusieron porque habían firmado ya contratos con los productores y no habían sido consultadas al respecto. Esas empresas anunciaron que tendrían que ajustar las cantidades compradas, ya que el precio mínimo sería superior al precio del banano procedente de otros países. Por lo que respecta a la labor de promoción, los representantes de los productores de banano (Corbana, la Cámara Nacional de Bananeros y la Cámara Nacional de Productores Independientes de Banano) están preparando una campaña de imagen para

---

<sup>43</sup> Para un análisis más a fondo de las tendencias y las perspectivas de esos sectores de exportación en Centroamérica, véase CEPAL (2000 b).

<sup>44</sup> En FAO (1999 a) figura un estudio sobre la relación entre las exportaciones de banano, los ingresos y el empleo en Costa Rica.



diferenciar el banano de Costa Rica del resto, basándose en las condiciones sociales y ambientales y en la calidad. En ese contexto, Corbana inició la campaña "Banano de Costa Rica el mejor del mundo" en la que se describe al banano de Costa Rica en la etiqueta como "el mejor del mundo".

#### D. ÁFRICA

África no es una de las principales regiones exportadoras de banano. La mayoría del banano producido en África es para consumo local. Se cultiva banano principalmente para la exportación sólo en dos países africanos, Côte d'Ivoire y el Camerún, que en conjunto proporcionaron el 3,62% de las exportaciones mundiales en 2000. El banano de exportación se cultiva en ambos países principalmente mediante el sistema de plantación. Las exportaciones de banano se dirigen casi exclusivamente a la Unión Europea, sobre todo a Francia.

En el Camerún la industria del banano prácticamente volvió a renacer a finales de los ochenta, coincidiendo con el inicio de la asociación entre la Corporación para el Desarrollo del Camerún (CDC) y Del Monte en las plantaciones de la costa occidental y la privatización de la Organisation Camerounaise de la Banane (OCB) en la región interior de Moungo. Muchos opinan que la prosperidad del sector bananero es importante para la estabilidad del Camerún. Las plantaciones de banano están situadas tanto en la parte del Camerún occidental (antiguo Camerún británico) como en las del Camerún oriental (antiguo Camerún francés), operando la CDC en la zona anglófona y la Compagnie Fruitière predominantemente en la zona francófona. La reactivación de la industria bananera del Camerún se produjo como consecuencia de un repunte de las inversiones realizadas a finales de los ochenta por la empresa francesa Compagnie Fruitière que operaba en las plantaciones de Moungo, la empresa estadounidense Del Monte en asociación con la CDC en Tiko y, más tarde, Agrisol, una empresa europea que explotaba la plantación de banano de la CDC en Ekona. Ello fue el resultado de la recuperación de la demanda de banano en Europa y el reposicionamiento de las empresas internacionales de fruta en previsión de la creación del mercado único europeo en 1993, con inversiones de las empresas estadounidenses (Del Monte y Dole) en el Camerún y Côte d'Ivoire, así como en empresas europeas. La modificación del régimen del banano en 1993 con la creación del mercado único europeo permitió un mayor movimiento del banano entre los países de la UE y mejoró el acceso del banano no procedente de los países ACP. Sin embargo, los acuerdos de licencias de importación ("plan de asociación") concedieron a empresas europeas una parte de las licencias para la importación desde países que no fueran de África, el Caribe o el Pacífico, creando así un incentivo para las fusiones entre las empresas europeas y las multinacionales estadounidenses. Por ejemplo, Dole compró una participación mayoritaria de la Compagnie Fruitière. Se consideró que, entre los países ACP exportadores de banano, el Camerún y Côte d'Ivoire eran los que ofrecían mejores perspectivas para una rápida expansión de la producción, debido a la calidad de las condiciones de cultivo y los bajos costos laborales<sup>45</sup>.

En Côte d'Ivoire el éxito relativo del banano se debe a la OCAB (Office de Commercialisation de l'Ananas et de la Banane), una poderosa institución que se ocupa de la producción, las exportaciones y las relaciones con los mercados de la UE y los países ACP. Los grandes productores, que controlan el 95% de la producción total, dirigen la producción de banano. Se trata por lo general de empresas familiares con actividades en muchos países africanos de habla francesa. El grupo más importante es SCB (Société de Commercialisation de la Banane)-Compagnie Fruitière (donde Dole tiene una participación mayoritaria), que controla el 56% de las exportaciones de banano. Asimismo, Chiquita comercializa el 27% de las exportaciones de banano a través de Banador.

---

<sup>45</sup> Véase Hubbard (2000).

Ghana ha empezado a exportar banano recientemente, sobre todo a través de la plantación de Volta River Estates<sup>46</sup>, la única plantación de banano para la exportación del país y que recibe un fuerte apoyo estatal. Esta plantación ha incorporado actividades de comercio equitativo y prácticas favorables al medio ambiente. Somalia fue un importante exportador de banano hasta principios de los noventa. Sin embargo, tras el conflicto, la producción de banano prácticamente ha desaparecido.

## E. ASIA

Asia es una de las principales regiones productoras de banano. Sin embargo, no es una importante región de exportación, ya que en 2000 solo aportó el 15,25% de las exportaciones mundiales de banano. El grueso de las exportaciones asiáticas procede de un país, Filipinas, que fue el tercer exportador mundial en 2000 y aportó el 13,67% de las exportaciones de todo el mundo. El banano de Filipinas se exporta principalmente al Japón y, como ya se ha indicado, más del 70% del banano que se consume en ese país procede de Filipinas. El banano de exportación se cultiva principalmente en plantaciones controladas por empresas transnacionales estadounidenses, como Dole a través de Stanfilco, y por propietarios locales, como Lapanday y Marsman-Drysdale, mediante la Asociación Filipina de Productores y Exportadores de Banano.

En 1998, el Congreso de Filipinas aprobó la Ley general de reforma agraria (CARL). En esa Ley se ofrecía a los trabajadores de plantaciones la posibilidad de poseer tierras que habían sido arrendadas a empresas transnacionales y grandes productores o que éstas poseían. Sin embargo, los grandes terratenientes y propietarios de explotaciones comerciales pidieron un aplazamiento de diez años para la distribución de sus tierras con objeto de recuperar sus inversiones. Las empresas tuvieron que pagar a los trabajadores un porcentaje de la producción y los beneficios además de los salarios y prestaciones. Durante este período, el Departamento de Reforma Agraria debía adoptar las medidas necesarias para adquirir las tierras abonando una indemnización justa y preparando a los beneficiarios de la reforma agraria para la adquisición y administración de las tierras en su momento. Mediante este proceso los trabajadores se convertirían en propietarios de tierras, pero las grandes empresas seguirían comercializando el banano y, por lo tanto, controlarían la producción<sup>47</sup>.

---

<sup>46</sup> Véase Blowfield y Gallet (1998).

<sup>47</sup> Para más información sobre la reforma agraria en Filipinas, véase Department of Agrarian Reform <http://www.dar.gov.ph> y Philippine Peasant Institute, [http://www.ppi.org.ph/publications/land\\_tenure/rds/rds\\_banana.htm](http://www.ppi.org.ph/publications/land_tenure/rds/rds_banana.htm) Véanse también Borrás y Quiamba (1999, 2001).

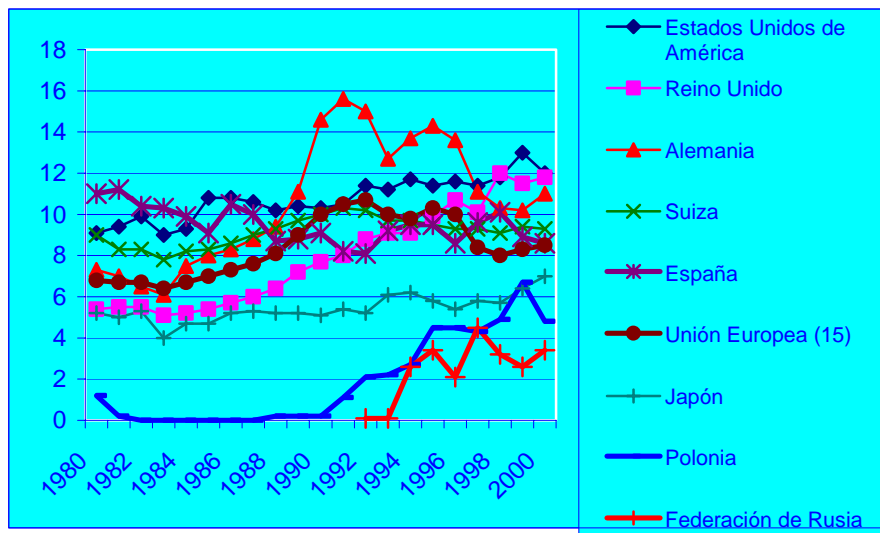
**EVOLUCIÓN DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DEMANDA DEL BANANO**

El análisis de los diferentes factores que influyen en la demanda de banano es de vital importancia, en particular si se tiene en cuenta el actual exceso de oferta de banano en el mercado internacional. Los elementos más importantes que han determinado los cambios en el mercado internacional del banano han sido los nuevos hábitos de los consumidores, como la preferencia cada vez mayor por los alimentos de producción biológica, de comercio equitativo y étnicos. También merece atención la importancia cada vez mayor de las cadenas minoristas en la distribución del banano, que está llevando a lo que se podría denominar una inversión de la cadena de comercialización del banano. Por último, es importante estudiar la función desempeñada por el acceso al mercado del banano en los países consumidores, en particular la creación del régimen bananero de la UE y la diferencia subsiguiente en la OMC. Esos cambios han afectado en gran medida a los países en desarrollo exportadores de banano, en particular a los que dependen específicamente de su exportación, como los países de las Islas de Barlovento, que deben reestructurar su industria bananera para adaptarse al nuevo régimen. Es posible que la existencia de los nichos de mercado señalados (banano biológico, de comercio equitativo y étnico) constituya una oportunidad para ellos.

**A. LA EVOLUCIÓN DEL CONSUMIDOR DE BANANO**

Los bananos de exportación se consumen principalmente en los países desarrollados. En 2000, más del 65% de esos bananos se exportaron a los Estados Unidos (el 31,4%), la Unión Europea (el 25,6%) y el Japón (el 8,4%). Los nuevos mercados emergentes del banano, como China<sup>48</sup> y la Federación de Rusia<sup>49</sup>, están demostrando grandes posibilidades de aumentar el consumo de bananos per cápita. En el gráfico 7 se indica la evolución del consumo de banano per cápita en diferentes países consumidores durante los últimos decenios del siglo XX.

**Gráfico 7. Oferta de banano per cápita por año (kg)**



Fuente: FAO.

<sup>48</sup> Las importaciones de bananos representaron el 57% del total de las importaciones de fruta fresca entre 1992 y 1994 y el 64% entre 1998 y 2000. Véase Huang (2002).

<sup>49</sup> En FAO (1999 c) figura una evaluación del mercado ruso del banano.

El banano se considera la fruta favorita del mundo<sup>50</sup>. El mercado del banano en los países desarrollados depende cada vez más de la demanda y de la satisfacción del cliente<sup>51</sup>. Los patrones de consumo han cambiado en los últimos decenios. En las decisiones relativas a la demanda de alimentos han perdido importancia los factores cuantitativos y la han ganado los factores cualitativos, lo cual está influyendo en el consumo de banano. Los consumidores tienden a pedir productos alimenticios de mayor valor.

Tradicionalmente, la demanda del banano dependía de los niveles de ingresos, los precios (del banano y de las frutas de sustitución) y el crecimiento de la población. La elasticidad de los precios del banano suele ser baja, aunque no se dispone de datos precisos. Es posible que la elasticidad de los ingresos sea baja en los países más desarrollados, donde el banano no es un producto de lujo. De hecho, la mayoría de los principales mercados de consumo, que son también mercados bastante maduros, muestran un consumo per cápita relativamente estancado<sup>52</sup>. Sin embargo, en los países de más bajos ingresos, la elasticidad de los ingresos quizás sea significativamente mayor, ya que el banano podría seguir considerándose una fruta de lujo. A medida que los ingresos aumenten en esos países, cabe esperar un aumento correspondiente en el consumo de bananos.

Los consumidores de los países desarrollados se han vuelto más refinados y exigentes en relación con los bananos que consumen, tal como ha ocurrido con el consumo de productos hortofrutícolas y alimentos en general. Los consumidores son cada vez más conscientes de que comer más fruta fresca es beneficioso para su salud y su nutrición<sup>53</sup>. Asimismo, los consumidores se interesan más por las cuestiones dietéticas y por consumir más alimentos bajos en grasas y azúcares, lo cual favorece el consumo de fruta. La campaña “cinco al día”, que fue iniciada por la Produce for Better Health Foundation en los Estados Unidos y a continuación se extendió a todo el mundo, está fomentando el consumo de fruta por motivos de salud<sup>54</sup>. Las posibilidades de aumentar el consumo de fruta por esos motivos son grandes, ya que el consumo de fruta sigue por debajo de los niveles recomendados.

---

<sup>50</sup> En los Estados Unidos, por ejemplo, los resultados de un estudio llevado a cabo por la International Banana Association (Asociación Internacional del Banano) (<http://www.eatmorebananas.com>), *Banana Facts from 2001 Consumer Research* (Datos sobre el banano a partir del estudio de consumo realizado en 2001), indican que las actitudes en torno al banano son abrumadoramente positivas y que, a la luz de las opiniones favorables y las modalidades de uso en todos los grupos de edad, existen oportunidades para aumentar el consumo de banano en los Estados Unidos. El primer puesto del banano se menciona también en Cook (2001) y Pollack (2001). La situación de las importaciones de fruta fresca de los Estados Unidos se estudia en Cuellar (2002). En cuanto al Japón, véase JETRO (2000). En Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries (2002) figura un análisis de los mercados de fruta fresca en la Unión Europea.

<sup>51</sup> El Servicio de Estudios Económicos del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos ha emprendido un proyecto sobre cambios estructurales y las nuevas prácticas comerciales en los mercados de productos alimenticios con el fin de analizar la estructura cambiante de esos mercados. Véase <http://www.ers.usda.gov/briefing/foodmarketstructures/change.htm>.

<sup>52</sup> Según el CBI, *EU Market Survey on Fresh Fruit and Vegetables for 2001* (Estudio del mercado de frutas y hortalizas frescas en la UE en 2001), el mercado está saturado y los niveles de consumo en 1999 eran prácticamente los mismos que en los años precedentes.

<sup>53</sup> El banano es rico en potasio, hidratos de carbono y fibra, así como en vitaminas, y representa una fuente de energía muy buena. Comer bananos puede ayudar a prevenir las enfermedades coronarias y el cáncer (véase <http://www.fruitveg.com> o <http://www.5aday.com>).

<sup>54</sup> En Europa, la promoción de las frutas y hortalizas por motivos de salud se lleva a cabo mediante el proyecto Frutas y Hortalizas para la Salud.

La inocuidad de los alimentos se ha convertido también en una cuestión muy importante, en particular tras los casos de alimentos contaminados en Europa. Los consumidores exigen que los alimentos que consumen sean de mayor calidad y se interesan por el sabor, el aspecto y la forma del banano<sup>55</sup>. Quieren estar informados sobre los alimentos que consumen mediante un etiquetado apropiado y sistemas de seguimiento y rastreabilidad. Asimismo, están interesados en la innovación, por lo que aprecian cada vez más la variedad y piden nuevas y exóticas variedades de bananos y productos bananeros. La tendencia en el sector de productos hortofrutícolas en general es la presencia de grandes marcas productoras y empresas privadas innovadoras. En cuanto al banano, existen ya algunas marcas muy establecidas. Algunos observadores del sector creen que el consumo de banano en los Estados Unidos se benefició de la presencia de marcas establecidas, lo que permitió aumentar el consumo de 8,8 kg per cápita en 1976 a 14,2 kg per cápita en 1999 (Cook, 2001).

Al mismo tiempo, los nuevos estilos de vida han aumentado la preferencia por alimentos rápidos y fáciles de preparar. La comodidad se ha convertido en un factor importante de la demanda de productos hortofrutícolas. El banano se ve favorecido por esa tendencia de consumo, ya que es la fruta práctica por excelencia con un envoltorio biodegradable. El banano es un buen tentempié y se ha convertido en un producto de consumo por impulso, que compite con los tentempiés empaquetados. Las empresas distribuidoras de bananos son conscientes de esos cambios y se han movido en la dirección indicada para atraer a los consumidores mediante sus campañas publicitarias, utilizando, por ejemplo, bananos con la marca Disney o incluso un juego de computadora relacionado con el banano. Las campañas publicitarias de las empresas transnacionales pueden haber influido en la preferencia de los europeos por los bananos grandes, de color amarillo brillante y uniformes, como los que esas empresas distribuyen.

Además, los consumidores se preocupan cada vez más por las condiciones de producción del banano, tanto ambientales como sociales. Son cada vez más conscientes de los daños ambientales causados por los métodos de producción intensiva aplicados en las plantaciones y de la utilización de productos agroquímicos y plaguicidas. Al mismo tiempo, se interesan por la mejora de las condiciones laborales de los productores de bananos, como el pago de salarios justos a los trabajadores y por que se garanticen precios justos a los pequeños productores. Así pues, los consumidores exigen más bananos biológicos y de comercio equitativo en un contexto general de expansión de los productos alimenticios de agricultura biológica. Los casos de alimentos contaminados también influyen en la demanda creciente de bananos biológicos, aunque no está claro científicamente que comer productos biológicos sea mejor para la salud que comer productos no biológicos. Además, la preferencia cada vez mayor por consumir productos exóticos y étnicos aumenta la demanda de nuevas variedades de bananos.

## **B. POSIBILIDADES DE NICHOS DE MERCADO DEL BANANO: BANANOS BIOLÓGICOS, DE COMERCIO EQUITATIVO Y EXÓTICOS**

La evolución de las características de la demanda del banano ha propiciado cierta diferenciación del producto en el mercado. Las preferencias del consumidor han favorecido la aparición de nuevos segmentos o nichos de mercado, que pueden ofrecer oportunidades comerciales a los países en desarrollo productores de banano. Los pequeños productores de banano pueden beneficiarse particularmente de esas oportunidades, ya que pueden obtener sobrepuestos que les permitan seguir produciendo banano en un contexto de liberalización del mercado que entraña una competencia cada vez mayor de las plantaciones de bananos a gran escala que producen a un menor costo. En los países que dependen mucho de los ingresos obtenidos de la exportación del banano, los productores pueden captar un mayor valor añadido diversificando su base de producción del banano, aumentando así sus ingresos y reduciendo la pobreza<sup>56</sup>.

---

<sup>55</sup> El Codex Alimentarius establece los requisitos mínimos de calidad del banano (<http://www.codexalimentarius.net/docsearch/docs/en/v5b26en.doc>).

<sup>56</sup> Véase Holderness y otros (1999).

Esos nichos de mercado son principalmente los bananos biológicos, los bananos de comercio equitativo y los bananos exóticos. En la actualidad, el volumen de esos nichos de mercado representa sólo una pequeña parte del mercado total del banano. Sin embargo, esos nichos han mostrado en los últimos años una tasa de crecimiento en continuo aumento y las perspectivas de crecimiento futuro de la demanda son muy positivas.

Algunos consumidores de los Estados Unidos, la Unión Europea y el Japón están dispuestos a pagar un recargo sobre el precio normal del banano si se les garantiza que los bananos que consumen se han producido en condiciones ambientales y sociales racionales. El recargo puede oscilar entre el 30% y el 80% del precio normal del banano<sup>57</sup>. A causa de esas exigencias de los consumidores, los supermercados están orientando su comercio de banano en esa dirección, con una presencia cada vez mayor de productos biológicos y de comercio equitativo en sus tiendas. Por lo tanto, la industria bananera se ve obligada a producir bananos biológicos y de comercio equitativo.

La creación de una industria del banano sostenible y una producción y un consumo de banano responsables es motivo de gran interés no sólo para los consumidores, sino también para la comunidad internacional en general, incluidas las organizaciones internacionales, los gobiernos, las organizaciones no gubernamentales (sociedad civil), las empresas privadas y los productores de bananos<sup>58</sup>.

La FAO define el banano biológico certificado como “un fruto producido mediante un proceso específico cuyo cumplimiento de las normas nacionales con una base jurídica (generalmente basadas en las directrices publicadas por la Federación Internacional de los Movimientos de Agricultura Biológica) esté supervisado por una organización de certificación independiente. En el caso del banano, las normas por lo general estaban establecidas en los países importadores”.

Según la FAO, la República Dominicana fue el principal proveedor de bananos biológicos en 2000, con un total de 44.000 toneladas exportadas (más de la mitad del total de la oferta mundial de bananos biológicos), lo que representó un aumento del 80% con respecto a 1999. México fue el segundo productor más importante, con 9.000 toneladas, mientras que los mayores aumentos en la producción de bananos biológicos se registraron en Colombia (115%) y el Ecuador (80%). La producción de bananos biológicos solía provenir de pequeños agricultores hasta hace poco tiempo, cuando empresas transnacionales como Dole, Fyffes y Chiquita (con plantaciones biológicas experimentales) entraron en el mercado del banano biológico. A ese respecto cabe preguntarse cuánto tiempo serán capaces los pequeños productores de bananos de mantener su ventaja comparativa mediante el cultivo biológico y de beneficiarse de él obteniendo un sobreprecio<sup>59</sup>.

Las estimaciones disponibles sobre la demanda muestran que, aunque el porcentaje de bananos biológicos importados es mínimo, las tasas de crecimiento anual han sido muy elevadas (del 55% entre 1998 y 1999 y del 65% entre 1999 y 2000). El total de las importaciones de bananos biológicos certificados se estimó en unos 75.000 en 2000. La UE muestra el mayor crecimiento de la demanda de bananos importados (del 80% en 2000). La importación de bananos biológicos por la UE se estimó en unas 40.000 toneladas,

---

<sup>57</sup> FAO (2001 d).

<sup>58</sup> Ese tema se planteó a nivel internacional en las Reuniones de expertos de la FAO sobre la producción y el comercio responsable del banano que se celebraron en Roma (22 a 24 de marzo de 2000) y San José (10 y 11 de diciembre de 2001). En los documentos de las reuniones figura información pertinente sobre los problemas de las normas de certificación, los órganos de establecimiento de normas y la supervisión de los criterios, así como sobre las propuestas de colaboración presentadas y la necesidad de adoptar un enfoque común para todas las partes interesadas de la industria bananera.

<sup>59</sup> En 2001, Dole Fresh Fruit introdujo en América del Norte bananos biológicos del Ecuador con la marca Dole.

equivalente a cerca del 1% del total de los bananos importados, el mayor porcentaje en todo el mundo. En 2000, el Reino Unido sustituyó a Alemania como principal importador europeo de bananos biológicos. Las importaciones de esos dos países representaron cerca del 70% del mercado. En los Estados Unidos y el Canadá, los bananos biológicos representan el 0,5% del mercado del banano. La importación de bananos orgánicos está mostrando también un rápido crecimiento en el Japón (del 70% en 2000).

Para la FAO (2001 d), “según la hipótesis de un aumento continuo de la oferta mundial del 65%, en un plazo de tres años el banano biológico representará el 3% del mercado mundial. En cualquier caso, para que se produzca este aumento continuo, el banano biológico tendrá que entrar en el mercado primario, en el que los grupos con ingresos bajos efectúan gran parte de las compras adicionales. Para que esto ocurra, los sobrepuestos tendrán que descender”. En cualquier caso, las posibilidades de aumentar la cuota de mercado de los bananos biológicos son claras, ya que la cuota actual es muy inferior a la cuota media de mercado de los productos hortofrutícolas biológicos<sup>60</sup>.

En cuanto al comercio equitativo, otro enfoque del comercio internacional tradicional, existen diferentes definiciones del concepto. Se puede describir como una asociación comercial cuyo objetivo es el desarrollo sostenible de los productores marginados y desfavorecidos mediante la creación de mejores condiciones comerciales, la sensibilización y la organización de campañas (Asociación Europea de Comercio Equitativo). Según Worldshops, el comercio equitativo es una asociación entre productores, comerciantes y consumidores cuyo objetivo es suprimir las desventajas sufridas por los productores, aumentar el acceso de éstos a los mercados y promover el proceso de desarrollo sostenible. El comercio equitativo pretende crear medios y oportunidades para los productores, en especial los desfavorecidos y los de pequeña escala, con el fin de mejorar sus condiciones de vida y de trabajo. La misión del comercio equitativo es promover la equidad social, la protección ambiental y la seguridad económica mediante el comercio, la sensibilización y la organización de campañas. En cualquier caso, los objetivos del comercio equitativo son garantizar los criterios de precios mínimos y la participación de menos intermediarios en una relación comercial rentable y estable a largo plazo que contribuya a que los pequeños productores de banano obtengan un margen mayor del precio final del producto.

La Fundación Max Havelaar inició la creación de un mercado de bananos de comercio equitativo en Europa. Las iniciativas de comercio equitativo suelen ser parte de una estrategia de etiquetado. Según la Fair-trade Foundation, la etiqueta de banano de comercio equitativo se otorga a los bananos que cumplen las normas internacionalmente convenidas de producción y comercio, que favorecen la mejora de las condiciones para los productores y los trabajadores del banano. Los criterios de clasificación del banano de comercio equitativo han sido definidos por la Fair Trade Labelling Organisations International (FLO) (Organización internacional de etiquetado de comercio equitativo). Los más importantes son:

- Vínculos comerciales directos con los productores de los países en desarrollo, dejando fuera a los comerciantes locales;
- Precio mínimo garantizado a los productores que les permite cubrir los gastos de producción;
- Un “sobrepuesto social” para los productores a fin de que inviertan en mejoras sociales y ambientales;
- Créditos subvencionados o pagos anticipados en caso necesario;
- Relaciones comerciales de larga duración para permitir la planificación.

---

<sup>60</sup> La situación de los mercados de frutas biológicas en todo el mundo se estudia en CTA/FAO/ITC (2002).

La FLO lleva un registro de los productores que cumplen los criterios y observan los planes de mejora social y ambiental. Los importadores de bananos y otras empresas comerciales deben obtener licencias para utilizar una marca de comercio equitativo. Según datos de la FLO, las ventas de bananos de comercio equitativo en Europa aumentaron de 22.818 toneladas en 2000 a 29.065 toneladas en 2001, lo cual significó una tasa de crecimiento del 25% por tercer año consecutivo.

Los sistemas de etiquetado son voluntarios. Los bananos de comercio equitativo salieron por primera vez a la venta en los Países Bajos en 1996. En la actualidad tienen una cuota de mercado de entre el 5% y el 13% en los países donde se comercializan. Según el sitio web del Natural Resources Institute, los bananos de comercio equitativo representaban en 1998 el 10% del mercado neerlandés y el 13% del mercado suizo. En 2001, la cuota de mercado de los bananos de comercio equitativo en Suiza era del 20%.

Una encuesta de EUROBARÓMETRO realizada en nombre de la Comisión Europea en 1997 proporcionó una indicación acerca del grado de interés del público en los productos del comercio equitativo en la UE. La encuesta puso de relieve que casi tres cuartas partes (el 74%) de la población de la Unión Europea compraría bananos de comercio equitativo si pudiera encontrarlos en las tiendas al mismo precio y con la misma calidad que los bananos “normales”. El 37% de los consumidores comunitarios aseguró estar dispuesto a pagar un recargo del 10% por encima del precio normal por bananos de calidad equivalente producidos con arreglo a las normas del comercio equitativo. Asimismo, hay indicios de que los minoristas están empezando a reaccionar y a dar respuesta al consumidor, que exige garantías sobre las condiciones de producción de los productos que compra<sup>61</sup>. Aunque esas estimaciones pueden considerarse demasiado optimistas, son una clara indicación de una preferencia cada vez mayor por los bananos de comercio equitativo, lo cual refuerza la teoría de que los bananos de comercio equitativo podrían ser comercialmente viables en la UE, incluso con un sobreprecio.

Las estrategias de las cadenas de minoristas desempeñan una importante función en la evolución de las ventas de bananos biológicos y de comercio equitativo, ya que la amplia disponibilidad de esos productos y su promoción son factores esenciales para aumentar la demanda. En el Reino Unido, por ejemplo, las cadenas de minoristas han desempeñado una función significativa en la introducción y la promoción del banano biológico. Las principales cadenas de minoristas, como Co-op, Sainsbury, Tesco y Waitrose, participan activamente en el negocio del banano biológico. Al principio, esos tipos de banano se vendían principalmente en tiendas independientes o especializadas. Sin embargo, un estudio realizado en ese país ha demostrado que los precios de los productos biológicos en los supermercados son más elevados que en otros lugares de venta<sup>62</sup>. Asimismo, la sociedad civil cumple una función importante promoviendo una mayor sensibilización del consumidor sobre su responsabilidad de mejorar la sostenibilidad de la industria bananera en los países en desarrollo, en particular en las Islas de Barlovento. Algunos órganos importantes de la sociedad civil, como Banana Link, tienen su sede en el Reino Unido y han contribuido a que los bananos biológicos y de comercio equitativo tengan una mayor aceptación entre los consumidores británicos. Como consecuencia de ello, los agricultores de banano de las Islas de Barlovento han comenzado a producir bananos biológicos certificados para ponerlos en la venta en los supermercados británicos por conducto de WIBDECO (Empresa de Exportación y Desarrollo del Banano de las Islas de Barlovento). Se prevé que, a largo plazo, los bananos biológicos exportados de las Islas de Barlovento al Reino Unido alcanzarán el 10% de las exportaciones totales de banano desde ese lugar.

La producción de bananos biológicos y de comercio equitativo tiene varias limitaciones bastante similares a las que enfrenta la agricultura biológica y la producción de comercio equitativo en general, en particular

---

<sup>61</sup> Véase Comisión Europea (1999). Para conocer la situación del comercio equitativo en Europa, véase Krier (2001).

<sup>62</sup> Ross (2002).



la proliferación de normas<sup>63</sup>. El volumen de la oferta de bananos biológicos y bananos de comercio equitativo sigue siendo limitado, aunque está aumentando en respuesta a una demanda en rápido crecimiento.

Los productores enfrentan limitaciones técnicas en la agricultura biológica. Las enfermedades que afectan a los bananos, como la sigatoka negra, dificultan en gran medida su cultivo biológico, ya que las enfermedades no se pueden controlar fácilmente. La investigación y la creación de variedades resistentes a las enfermedades pueden contribuir al desarrollo de la producción de bananos biológicos. La escasa disponibilidad de fertilizantes biológicos es otra limitación para muchos países productores.

Los agricultores pueden tener grandes dificultades para cumplir las normas de la agricultura biológica. El período de transición es oneroso, con mayores costos de producción y menor rendimiento. Durante ese período, los agricultores no reciben el sobreprecio y deben hacer frente a la incertidumbre existente respecto de las futuras condiciones de venta de sus bananos. Una solución podría ser la prestación de ayuda financiera para superar la inversión inicial.

Los costos de certificación son elevados y las diferencias entre las normas de certificación de los distintos países consumidores pueden elevarlos aún más. La definición de normas nacionales de agricultura biológica en los países exportadores, aplicadas por organismos nacionales de certificación reconocidos, acreditados y controlados por organismos independientes de control, podría contribuir a reducir esos costos.

Además, puede ser que los agricultores de bananos no dispongan de los conocimientos apropiados para convertir su producción en producción biológica y, por lo tanto, hay muchas posibilidades de llevar a cabo actividades de capacitación. La comercialización y la distribución siguen siendo complejas. El volumen reducido del producto aumenta los costos de transporte y los productores suelen tener que esperar a que los cargamentos se llenen con bananos ordinarios.

En cuanto al consumidor, las diferencias en los sistemas de certificación también causan confusión. Existen diferentes órganos que se ocupan de la cuestión, a saber, Rainforest Alliance - Better Banana Project (Proyecto para el Mejoramiento del Banano), FLO-Max Havelaar, la Federación Internacional de los Movimientos de Agricultura Biológica, la Iniciativa de Comercio Ético y la Organización Internacional de Normalización (ISO)<sup>64</sup>, así como diferentes definiciones o conceptos, como bananos biológicos, ecológicos, orgánicos o inocuos para el medio ambiente o bananos de comercio ético o de comercio equitativo. Es necesario aclarar y armonizar las iniciativas para lograr cierta convergencia en los criterios empleados mediante la colaboración entre las instituciones interesadas<sup>65</sup>.

---

<sup>63</sup> Véase en Salazar (2001) un análisis de las limitaciones a la agricultura biológica en un país productor de bananos.

<sup>64</sup> La Iniciativa de Comercio Ético es una alianza de empresas, organizaciones no gubernamentales (ONG) y organizaciones sindicales empeñadas en trabajar juntas para definir y promover el comercio ético, es decir, las buenas prácticas en la aplicación de un código de conducta de normas laborales adecuadas, incluida la supervisión y la verificación independiente de la observancia de las disposiciones del código ético, como las normas relativas a la contratación de los proveedores según criterios éticos (<http://www.ethicaltrade.org>). Chiquita se sumó a la Iniciativa en mayo de 2002. En 1998, las actividades bananeras de Dole en Costa Rica la convirtieron en la primera empresa exportadora de bananos y en el primer productor agrícola del mundo en recibir un certificado de conformidad con las normas del sistema de gestión ambiental ISO 14001.

<sup>65</sup> Las diferentes iniciativas se analizan en Farquhar (2001).

Asimismo, el consumidor no dispone de suficiente información para decidir si quiere consumir productos biológicos y de comercio equitativo. El éxito del consumo de bananos biológicos en Suiza puede deberse a que el consumidor suizo está relativamente bien informado sobre la agricultura biológica. El mayor consumo de bananos de comercio equitativo en Suiza se debe también a que los supermercados y otras instituciones han llevado a cabo campañas educativas para el consumidor. La producción y el consumo de bananos biológicos y bananos de comercio equitativo dependen en gran medida de la confianza que el consumidor deposita en las etiquetas de agricultura biológica y de comercio equitativo. Es preciso supervisar y controlar el etiquetado para dar al consumidor las garantías que requiere.

Existen también pocos datos fiables sobre la producción, el comercio y el consumo de bananos biológicos y bananos de comercio equitativo, lo cual dificulta la elaboración de pronósticos sobre la evolución del mercado. Se podrían mejorar los datos mediante el intercambio de información entre los órganos pertinentes y la preparación de estudios conjuntos.

Otro problema de esos productos guarda relación con la OMC. Los países en desarrollo temen que los criterios ambientales y sociales puedan ser utilizados por los países desarrollados como una barrera no arancelaria al comercio.

La sostenibilidad ambiental y social de la industria bananera puede verse facilitada también por la aprobación de un código de prácticas de la industria. En general, las empresas bananeras transnacionales pueden favorecer esa medida<sup>66</sup>, ya que los requisitos de etiquetado afectan a sus estrategias con respecto a las marcas y aumentan sus costos.

Por último, existe otro nicho de mercado que ofrece una alternativa comercial a los exportadores de los países en desarrollo. A medida que los consumidores de los países desarrollados se han vuelto más refinados, han aumentado su preferencia por nuevos sabores, por lo que exigen la presencia de nuevas variedades de bananos. Ello ha abierto un nuevo mercado a los bananos exóticos o étnicos. En la actualidad, las tiendas especializadas y los supermercados ofrecen otras variedades de bananos además del clásico banano de postre o banano Cavendish, como el banano rojo, el bananito (*baby banana*), el banano manzano<sup>67</sup> o incluso el plátano. Existen grandes posibilidades para el consumo de esas nuevas variedades de banano y los pequeños productores pueden beneficiarse de las oportunidades que les brindan los nuevos nichos de mercado. El aumento inicial en las ventas de las nuevas variedades puede deberse a los nuevos sabores que descubren los consumidores de los países desarrollados en sus viajes o a la presencia de minorías étnicas en los países desarrollados que buscan esas variedades de sus países de origen. La disponibilidad de diferentes variedades de frutas es ahora mucho mayor que algunos años atrás y algunas de las nuevas variedades ya no se consideran exóticas, puesto que los consumidores se han acostumbrado a ellas.

En el contexto de los consumidores de los países desarrollados que exigen una mayor variedad de productos y productos exóticos, habría otra posibilidad que permitiría a los productores de los países en desarrollo obtener un valor añadido<sup>68</sup>, a saber, mediante la transformación industrial del banano para

---

<sup>66</sup> Por ejemplo, como consecuencia de la presión cada vez mayor ejercida por el Reino Unido e Irlanda, Fyffes firmó, junto con otras empresas importadoras de bananos, como Del Monte y Geest Bananas, el Código de mejores prácticas de la industria bananera del Reino Unido. Ese código obliga a sus signatarios a crear una industria bananera segura, financieramente viable y ambientalmente sostenible. Chiquita establece su propio código de conducta en el contexto de su responsabilidad empresarial.

<sup>67</sup> Véase ADC (2001).

<sup>68</sup> En UNCTAD (2000) figura un análisis de los canales de comercialización y las estrategias de perfeccionamiento para la fruta fresca en el que se demuestra que la aparición de nichos de mercado para

elaborar productos derivados de la fruta, como los bananos deshidratados, denominados también “chips” de banano. El mercado de bananos deshidratados es pequeño, pero puede tener posibilidades<sup>69</sup>.

### **C. LA IMPORTANCIA CADA VEZ MAYOR DE LAS CADENAS DE SUPERMERCADOS EN LA DISTRIBUCIÓN DEL BANANO**

Uno de los acontecimientos importantes que han influido en la evolución de las prácticas de venta y comercialización del banano en los últimos años es el proceso de consolidación y concentración que se está experimentando en los sistemas de distribución de alimentos. Los supermercados han adquirido cada vez más importancia como lugares de venta de bananos, así como de productos hortofrutícolas frescos en general. Al mismo tiempo, el comercio de bananos es muy importante para las empresas minoristas<sup>70</sup>. En los Estados Unidos, los bananos pueden representar hasta el 10% de las ventas de productos hortofrutícolas, lo que corresponde a hasta un 1% de las ventas totales de las tiendas y un 1,7% de su margen total de beneficios brutos<sup>71</sup>. La competencia entre las cadenas minoristas es cada vez mayor, lo cual propicia la consolidación en el sector y aumenta la presión sobre los proveedores y productores.

La consolidación e internacionalización crecientes de las cadenas de supermercados pueden considerarse como uno de los factores que han puesto en dificultades a las principales empresas bananeras en los últimos años, ya que refuerzan el dominio de los supermercados sobre los comerciantes de bananos, aumentando la competencia entre los comerciantes de frutas y afectando negativamente a los márgenes<sup>72</sup>. En la segunda reunión del Grupo Intergubernamental sobre el Banano y las Frutas Tropicales de la FAO, celebrada en Costa Rica en diciembre de 2001, los delegados expresaron su preocupación por las consecuencias del creciente dominio del mercado de los supermercados para los intereses de los productores, en particular con respecto a los precios recibidos<sup>73</sup>. En el último decenio se produjeron importantes cambios en el comercio minorista de la mayoría de los países desarrollados. El sector minorista alimentario de Europa y América del Norte experimentó un intenso proceso de fusiones, adquisiciones y crecimiento interno, en particular a finales del decenio de 1990. Ese proceso se está produciendo también en algunos países de América Latina y Asia<sup>74</sup>.

El movimiento hacia la consolidación y la concentración de las cadenas minoristas es más fuerte en Europa, aunque existen diferencias substanciales en la manera en que los cambios se han producido en el sector minorista de los diferentes países. En el gráfico 8 se muestran las diferencias entre los países en lo que respecta a las cuotas de mercado de los cinco minoristas principales. Los niveles de concentración son mayores en los países de Europa septentrional, mientras que en países como Italia o España los supermercados no desempeñan una función muy importante en la distribución de la fruta, debido a la preferencia por los comercios minoristas tradicionales, aunque están ganando importancia. En 1990, la cuota conjunta del mercado de Europa correspondiente a las cinco empresas minoristas de comestibles más importantes no superaba el 13,8%. En los cinco años siguientes esa cifra aumentó relativamente poco, en un 3,5%, para alcanzar una cuota conjunta del mercado de 17,3% en 1995. Sin embargo,

---

productos de gran valor crea nuevas oportunidades para los productores y exportadores de los países en desarrollo que pueden cumplir las normas exigidas.

<sup>69</sup> Otras posibilidades de transformación industrial del banano son el puré de banano, el banano en polvo y el licor de banano. Sin embargo, las oportunidades son muy limitadas debido al reducido volumen del mercado de productos bananeros elaborados en comparación con el mercado de bananos frescos.

<sup>70</sup> En el Reino Unido, por ejemplo, tres de cada cuatro bananos se venden en supermercados (*Fruitrop No.87*, enero de 2002).

<sup>71</sup> Americafruit (2001).

<sup>72</sup> Véase Steeg (2001 b).

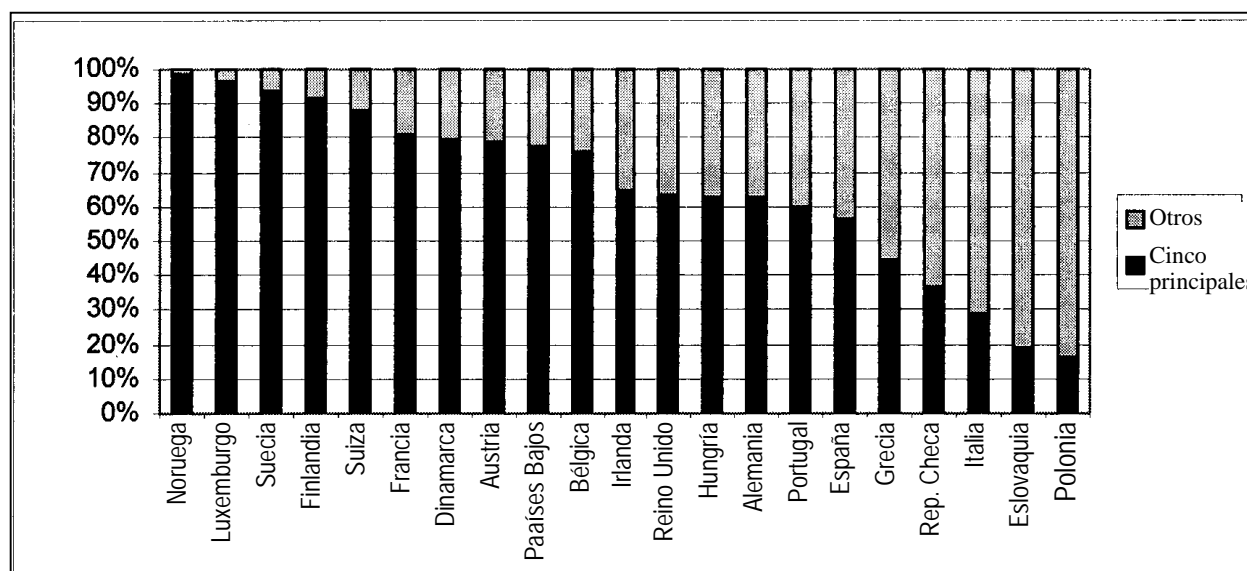
<sup>73</sup> Véase FAO (2001 e).

<sup>74</sup> Véase, por ejemplo, Reardon y Berdegué (2002) o Laffan (2002).

entre 1995 y 2000, se registró un rápido aumento, con un incremento de casi 9%, lo que representa una cuota conjunta del mercado actual de 26,1%. Así pues, las cinco empresas más importantes duplicaron prácticamente su cuota de mercado en un período de sólo 10 años. Los 10 principales minoristas de comestibles de Europa representaban, en 1992, el 28,8% del mercado, y el 41% en 2001. La cuota de mercado de los 30 minoristas de comestibles más importantes, aumentó de 51,5% en 1992 a 68,5% en 2001<sup>75</sup>. Según M+M Planet Retail, las tendencias de las cuotas de mercado de los 10 principales minoristas europeos indican que en el futuro probablemente se situarán entre 50% y 55% en 2006 y entre 55% y 65% en 2011<sup>76</sup>.

Entre 1987 y 2000, la cuota de mercado de los cuatro principales minoristas de tiendas de comestibles de los Estados Unidos creció de 17,1% a 27,4%. La cuota de mercado de los ocho principales minoristas aumentó de 26% a 40,5%, mientras que la cuota de los 20 principales minoristas alcanzó el 52% del total de las ventas en tiendas de comestibles en 2000, en comparación con el 36,5% en 1987<sup>77</sup>. En el gráfico 9 se muestra la evolución de esa tendencia de consolidación.

**Gráfico 8: Cuota de Mercado de los cinco principales minoristas, por país en Europa, (2000), por ventas de alimentos (en porcentaje)**



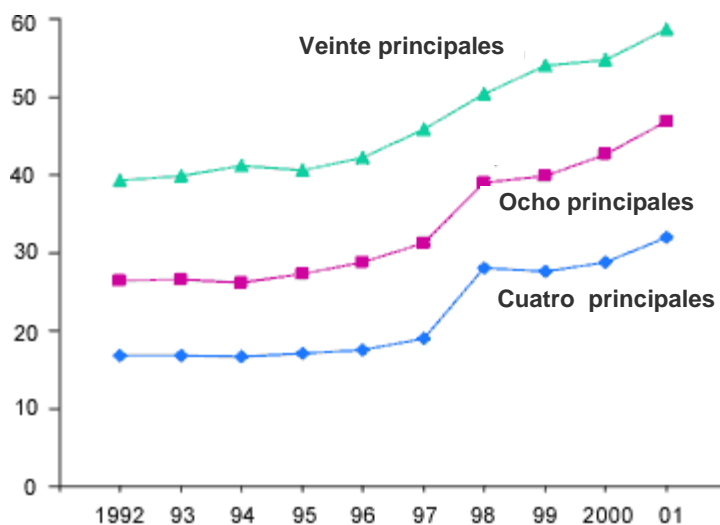
Fuente: M+M-Eurodata

<sup>75</sup> Véase M+M Eurodata, <http://www.mm-eurodata.com>.

<sup>76</sup> Roberts (2002).

<sup>77</sup> Véase Kaufman (2000) y Cook (2002) ([http://www.agecon.ucdavis.edu/faculty\\_pages/cook/articles.html](http://www.agecon.ucdavis.edu/faculty_pages/cook/articles.html)).

**Gráfico 9. Consolidación del sector minorista en los Estados Unidos (porcentaje de las ventas en tiendas de comestibles)**



*Fuente: Servicio de Investigaciones Económicas del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos*

Esa evolución en la comercialización mundial de alimentos se traduce en una reducción del número de compradores, con el consiguiente aumento de su posición dominante<sup>78</sup>. Las grandes cadenas minoristas pueden imponer mayores condiciones a los proveedores. El mayor poder de mercado de las grandes cadenas minoristas en la distribución de alimentos en general, y especialmente de los bananos, está ejerciendo presión sobre los proveedores. Los supermercados exigen más cantidad, mejor calidad y precios más reducidos. Aunque las empresas bananeras transnacionales han venido cumpliendo esas condiciones gracias a sus estrategias de racionalización y reducción de costos, es probable que gran parte de las presiones se representen en los precios a los productores de los países en desarrollo.

Un ejemplo representativo de ello, según Banana Link, es el de la cadena de supermercados norteamericana Wal-Mart, que está decidida a hacer su propia e importante contribución a la acelerada “carrera por ver quién reduce más los precios” en el sector. Un contrato de la empresa más grande del mundo para vender en exclusiva bananos Del Monte a precios de ganga desde el 1° de mayo de 2002 ha hecho temblar a la competencia minorista de Wal-Mart en el mercado altamente rentable del Reino Unido. La amenaza de una guerra de precios al consumidor desencadenada por Asda, propiedad de Wal-Mart, ya está poniendo en peligro los intentos incipientes de consagrar prácticas comerciales éticas en los principales supermercados del país. Algunos analistas del mercado señalan que será imposible competir con los reducidos márgenes de Wal-Mart y que para la competencia de Asda la mejor manera de sobrevivir es ofrecer a los consumidores un producto más ético a un precio ligeramente superior. Las perspectivas futuras para los bananos del Caribe en su único mercado importante, así como para un mayor crecimiento del mercado de fruta de comercio equitativo y de agricultura biológica, parecen sombrías, a

<sup>78</sup> La cuestión de la posición cada vez más dominante de los compradores en la distribución minorista de alimentos en Europa se analiza en Dobson Consulting (1999) (<http://europa.eu.int/comm/competition/publications/studies/bpifrs/>). Algunos críticos van incluso un poco más allá y acusan a los supermercados de moldear las preferencias de los consumidores y decidir lo que éstos comen.

no ser que se consiga vencer con los argumentos de la ética<sup>79</sup>. En relación con esa cuestión, la Asociación de Exportadores de Banano del Caribe manifestó en su sitio web su preocupación de que ahora Asda utilizara ese precio ventajoso para reducir los precios al por menor, obligando a otros minoristas a hacer lo mismo o incluso a desencadenar una guerra de precios como la que se dio a mediados de los años noventa. Si eso ocurriera, las consecuencias para la industria bananera del Caribe serían nefastas. Como una reducción de los precios del banano no entraña un consumo significativamente mayor, debido a la baja elasticidad de los precios, un mayor volumen de ventas no compensará la disminución de los precios, lo cual podría ser bastante perjudicial para los productores de banano.

La consolidación del sector minorista de alimentos ha propiciado la aparición de nuevas prácticas en la comercialización del producto. Las grandes cadenas minoristas tienden a crear relaciones de larga duración<sup>80</sup> con los proveedores a fin de controlar mejor todo el proceso de adquisición, garantizando así la disponibilidad durante todo el año de un producto que cumple sus especificaciones. Como consecuencia de ello, suelen establecer acuerdos exclusivos con sus proveedores preferenciales. Las prácticas de gestión de la cadena de suministro se utilizan cada vez con más frecuencia<sup>81</sup>. Las nuevas prácticas comerciales y de comercialización comprenden también el pago de primas y suplementos para colocar el producto en los estantes de los supermercados, el empaquetado especial y otros servicios de comercialización y promoción comercial. Existe también una tendencia a centralizar la distribución y a la contratación en todo el mundo, aunque las empresas transnacionales llevan mucho tiempo aplicando esas prácticas. Además, las grandes cadenas de supermercados tienden a reducir la participación de intermediarios y buscan contactos directos con los agricultores o proveedores para reducir el costo de las transacciones y obtener un porcentaje mayor de los márgenes o del valor añadido. Incluso crean sus propias plataformas de distribución de productos hortofrutícolas frescos y establecen sus propios locales de maduración. Esa novedad puede brindar oportunidades a las pequeñas y medianas empresas productoras de bananos de los países en desarrollo, si se organizan eficazmente, estableciendo alianzas estratégicas con las cadenas de supermercados para suministrarles bananos directamente. WIBDECO, empresa de las Islas de Barlovento, parece estar trabajando en esa dirección<sup>82</sup>.

Como el objetivo de los supermercados es la satisfacción del cliente y se manifiesta cada vez más preocupación por la inocuidad de los alimentos, las cadenas minoristas son más exigentes en relación con

---

<sup>79</sup> Banana Link (2002).

<sup>80</sup> Según *Sopisco News* 12/02, las cinco empresas bananeras más importantes controlan probablemente el 80% del mercado y han firmado contratos de larga duración con los 10 minoristas más importantes, que controlan casi el 70% de todo el “banano dólar” que se vende en la UE. Además, 19 de los 20 minoristas de alimentos más importantes del mundo son clientes de Chiquita (véase Informe Anual de Chiquita (2001)).

<sup>81</sup> Según Ricks y otros (1999), la gestión de la cadena de suministro representa el conjunto de las actividades de gestión realizadas entre empresas vinculadas verticalmente para mejorar la eficiencia, la coordinación vertical y el rendimiento y la competitividad globales de las empresas participantes en un sector. Sobre ese tema, véase también Perosio y otros (2001), donde se analiza el sistema de distribución de productos hortofrutícolas frescos en los Estados Unidos.

<sup>82</sup> La cadena minorista británica Sainsbury, junto con su proveedor WIBDECO, está trabajando con los gobiernos de los países de las Islas de Barlovento para modernizar y simplificar la producción de banano y determinar qué otros productos pueden cultivar los agricultores de las islas para sostener sus economías. Sainsbury cree que el establecimiento de relaciones firmes con los proveedores contribuye a garantizar ciertos criterios que son esenciales para el suministro de productos hortofrutícolas biológicos que son objeto de una inspección rigurosa a causa de las afirmaciones específicas que se hacen sobre su cultivo y producción. Véase Sainsbury plc. Corporate Social Responsibility Case Study: The Windward Islands ([http://www.jsainsbury.com/csr/case\\_studies.htm](http://www.jsainsbury.com/csr/case_studies.htm)).

la calidad y se muestran muy rigurosas con respecto a la certificación de terceros. Por lo tanto, la industria está prestando cada vez más atención a la gestión de la cadena y a los sistemas de etiquetado con el fin de poder rastrear el producto hasta su origen. En el contexto de la creciente sensibilización ambiental en la UE, un grupo de importantes minoristas europeos creó, en 1999, el EurepGap (Euro-Retailer Produce Working Group for Good Agricultural Practice, <http://www.eurep.org>), con el objetivo de mejorar la calidad de la producción de frutas y hortalizas frescas promoviendo la inocuidad de los alimentos, el uso sostenible de los recursos naturales y una producción más favorable al medio ambiente<sup>83</sup>. Además, en abril de 2000, un grupo de minoristas internacionales determinó la necesidad de mejorar la inocuidad de los alimentos, velar por la protección del consumidor, fortalecer la confianza de éste, establecer requisitos para los sistemas de inocuidad de los alimentos y aumentar la eficacia en función de los costos, en toda la cadena de suministro de alimentos. Siguiendo ese ejemplo, en mayo de 2000 se puso en marcha la iniciativa mundial en pro de la inocuidad de los alimentos (*Global Food Safety Initiative*, GFSI), facilitada por CIES-The Food Business Forum y basada en el principio de que la inocuidad de los alimentos es una cuestión ajena a la competencia, ya que cualquier problema que surja puede tener repercusiones en todo el sector. Las principales prioridades de la iniciativa son aplicar un plan que permita determinar normas de inocuidad de los alimentos en todo el mundo, crear y aplicar un sistema internacional de alerta temprana, alentar la cooperación entre el sector mundial de alimentos y los gobiernos y autoridades nacionales e internacionales, comunicar la iniciativa a todas las partes interesadas y promover la educación del consumidor<sup>84</sup>.

Esa nueva dinámica en la distribución de productos hortofrutícolas frescos (en la que las necesidades de los consumidores son fundamentales y los supermercados responden a los cambios en la demanda de los consumidores), entraña una reorientación de la función de las empresas en el mercado internacional del banano, ya que las cuestiones relativas a la comercialización y la demanda están adquiriendo mucha más importancia que los aspectos relacionados con la producción. Ésa puede ser una de las razones por las que las grandes empresas bananeras se han retirado de la producción y el cultivo directos, lo cual les permite centrarse en la comercialización del banano.

A raíz de la consolidación en la distribución minorista de alimentos, el mercado del banano ha experimentado un proceso que podría describirse como la inversión de la cadena de comercialización. El mercado bananero internacional sigue teniendo un elevado grado de integración vertical, pero el poder de mercado está aumentando en la fase minorista. De hecho, es más propio hablar de coordinación vertical en la actividad bananera, en la que las empresas minoristas tienden a ejercer control sobre varias etapas de la producción del banano, sin asumir necesariamente la propiedad directa antes de que el producto llegue a sus almacenes.

Otro cambio interesante que se debe tener en cuenta como factor influyente en la dinámica de la comercialización de alimentos frescos es la rápida evolución de la tecnología de la información. Las nuevas tecnologías e Internet pueden tener consecuencias positivas para el comercio electrónico de productos hortofrutícolas frescos<sup>85</sup> y para los sistemas logísticos, de gestión y de adquisición. Además, permiten un mejor acceso a la información y las comunicaciones en todo el mundo y constituyen nuevas herramientas de comercialización y promoción. Esos avances tecnológicos pueden mejorar las oportunidades comerciales de los países en desarrollo en el mercado del banano. Si bien sigue habiendo muchas dudas sobre el futuro de las nuevas tecnologías en la comercialización de productos

---

<sup>83</sup> Véase Baas (2002).

<sup>84</sup> Para más información, consulte el sitio web de CIES-The Food Business Forum: <http://www.ciesnet.com/home.html>.

<sup>85</sup> Se analiza en Mir y otros (2002) (<http://www.infoagro.com>).

hortofrutícolas frescos<sup>86</sup>, éstas ofrecen nuevas posibilidades de hacer negocios<sup>87</sup>. Según Euromonitor<sup>88</sup>, las posibilidades de hacer negocios por Internet dependen de que una proporción suficientemente elevada de destinatarios tenga acceso a los servicios en línea<sup>89</sup>. Existen varios ejemplos de importantes cadenas de supermercados que permiten a sus clientes hacer pedidos por Internet y recibirlos en su domicilio. Ello refleja la necesidad de seguir aumentando la cuota de mercado y de ofrecer al consumidor formas de comprar cada vez más flexibles.

#### **D. ACCESO AL MERCADO INTERNACIONAL DEL BANANO: EL RÉGIMEN BANANERO DE LA UNIÓN EUROPEA (UE) Y EL PROCEDIMIENTO DE SOLUCIÓN DE DIFERENCIAS DE LA OMC**

Un factor decisivo en la demanda de banano es el acceso al mercado internacional de ese producto. Cada país aplica un régimen distinto para la importación de banano. Debido a la existencia de regímenes divergentes, el mercado internacional del banano se ha dividido en zonas de mercado abierto y zonas de mercado preferencial. Muchos países importadores de banano tiene distintos regímenes para su importación. Según la FAO, existe una relación directa entre las elevadas barreras arancelarias a la importación, los contingentes arancelarios o las medidas de carácter regulador y un bajo consumo de banano per cápita<sup>90</sup>: Los importadores con barreras arancelarias reducidas, o exentos de ellas, y que sólo aplican impuestos internos, suelen presentar un promedio de consumo per cápita elevado (por ejemplo, Chile, Malta, Noruega, Nueva Zelanda, Suiza y el Uruguay). En cambio, los países con importantes obstáculos para el acceso presentan un promedio de consumo per cápita bajo (por ejemplo, China, Libia, Marruecos y Túnez).

Otro problema relacionado con el acceso a los mercados es la aplicación de medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF) a las importaciones de banano<sup>91</sup>. Los países exportadores pueden considerar esas medidas como un obstáculo adicional al comercio<sup>92</sup>. Por ejemplo, en 2001 el Ecuador expresó en el

---

<sup>86</sup> En 2000, Fyffes puso en marcha el sitio web [worldoffruit.com](http://worldoffruit.com) con la esperanza de revolucionar la manera de hacer negocios. Sin embargo, después de cierto tiempo, la empresa tuvo que reducir su inversión a causa del interés decreciente del mercado en los proyectos de comercio electrónico.

<sup>87</sup> En 2000, Dole eligió [tradingproduce.com](http://tradingproduce.com) como la plataforma de comercio electrónico para su filial de hortalizas frescas.

<sup>88</sup> Euromonitor, *Food Retailing in Europe*, Londres, 1998.

<sup>89</sup> A continuación se indican algunos nuevos sitios de comercio electrónico relacionados con el banano: Farmworld (<http://www.farmworld.com>), Banana Exchange in the Russian Federation (<http://www.banana-exchange.ru/ind.html>), Food Trader (<http://www.foodtrader.com>), Efoodmanager (<http://www.efoodmanager.com>), Agribuys ([http://www.agribuys.com/Agribuys10\\_en\\_US/login.cfm](http://www.agribuys.com/Agribuys10_en_US/login.cfm)), Freshchain (<http://www.freshchain.com.au>), Agro-market place (<http://www.agromarketplace.com>), Fruit Business (<http://www.fruitbusiness.com>) o VFM (<http://www.vfm.net>).

<sup>90</sup> Esos regímenes se analizan en FAO (2001), que ofrece un resumen de esas políticas de importación (sin incluir el régimen de la UE).

<sup>91</sup> Esta cuestión se trata en Wilson y Otsuki (2002).

<sup>92</sup> La OMC expone el problema de la siguiente manera: ¿Cómo garantizar que se suministren a los consumidores de su país alimentos inocuos, esto es, “inocuos” con arreglo a los criterios que ustedes consideran apropiados? Y al mismo tiempo, ¿cómo se puede garantizar que la aplicación de normas estrictas de salud y seguridad no sea una excusa para proteger a los productores nacionales? Un acuerdo sobre el modo en que los gobiernos pueden aplicar medidas sobre la inocuidad de los alimentos y la salud de los animales y preservación de los vegetales (medidas sanitarias y fitosanitarias o MSF) establece las reglas básicas en el marco de la OMC. Véase



contexto de la OMC su preocupación por la utilización de medidas sanitarias y fitosanitarias en Turquía con objeto de obstaculizar el comercio y solicitó que se creara un grupo especial para analizar los procedimientos de importación de fruta fresca en Turquía. Como consecuencia de ello, el Gobierno de ese país anunció una reforma de su régimen para la importación de fruta fresca con miras a solucionar las diferencias y se llegó a una solución mutuamente satisfactoria. Más recientemente, Filipinas ha pedido formalmente a Australia que mantenga consultas en la OMC sobre las restricciones por motivos de cuarentena que aplica a las importaciones de banano y piña procedentes de Filipinas.

La evolución del régimen de la UE para la importación de banano establecido en 1993 y la posterior diferencia comercial en el marco de la OMC afectaron en gran medida a los países en desarrollo exportadores de banano. El régimen del banano y las modificaciones resultantes de la diferencia han llenado de incertidumbre el mercado internacional del banano, han determinado claramente las estrategias de los productores de banano en las distintas regiones (con distintas respuestas de los productores de banano "dólar", los productores de países ACP o de la UE), de las empresas transnacionales de comercialización de banano y de los distribuidores, y han afectado a la demanda de los consumidores. A la espera de una mayor liberalización del mercado del banano de la UE y en previsión de las nuevas oportunidades de mercado, los productores y distribuidores de banano ampliaron su capacidad de producción a finales de los ochenta y principios de los noventa. El retraso en la liberalización prevista es una de las principales razones que explican el exceso de oferta en el mercado mundial del banano y la caída de los precios internacionales. La diferencia relativa al banano fue una de las cuestiones más polémicas en el mercado internacional del banano durante la última década; esa diferencia perjudicó claramente el comercio del banano y perturbó el comercio internacional en general.

La UE es el segundo mercado más importante del comercio internacional de banano después de los Estados Unidos. Las importaciones de banano de la UE representaron el 25,6% del total de las importaciones mundiales de ese producto en 2000 y el 38% en 1990. Aunque en términos de volumen<sup>93</sup> la importancia de la UE como importador de banano disminuyó durante los años noventa, cualquier modificación de las políticas de importación de banano en la región sigue teniendo claras repercusiones sobre los distintos participantes en el comercio del banano y sobre la economía mundial de ese producto. El mercado europeo también ha sido tradicionalmente el más rentable de los mercados de banano. La UE produce alrededor del 20% del banano que consume, y su producción se concentra principalmente en Francia (Guadalupe y Martinica), España (Islas Canarias), Portugal (Madeira y las Azores) y Grecia. El resto del banano consumido se importa de los países ACP y de América Latina.

**Cuadro 6. Oferta de banano en la Unión Europea (porcentaje)**

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Países ACP	17,87	18,42	18,53	16,64	17,78	20,71	21,29	19,96	20,53	17,47	16,21	17,00
Tradicional	17,83	18,35	18,38	16,34	16,76	18,94	18,75	17,95	18,93	16,14	14,60	15,87
No tradicionales	0,03	0,07	0,15	0,34	1,02	1,80	2,55	2,01	1,60	1,34	1,61	1,13
Territorios de la UE	24,99	23,62	21,19	19,52	20,34	17,83	17,14	17,19	17,66	20,45	20,72	19,76
Otros países	57,14	57,99	60,31	63,84	61,88	61,45	61,57	62,84	61,81	62,08	63,07	63,27

*Fuente: FAO, UNCTAD World Commodity Survey 2000–2001.*

[http://www.wto.org/wto/english/tratop\\_e/sps\\_e/spsund\\_e.htm](http://www.wto.org/wto/english/tratop_e/sps_e/spsund_e.htm); *Explicación del Acuerdo de la OMC sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias*, mayo de 1998. No obstante, es necesario aclarar las definiciones de las normas que se utilizarán.

<sup>93</sup> Véase el anexo estadístico 4.

## 1. Antecedentes del régimen bananero de la UE y evolución del proceso de solución de diferencias de la OMC

Por motivos históricos, la UE ha mantenido relaciones especiales de comercio preferencial con los países ACP en el marco de los distintos Convenios de Lomé. Cuarenta y ocho países firmaron el I Convenio de Lomé en 1975. Tras revisiones y actualizaciones periódicas, el número de países ACP asciende ahora a 77. En 1993 los principales países ACP exportadores de banano eran Jamaica, los países de las Islas de Barlovento (Dominica, Granada, Santa Lucía, y San Vicente y las Granadinas), Belice, Côte d'Ivoire, el Camerún, Somalia, Suriname, Cabo Verde y Madagascar<sup>94</sup>. El primer protocolo sobre el banano del Convenio de Lomé garantizó la entrada libre de derechos en el mercado de la UE de determinados contingentes de banano y brindó apoyo a las economías de muchos pequeños Estados insulares del Caribe, que dependían en gran medida de las exportaciones de ese producto. La expiración del IV Convenio de Lomé en febrero de 2000 dio lugar al Acuerdo de Cotonú, firmado en junio de 2000, que brindó la oportunidad de revisar el futuro de la relación entre la UE y los países ACP. El segundo protocolo sobre el banano incluido en ese Acuerdo no preveía preferencias comerciales para el banano, ya que éstas habían de concederse en el contexto de un nuevo régimen de importación. No obstante, reconocía la importancia de la producción de banano para los países ACP y la necesidad de estudiar y, cuando procediera, adoptar medidas encaminadas a garantizar la viabilidad continua de sus industrias de exportación de banano y la venta constante de ese producto en el mercado de la UE.

Hasta 1993 existían tres regímenes distintos para la importación de banano en la UE:

- Alemania importaba banano de América Latina en condiciones de libre mercado, sin ninguna restricción de importación. En virtud de un protocolo especial del Tratado de Roma, aplicaba un arancel nulo a las importaciones de banano dentro de los límites de un contingente anual que bastaba para cubrir las necesidades del mercado.
- Algunos países otorgaban un acceso preferencial basado en la protección concedida a la producción local o a determinados países o zonas geográficas con las que tenían vínculos históricos, a saber, Francia (a Guadalupe y Martinica y algunos países africanos como Côte d'Ivoire y el Camerún), Portugal (a Madeira), el Reino Unido (concedía preferencias a las importaciones procedentes de países del Caribe como las Islas de Barlovento y Jamaica), España (donde el banano procedía principalmente de productores locales de las Islas Canarias) e Italia (a Somalia).
- Los demás países importaban banano sobre todo de América Latina, sin restricciones cuantitativas, con un arancel común del 20%.

La creación del Mercado Único Europeo en 1993 hizo necesaria la armonización de los regímenes europeos para la importación de banano. Así pues, la UE estableció la organización común de mercados en el sector del plátano (Régimen de la UE para la importación, venta y distribución de banano) en virtud del Reglamento (CEE) n° 404/93 del Consejo, de 13 de febrero de 1993, por el que se establece la organización común de mercados en el sector del plátano.

Los objetivos del régimen bananero de la UE eran eliminar los obstáculos internos al comercio para permitir la libre circulación de banano dentro de la UE; mantener las preferencias de las antiguas colonias con objeto de proteger la producción (a los productores de los países ACP, que tradicionalmente exportaban banano a la UE, no se les podía poner en una situación menos favorable que en la que se encontraban anteriormente en virtud de las preferencias del Convenio de Lomé); proteger a los productores locales para mantener su nivel de ingresos; y ofrecer más oportunidades a las empresas de

---

<sup>94</sup> Los países ACP tradicionales son los que exportaban banano a la UE en 1993. Posteriormente, la República Dominicana se sumó al grupo ACP y Ghana empezó a exportar banano.

distribución de productos de la UE. Además, los proveedores de terceros países también debían tenerse en cuenta ya que proporcionaban aproximadamente el 60% del total de los bananos consumidos en la UE.

El régimen establecía un complejo sistema de contingentes arancelarios para la importación de banano, que mostraba las dificultades para la armonización de los distintos regímenes de importación y tenía en cuenta, al mismo tiempo, todos los intereses en juego:

- a) Un contingente arancelario de 2 millones de toneladas para los países de América Latina y los países ACP que tradicionalmente no exportaban banano (que en 1994 aumentó a 2,1 millones y en 1995 a 2,2 millones de toneladas, tras el Acuerdo Marco para el Banano firmado con cuatro países de América Latina; en 1995, tras la ampliación de la CE, se introdujo un contingente arancelario adicional de 353.000 toneladas). Este contingente estaba sujeto a un sistema de licencias de importación, que dividía a los operadores en tres categorías<sup>95</sup>:
  - Categoría A: El 66,5% del contingente se reservó para operadores establecidos de terceros países (dólar) y países ACP que tradicionalmente no exportaban banano (principalmente empresas transnacionales estadounidenses);
  - Categoría B: El 30% del contingente se reservó para operadores establecidos que comercializaban banano comunitario y ACP (empresas europeas);
  - Categoría C: El 3,5% del contingente se reservó para nuevos operadores establecidos en la UE que comenzaron a comercializar banano distinto del banano comunitario o de países ACP tradicionales a partir de 1992;
- b) Una cantidad de 857.700 toneladas asignada a proveedores tradicionales de banano de países ACP;
- c) Un derecho dentro del contingente de 75 €/t para los países de América Latina y un derecho nulo para los países ACP, conforme a las obligaciones previstas en el Convenio de Lomé.

Además, para evitar la pérdida de ingresos de los productores de banano de la UE, se estableció un sistema de pagos compensatorios limitado a un máximo de 854.000 toneladas en caso de que los precios se situaran por debajo de los costos de producción. Se asignaron contingentes específicos a determinadas regiones de la UE, y casi el 50% correspondió a las Islas Canarias.

El régimen bananero de la UE fue impugnado en varias ocasiones en el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT). Sin embargo, pese a que las decisiones se tomaron en contra de la UE, no eran jurídicamente vinculantes. Tras la creación de la OMC, los Estados Unidos y algunos países productores de banano, como el Ecuador, Guatemala, Honduras y México, presentaron este asunto a un grupo especial de solución de diferencias de la OMC. En 1997, el Órgano de Solución de Diferencias de la OMC determinó que el régimen bananero de la UE violaba las normas de comercio internacional de la OMC. Las principales críticas al régimen fueron el hecho de que se reservase una cantidad en exclusiva para las importaciones de países ACP y la asignación de licencias, que no eliminaba la discriminación contra los operadores de terceros países.

Se calcula que las pérdidas económicas de los Estados Unidos fueron de 191,4 millones de dólares anuales, por lo que se autorizó a los Estados Unidos a aplicar derechos del 100% a productos de la UE. Tras la modificación del régimen en 1998, la UE puso en práctica un nuevo sistema en 1999, basado también en un contingente arancelario de 2.553 millones de toneladas, con una cantidad adicional

---

<sup>95</sup> Las licencias se asignaban basándose en la cuota de mercado en las diferentes etapas de la cadena de suministro de banano, por lo que para obtener más licencias era necesaria una mayor integración vertical.

asignada globalmente a los países ACP. Sin embargo, se consideró que este sistema también violaba las normas de la OMC. En abril de 1999, después de que la UE tratara sin éxito de adaptar el régimen, los Estados Unidos impusieron aranceles más elevados a una lista de productos.

Al no llegar a un acuerdo basado en la distribución de las licencias de importación sobre la base de las importaciones anteriores, la Comisión Europea propuso un sistema transitorio de contingentes arancelarios administrado por “orden de llegada”, que debía entrar en vigor en julio de 2001. Los Estados Unidos y la mayoría de los productores de Centroamérica y el Caribe siguieron oponiéndose a ese sistema. La nueva reglamentación establecía tres contingentes arancelarios:

- Contingente A: 2.200.000 toneladas a un arancel de 75 €/t (contingente arancelario consolidado);
- Contingente B: 353.000 toneladas a un arancel de 75 €/t (contingente arancelario autónomo);
- Contingente C: 850.000 toneladas a un arancel de 300 €/t.

Los tres contingentes estaban abiertos al banano de cualquier origen. Los países ACP tenían un preferencia arancelaria tanto dentro como fuera del contingente de 300 €/t. Los aranceles fuera del contingente para los demás exportadores eran considerablemente más elevados. Los contingentes arancelarios eran una medida transitoria hasta que se estableciera un sistema arancelario uniforme en 2006. Antes de poder aplicar ese arancel uniforme, la Comisión tendría que mantener negociaciones con los principales proveedores en virtud del artículo XXVIII del GATT.

El 11 de abril de 2001, tras ocho años de conflicto, la UE y los Estados Unidos llegaron a un acuerdo sobre su prolongada diferencia en relación con el régimen del banano, que hacía posible la transición a un sistema exclusivamente arancelario en 2006. En el acuerdo se preveían las siguientes etapas para su aplicación gradual:

*1º de julio 2001.* La UE debía adoptar un nuevo sistema de licencias para el banano basado en el período de referencia histórico de 1994 a 1996. En esa fecha, el Representante de los Estados Unidos para las Cuestiones Comerciales anunció la supresión de las sanciones (que se calcula ascendían a 191 millones de dólares de los EE.UU.) aplicadas a los productos europeos, al abrir la UE su mercado a los distribuidores de banano de los Estados Unidos mediante la asignación de más licencias.

*1º de enero de 2000.* La UE desplazaría 100.000 toneladas adicionales (del contingente exento de derechos de los países ACP) a un contingente arancelario al que tendría acceso el banano de América Latina. Como resultado de ese acuerdo, el 83% de las licencias de importación de banano de la UE (de los contingentes A y B) se otorgó a importadores de banano establecidos y el 17% restante a nuevos importadores de banano de la UE desde 1994. Esto significa un aumento del contingente B de 100.000 toneladas y una reducción equivalente del contingente C. El contingente C se reservaría exclusivamente para el banano procedente de los países ACP, con sujeción a una exención en virtud del artículo XIII del GATT/OMC. Los Estados Unidos decidieron tratar de lograr esa exención. Una vez finalizada esta etapa, los Estados Unidos debían eliminar las sanciones de manera definitiva.

*1º de enero de 2006.* La UE introducirá un régimen exclusivamente arancelario para la importación de banano. Iniciará oportunamente las negociaciones con los países productores necesarias en virtud de las normas de la OMC para poder aplicar ese sistema.

En la Cuarta Conferencia Ministerial de la OMC celebrada en Doha en noviembre de 2001, se concedieron exenciones en el marco de la OMC<sup>96</sup> en relación con las obligaciones establecidas en virtud del artículo I del GATT (que permitieron seguir aplicando a las importaciones de los países ACP las preferencias arancelarias establecidas en el Acuerdo de Cotonú) y el artículo XIII (que permitieron reservar el contingente C para el banano ACP).

En diciembre de 2001, los Ministros de la UE decidieron modificar el régimen de la UE para la importación de banano, mediante la adopción de reglamentos para el nuevo sistema de la UE para la importación de banano, de manera que los Estados Unidos y el Ecuador pudieron eliminar definitivamente sus sanciones contra la UE y se puso fin de manera formal a la prolongada diferencia (Reglamento (CE) n° 2587/2001 del Consejo, de 19 de diciembre de 2001, que modifica el Reglamento (CEE) n° 404/93, por el que se establece la organización común de mercados en el sector del plátano). También se han incluido otras modificaciones técnicas, relacionadas con la financiación de las organizaciones de productores, una actualización de la nomenclatura arancelaria y estadística de los productos, y nuevas normas sobre la ayuda compensatoria. Con arreglo a las normas sobre ayuda compensatoria puede autorizarse a un Estado miembro a aplicar una medida temporal en virtud de la cual deja de percibir ayuda compensatoria por los productos comercializados de nuevas plantaciones de banano explotadas a partir del 1° de junio de 2002, cuando, en opinión del Estado miembro, existe un riesgo para el desarrollo sostenible de las zonas de producción, especialmente en lo que respecta a la conservación del medio ambiente, la protección de las tierras y los aspectos característicos de las zonas rurales.

El régimen bananero de la UE y la consiguiente diferencia relativa al banano son cuestiones muy delicadas y polémicas sobre las que se han escrito numerosas publicaciones. Muchos estudios empíricos han tratado de cuantificar las repercusiones de ese régimen en el bienestar y determinar quiénes son los ganadores y los perdedores, aunque con distintos resultados. En cualquier caso, convendría examinar algunos de sus efectos en el mercado europeo, y el mercado mundial del banano, así como las reacciones de los distintos participantes en el comercio del banano.

## **2. Consecuencias cuantitativas de la introducción del régimen europeo del banano**

El volumen de las importaciones de banano en la UE (sin incluir el comercio intracomunitario) disminuyó a partir de 1993, como puede observarse en el gráfico 1. Según el Center of International Economics<sup>97</sup>, el consumo de banano en la UE se redujo en un 11,5% con la introducción del nuevo contingente restrictivo y el régimen de licencias de la UE (de 12 miembros). No obstante, esta reducción del consumo de banano puede haberse debido no solo a ese régimen, sino también a otras causas, como la madurez del mercado. El porcentaje de las importaciones de banano de la UE en las importaciones mundiales también disminuyó durante los años noventa.

En general, las importaciones de banano disminuyeron en los países en los que antes existía un mercado abierto y aumentaron en los que se aplicaban regímenes preferenciales. Como puede observarse en el anexo estadístico 5, las importaciones de banano de Alemania disminuyeron a partir de 1993; las de Francia aumentaron, aunque a partir de 1995 se observó una tendencia descendente y a finales de los noventa un nuevo repunte. En el Reino Unido las importaciones totales de banano han aumentado de

---

<sup>96</sup> Véanse los documentos de la OMC WT/MIN(01)/16, Comunidades Europeas - Régimen de transición para los contingentes arancelarios autónomos de las CE sobre las importaciones de bananos, y WT/MIN(01)/15, Comunidades Europeas - Acuerdo de asociación ACP-CE.

<sup>97</sup> Véase Borrel (1997).

manera constante desde 1985, mientras que las de España aumentaron hasta 1996 y disminuyeron a partir de ese año.

Por lo que respecta a los precios del banano, el mercado europeo del banano estaba muy segmentado antes de la introducción del régimen, y los precios variaban considerablemente de un país a otro. Los precios del banano de los países ACP y la UE eran considerablemente superiores a los de América Latina, debido a sus costos de producción más elevados. Como consecuencia de la restricción de la oferta impuesta por el régimen de importación, los precios en Europa eran en general mucho más altos que en el resto del mundo, por lo que las empresas importadoras de banano trataron de mantener y aumentar su participación en ese mercado. Tras la introducción del régimen para la importación de banano en 1993, los precios tendieron a aumentar en Alemania, donde habían sido inferiores debido a la ausencia de restricciones para la importación de banano. A partir de 1993 los precios disminuyeron en Francia y el Reino Unido, (donde el mercado del banano estaba muy protegido y los precios eran inicialmente más elevados), con el aumento de la competencia. En el gráfico 11 se muestra la evolución de los precios al por menor en los distintos países. A finales de los años noventa, se puede apreciar una convergencia en el nivel de precios en los países europeos, lo que quizás refleje el surgimiento de un mercado único europeo del banano.

El análisis de la evolución de la estructura del comercio europeo del banano, que se presenta en el gráfico 3 y en el cuadro 6, muestra que los países de América Latina como grupo han mantenido su cuota de mercado en la UE. Panamá y Honduras son los países en que la evolución ha sido más negativa. La cuota de mercado de los países ACP del Caribe exportadores de banano se ha reducido, mientras que países africanos como el Camerún y Côte d'Ivoire han aumentado su participación en el mercado europeo del banano.

Los efectos de la introducción del régimen bananero de la Unión Europea en la estructura del comercio no han sido iguales en todo el territorio. Pueden tomarse como ejemplo cuatro países representativos de los distintos regímenes que existían hasta 1993: Francia (donde la mayor parte del banano procedía de Guadalupe y Martinica y las antiguas colonias africanas), Alemania (donde el banano entraba en el mercado libre de derechos de importación), España (donde prácticamente todo el banano procedía de las Islas Canarias) y el Reino Unido (que comerciaba principalmente con los países del Caribe exportadores de banano). En el anexo estadístico 5 figuran los gráficos correspondientes a la estructura de las importaciones de banano de los distintos países.

Francia. Los países más afectados por el régimen fueron Côte d'Ivoire y el Camerún; el banano procedente de América Latina mejoró su posición en el mercado francés.

Alemania. La cuota de mercado de los proveedores de banano de América Latina se redujo; Alemania diversificó sus fuentes de suministro de banano.

España. Como hasta 1993 prácticamente no se importaba banano, todos los países que han podido vender su producto en el mercado español se han beneficiado con el régimen bananero de la UE; Costa Rica, Colombia, el Ecuador y Panamá son los principales países de origen de las importaciones españolas de banano.

Reino Unido. El banano procede actualmente de varios países; los que más salieron perdiendo fueron los países del Caribe exportadores de banano, cuya cuota de mercado se redujo considerablemente, mientras que Costa Rica, el Camerún y Côte d'Ivoire fueron los que más se beneficiaron.

### 3. Reacciones de los distintos participantes en el mercado del banano

#### a) Dentro de la UE

##### i) Los consumidores

El régimen para la importación de banano dio lugar a un litigio dentro de la UE, entablado por los países miembros desfavorecidos y empresas que impugnaban la validez de ese régimen. Por ejemplo, Alemania (el mayor consumidor de banano de la UE), con el respaldo de Bélgica y los Países Bajos (compradores tradicionales de banano de América Latina), presentó una reclamación contra el Consejo Europeo ante el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas. Como el banano se importaba libre de derechos hasta 1993, los consumidores alemanes se vieron afectados por el aumento de los precios tras la introducción del régimen. No obstante, la reclamación no prosperó y se siguió aplicando el régimen. Sin embargo, se admite por lo general que los consumidores europeos pagan más que antes por el banano. Como se muestra en el gráfico 7, en Alemania el consumo per cápita de banano disminuyó tras la introducción del régimen y a finales de los años noventa. A largo plazo, los consumidores de la UE deberían beneficiarse de la mayor liberalización del mercado del banano en 2006.

##### ii) Los productores locales

El régimen ha afectado a los productores locales de la UE ya que han tenido que enfrentarse a una mayor competencia de otras zonas de exportación que producen banano a un costo más bajo (banano "dólar"). No obstante, esos productores han recibido pagos compensatorios. En el futuro, a medida que avance el proceso de liberalización del mercado del banano, tendrán que seguir reestructurando el sector para aumentar su competitividad y reducir costos. Por ejemplo, *Plátano de Canarias* en España ya tuvo que hacer frente a un nuevo contexto económico cuando España entró en la UE e inició un constante proceso de modernización mediante la transformación de las técnicas de producción y comercialización del banano. Durante los años noventa inició una estrategia para diferenciar el producto promocionando la determinación de la calidad del banano por su gusto (y no sólo por su tamaño o apariencia), lo que ayudó a mantener su liderazgo en el mercado español. El principal mercado del banano de las Islas Canarias es el español, si bien tiene una presencia limitada en los mercados extranjeros. La posición dominante del banano canario en España también puede deberse a que los consumidores españoles prefieren el producto nacional<sup>98</sup>.

##### iii) Los comerciantes europeos de banano o las empresas importadoras de banano y las empresas europeas de maduración

Éstos se beneficiaron claramente del régimen para la importación de banano gracias al sistema de asignación de licencias. Se consideraba que el régimen ofrecía subvenciones cruzadas a la producción menos eficiente de banano de los países ACP y la UE. El contingente "dólar" era claramente insuficiente, lo que creó una escasez artificial de banano. Para mantener su cuota del mercado europeo, los importadores tradicionales de banano procedente de América Latina deberían comprar licencias a los comerciantes europeos de banano establecidos que importaban de países ACP, para quienes la venta de licencias podía resultar más rentable que importar de terceros países. Por lo tanto, se creó un mercado secundario de licencias de importación de banano y también se planteó la cuestión de las licencias de importación fraudulentas. Por ejemplo, en julio de 2002 la Oficina Europea de Lucha Contra el Fraude anunció que en el centro y el sur de Italia se estaban realizando importaciones ilegales de banano mediante licencias falsas, que reportaban a los infractores unos beneficios ilegales por valor de cientos de millones de euros.

---

<sup>98</sup> Para un análisis de la situación del banano canario, véase Florido de la Nuez y Carmona de Hanlon, E. (2001), y Landa Duranda (1998).

b) *Países exportadores de banano*

i) Países de América Latina

Colombia, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua y Venezuela iniciaron un grupo especial del GATT contra el régimen bananero de la UE. Ello dio lugar a una modificación en virtud del Acuerdo Marco sobre el Banano de 1994 tras la Ronda Uruguay, que no fue aceptada por Guatemala. Se asignaron contingentes específicos a los otros cuatro países y se les dio la posibilidad de expedir certificados de exportación. Posteriormente, el Ecuador, Guatemala, Honduras y México se sumaron a la reclamación presentada por los Estados Unidos ante el Órgano de Solución de Diferencias de la OMC, al considerar que se limitaba de manera injustificada su acceso al mercado europeo.

ii) El Ecuador

El mayor exportador de banano del mundo se adhirió a la OMC en 1996 y desde entonces ha insistido en que la UE debe cumplir sus obligaciones y compromisos comerciales y dejar de discriminar contra las importaciones de banano del Ecuador. En 1999, alrededor del 20% del banano importado en la UE procedía del Ecuador. Sin embargo, en los últimos años el Ecuador también ha buscado otros mercados en Asia y América Latina para hacer frente a las restricciones del mercado europeo. También comercializa un porcentaje muy elevado de su producción de banano en Europa oriental.

El Ecuador, al igual que los Estados Unidos, obtuvo autorización para imponer sanciones a las importaciones de la UE, pero nunca lo hizo. El país opuso algunas objeciones al acuerdo del 11 de abril de 2001, sobre todo en relación con el período de referencia histórico y el contingente C para el banano de los países ACP. El Ecuador apoyó el sistema basado en el orden de llegada, por miedo a que de lo contrario el régimen favoreciera a la empresa Chiquita, que comercializa más banano de los países de Centroamérica que del Ecuador. No obstante, la UE y el Ecuador llegaron a un acuerdo el 30 de abril de 2001, por el que la UE reconocía al Ecuador como el principal proveedor en las negociaciones. Se prevé que el nuevo régimen aumentará las oportunidades para las exportaciones ecuatorianas. Ese régimen suprime el desglose de las importaciones de la UE por contingentes de países, aumenta el volumen de las importaciones de América Latina en 100.000 toneladas, y mejora el acceso al mercado de los importadores tradicionales y no tradicionales del Ecuador.

iii) Unión de Países Exportadores de Banano (UPEB)

La Unión de Países Exportadores de Banano (UPEB) se creó en los años setenta, como organización de países exportadores de banano de América Latina, con el objeto de tratar los problemas de la producción y la comercialización del banano. La finalidad de la UPEB era obtener precios remuneradores para el banano, promover el estudio y la adopción de políticas comunes, coordinar y supervisar las medidas adoptadas, buscar un equilibrio, intercambiar experiencias y servir de foro de negociación con los países importadores. Durante los años noventa los países productores de banano tomaron distintas direcciones en respuesta al régimen bananero de la UE; ello ha sido una de las principales causas de la reducción progresiva del papel de la UPEB.

iv) Países ACP

Los países ACP han sido fundamentales en este proceso. La idea era que debía protegerse a los cultivadores de banano ACP, en especial en los países de las Islas de Barlovento, debido a su limitada capacidad para competir en términos de costos y calidad con los productores de América Latina. Para ayudar a los países ACP a adaptarse a los cambios del mercado tras la introducción del Reglamento 404/93 de la UE, se aplicó un régimen especial de asistencia para ayudar a los países a aumentar la eficiencia en la producción de banano. Los países beneficiarios pueden utilizar los fondos



disponibles para asistencia técnica y financiera destinada a mejorar la competitividad del sector bananero o apoyar la diversificación cuando no es posible una mejora sostenible de la competitividad en ese sector. Algunos autores han defendido otras alternativas distintas a las preferencias comerciales, por considerarlos más eficientes, como la ayuda directa a los productores de banano en esos países<sup>99</sup> con miras a liberalizar las importaciones de banano. Según diversas fuentes, el régimen no ha podido evitar la erosión de las cuotas de mercado de los países menos competitivos, como en el caso de las Islas de Barlovento<sup>100</sup>. El análisis antes presentado confirma este hecho. Además, puede decirse que el mantenimiento del trato preferencial aplicado al banano de esos países ha ofrecido incentivos para seguir produciendo banano, perpetuando así su dependencia con respecto a ese producto e impidiendo la diversificación.

Tras el acuerdo de 2001, con el que los países ACP no se mostraron plenamente satisfechos, se concedió una exención de las normas de la OMC para que la UE pudiese reservar una cantidad fija de banano exclusivamente para los países ACP. Esta exención permitiría a la UE aplicar preferencias arancelarias a las exportaciones de los países ACP con destino a la UE hasta 2006. Esos países mostraron su conformidad respecto de esta cuestión después de la Conferencia Ministerial de la OMC celebrada en Doha. Sin embargo, han manifestado su inquietud por la disminución de los precios debido a la oferta excesiva y la saturación del mercado europeo. El acceso preferencial al mercado carece de sentido si los precios no son remuneradores.

Los países ACP, en especial los países del Caribe, siguen enfrentando una difícil situación al tener que asegurar una transición sin tropiezos de un régimen de medidas de protección y precios preferenciales a un régimen en el que tendrán que competir directamente con los productores de otros países fuera de Asia, el Caribe y el Pacífico. Los problemas son especialmente graves debido al gran número de pequeños productores de banano y a la presencia de empresas estatales en esos países. La pérdida de las preferencias puede provocar graves trastornos económicos, políticos y sociales. De hecho, puede que sean necesarias compensaciones adicionales o ayuda de ajuste para reestructurar el sector bananero de esos países y poder competir en 2006.

La solución puede residir en la mejora de las técnicas de producción y gestión con objeto de aumentar la competitividad y modernizar el sector bananero. En los países donde eso no es viable<sup>101</sup>, la solución puede ser la diversificación hacia actividades alternativas y rentables. Esta diversificación puede

---

<sup>99</sup> Véase Borrell (1999). La ayuda de la UE a los países ACP se analiza en Hubbard et al. (2000). ([http://europa.eu.int/comm/europeaid/evaluation/evinfo/acp/951501\\_ev.htm](http://europa.eu.int/comm/europeaid/evaluation/evinfo/acp/951501_ev.htm)): El presupuesto total de este programa ascendió a 95 millones de euros, de los cuales 78 millones aproximadamente estaban realmente asignados. De esa cantidad, se dispusieron 37,9 millones de euros para ayuda a los ingresos con objeto de compensar a los países por las pérdidas de ingresos de exportación, y el resto se destinó a asistencia técnica. En el informe se llegó a la conclusión de que los posibles efectos de la ayuda de la UE en la competitividad del sector bananero ya eran leves en las Islas de Barlovento y normales en los otros tres países de la muestra. El efecto real fue entre leve y normal. Jamaica y las Islas de Barlovento tropiezan con problemas importantes para reorganizar sus exportaciones y sus acuerdos de comercialización. Únicamente el Camerún y Côte d'Ivoire tienen posibilidades reales de competir con los exportadores de banano de países fuera de África, el Caribe y el Pacífico. La ayuda ha tenido más efecto cuando se ha destinado a la mejora de la productividad de las tierras, y ha tenido menos efecto en las esferas en que el potencial quizás era mayor: gestión de las reformas y acuerdos de comercialización. Las inversiones sociales y medioambientales han sido escasas.

<sup>100</sup> Véase Cambrón (2000).

<sup>101</sup> Los países ACP que tienen más posibilidades de competir en cuanto a costos son Côte d'Ivoire y el Camerún.

producirse dentro del sector bananero, al tratar de obtener mayor valor añadido o al reorientar la producción hacia el banano orgánico, de comercio justo o exótico, que tiene nichos de mercado con posibilidad de crecimiento. Además, la diversificación puede suponer la búsqueda de alternativas a la producción de banano, como la producción de otras frutas frescas no tradicionales o las actividades turísticas. Preocupa el hecho de la producción de droga y el contrabando puedan considerarse actividades más lucrativas.

En el capítulo sobre el sistema multilateral del comercio después de Doha del *Informe sobre el Comercio y el Desarrollo, 2002*, se señala lo siguiente: "Muchas pequeñas economías en desarrollo exportan sólo uno o dos productos básicos agrícolas, cuyos ingresos representan a menudo una proporción considerable de sus ingresos totales por exportaciones de mercancías, como ocurre en el caso de algunas pequeñas economías insulares exportadoras de azúcar y plátanos. Esas economías no son competitivas frente a los exportadores en gran escala y dependen en medida considerable del acceso preferencial (sin reciprocidad) a los mercados de algunos países desarrollados importantes. La pérdida de ese trato preferencial, unida a una sustancial liberalización arancelaria ... por parte de los países desarrollados importadores redundaría en una disminución de los ingresos de exportación y de las inversiones en esas pequeñas economías exportadoras, lo que causaría una perturbación macroeconómica no deseable. Por consiguiente, podría ser necesario proporcionarles alguna forma de apoyo para facilitar su adaptación a mercados más abiertos."

#### c) *Estados Unidos de América*

Los Estados Unidos consideraron el régimen bananero de la UE discriminatorio y nocivo ya que reducía el acceso de las principales empresas transnacionales al mercado europeo. Según el Representante de los Estados Unidos para las Cuestiones Comerciales, ese régimen privaba a las empresas estadounidenses de la mitad de su cuota de mercado en favor de las empresas europeas con que competían. Por ese motivo los Estados Unidos presentaron una reclamación ante la OMC y prosiguieron la diferencia hasta lograr un acuerdo satisfactorio.

#### d) *Pequeños productores de banano*

No está claro de qué modo beneficia el régimen bananero de la UE a los pequeños productores, ya que las grandes empresas siguen controlando el comercio internacional de banano. El Acuerdo de 2001 no beneficia a cooperativas como Max Havelaar, que entró en el mercado después del período de referencia histórico y, por lo tanto, no tiene acceso a las licencias de importación. Max Havelaar importa banano de pequeños productores hacia la UE, abonando un precio de comercio justo. Es posible que la situación de los pequeños productores mejore únicamente cuando se aplique un sistema exclusivamente arancelario.

### **4. Perspectivas tras el Acuerdo de la OMC de 2001**

A principios de 2002 la UE ya había adoptado medidas adecuadas. Aprobó el Reglamento (CE) N° 2587/2001 del Consejo de 19 de diciembre de 2001 que modifica el Reglamento (CEE) N° 404/93 por el que se establece la organización común de mercados en el sector del plátano. Mediante este Reglamento, la UE aplicó la fase 2 de los acuerdos firmados con los Estados Unidos y el Ecuador. Aunque es demasiado pronto para evaluar los resultados del acuerdo en el marco de la OMC, se prevé un equilibrio de los intereses de los distintos participantes en el mercado del banano.

Tanto los Estados Unidos como la UE acogieron favorablemente el acuerdo ya que esperaban que ofreciera a todos los operadores y productores un mayor acceso al mercado de la UE, protegiendo al mismo tiempo a los productores ACP más débiles. La Oficina del Representante de los Estados Unidos para las Cuestiones Comerciales calculó que gracias a la aplicación del sistema histórico previsto en el acuerdo las empresas estadounidenses aumentarían sustancialmente el volumen de las importaciones de banano hacia el mercado europeo. Tras el acuerdo de la OMC, las empresas transnacionales

estadounidenses que comercializaban el banano tendrían sin duda un mayor acceso al mercado de la UE. Según algunas estimaciones, con el acuerdo la participación de Chiquita y Dole en el mercado europeo de banano sería del 44%, y dos terceras partes de ese porcentaje corresponderían a Chiquita<sup>102</sup>.

---

<sup>102</sup> Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España (2001).

### **Recuadro 1. Distintas estrategias de las empresas transnacionales de comercialización de banano en relación con el régimen bananero de la UE**

El origen de la diferencia comercial relativa al banano fue la lucha de las grandes empresas estadounidenses por aumentar su cuota de mercado. Tras la introducción del régimen bananero de la UE éstos tuvieron que replantear sus actividades y objetivos. Debido a la transformación del mercado tuvieron que tratar de reestructurar su actividad comercial mediante absorciones y asociaciones con importadores, empresas de maduración y distribuidores de banano en muchas partes del mundo. También fue necesario diversificarse su producción hacia otras frutas y otras zonas de producción de banano. Para beneficiarse al máximo del sistema de licencias, los operadores europeos tradicionales fortalecieron su posición en el mercado de banano procedente de América Latina, mientras que las empresas bananeras transnacionales de los Estados Unidos invirtieron en los países ACP para poder obtener más derechos sobre el contingente "dólar".

En 1994 la empresa *Chiquita*, junto con la Hawaii Banana Industry Association, inició el proceso de la diferencia entre los Estados Unidos y la UE relativa al banano mediante una solicitud al Gobierno de los Estados Unidos para que impugnara el régimen bananero de la UE y el Acuerdo Marco, alegando que eran discriminatorios. La participación de *Chiquita* en el mercado mundial y el mercado de la UE había disminuido sustancialmente desde principios de los noventa. Según la empresa, *Chiquita* contaba con el 40% del mercado europeo antes de 1993 y ese porcentaje disminuyó posteriormente al 20%. La empresa ha culpado a la UE de sus problemas financieros, y, en enero de 2001 presentó ante el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas una reclamación por daños contra la Comisión Europea por valor de 525 millones de dólares, que no fue retirada tras el acuerdo. El 12 de noviembre de 2001 *Chiquita* anunció un plan de reestructuración de la deuda que reduciría la deuda en bonos de la empresa matriz en más de 700 millones de dólares. Estaba previsto que las operaciones siguieran desarrollándose como de costumbre. La empresa consideraba que esa reestructuración y la solución a la diferencia comercial entre los Estados Unidos y la UE relativa al banano eran hechos importantes que reforzarían las posibilidades de *Chiquita* de aumentar los ingresos y los beneficios. La estrategia de mercado de *Chiquita* tenía un carácter conservador y defendía a la empresa del régimen impugnándolo en la OMC y basándose en la lealtad a la marca, sin tener en cuenta la importancia de la diversificación de las fuentes de suministro y las alianzas estratégicas con los distribuidores establecidos en el mercado de la UE. Los problemas de *Chiquita* surgieron en los años ochenta cuando la empresa vendió su filial del Reino Unido e Irlanda *Fyffes*, que tenía con plantaciones en los países ACP y realizaba operaciones contractuales de suministro.

Los principales competidores de *Chiquita*, *Dole* y *Del Monte*, adoptaron una estrategia agresiva de adquisiciones y empresas conjuntas con varios productores y distribuidores de banano de la UE y los países ACP, aumentaron su presencia en esos países, sobre todo en Côte d'Ivoire y el Camerún. *Del Monte* fortaleció su posición en Asia, en especial en Filipinas. La cuota de mercado de *Dole* aumentó en la década de los noventa y superó a la de *Chiquita*. Tras el acuerdo firmado entre la UE y los Estados Unidos en abril de 2001, *Dole* se opuso al período de referencia de 1994-1996, ya que la empresa había entrado en el mercado de la UE posteriormente (*Chiquita* controlaba una mayor cuota de mercado en 1993). *Dole* se mostró partidario del sistema basado en el orden de llegada, puesto que éste ofrecía más oportunidades a la empresa. En el marco de este régimen comercial provisional, únicamente podían obtener licencias las empresas europeas que habían operado y habían comprado y vendido banano en el mercado de la Unión Europea durante el período 1994-1996. La elección de un período no tiene en cuenta los cambios dinámicos y las inversiones realizadas durante los ocho años anteriores por *Dole* y otros proveedores de banano. *Dole* y los otros distribuidores estadounidenses de banano, con la excepción de *Chiquita*, sólo podrán beneficiarse plenamente a partir de 2006, fecha en que se eliminarán los contingentes.

El principal operador europeo de distribución de banano, *Fyffes*, se benefició del régimen bananero de la UE y, además emprendió una política de alianzas estratégicas mediante la diversificación de las redes de suministro y distribución, aumentando así su cuota de mercado en la UE. *Fyffes* amplió sus contratos de comercialización en Centroamérica y el Ecuador, y logró extender sus fuentes de suministro de banano de los países ACP y la zona euro así como del banano dólar. Pero la entrada de *Fyffes* en Honduras (mediante contratos con cultivadores independientes) y Guatemala (contratos de producción) no tuvo éxito, y actualmente trabaja, sobre todo, a través de acuerdos con otros operadores como *Dole*.\*

\*Véase Van de Kastele (1998).

Según el Comisario Europeo de Agricultura, Desarrollo Rural y Pesca, el acuerdo permitió a la UE solucionar una prolongada diferencia con sus interlocutores comerciales y eliminar definitivamente las sanciones impuestas por los Estados Unidos a los productos europeos. En su opinión, el acuerdo supondría un alivio para el sector bananero y sería positivo para los operadores, quienes podrían trabajar en el futuro en un entorno más transparente y estable.

Según el Servicio de Información y Censo Agropecuario (SICA), el régimen de transición vigente hasta el año 2005 beneficia al Ecuador al fijar en 17% la asignación para los operadores no tradicionales. Además, se establecieron algunas condiciones para la habilitación de operadores no tradicionales. Esto favorece a las empresas de exportación ecuatorianas y permitirá un mayor acceso del banano ecuatoriano al mercado de la UE, a diferencia del régimen de los contingentes por países. Desde el punto de vista del Ecuador, debería prestarse especial atención a las negociaciones sobre el establecimiento del régimen exclusivamente arancelario en 2006, para que no ese régimen no sea demasiado restrictivo y no impida el acceso al mercado de la UE<sup>103</sup>.

La FAO presentó una evaluación cuantitativa del régimen transitorio de contingentes arancelarios en la reunión del Grupo Intergubernamental sobre el Banano celebrada en Costa Rica en diciembre de 2001<sup>104</sup>. Los resultados del modelo de simulación sugieren que será indispensable que los países ACP mejoren su competitividad durante el período transitorio en que se establecerán contingentes arancelarios, en previsión del establecimiento de un sistema exclusivamente arancelario. Se prevé que entre 2001 y 2005 la cuota de mercado de los productores del Caribe se reducirá por lo menos entre 5.000 y 15.000 toneladas, y cabe esperar que la de los países de África occidental aumente (aunque debido al bajo nivel de las exportaciones históricas, tendrán que comprar licencias). La determinación del nivel de arancel adecuado a partir de 2006 será una cuestión fundamental en los futuros debates. El objetivo de la Comisión Europea es mantener un nivel de protección adecuado para los productores de la UE y los países ACP, evitar cualquier cambio en los volúmenes de importación y reducir al mínimo las repercusiones en los precios y los costos. La ventaja del sistema exclusivamente arancelario es que será transparente y fácil de administrar; no habrá necesidad de aplicar regímenes complejos de licencias de importación. Es probable que los consumidores se beneficien de la disponibilidad de banano procedente de proveedores competidores.

Sin olvidar los efectos positivos que el acuerdo sobre el banano puede tener en el comercio internacional, cabe señalar que una de las cuestiones planteadas en la diferencia fue la obtención de rentas contingentarias. Desde este punto de vista, se puede llegar a la conclusión de que en definitiva puede que nadie salga ganando, ni siquiera las empresas bananeras estadounidenses, ya que las rentas contingentarias desaparecerán con el sistema exclusivamente arancelario. No obstante, es evidente que el mercado del banano será más transparente y eficiente, gracias a la reducción de las incertidumbres y distorsiones y el aumento de la competencia<sup>105</sup>. En cualquier caso, todavía no se ha determinado quiénes serán los claros ganadores con respecto al régimen bananero aunque, a priori, el Ecuador y los productores con bajos costos resultarían beneficiados.

---

<sup>103</sup> Véase el Proyecto SICA/MAG (2002).

<sup>104</sup> Véase FAO (2001b).

<sup>105</sup> Véase en Read, R. (2001) un estudio reciente y completo sobre la diferencia del banano. Además, el régimen bananero de la UE es objeto de una auditoría en el Informe especial N° 7/2002 del Tribunal de Cuentas Europeo sobre la buena gestión financiera de la organización común de mercados en el sector del plátano, Diario Oficial de las Comunidades Europeas C294 Vol. 45, de 28 de diciembre de 2002, que ofrece una evaluación completa y crítica del sistema. La Comisión Europea realizará una importante evaluación de la organización común de mercados en 2004.

## 5. La iniciativa "Todo menos armas" y el banano

La UE adoptó unilateralmente en febrero de 2001 la iniciativa "Todo menos armas" (TMA) con el fin de conceder a todas las exportaciones de los países menos adelantados (PMA) un acceso libre de derechos y contingentes a la UE, con excepción de las exportaciones de armas. Esta iniciativa elimina los obstáculos comerciales respecto de todos los productos excepto las armas militares para los 49 países en desarrollo (40 de los cuales son países ACP) que las Naciones Unidas han definido como "menos adelantados" en razón de su bajo PIB per cápita, sus escasos recursos humanos y su elevada vulnerabilidad económica. Sin embargo, las importaciones de tres productos considerados "sensibles" -el banano, el arroz y el azúcar- no se liberalizarán inmediatamente, y estarán sujetas a una fase de transición.

El banano se consideró un producto sensible debido a la diferencia sobre ese producto y a las reformas que estaban llevando a cabo. En el marco de la iniciativa "Todo menos armas" debían establecerse disposiciones para el libre acceso del banano a través de un proceso de eliminación progresiva de los aranceles que comenzaría el 1º de enero de 2002 y culminaría con la plena liberalización el 1º de enero de 2006, fecha prevista para la entrada en vigor del sistema exclusivamente arancelario. Los aranceles aplicados a las importaciones de banano fresco procedentes de los PMA se reducirían progresivamente hasta alcanzar el nivel cero mediante una disminución anual del tipo arancelario de 20%.

No obstante, en ese proceso de liberalización es importante tener en cuenta, como se indica en el *Informe de 2002 sobre los países menos adelantados* de la UNCTAD, que en teoría, el acceso preferencial al mercado previsto mediante esas iniciativas puede aumentar la ventaja competitiva de los exportadores de los PMA y favorecer de ese modo un crecimiento más rápido de las exportaciones en esos países. Sin embargo, en la práctica la obtención de esa ventaja competitiva depende fundamentalmente de la capacidad de oferta. El hecho de mejorar el acceso al mercado carece de sentido desde el punto de vista comercial si los PMA no pueden producir en los sectores en que reciben un trato preferencial y no disponen de las técnicas de comercialización, la información y las conexiones necesarias para que el acceso al mercado se transforme en entrada al mercado.

Al evaluar las posibles consecuencias de la iniciativa "Todo menos armas" en el sector bananero de esos países y en el mercado internacional de banano, es interesante señalar que el volumen de las exportaciones de banano de los PMA es mínimo y que, por lo tanto, los efectos quizás son relativamente modestos. Según un estudio realizado por OXFAM sobre las consecuencias de la iniciativa, ésta supondría una mejora sólo para los países en desarrollo sin litoral de África, el Caribe y el Pacífico que pueden llegar a ser en el futuro importantes exportadores [de banano] ... Las cifras presentadas por la FAO indican que la producción de banano en los países en desarrollo sin litoral que no son ACP es insignificante y que únicamente Uganda, además de Somalia, tiene un gran potencial a corto plazo. La ausencia de litoral puede suponer un obstáculo en la fase inicial de desarrollo de ese potencial (sobre todo si se tiene en cuenta la aparente importancia del banano en el consumo interno)<sup>106</sup>.

Además, aunque los PMA puedan aumentar considerablemente sus exportaciones de banano gracias al libre acceso previsto en la iniciativa, esto provocaría un aumento de la oferta internacional de banano. Así pues, existe la preocupación de que la situación estructural de exceso de oferta empeore y provoque una disminución de precios aún mayor y reduzca las ventajas de la iniciativa. La Comisión Europea, en su evaluación de las propuestas relativas a la iniciativa "Todo menos armas" en sectores sensibles se refiere a la situación y las posibles repercusiones en el banano e indica que la producción total de la fruta en los países en desarrollo sin litoral es de aproximadamente 5,7 millones de toneladas, de las cuales 4,8 millones de toneladas se producen en países ACP y algo más de 700.000 toneladas en otros países. La producción total de los países en desarrollo sin litoral supera el consumo europeo en casi dos millones de toneladas, si bien la mayoría de esos países no exportan al extranjero ni producen banano

---

<sup>106</sup> Stevens y Kennan (2001).

para la exportación (las exportaciones totales de esos países ascienden sólo a unas 26.000 toneladas y todas ellas proceden de países ACP). Actualmente tres países en desarrollo sin litoral, (Cabo Verde, Madagascar y Somalia), son proveedores tradicionales de banano ACP de la UE. No obstante, el volumen de sus exportaciones es modesto. En 1999 la UE importó únicamente 10 toneladas de banano de Cabo Verde y ninguna de Madagascar y Somalia, aunque las importaciones procedentes de Somalia antes ascendían a unas 20.000 toneladas. Cuando entre en vigor el nuevo régimen desaparecerán las disposiciones especiales de acceso aplicables a los antiguos "proveedores tradicionales de banano" y serán sustituidas por un sistema de acceso preferencial para todos los países ACP, quienes tendrán la posibilidad de exportar a la UE con un arancel nulo dentro del contingente arancelario y a un tipo arancelario reducido fuera del contingente. El mercado europeo es muy sensible al aumento de la oferta; y si los países en desarrollo sin litoral que no son ACP y tienen potencial para exportar realizan suficientes inversiones para hacer frente a los costos de infraestructura y otras limitaciones, podrían influir en el mercado de la UE, especialmente mediante la reducción de los precios. A modo indicativo, una reducción del precio de 100 €/t costaría 80 millones de euros. No obstante, dada la escasa competitividad de los países en desarrollo sin litoral, queda por ver si podrán atraer inversiones en ese sector altamente competitivo. Debido a esta incertidumbre extrema, no se presentan hipótesis concretas. Se ha calculado que el futuro régimen provocará una caída de precios (en la propuesta se calcula un aumento de la oferta potencial de 323.000 toneladas) y, por lo tanto, un incremento de la ayuda compensatoria. La posible presión sobre los precios provocada por el aumento de la oferta de los países en desarrollo sin litoral puede afectar a otros proveedores, en particular a los países ACP que no son países en desarrollo sin litoral y que dependen en gran medida de las exportaciones de banano, pero también a los países de América Latina que han realizado inversiones considerables en el sector bananero y que también dependen de las exportaciones de ese producto<sup>107</sup>.

Según un estudio realizado por la UNCTAD y la Secretaría del Commonwealth, aunque la participación de los PMA en las exportaciones es muy escasa en el marco del actual acceso a los mercados (0,11% del total de las importaciones de banano de la UE en 1999), se prevé que las nuevas medidas de liberalización provocarán cambios significativos en las exportaciones de algunos productos, entre ellos el azúcar, el banano y el arroz<sup>108</sup>.

---

<sup>107</sup> Comisión Europea (2002).

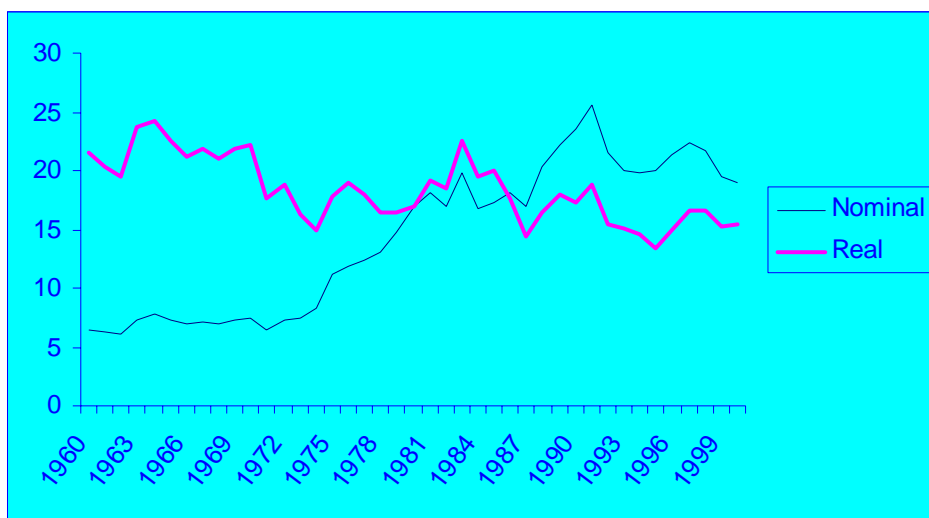
<sup>108</sup> UNCTAD/Secretaría del Commonwealth (2001).

## Capítulo V

### ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN Y ESTRUCTURA DE LOS PRECIOS INTERNACIONALES DEL BANANO

Al analizar los precios del banano, es importante observar que, como el mercado mundial está fragmentado geográficamente, es difícil derivar un precio internacional de este producto básico. Sin embargo, como el mercado del banano en los Estados Unidos es un mercado libre, la evolución de los precios en ese país puede utilizarse para analizar de manera aproximada las tendencias históricas. El análisis de los datos relativos al banano, Centroamérica y el Ecuador, F.O.B. puertos de los Estados Unidos (en centavos de dólar por libra), resumidos en el gráfico 10, muestra que el precio del banano, al igual que el de muchos otros productos básicos, ha sufrido un prolongado deterioro en términos reales.

**Gráfico 10. Evolución de los precios del banano**



*Fuente: UNCTAD.*

Nota: Los precios reales se obtienen deflacionando los precios nominales por el índice del valor unitario de las exportaciones de manufacturas (1980 = 100).

En general, los precios en los mercados internacionales se establecen en función de la oferta y la demanda. Los factores de la oferta son, entre otros, las condiciones meteorológicas (por ejemplo, en 1998, el huracán Mitch destruyó cultivos en Centroamérica, lo cual redujo la oferta y aumentó los precios)<sup>109</sup>, la diversificación de las fuentes de abastecimiento y los cambios experimentados en la zona disponible para la producción y el rendimiento del banano. La demanda depende del aumento de los ingresos, el crecimiento demográfico, las preferencias de los consumidores y los regímenes de importación de banano. Aunque el mercado del banano tiene una estructura oligopolística, ello no significa que las empresas transnacionales de comercialización puedan fijar libremente los precios de venta, en particular porque la competencia aumentó durante los años noventa. Su posición como fijadores de precios no está clara. Si cualquiera de esas empresas tratara de aumentar unilateralmente los precios, perdería cuota de mercado. Además, la posición dominante de las grandes empresas comercializadoras

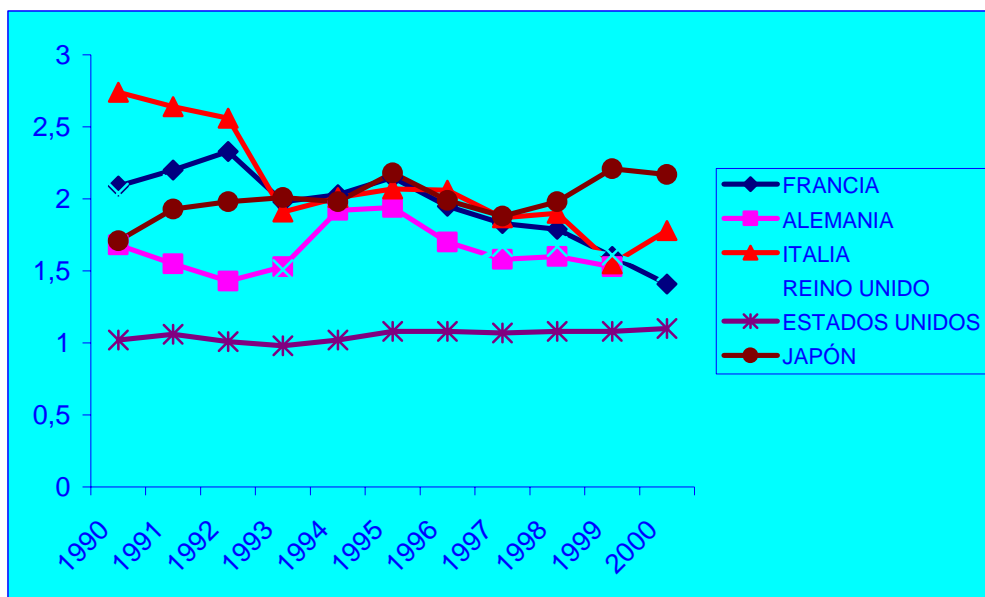
<sup>109</sup> En 2001 se produjo una evolución positiva de los precios del banano, debido principalmente a las condiciones meteorológicas desfavorables en América Latina.



de banano se ha visto amenazada por otros importadores que han aparecido como consecuencia de los esfuerzos de los productores por comercializar sus bananos fuera de los canales multinacionales. Por lo tanto, la fijación del precio del banano tiene lugar principalmente en el comercio minorista, debido en particular a la posición cada vez más dominante de los distribuidores (las cadenas de supermercados).

En el gráfico 11 se comparan los precios al por menor (dólares/kg) en los principales mercados de consumo.

**Gráfico 11. Precios del banano al por menor**



*Fuente: Estadísticas de la FAO.*

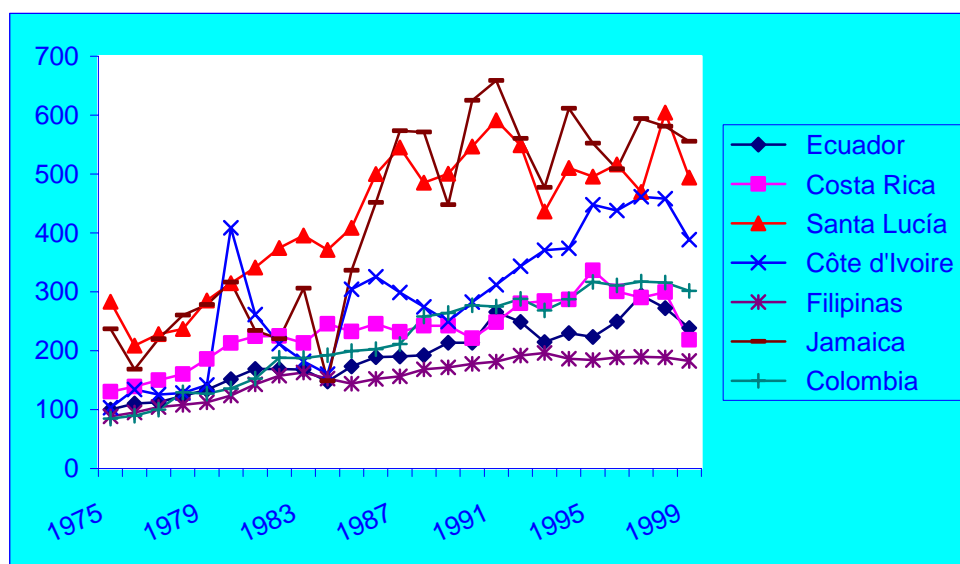
Los precios al por menor en los Estados Unidos son considerablemente más bajos que en los demás países, principalmente por la falta de aranceles o restricciones cuantitativas a las importaciones en los Estados Unidos y porque los costos de transporte desde las zonas de abastecimiento son inferiores (las distancias por vía marítima son menores). En los países europeos existe cierto grado de convergencia en los precios al por menor, lo cual refleja probablemente el surgimiento del mercado único en la UE tras la creación del régimen bananero en 1993. Los precios más elevados del Japón pueden deberse al nivel más alto de los aranceles, los sueldos más elevados y al menor grado de competencia en el sector minorista japonés.

Sin embargo, en relación con los productores, las empresas transnacionales de comercialización tienen un mayor poder para fijar los precios. Éstos dependen en gran medida de la capacidad de los productores para negociar contratos con las empresas que distribuyen o comercializan sus bananos. En el Ecuador o Costa Rica, los exportadores de bananos más importantes del mundo, el gobierno establece el precio mínimo que ha de pagarse a los cultivadores con el objetivo de proteger a los productores nacionales. Algunos críticos de esa política de intervención en los precios consideran que no refleja la evolución de los precios internacionales y que crea una impresión errónea en el mercado, contribuyendo así a la

situación de exceso de oferta. También podría alentar a las empresas de comercialización de banano a buscar otras fuentes de abastecimiento<sup>110</sup>.

Debido a los diversos sistemas de producción de banano en los diferentes países y a la limitada existencia de datos homogéneos y apropiados sobre los precios de producción, es muy difícil realizar comparaciones internacionales precisas de los costos de producción. Sin embargo, hay consenso en que los costos de producción de banano son menores en Asia, América del Sur y Centroamérica que en el Caribe. Las economías de escala en las grandes plantaciones de Filipinas, Colombia o Costa Rica son más importantes y esos sistemas de producción disponen de tecnologías más avanzadas, lo cual rebaja los costos de producción. Los costos laborales son mucho menores, al igual que en el Ecuador. Por otra parte, los costos de los productores caribeños son más elevados, debido a lo abrupto del terreno, el tamaño reducido de las explotaciones, la mala calidad del suelo y las condiciones meteorológicas desfavorables, como los frecuentes huracanes. Como la cantidad de bananos que esos países exportan es insuficiente para llenar un buque, los costos de transporte del banano del Caribe también son mayores porque los buques deben hacer escala en más puertos<sup>111</sup>. En el gráfico 12 se presenta la evolución de los valores unitarios de las exportaciones de banano en los países exportadores más representativos y puede ser un indicador aproximado de los costos de producción.

**Gráfico 12. Valores unitarios de las exportaciones de banano (dólares/tonelada)**



Fuente: Estadísticas de la FAO.

La comparación muestra valores unitarios mucho mayores en países del Caribe como Jamaica o Santa Lucía que en los demás países. Los valores unitarios más bajos se observan en los sistemas de plantación de Filipinas y en países de América del Sur como el Ecuador y Colombia, donde los costos de mano de

<sup>110</sup> Véase Ampuero Pareja, E. (2001).

<sup>111</sup> Las diferentes limitaciones logísticas de las exportaciones de los países ACP se estudian en Lherault, G. (2001), *Exports logistics for ACP countries for fruit and vegetables and horticultural products*, documento presentado en el taller regional de la UNCTAD sobre diversificación y desarrollo del sector hortícola en África, destinado a las economías hortícolas de África, celebrado en Nairobi (Kenya), del 29 al 31 de mayo de 2001 (<http://www.unctad.org/infocomm/Diversification/nairobi/lherau.pdf>).

obra suelen ser inferiores. Los países de Centroamérica como Costa Rica, donde los sueldos son más elevados, muestran valores unitarios superiores pero aún más bajos que los de los países africanos, como Côte d'Ivoire, donde los valores unitarios de las exportaciones son intermedios.

Además, la integración vertical de las empresas bananeras, implica que, por ser éstas propietarias de la mayoría de los servicios necesarios en la cadena del banano, el producto no cambia de manos en las diferentes etapas de la cadena. Ello dificulta el cálculo de los márgenes de beneficio y sólo es posible realizar aproximaciones o estimaciones. En el cuadro 7 figuran las estimaciones de algunos análisis del mercado del banano. Aunque esas estimaciones no son homogéneas, los resultados muestran claramente el reducido porcentaje del precio de venta al por menor que reciben los productores. Los países en desarrollo siguen recibiendo un porcentaje muy bajo de los beneficios del comercio bananero. Según Chambron (2000), los trabajadores de las plantaciones de mediana y gran escala reciben sólo entre el 1% y el 3% de los beneficios del comercio internacional, mientras que los pequeños cultivadores que proveen el mercado mundial reciben sólo entre el 7% y el 10%. Sólo el 12% de los ingresos totales permanece en los países productores.

**Cuadro 7. Estimaciones de la estructura de precios del banano (%)**

UNCTAD 1974	UK Food Group/Chambron 1999	CEPAL 2000
Cultivadores 11.5 Otros 26.1 Fletes y seguros 11.5 Maduradores 19 Comercio minorista 31.9	Productores 5 Costos de exportación 4 Tranporte internacional 11 Licencias de importación 9 Margen de beneficio mutuo 17 Impuestos e IVA 15 Maduración 5 Distribución, comercio mayorista y minorista	Productores independientes 9–14 Empresas transnacionales de Comercialización 48–55 Maduradores y comercio Minorista 31–43
Chambron 2000*	Chambron 2000**	CTM-Altromercato 2000 (comercio equitativo)
Trabajadores de plantaciones 1 Propietario de la plantación 3 Empresa exportadora 10 Transporte 15 Derechos de aduanas y licencias de la UE 23 Importación/maduración 8 Supermercado 40	Cultivador 8 Trabajadores eventurales 9 Exportador 9 Transporte 14 Importador/madurador 26 Supermercado 34	Productor 13.9 Fletes, seguros y carga y descarga 13.9 Transporte terrestre 11 Desechos fisiológicos 1.4 Maduración 17 Margen para CTM 13 Comercio minorista 21

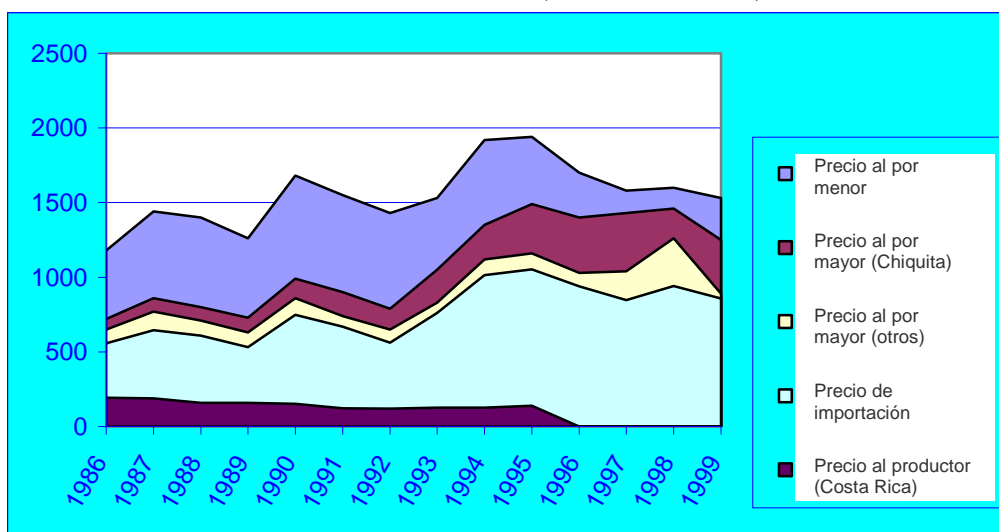
\* Bananos del Ecuador.

\*\* Bananos del Caribe.

Al analizar la evolución de los precios del banano en las diferentes etapas de la cadena de comercialización en determinados países, como Alemania, los Estados Unidos y el Japón, puede observarse que los precios de importación, los precios al por mayor y los precios al por menor suelen

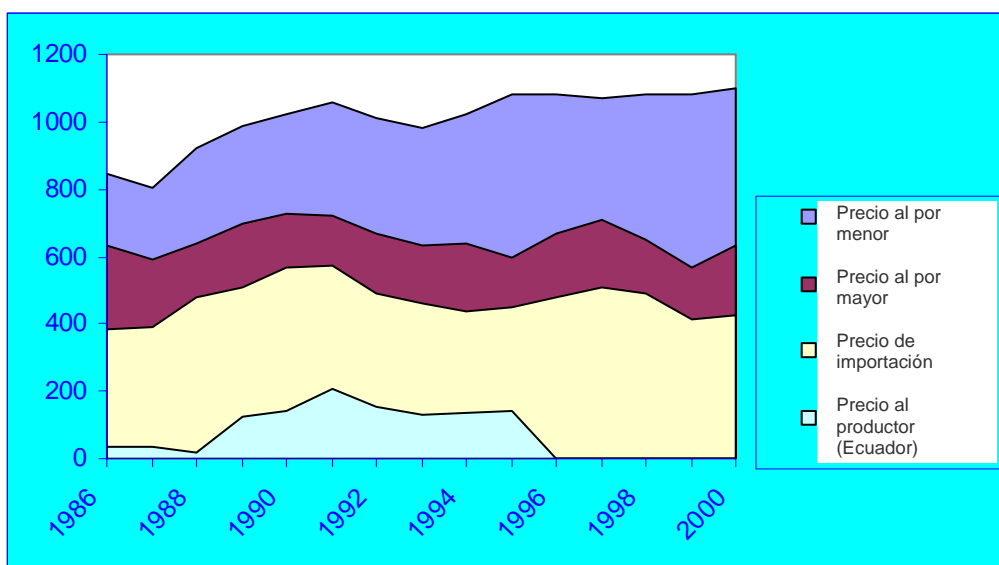
seguir tendencias paralelas. Sin embargo, los precios de producción son mucho más estables. Los resultados figuran en los gráficos 13 a 15<sup>112</sup>.

**Gráfico 13. Alemania (dólares/tonelada)**



Fuente: FAO.

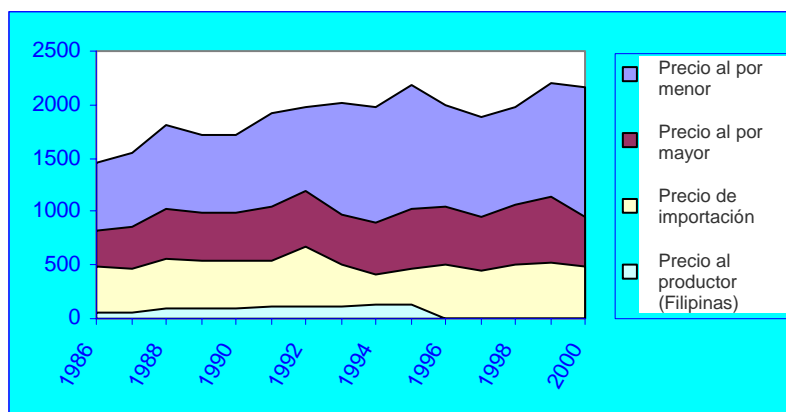
**Gráfico 14. Estados Unidos de América (dólares/tonelada)**



Fuente: FAO.

<sup>112</sup> La serie de precios de producción de la FAO sólo abarca hasta 1995.

**Gráfico 15. Japón (dólares/tonelada)**



*Fuente: FAO.*

Los porcentajes en cada etapa de la cadena de comercialización del banano suelen permanecer relativamente estables a lo largo de los años. Sin embargo, parece haber cierto aumento en el porcentaje del comercio minorista, en particular en el Japón y los Estados Unidos y en Alemania hasta 1995. Esto podría reflejar la importancia cada vez mayor de la etapa minorista de la cadena del banano en la comercialización del producto, lo cual permite aumentar los márgenes de los minoristas. En relación con esos márgenes, la situación particular del mercado alemán puede explicarse por el elevado grado de competencia de precios en el sistema minorista de ese país a causa de la presencia de cadenas minoristas de precios reducidos, así como por la posición dominante de grupos importadores de banano como Atlanta (Chiquita anunció recientemente su intención de adquirir esa empresa). En cambio, el mayor porcentaje de las cadenas minoristas del Japón puede deberse al reducido grado de competencia en el sector minorista japonés, que se suele describir como uno de los más complicados del mundo, y a las reglas del sector de distribución japonés, que, aunque su importancia está disminuyendo, causan ineficiencias en la distribución de fruta. Además, aunque sólo es posible observar los datos sobre los precios al productor hasta 1995, los gráficos confirman el reducido porcentaje del precio al por menor que reciben los productores de bananos.

No existen instrumentos de gestión de riesgos del precio para los bananos que son objeto de comercio en bolsas organizadas. En efecto, los precios del banano no muestran un grado elevado de volatilidad, en comparación con muchos otros productos básicos. Se pueden conseguir bananos durante todo el año y cuando hay perturbaciones del mercado en una parte del mundo se pueden obtener en otros países. Además, el carácter altamente perecedero del producto no permite almacenarlo. Sin embargo, los precios del banano presentan cierto grado de estacionalidad relacionado con la presencia de fruta nacional competidora en los países consumidores. Por lo tanto, los precios suelen ser más elevados en el primer semestre del año. Como los costos de transporte son un componente importante de los precios del banano, la evolución del precio del petróleo tiene una gran influencia en ellos. De hecho, la mayoría de las empresas bananeras se cubren contra los riesgos de los precios mediante instrumentos de gestión de riesgos relacionados con el petróleo.

En resumen, durante los años noventa, el mercado del banano se caracterizó por un nivel bajo de precios a causa de la situación de exceso de oferta. Esa situación se debió principalmente a factores estructurales, como el lento ajuste de la oferta en respuesta a los precios reducidos, y a circunstancias institucionales como los precios impuestos por determinados gobiernos de países exportadores para proteger a sus

productores de banano. El acceso preferencial de algunos productores en los principales mercados fue también importante para aumentar la producción. El contexto de bajos precios del banano puede haber afectado a los productores de banano en mayor medida que a los agentes participantes en las etapas posteriores de la cadena, que tal vez han podido captar un mayor porcentaje del valor agregado mediante estrategias como la gestión de la imagen de marca. Como el bajo nivel de los precios no siempre permite sufragar los costos de producción, muchos pequeños productores independientes pueden verse expulsados del mercado. Aunque es difícil prever la dirección de los precios en el futuro, la FAO estima que los precios del banano mostrarán un retroceso del 18% hasta 2005, que “podría ascender a cerca del 25 por ciento en los mercados de importación de América del Norte y ser notablemente menor, del 6 por ciento aproximadamente, en el mercado de la CE. Se proyectan reducciones de entre el 20 y el 22 por ciento en otros mercados, como los países no comunitarios de Europa Occidental, Europa Oriental, la zona de la ex-URSS, el Cercano Oriente, Japón y otros países importadores de Asia, incluyendo China, la República de Corea, RAE de Hong Kong-China y Singapur y en Nueva Zelanda”. En la segunda reunión del Grupo Intergubernamental sobre el Banano y las Frutas Tropicales de la FAO, celebrada en Costa Rica en diciembre de 2001, se expresó preocupación por las tendencias de precios negativas: “Se pidió a la Secretaría que estudiara las tendencias del mercado del banano durante los últimos años y que analizara las causas de la reducción a largo plazo de los precios, mientras que seguía aumentando la diferencia entre los precios que recibían los cultivadores y los que pagaban los consumidores”.

Además de los elementos puramente económicos de los precios del banano, existen otros costos que deberían tenerse en cuenta al analizar sus componentes. La producción del banano entraña también costos ambientales y sociales. El banano de Centroamérica y América del Sur es más barato en parte porque esos costos se externalizan. Los salarios son más bajos y las condiciones laborales no cumplen las normas mínimas en algunos países, mientras que la degradación ambiental también es mayor a causa de la utilización intensiva de plaguicidas y otros productos agroquímicos, lo cual acarrea la contaminación del agua y problemas de salud. Si los costos ambientales y sociales se internalizaran en los precios del banano, las diferencias de precios entre las diferentes zonas productoras podrían ser menores. Esa puede ser una de las razones que expliquen el sobreprecio con el que se venden los bananos biológicos y de comercio equitativo en los mercados. Los consumidores están dispuestos a pagar más por esos bananos porque estiman que son de mejor calidad y por consideraciones ideológicas. Además, los precios de esos bananos son mayores porque la oferta de bananos biológicos y de comercio equitativo es menor que la demanda. Se prevé que esa situación cambiará en el futuro a medida que aumente la oferta de esos tipos de bananos. Según la FAO, “Los precios al por menor de los productos biológicos son relativamente altos. Dependiendo del mercado, el sobreprecio del banano (CIF) oscila entre el 30 por ciento (CE) y el 80 por ciento (Japón). Solamente un pequeño grupo de consumidores comprometidos puede permitirse pagar unos sobreprecios tan altos. En muchos países, la mayoría de los consumidores de productos biológicos parecen estar dispuestos a pagar hasta un 20 por ciento más que por los productos convencionales. La expansión del mercado biológico depende de las ventas en los supermercados, que es el lugar más utilizado para las ventas en grandes cantidades de fruta en los mercados importadores. En cualquier caso, es probable que los compradores de banano convencional pasen a comprar productos biológicos si el sobreprecio sigue bajando”. Otro factor importante es la disponibilidad de bananos en las tiendas.

## COOPERACIÓN INTERNACIONAL EN RELACIÓN CON EL BANANO

La cooperación internacional en relación con el banano tiene lugar en muchas formas y en diferentes niveles. A continuación se describen algunos ejemplos.

### **Organización para la Agricultura y la Alimentación - Grupo Intergubernamental sobre el Banano y las Frutas Tropicales**

El Fondo Común para los Productos Básicos considera que el Grupo Intergubernamental es el órgano internacional de productos básicos especializado en el banano. El Grupo constituye el principal foro para debatir a fondo las cuestiones relacionadas con la economía del banano, sus problemas y las medidas de reparación adecuadas. El Grupo sirve de foro de consulta y estudio sobre los aspectos económicos de la producción, la comercialización, el comercio y el consumo de banano, con especial atención a las relaciones entre el consumo y los precios, los ingresos, las barreras comerciales y los sistemas de distribución. El Grupo estudia también las posibilidades de aumentar el consumo mundial, la eficiencia y los aspectos sociales de la industria bananera, prestando particular atención a la mejora de las condiciones de vida de los que trabajan en el sector y a los problemas económicos de éste. El Grupo formula recomendaciones para comercializar bananos de alta calidad a precios que sean justos para los productores y los consumidores.

La FAO creó recientemente un grupo de trabajo especial sobre la producción y el comercio responsables de banano para facilitar el diálogo, la colaboración y las actividades conjuntas entre las partes interesadas que se ocupan de las cuestiones sociales y ambientales de la producción y el comercio hortícolas. La composición del grupo de trabajo es muy diversa y comprende organizaciones no gubernamentales (ONG) que se ocupan de establecer normas, certificar o etiquetar los productos hortícolas, auditores y expertos ambientales y productores de banano.

Además, el Grupo de Productos Hortícolas de la FAO presta un servicio llamado Foro sobre el Banano. Su objetivo es facilitar el intercambio de información sobre las novedades en la industria bananera mundial y debatir asuntos sociales, económicos, comerciales, ambientales y otros temas relacionados con la producción y el comercio del banano<sup>113</sup>.

### **Unión de Países Exportadores de Banano (Panamá)**

La Unión de Países Exportadores de Banano (UPEB) es la organización internacional de países productores y exportadores, creada en 1974 para que actuara como cártel bananero que controlara la oferta del producto. Sin embargo, la UPEB no alcanzó ese objetivo por problemas de coordinación y falta de recursos financieros. Los países miembros son Colombia, Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, la República Dominicana y Venezuela. Los objetivos de la organización eran aumentar los mercados y asegurar precios remuneradores y equitativos para las exportaciones de banano. La UPEB tenía también como misión mejorar la cooperación técnica entre los países miembros y realizar mejoras en la comercialización.

Durante los años noventa, como consecuencia de las diferencias de opinión y actitud de los países miembros en relación con el régimen bananero de la UE, la función de la UPEB se vio reducida. El hecho de que el Ecuador, el primer exportador de banano, nunca se adhiriera a la organización contribuyó a limitar su influencia. En virtud de un acuerdo de cooperación con el Instituto Interamericano de

---

<sup>113</sup> La dirección electrónica del Foro sobre el Banano es la siguiente:  
<http://www.fao.org/ES/ESC/esce/ESCR/BANANAS/forum.htm>.

Cooperación para la Agricultura, la UPEB se transformó en un centro de información y documentación para los países miembros y dejó de adoptar políticas de intervención sobre los precios o la producción. La UPEB se convirtió en un foro de debate para los países productores de banano de América Latina, prestando más atención a las cuestiones técnicas, ambientales y sociales. Recientemente han surgido algunas voces que piden una reactivación de la UPEB como organización aglutinadora de los intereses de los países exportadores de banano con el objetivo de lograr la sostenibilidad social, económica y ambiental de la actividad bananera en los países en desarrollo.

### **Caribbean Banana Exporters Association (Reino Unido)**

La Caribbean Banana Exporters Association (CBEA) es la sucesora de la Commonwealth Banana Exporters Association, creada en 1972 para reunir a las asociaciones de cultivadores de banano de Jamaica y las Islas de Barlovento, que eran los proveedores tradicionales del mercado del Reino Unido. Tras la firma del Convenio de Lomé en 1975, la Commonwealth Banana Exporters Association cambió su nombre por el de Caribbean Banana Exporters Association (CBEA) y oportunamente a Belice y Suriname pasaron a ser miembros. En 1988 la CBEA creó un grupo de presión en Londres para defender sus derechos durante las negociaciones comerciales. La CBEA ha participado en campañas contra las decisiones de la OMC sobre el régimen bananero de la UE.

La cooperación internacional en relación con el banano tiene lugar también en algunos otros órganos que se describen más adelante.

### **Investigación y desarrollo**

Se han emprendido varias iniciativas en esta esfera, como el proyecto para el mejoramiento del banano<sup>114</sup>, puesto en marcha en 1993 por el Fondo Común para los Productos Básicos, el Grupo Intergubernamental sobre el Banano (FAO) y el Banco Mundial, con el objetivo de realizar una contribución significativa a la mejora y la productividad del cultivo del banano utilizando variedades con mayor rendimiento y más resistentes a las enfermedades y tratando de reducir los costos de producción, en especial el costo de los plaguicidas y su aplicación.

La investigación y el desarrollo son necesarios en el sector bananero para aumentar la productividad y el rendimiento, así como la resistencia del banano a las enfermedades y plagas, y reducir la dependencia de los fungicidas y plaguicidas. Ello tendría consecuencias positivas para los pequeños agricultores y los consumidores, mejoraría la salud de los trabajadores y reduciría las repercusiones negativas del cultivo del banano en el medio ambiente.

En la actualidad, la principal organización a cargo de las actividades internacionales de investigación y desarrollo en relación con el banano es la Red Internacional de Mejora del Banano y el Plátano (INIBAP). Se trata de un programa del Instituto Internacional de Recursos Fitogenéticos, uno de los Centros Future Harvest. La INIBAP se creó en 1985 como organización internacional para aumentar de manera sostenible la productividad de los bananos y plátanos cultivados en pequeñas explotaciones y destinados al consumo doméstico y a los mercados local y de exportación. La INIBAP, que emplea el establecimiento de redes como *modus operandi*, tiene una pequeña sede en Montpellier (Francia) y oficinas regionales en las cuatro principales zonas de cultivo bananero del mundo. La INIBAP coordina el consorcio mundial que se creó en julio de 2001 para determinar la secuencia del genoma del banano en un plazo de cinco años.

---

<sup>114</sup> Fondo Común para los Productos Básicos (2001).



## **Sector privado**

### **International Banana Association (Estados Unidos de América)**

Fundada en 1982, la International Banana Association (IBA) es una organización comercial cuyos miembros importan banano a los Estados Unidos. La IBA ofrece a sus miembros un foro para debatir las cuestiones comunes y técnicas relativas a la producción, la distribución y la comercialización del banano. La IBA representa los intereses de la industria bananera ante el gobierno y se encarga de actividades generales de promoción. Asimismo, la IBA trabaja con organismos públicos para fomentar un buen entorno empresarial y normativo internacional para la industria bananera. La IBA colabora también en la promoción del banano para aumentar la sensibilización del público sobre sus cualidades nutricionales y sus beneficios para la salud.

### **European Community Banana Trade Association (Bélgica)**

Es la asociación del comercio de banano en Europa. Fue creada en 1992 y está integrada por empresas que se dedican al comercio de banano en el mercado europeo. La tarea principal de la asociación es representar las opiniones unánimes de sus miembros sobre los aspectos relacionados con la organización común de mercados (OCM) del banano, su marco general y sus detalladas normas de gestión. La asociación es también una plataforma de información para sus miembros y les facilita actualizaciones periódicas sobre las novedades legislativas.

### **Sociedad civil: la función de las organizaciones no gubernamentales**

Durante los años noventa aumentó la participación de la sociedad civil en muchos aspectos de la vida.

La producción de banano tiene muchas repercusiones ambientales y sociales que preocupan a muchas personas. Como consecuencia de ello, algunas ONG se ocupan directamente de sensibilizar al público sobre el sector bananero y la necesidad de consumir más bananos biológicos y de comercio equitativo. Esas ONG también realizan campañas para que la actividad bananera sea más sostenible desde un punto de vista ambiental y social. Un ejemplo interesante es Banana Link, una sociedad de responsabilidad limitada sin ánimo de lucro establecida a principios de 1996 para retomar la labor iniciada por Farmers' Link en torno al comercio internacional del banano. Su propósito es aliviar la pobreza e impedir la continuación de la degradación ambiental en las comunidades exportadoras y procurar una economía del banano sostenible. Para ello, Banana Link trabaja en cooperación con asociados de América Latina, el Caribe, África occidental y Filipinas y con una red de organizaciones de Europa y América del Norte. Banana Link lleva a cabo investigaciones, presta servicios educativos y difunde información sobre el comercio del banano. Presta también un servicio de investigación e información especializadas sobre las tendencias del comercio internacional del banano y sobre las actividades de las empresas interesadas. Banana Link realiza campañas nacionales e internacionales para que la producción y el comercio del banano sean más sostenibles social y ecológicamente, apoya a los pequeños productores de banano y a los trabajadores de las plantaciones de los países productores y coopera con ellos, y colabora con otras organizaciones que se ocupan de cuestiones similares en el resto de Europa y en otros lugares. Existen otras iniciativas europeas, agrupadas en la Red Europea de Acción Bananera (EUROBAN), una coalición de 30 ONG europeas que fomenta un comercio del banano sostenible social y ambientalmente. En los Estados Unidos, la Rainforest Alliance trabaja en el proyecto de mejoramiento del banano (Better Banana Project) <sup>115</sup>.

---

<sup>115</sup> Véase Bendell (2001). En ese informe se analiza a fondo la historia de una iniciativa para forjar una alianza entre empresas y ONG con el fin de cambiar las consecuencias sociales y ambientales de la

La primera conferencia mundial en la que se reunió a todos los agentes de la industria bananera tuvo lugar en 1998. La Conferencia Bananera Internacional fue organizada por la Unión Internacional de los Trabajadores de la Alimentación (UITA) y sus asociados de la Red Europea de Acción Bananera (EUROBAN), entre ellos sindicatos, empresas transnacionales, gobiernos, funcionarios públicos, científicos, organizaciones de comercio equitativo y ONG. En la Conferencia se estudiaron medidas concretas para lograr una economía del banano sostenible. Uno de sus resultados fue la Carta Bananera Internacional, que se presentó como base para el debate en todos los niveles del sector. La Carta define los componentes sociales, ambientales y económicos de una futura economía bananera sostenible y esboza la función que pueden desempeñar las cláusulas sociales y ambientales de los acuerdos de la OMC, la libertad de asociación y los convenios colectivos, los códigos de conducta empresariales, el comercio equitativo y la reforma del régimen de importación de banano de la Unión Europea en la transformación del sector.

Tras la Conferencia se emprendieron muchas iniciativas voluntarias en relación con las cuestiones sociales y laborales del sector bananero. Todas las partes comparten el objetivo de mejorar el nivel de vida de los empleados de las plantaciones de los países exportadores de banano<sup>116</sup>.

Tras examinar esos ejemplos de cooperación internacional en relación con el banano se puede concluir que si bien las iniciativas han sido muy útiles en el contexto respectivo, han sido insuficientes para impedir las consecuencias negativas de la crisis que el mercado del banano ha venido experimentando en el último decenio. Por lo tanto, parece necesario mejorar, en el futuro, los planes de cooperación internacional, integrando a todas las partes interesadas o afectadas por la actividad bananera.

---

producción bananera, se estudia cómo se administró, cuáles fueron sus logros y los argumentos en contra esgrimidos por sus críticos. Se llega a la conclusión de que esa colaboración es controvertida.

<sup>116</sup> En 2001 se celebró una importante conferencia europea sobre las normas sociales voluntarias del sector bananero, titulada “Raising the Banana Standard”. Reunió a minoristas europeos, empresas productoras y de comercio de banano, sindicatos independientes de trabajadores de plantaciones, ONG, órganos de las Naciones Unidas y autoridades gubernamentales de Europa, América Latina y los Estados Unidos con el objetivo de elevar el nivel del debate sobre las iniciativas voluntarias relativas a las condiciones sociales para mejorar las condiciones ambientales y sociales de la producción bananera.

## Capítulo VII

### RESUMEN Y CONCLUSIONES

El banano es un producto básico de gran importancia para muchos países en desarrollo. El análisis muestra que en el sector bananero hay un alto nivel de concentración de la producción y del comercio internacional de la fruta. Si bien la producción y las exportaciones se concentran en los países en desarrollo de América Latina y el Caribe, Asia y África, las importaciones se concentran en los países desarrollados de la Unión Europea, los Estados Unidos de América y el Japón. No obstante, las importaciones se están diversificando como resultado del surgimiento de nuevos mercados en la Federación de Rusia, China y los países de Europa oriental, que por el momento registran niveles de consumo de banano per cápita muy bajos, aunque se observa que tienen posibilidades de alcanzar los niveles de mercados más maduros a medida que aumente el nivel de sus ingresos.

La principal característica de la comercialización internacional del banano es su estructura asimétrica. Debido a su carácter oligopolístico, el comercio internacional del banano está dominado por unas cuantas empresas transnacionales de comercialización de banano que controlan la producción, principalmente mediante sistemas de plantación, y la comercialización en los centros de consumo de los países desarrollados, obtienen la mayor proporción de las utilidades procedentes de ese comercio y, por lo general, establecen las reglas del juego. En cambio, los pequeños productores de banano y los trabajadores del sector se hallan en una situación muy desventajosa con respecto a esas grandes empresas, puesto que no pueden competir con ellas en cuanto a costos. Esa dualidad de los sistemas de producción ha dado lugar a diferencias importantes en la competitividad entre países. Los países productores y exportadores de banano del Caribe, que dependen considerablemente de sus exportaciones bananeras y donde la presencia de pequeños cultivadores de banano es mayor, experimentan un déficit de competitividad en comparación con países como el Ecuador, que tiene costos de mano de obra más bajos, o Costa Rica, donde el sistema de plantaciones permite obtener costos unitarios más bajos.

A finales de los años noventa la situación del mercado internacional del banano se caracterizaba por un exceso de oferta estructural, debido principalmente a las expectativas creadas por la introducción del régimen bananero de la UE y las perspectivas de crecimiento respecto de los nuevos mercados que no se cumplieron, así como el aumento de la producción del Ecuador, el principal exportador del mundo, que suministra más de una tercera parte de las exportaciones mundiales. Como consecuencia de ello, los precios del banano disminuyeron durante el decenio de 1990. Esa situación de exceso de oferta podría llevar a los gobiernos de los países exportadores de banano a adoptar políticas para reducir la oferta mundial de banano y buscar otras opciones más rentables para los agricultores que abandonen esa actividad.

El régimen bananero de la UE y la subsiguiente diferencia en el marco de la OMC fueron acontecimientos importantes que influyeron en el mercado internacional del banano, creando una gran incertidumbre para todos los agentes que intervienen en el comercio de ese producto. El acuerdo concertado en 2001 entre la UE, los Estados Unidos y el Ecuador esclareció la situación hasta 2006, cuando se introduzca el sistema únicamente arancelario de la UE, y ha dado cierta estabilidad al mercado. Sin embargo, la situación de los países ACP, los más afectados por la pérdida de las preferencias, dependerá de su capacidad para modernizarse y adaptarse al nuevo entorno competitivo, y aprovechar las nuevas oportunidades.

Con el cambio en las preferencias de los consumidores se observa una nueva tendencia mundial a la concentración y consolidación de las cadenas de minoristas, con el aumento consiguiente del poder del comprador. De modo que, las empresas transnacionales se ven obligadas a reducir los precios y cumplir con las exigencias de las cadenas de minoristas. Esto ha llevado a las empresas a retirarse de las actividades de cultivo directo y a concentrarse en las de comercialización, donde obtienen una mayor

proporción de las utilidades, evitando así los riesgos de producción. El mercado del banano se orienta cada vez más hacia la demanda.

Esas dificultades tienen repercusiones de dos tipos para los productores de banano de los países en desarrollo, que siguen obteniendo una proporción muy limitada del precio final del banano. Por una parte, las empresas transnacionales tratan de traspasarles la presión respecto de los costos que les imponen las cadenas de minoristas suprimiendo puestos de trabajo y reduciendo las remuneraciones o los beneficios y los precios que pagan a los pequeños productores. Por otra parte, como los consumidores se preocupan cada vez más por las cuestiones ambientales y sociales relacionadas con la producción de banano, están exigiendo más banano biológico y de comercio equitativo. Los pequeños productores de los países en desarrollo pueden beneficiarse de las oportunidades que ofrecen esos nichos de mercado, así como de la producción de nuevas variedades de banano exótico, ya que los consumidores también están interesados en la innovación, y el mercado de productos étnicos está creciendo en los países desarrollados. También se pueden beneficiar de los vínculos directos que pueden establecerse con las cadenas de supermercados que tratan de acercarse al productor a fin de reducir las etapas de intermediación y controlar mejor el proceso.

Una cuestión importante que debe tenerse en cuenta es la necesidad de que los productores y exportadores de banano de los países en desarrollo se organicen bien a fin de negociar mejor los precios con las empresas de comercialización de banano, obtener mejor acceso a financiación<sup>117</sup>, cumplir debidamente con los requisitos de calidad o establecer vínculos más directos con las cadenas de minoristas.

En su intento de lograr que el sector bananero internacional sea sostenible y viable, la comunidad internacional y los gobiernos pueden contribuir a crear capacidad para diversificarse en mercados con nichos para el tipo de banano que se prefiere por razones ambientales y sociales. Esto es particularmente importante para los países en desarrollo que dependen mucho del banano y que enfrentan una competencia cada vez mayor por la oferta de banano a más bajo costo que se cultiva en los sistemas de producción en gran escala.

Por último, es importante tener en cuenta que en la era de la tecnología de la información que estamos viviendo, la información es un elemento clave en el proceso de adopción de decisiones de los planificadores y los operadores del mercado del banano. En el sector bananero, la UNCTAD está tratando de contribuir a mejorar la información comercial, mediante el presente estudio y el desarrollo de INFOCOMM<sup>118</sup>, un portal de Internet sobre cuestiones relacionadas con los productos básicos, que contiene información, respecto de cada producto básico, sobre la producción y las cadenas de comercialización, así como datos institucionales y económicos.

---

<sup>117</sup> En UNCTAD (2002) se describe la función de las asociaciones de agricultores en la financiación de la agricultura.

<sup>118</sup> Véase Infocomm: <http://www.unctad.org/infocomm/anglais/banana/sitemap.htm>.

Anexo estadístico 1: Los 15 principales países productores de banano (producción en miles de toneladas y porcentaje del total)

	1961	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Porcentaje de la producción exportado en 2000
<b>India</b>	2257 <b>10.50</b>	3271 <b>12.26</b>	2897 <b>9.12</b>	3409 <b>10.76</b>	4354 <b>11.78</b>	5390 <b>13.45</b>	7153 <b>15.24</b>	7853 <b>16.18</b>	8523 <b>16.63</b>	9945 <b>18.71</b>	10686 <b>18.99</b>	10182 <b>18.04</b>	10299 <b>18.63</b>	12642 <b>20.89</b>	12425 <b>21.34</b>	15100 <b>23.44</b>	16000 <b>23.69</b>	16000 <b>23.31</b>	<b>0.1</b>
<b>Ecuador</b>	2597 <b>12.08</b>	3304 <b>12.39</b>	2911 <b>9.16</b>	2544 <b>8.03</b>	2269 <b>6.14</b>	1970 <b>4.91</b>	3055 <b>6.51</b>	3525 <b>7.26</b>	3995 <b>7.79</b>	4422 <b>8.32</b>	5086 <b>9.04</b>	5403 <b>9.58</b>	5727 <b>10.36</b>	7494 <b>12.38</b>	5463 <b>9.39</b>	6392 <b>9.92</b>	6477 <b>9.59</b>	7561 <b>11.01</b>	<b>60.9</b>
<b>Brasil</b>	2823 <b>13.13</b>	3625 <b>13.59</b>	5126 <b>16.13</b>	3782 <b>11.94</b>	4660 <b>12.60</b>	5008 <b>12.49</b>	5726 <b>12.20</b>	5762 <b>11.87</b>	5849 <b>11.41</b>	5803 <b>10.92</b>	5955 <b>10.58</b>	5801 <b>10.28</b>	5160 <b>9.34</b>	5412 <b>8.94</b>	5322 <b>9.14</b>	5528 <b>8.58</b>	6079 <b>9.00</b>	5744 <b>8.37</b>	<b>1.2</b>
<b>China</b>	178 <b>0.83</b>	605 <b>2.27</b>	628 <b>1.98</b>	362 <b>1.14</b>	276 <b>0.75</b>	830 <b>2.07</b>	1657 <b>3.53</b>	2178 <b>4.49</b>	2647 <b>5.16</b>	2913 <b>5.48</b>	3082 <b>5.48</b>	3298 <b>5.84</b>	2677 <b>4.84</b>	3097 <b>5.12</b>	3734 <b>6.41</b>	4407 <b>6.84</b>	5140 <b>7.61</b>	5393 <b>7.86</b>	<b>1.0</b>
<b>Filipinas</b>	1041 <b>4.84</b>	960 <b>3.60</b>	1311 <b>4.13</b>	2065 <b>6.52</b>	4093 <b>11.07</b>	3705 <b>9.24</b>	2913 <b>6.21</b>	2951 <b>6.08</b>	3005 <b>5.86</b>	3069 <b>5.77</b>	3283 <b>5.84</b>	3499 <b>6.20</b>	3312 <b>5.99</b>	3774 <b>6.23</b>	3493 <b>6.00</b>	4571 <b>7.09</b>	4930 <b>7.30</b>	5061 <b>7.37</b>	<b>32.5</b>
<b>Indonesia</b>	800 <b>3.72</b>	950 <b>3.56</b>	1780 <b>5.60</b>	1897 <b>5.99</b>	1977 <b>5.35</b>	1909 <b>4.76</b>	2411 <b>5.14</b>	2472 <b>5.09</b>	2651 <b>5.17</b>	2644 <b>4.97</b>	3087 <b>5.49</b>	3805 <b>6.74</b>	3023 <b>5.47</b>	3057 <b>5.05</b>	3177 <b>5.46</b>	3376 <b>5.24</b>	3747 <b>5.55</b>	3600 <b>5.24</b>	<b>0.1</b>
<b>Costa Rica</b>	398 <b>1.85</b>	516 <b>1.94</b>	1146 <b>3.61</b>	1221 <b>3.85</b>	1108 <b>3.00</b>	1008 <b>2.51</b>	1740 <b>3.71</b>	1720 <b>3.54</b>	1920 <b>3.75</b>	1500 <b>2.82</b>	2000 <b>3.55</b>	2300 <b>4.08</b>	2400 <b>4.34</b>	2300 <b>3.80</b>	2500 <b>4.29</b>	2420 <b>3.76</b>	2250 <b>3.33</b>	2270 <b>3.31</b>	<b>83.7</b>
<b>México</b>	647 <b>3.01</b>	1035 <b>3.88</b>	965 <b>3.04</b>	1195 <b>3.77</b>	1438 <b>3.89</b>	1996 <b>4.98</b>	1986 <b>4.23</b>	1889 <b>3.89</b>	2095 <b>4.09</b>	2207 <b>4.15</b>	2295 <b>4.08</b>	2033 <b>3.60</b>	2210 <b>4.00</b>	1714 <b>2.83</b>	1526 <b>2.62</b>	1738 <b>2.70</b>	1863 <b>2.76</b>	1977 <b>2.88</b>	<b>4.3</b>
<b>Tailandia</b>	646 <b>3.00</b>	1173 <b>4.40</b>	1200 <b>3.78</b>	1300 <b>4.10</b>	1550 <b>4.19</b>	1580 <b>3.94</b>	1613 <b>3.44</b>	1620 <b>3.34</b>	1630 <b>3.18</b>	1650 <b>3.10</b>	1700 <b>3.02</b>	1750 <b>3.10</b>	1750 <b>3.17</b>	1700 <b>2.81</b>	1720 <b>2.95</b>	1720 <b>2.67</b>	1720 <b>2.55</b>	1720 <b>2.51</b>	<b>0.4</b>
<b>Burundi</b>	1000 <b>4.65</b>	1140 <b>4.27</b>	1197 <b>3.77</b>	1263 <b>3.99</b>	1100 <b>2.98</b>	1384 <b>3.45</b>	1547 <b>3.30</b>	1586 <b>3.27</b>	1626 <b>3.17</b>	1586 <b>2.98</b>	1487 <b>2.64</b>	1421 <b>2.52</b>	1544 <b>2.79</b>	1543 <b>2.55</b>	1399 <b>2.40</b>	1511 <b>2.35</b>	1514 <b>2.24</b>	1549 <b>2.26</b>	<b>0.0</b>
<b>Colombia</b>	572 <b>2.66</b>	653 <b>2.45</b>	780 <b>2.46</b>	1050 <b>3.31</b>	1030 <b>2.79</b>	1200 <b>2.99</b>	1329 <b>2.83</b>	1606 <b>3.31</b>	1714 <b>3.34</b>	1893 <b>3.56</b>	1930 <b>3.43</b>	1598 <b>2.83</b>	1491 <b>2.70</b>	1607 <b>2.66</b>	1517 <b>2.61</b>	1650 <b>2.56</b>	1651 <b>2.44</b>	1380 <b>2.01</b>	<b>92.3</b>
<b>Viet Nam</b>	360 <b>1.67</b>	410 <b>1.54</b>	465 <b>1.46</b>	480 <b>1.51</b>	895 <b>2.42</b>	1080 <b>2.69</b>	1221 <b>2.60</b>	1286 <b>2.65</b>	1366 <b>2.66</b>	1398 <b>2.63</b>	1375 <b>2.44</b>	1282 <b>2.27</b>	1319 <b>2.39</b>	1316 <b>2.17</b>	1315 <b>2.26</b>	1288 <b>2.00</b>	1125 <b>1.67</b>	1126 <b>1.64</b>	<b>0.4</b>
<b>Venezuela</b>	753 <b>3.50</b>	825 <b>3.09</b>	968 <b>3.05</b>	860 <b>2.71</b>	890 <b>2.41</b>	989 <b>2.47</b>	1167 <b>2.49</b>	1215 <b>2.50</b>	1239 <b>2.42</b>	1116 <b>2.10</b>	1193 <b>2.12</b>	945 <b>1.67</b>	1026 <b>1.86</b>	1123 <b>1.85</b>	948 <b>1.63</b>	1000 <b>1.55</b>	1100 <b>1.63</b>	1050 <b>1.53</b>	<b>2.7</b>
<b>Uganda</b>	200 <b>0.93</b>	200 <b>0.75</b>	332 <b>1.04</b>	330 <b>1.04</b>	369 <b>1.00</b>	430 <b>1.07</b>	560 <b>1.19</b>	570 <b>1.17</b>	560 <b>1.09</b>	570 <b>1.07</b>	580 <b>1.03</b>	580 <b>1.03</b>	590 <b>1.07</b>	590 <b>0.97</b>	595 <b>1.02</b>	895 <b>1.39</b>	943 <b>1.40</b>	973 <b>1.42</b>	<b>0.2</b>
<b>Camerún</b>	154 <b>0.72</b>	135 <b>0.51</b>	190 <b>0.60</b>	300 <b>0.95</b>	550 <b>1.49</b>	759 <b>1.89</b>	719 <b>1.53</b>	800 <b>1.65</b>	850 <b>1.66</b>	900 <b>1.69</b>	950 <b>1.69</b>	980 <b>1.74</b>	986 <b>1.78</b>	800 <b>1.32</b>	730 <b>1.25</b>	750 <b>1.16</b>	730 <b>1.08</b>	850 <b>1.24</b>	<b>28.2</b>
<b>Mundial</b>	<b>21500</b>	<b>26669</b>	<b>31776</b>	<b>31689</b>	<b>36970</b>	<b>40088</b>	<b>46923</b>	<b>48539</b>	<b>51262</b>	<b>53150</b>	<b>56265</b>	<b>56427</b>	<b>55269</b>	<b>60529</b>	<b>58211</b>	<b>64422</b>	<b>67545</b>	<b>68651</b>	

**Anexo estadístico 2. Distribución geográfica de las exportaciones de banano y las principales zonas de exportación**  
(en miles de toneladas y porcentajes por zonas de exportación)

	1961	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Porten- taje de las exporta- ciones mundia- les en 2000	Porcentaje de la producción exportado en 2000*
<b>Mundiales</b>	<b>3978.6</b>	<b>4705.9</b>	<b>5730.9</b>	<b>6333.4</b>	<b>6886.3</b>	<b>6735.2</b>	<b>8660.6</b>	<b>9 563.7</b>	<b>9 631.6</b>	<b>10417.6</b>	<b>10952.2</b>	<b>11433.6</b>	<b>11638.6</b>	<b>12071.9</b>	<b>11547.2</b>	<b>11685.1</b>	<b>11700.1</b>		
<b>América Latina y el Caribe</b>	<b>3200.9</b>	<b>3623.9</b>	<b>4676.4</b>	<b>4740.1</b>	<b>5288.4</b>	<b>5299.1</b>	<b>7472.3</b>	<b>8 232.6</b>	<b>8 423.9</b>	<b>8 838.8</b>	<b>9 309.6</b>	<b>9 683.3</b>	<b>9 764.2</b>	<b>10 335.5</b>	<b>9 827.5</b>	<b>9 728.4</b>	<b>9 442.1</b>		
	<i>80.45</i>	<i>77.01</i>	<i>81.60</i>	<i>74.84</i>	<i>76.80</i>	<i>78.68</i>	<i>86.28</i>	<i>86.08</i>	<i>87.46</i>	<i>84.85</i>	<i>85.00</i>	<i>84.69</i>	<i>83.89</i>	<i>85.62</i>	<i>85.11</i>	<i>83.26</i>	<i>80.70</i>		
<i>América del Sur</i>																			
<b>Ecuador</b>	985.3	1200.0	1246.3	1384.5	1290.6	1075.0	2188.5	2 667.6	2 416.1	2 581.5	3 307.6	3 736.5	3 840.4	4 456.3	3 855.6	3 935.2	3 942.4	<i>33.70</i>	<i>60.9</i>
<b>Colombia</b>	205.6	253.5	261.9	371.7	691.6	783.0	1067.5	1 269.7	1 356.0	1 502.4	1 572.0	1 335.6	1 406.5	1 509.3	1 433.4	1 649.7	1 524.0	<i>13.03</i>	<i>92.3</i>
<i>América Central</i>																			
<b>Costa Rica</b>	230.1	316.0	856.0	1105.1	973.2	835.8	1544.4	1 537.8	1 749.3	1 833.3	1 874.6	2 033.3	1 933.3	1 835.3	2 101.1	2 112.6	1 883.3	<i>16.10</i>	<i>83.7</i>
<b>Guatemala</b>	157.5	34.7	200.4	242.4	370.6	362.3	340.0	339.6	502.9	431.8	587.9	635.5	611.2	658.8	793.3	623.4	801.3	<i>6.85</i>	<i>95.3</i>
<b>Panamá</b>	271.0	334.7	600.1	496.0	504.2	685.0	776.2	720.4	742.1	708.4	756.6	692.9	634.0	601.7	463.4	593.4	537.8	<i>4.60</i>	<i>66.6</i>
<b>Honduras</b>	425.7	561.4	799.2	363.1	972.9	844.4	830.4	850.0	784.0	831.4	445.6	521.6	573.7	558.2	501.9	108.9	150.4	<i>1.29</i>	<i>32.1</i>
<b>Belice</b>	0.3	2.0	0.2	0.3	15.0	10.9	32.8	25.1	35.8	42.9	53.4	52.1	64.8	63.0	60.0	65.0	68.6	<i>0.59</i>	<i>81.6</i>
<b>Nicaragua</b>	1.3	8.0	5.6	134.0	120.5	89.0	72.0	111.0	61.0	24.6	27.1	54.3	78.2	69.8	63.4	57.2	45.5	<i>0.39</i>	<i>80.1</i>
<i>Caribe</i>																			
<b>Jamaica</b>	124.8	182.9	136.4	68.1	33.1	12.5	62.7	75.3	76.7	76.8	78.6	85.2	86.0	79.1	61.9	52.2	42.0	<i>0.36</i>	<i>32.3</i>
<b>Islas de Barlovento</b>	100.7	180.5	123.3	85.0	74.0	156.5	277.5	224.6	274.6	251.7	169.9	193.3	193.6	137.0	142.5	134.7	121.3	<i>1.04</i>	<i>67.4</i>
<b>Santa Lucía</b>	39.2	81.5	37.4	30.7	33.5	74.0	133.8	100.6	132.9	132.8	91.7	112.9	102.2	73.5	75.3	65.8	50.0	<i>0.43</i>	<i>67.4</i>
<b>San Vicente y las Granadinas</b>	21.1	28.8	30.5	13.6	19.8	40.6	79.6	62.9	77.4	58.7	30.9	44.0	49.9	32.9	38.9	41.0	42.9	<i>0.37</i>	<i>99.1</i>
<b>Dominica</b>	28.4	49.2	36.2	27.6	8.2	33.9	56.6	54.2	58.0	55.5	42.8	32.3	39.5	34.9	28.1	27.3	27.7	<i>0.24</i>	<i>89.4</i>
<b>Granada</b>	12.0	21.0	19.1	13.1	12.5	8.1	7.5	6.9	6.3	4.7	4.5	4.1	2.0	0.1	0.1	0.6	0.7	<i>0.01</i>	<i>15.1</i>
<b>Rep. Dominicana</b>	162.6	47.3	3.6	23.8	9.8	1.2	9.1	16.0	49.5	72.7	95.0	94.2	80.2	63.9	65.5	58.0	79.0	<i>0.68</i>	<i>44.3</i>
<b>Suriname</b>	1.1	13.6	25.1	38.3	34.0	37.3	27.4	27.7	29.9	29.0	33.3	33.8	26.6	28.8	23.0	39.5	40.0	<i>0.34</i>	<i>82.1</i>
<b>Asia</b>	<b>157.2</b>	<b>435.6</b>	<b>406.2</b>	<b>1013.4</b>	<b>1100.1</b>	<b>991.0</b>	<b>938.4</b>	<b>1 080.3</b>	<b>925.3</b>	<b>1 273.6</b>	<b>1 295.0</b>	<b>1 377.4</b>	<b>1 481.3</b>	<b>1 323.4</b>	<b>1 357.5</b>	<b>1 522.6</b>	<b>1 784.3</b>		
	<i>3.95</i>	<i>9.26</i>	<i>7.09</i>	<i>16.00</i>	<i>15.97</i>	<i>14.71</i>	<i>10.84</i>	<i>11.30</i>	<i>9.61</i>	<i>12.23</i>	<i>11.82</i>	<i>12.05</i>	<i>12.73</i>	<i>10.96</i>	<i>11.76</i>	<i>13.03</i>	<i>15.25</i>		
<b>Filipinas</b>	0.2	0.0	106.8	822.7	922.7	789.3	839.8	941.8	821.7	1 153.5	1 155.2	1 213.4	1 270.5	1 153.6	1 149.6	1 319.6	1 599.9	<i>13.67</i>	<i>32.5</i>
<b>China</b>	87.6	356.4	238.3	122.8	100.6	135.3	52.2	79.0	78.9	69.6	61.6	47.3	57.2	52.1	72.9	57.3	50.2	<i>0.43</i>	<i>1.0</i>
<b>Malasia</b>	17.9	20.8	21.2	23.6	23.5	27.2	34.0	32.0	11.5	15.0	20.7	35.4	27.2	26.1	27.9	39.3	22.0	<i>0.19</i>	<i>4.0</i>
<b>África</b>	<b>442.0</b>	<b>437.2</b>	<b>394.5</b>	<b>350.4</b>	<b>242.8</b>	<b>208.4</b>	<b>249.3</b>	<b>250.5</b>	<b>280.4</b>	<b>303.2</b>	<b>346.6</b>	<b>372.4</b>	<b>392.7</b>	<b>412.7</b>	<b>361.9</b>	<b>433.8</b>	<b>473.5</b>		
	<i>11.11</i>	<i>9.29</i>	<i>6.88</i>	<i>5.53</i>	<i>3.53</i>	<i>3.09</i>	<i>2.88</i>	<i>2.62</i>	<i>2.91</i>	<i>2.91</i>	<i>3.17</i>	<i>3.26</i>	<i>3.37</i>	<i>3.42</i>	<i>3.13</i>	<i>3.71</i>	<i>4.05</i>		
<b>Côte d'Ivoire</b>	91.8	128.3	140.5	135.5	122.0	107.7	94.2	116.2	148.6	173.0	156.5	173.1	192.5	190.5	193.0	218.6	217.3	<i>1.86</i>	<i>86.8</i>
<b>Camerún</b>	139.7	119.1	49.9	74.2	64.9	50.4	74.7	112.3	120.0	120.0	175.0	171.0	166.2	179.4	132.0	165.0	206.0	<i>1.76</i>	<i>28.2</i>
<b>Somalia</b>	84.3	99.3	100.2	81.8	50.0	45.3	74.6	15.0	5.0	5.0	10.0	21.7	25.0	21.6	7.1	16.0			<i>0.0</i>

Fuente: FAO.

\* Los datos de la Côte d'Ivoire se refieren a 1999.

Anexo estadístico 3. Grado de dependencia, respecto de las exportaciones de banano, de los principales países exportadores de ese producto (porcentaje de las exportaciones de banano en el total de exportaciones de productos agrícolas y el total de exportaciones)

	1961	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
<b>Ecuador</b>																	
<i>Total prod. Agric.</i>	67.4	57.5	47.4	43.0	31.4	31.9	58.3	69.2	73.3	63.6	49.6	56.4	59.3	67.5	67.6	60.0	61.1
<i>Total comercio de mercancías</i>	61.3	53.2	37.7	14.2	7.9	6.4	17.0	24.8	21.5	18.0	18.0	18.7	19.8	24.9	25.2	21.2	16.7
<b>Colombia</b>																	
<i>Total prod. agric.</i>	4.0	4.5	3.0	2.9	3.1	6.9	13.3	16.0	16.1	17.9	14.3	12.9	14.4	12.5	12.6	15.6	16.5
<i>Total comercio de mercancías</i>	3.2	3.5	2.5	2.2	2.4	4.4	4.7	5.6	5.8	6.0	5.8	4.4	4.3	4.4	4.4	4.1	3.7
<b>Costa Rica</b>																	
<i>Total prod. agric.</i>	24.4	30.6	36.6	39.9	31.5	30.0	37.1	39.3	51.6	46.0	39.3	39.6	35.6	31.7	32.9	35.5	32.6
<i>Total comercio de mercancías</i>	22.0	25.3	28.9	29.2	20.7	20.9	21.9	23.9	28.3	17.9	27.6	26.5	23.0	19.9	20.9	24.3	23.1
<b>Guatemala</b>																	
<i>Total prod. agric.</i>	11.3	1.5	6.6	3.8	4.7	7.7	8.7	10.1	13.5	9.9	11.9	10.6	12.1	10.1	11.8	9.2	10.6
<i>Total comercio de mercancías</i>	10.4	1.3	4.7	2.7	3.3	6.1	6.0	6.7	8.6	6.2	7.6	7.2	7.0	6.3	7.4	5.4	6.2
<b>Panamá</b>																	
<i>Total prod. agric.</i>	91.3	86.7	84.5	55.8	52.4	69.7	67.2	68.3	68.4	63.6	64.4	62.5	63.0	54.1	47.1	58.5	46.0
<i>Total comercio de mercancías</i>	66.4	44.3	56.5	25.9	29.3	42.5	47.8	43.4	41.2	39.5	36.5	33.0	32.5	27.8	19.7	25.8	20.1
<b>Honduras</b>																	
<i>Total prod. agric.</i>	67.6	52.3	57.6	36.9	36.9	47.6	55.8	54.4	59.0	43.7	25.7	22.5	28.3	22.8	15.6	8.5	17.1
<i>Total comercio de mercancías</i>	54.4	42.5	42.0	21.0	27.1	34.6	44.0	39.7	35.7	24.9	11.2	9.8	10.4	8.4	7.6	3.2	9.5
<b>Belice</b>																	
<i>Total prod. agric.</i>	0.1	0.7	0.0	0.1	5.2	6.8	10.9	10.3	11.1	14.4	16.9	19.5	23.0	21.6	22.1	22.2	22.8
<i>Total comercio de mercancías</i>	0.1	0.5	0.0	0.0	3.2	3.7	7.4	6.0	7.3	9.0	10.4	13.6	18.7	16.5	14.4	14.6	12.9
<b>Nicaragua</b>																	
<i>Total prod. agric.</i>	0.1	0.6	0.2	1.8	2.4	5.9	9.5	13.1	5.7	2.8	2.6	5.1	6.7	4.2	5.3	4.4	2.5
<i>Total comercio de mercancías</i>	0.1	0.5	0.1	1.3	1.9	5.3	7.0	10.0	4.3	1.7	1.7	2.5	3.3	2.1	2.8	2.6	1.6
<b>Suriname</b>																	
<i>Total prod. agric.</i>	1.5	17.9	25.0	10.6	11.4	17.5	27.3	27.8	22.8	21.1	24.2	25.0	16.7	20.8	25.0	35.2	35.0
<i>Total comercio de mercancías</i>	0.1	1.7	1.3	1.2	1.2	3.1	2.2	2.6	2.7	2.8	3.7	2.5	4.1	3.5	3.5	6.1	6.2
<b>Jamaica</b>																	
<i>Total prod. agric.</i>	18.1	19.4	18.2	7.4	8.0	3.1	17.0	19.4	16.7	14.1	18.9	15.8	14.3	14.8	12.5	9.9	7.7
<i>Total comercio de mercancías</i>	7.7	8.0	4.2	1.9	1.1	0.7	3.3	4.2	3.8	3.3	3.8	3.2	3.1	2.7	2.2	1.9	1.4
<b>Santa Lucía</b>																	
<i>Total prod. agric.</i>	69.4	87.1	67.7	71.9	54.6	87.0	86.2	84.5	88.7	86.6	84.0	87.3	89.7	85.3	83.4	84.6	83.2
<i>Total comercio de mercancías</i>	67.3	83.2	62.3	51.0	31.2	58.2	58.1	54.4	57.2	48.5	49.3	51.4	66.5	56.4	52.1	54.7	49.6
<b>San Vicente y las Granadinas</b>																	
<i>Total prod. agric.</i>	49.5	53.7	66.5	50.5	48.9	32.3	73.7	69.4	66.0	56.0	47.9	54.8	56.0	41.7	52.0	53.6	50.5
<i>Total comercio de mercancías</i>	45.6	49.0	47.0	40.6	42.3	26.7	53.8	55.0	53.2	44.5	33.2	41.2	39.7	31.3	42.1	36.8	32.9
<b>Dominica</b>																	
<i>Total prod. agric.</i>	72.8	78.6	77.6	63.1	71.1	78.8	85.8	85.2	83.0	79.4	78.7	70.3	69.7	63.5	59.4	64.3	62.7
<i>Total comercio de mercancías</i>	65.6	59.6	67.9	35.6	31.1	46.9	55.9	58.2	57.1	52.0	44.5	37.3	32.2	32.9	23.6	23.3	21.4
<b>Granada</b>																	
<i>Total prod. Agric.</i>	26.2	21.5	23.1	27.6	26.4	23.0	23.7	25.9	24.3	15.7	20.4	13.4	4.6	0.2	0.2	0.6	0.9
<i>Total comercio de mercancías</i>	25.3	20.9	21.1	23.0	23.7	16.0	16.2	17.3	14.4	8.9	9.8	8.3	3.0	0.1	0.1	0.3	0.4

Anexo estadístico 3. Grado de dependencia, respecto de las exportaciones de banano, de los principales países exportadores de ese producto (porcentaje de las exportaciones de banano en el total de exportaciones de productos agrícolas y el total de exportaciones)

	1961	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
<b>Filipinas</b>																	
<i>Total prod. agric.</i>	0.0	0.0	1.3	5.7	5.8	9.8	12.1	13.5	11.4	16.6	14.9	11.9	13.5	12.0	12.6	17.7	18.9
<i>Total comercio de mercancías</i>	0.0	0.0	0.5	3.2	2.0	2.5	1.8	1.9	1.6	2.0	1.6	1.3	1.2	0.9	0.7	0.7	0.7
<b>China</b>																	
<i>Total prod. agric.</i>	3.2	5.6	2.8	0.8	0.6	0.7	0.3	0.5	0.4	0.3	0.3	0.2	0.3	0.2	0.3	0.3	0.3
<i>Total comercio de mercancías</i>	0.8	2.1	0.9	0.2	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>Malasia</b>																	
<i>Total prod. agric.</i>	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
<i>Total comercio de mercancías</i>	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>Côte d'Ivoire</b>																	
<i>Total prod. agric.</i>	5.2	6.1	4.0	1.9	2.5	1.5	1.7	2.4	3.0	4.1	3.8	3.7	3.6	2.8	2.6	3.1	3.6
<i>Total comercio de mercancías</i>	3.7	4.1	2.8	1.2	1.6	1.1	0.9	1.3	1.5	2.4	2.0	2.1	2.1	1.6	1.6	1.6	1.7
<b>Camerún</b>																	
<i>Total prod. agric.</i>	11.5	7.6	1.6	1.9	0.8	0.4	6.0	15.0	12.6	7.2	15.6	13.5	10.2	10.6	0.0	0.0	11.8
<i>Total comercio de mercancías</i>	9.2	5.5	1.2	1.4	0.4	0.2	1.6	2.7	2.4	0.9	3.7	4.6	3.6	2.7	0.0	0.0	3.0
<b>Somalia</b>																	
<i>Total prod. agric.</i>	50.9	47.6	29.3	12.9	8.8	13.4	34.8	12.3	2.7	2.8	4.9	11.7	11.3	9.0	10.5	15.4	10.9
<i>Total comercio de mercancías</i>	48.0	45.6	27.8	12.3	8.2	12.4	17.1	5.5	1.4	1.5	2.6	6.9	7.3	7.2	3.0	5.3	5.3



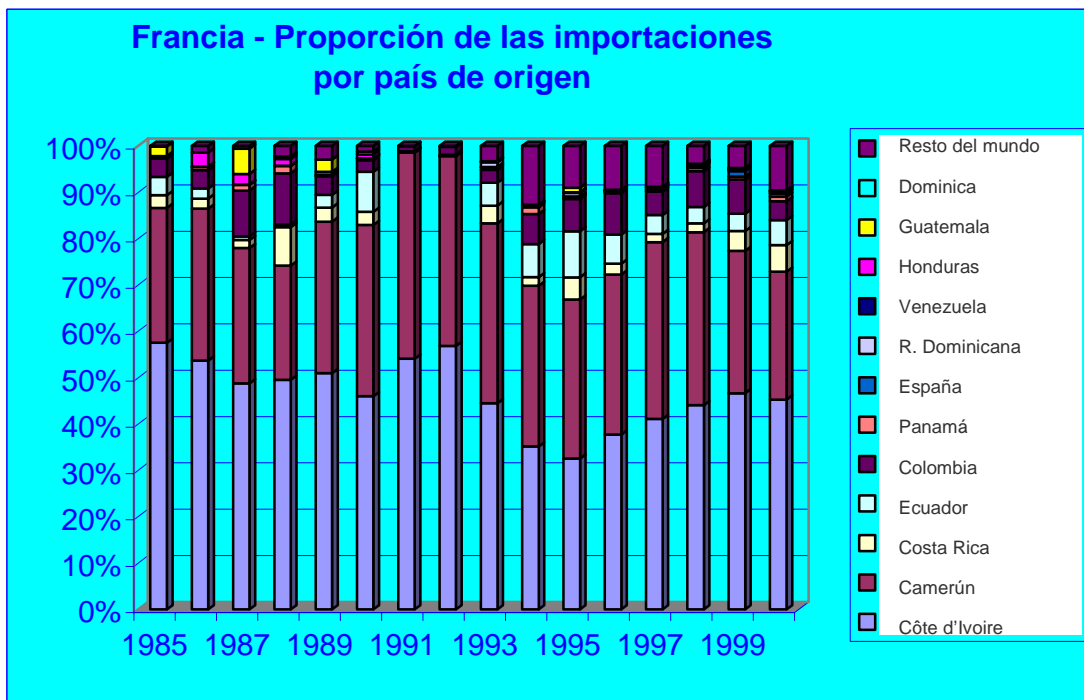
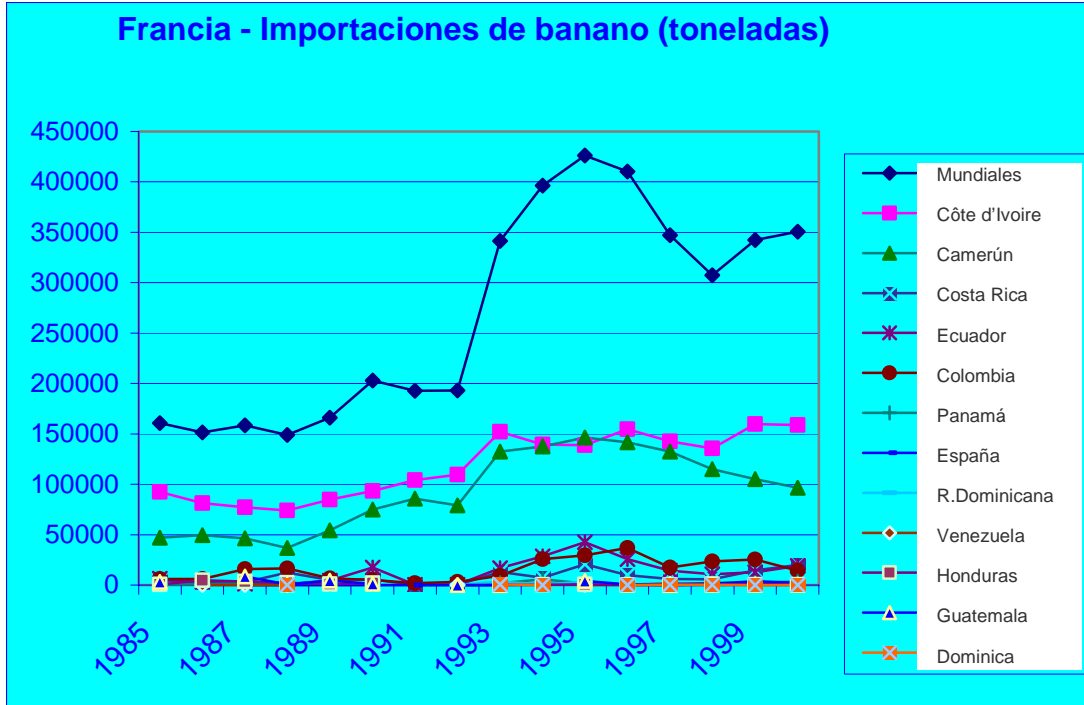
Anexo estadístico 4. Distribución geográfica de las importaciones netas de banano (en miles de toneladas y porcentaje de las importaciones mundiales)

	1961	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
<b>Mundiales</b>	<b>3926.3</b>	<b>4681.6</b>	<b>5584.9</b>	<b>6279.6</b>	<b>6679.9</b>	<b>7014.8</b>	<b>7845.9</b>	<b>8 786.6</b>	<b>9 412.4</b>	<b>9 643.7</b>	<b>10 150.7</b>	<b>10 522.2</b>	<b>10 954.4</b>	<b>11 554.1</b>	<b>11 187.2</b>	<b>11 932.5</b>	<b>12 842.9</b>
<b>Estados Unidos de América</b>	1565.4	1565.3	1846.1	1966.7	2422.8	2971.0	3094.2	3 229.0	3 531.2	3 513.1	3 694.0	3 663.8	3 777.0	3 772.7	3 913.3	4 295.3	4 030.6
	<b>39.9 %</b>	<b>33.4 %</b>	<b>33.1 %</b>	<b>31.3 %</b>	<b>36.3 %</b>	<b>42.4 %</b>	<b>39.4 %</b>	<b>36.7 %</b>	<b>37.5 %</b>	<b>36.4 %</b>	<b>36.4 %</b>	<b>34.8 %</b>	<b>34.5 %</b>	<b>32.7 %</b>	<b>35.0 %</b>	<b>36.0 %</b>	<b>31.4 %</b>
<b>Unión Europea (15)</b>	1606.2	2035.7	2012.6	2269.0	2124.5	2248.2	2984.7	3 237.0	3 411.0	3 307.8	3 177.0	3 169.1	3 270.4	3 155.2	3 042.0	3 197.8	3 284.8
	<b>40.9 %</b>	<b>43.5 %</b>	<b>36.0 %</b>	<b>36.1 %</b>	<b>31.8 %</b>	<b>32.1 %</b>	<b>38.0 %</b>	<b>36.8 %</b>	<b>36.2 %</b>	<b>34.3 %</b>	<b>31.3 %</b>	<b>30.1 %</b>	<b>29.9 %</b>	<b>27.3 %</b>	<b>27.2 %</b>	<b>26.8 %</b>	<b>25.6 %</b>
<b>Japón</b>	74.0	357.6	843.9	894.1	726.1	680.0	757.5	803.3	777.2	913.3	929.4	873.8	818.8	885.1	864.9	983.2	1078.7
	<b>1.9 %</b>	<b>7.6 %</b>	<b>15.1 %</b>	<b>14.2 %</b>	<b>10.9 %</b>	<b>9.7 %</b>	<b>9.7 %</b>	<b>9.1 %</b>	<b>8.3 %</b>	<b>9.5 %</b>	<b>9.2 %</b>	<b>8.3 %</b>	<b>7.5 %</b>	<b>7.7 %</b>	<b>7.7 %</b>	<b>8.2 %</b>	<b>8.4 %</b>
<b>China</b>	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	40.0	13.7	9.4	20.5	29.6	93.1	159.8	512.8	546.9	539.1	431.7	593.5
	<b>0.0 %</b>	<b>0.0 %</b>	<b>0.0 %</b>	<b>0.2 %</b>	<b>0.0 %</b>	<b>0.6 %</b>	<b>0.2 %</b>	<b>0.1 %</b>	<b>0.2 %</b>	<b>0.3 %</b>	<b>0.9 %</b>	<b>1.5 %</b>	<b>4.7 %</b>	<b>4.7 %</b>	<b>4.8 %</b>	<b>3.6 %</b>	<b>4.6 %</b>
<b>Federación de Rusia</b>									13.1	19.0	381.7	504.0	308.6	884.0	477.1	377.9	453.5
									<b>0.1 %</b>	<b>0.2 %</b>	<b>3.8 %</b>	<b>4.8 %</b>	<b>2.8 %</b>	<b>7.7 %</b>	<b>4.3 %</b>	<b>3.2 %</b>	<b>3.5 %</b>
<b>Canadá</b>	164.2	167.0	199.4	212.4	245.8	285.0	340.8	355.4	379.5	383.1	386.1	399.6	408.2	417.4	416.4	419.5	398.9
	<b>4.2 %</b>	<b>3.6 %</b>	<b>3.6 %</b>	<b>3.4 %</b>	<b>3.7 %</b>	<b>4.1 %</b>	<b>4.3 %</b>	<b>4.0 %</b>	<b>4.0 %</b>	<b>4.0 %</b>	<b>3.8 %</b>	<b>3.8 %</b>	<b>3.7 %</b>	<b>3.6 %</b>	<b>3.7 %</b>	<b>3.5 %</b>	<b>3.1 %</b>
<b>Argentina</b>	211.8	190.6	164.3	134.3	195.2	89.2	73.1	112.8	145.4	214.7	247.1	201.8	248.4	220.1	243.4	294.0	339.4
	<b>5.4 %</b>	<b>4.1 %</b>	<b>2.9 %</b>	<b>2.1 %</b>	<b>2.9 %</b>	<b>1.3 %</b>	<b>0.9 %</b>	<b>1.3 %</b>	<b>1.5 %</b>	<b>2.2 %</b>	<b>2.4 %</b>	<b>1.9 %</b>	<b>2.3 %</b>	<b>1.9 %</b>	<b>2.2 %</b>	<b>2.5 %</b>	<b>2.6 %</b>
<b>Polonia</b>	1.8	1.3	2.6	10.5	46.7	0.0	24.1	151.5	184.6	144.6	177.9	244.5	255.9	269.6	301.7	347.6	285.1
	<b>0.0 %</b>	<b>0.0 %</b>	<b>0.0 %</b>	<b>0.2 %</b>	<b>0.7 %</b>	<b>0.0 %</b>	<b>0.3 %</b>	<b>1.7 %</b>	<b>2.0 %</b>	<b>1.5 %</b>	<b>1.8 %</b>	<b>2.3 %</b>	<b>2.3 %</b>	<b>2.3 %</b>	<b>2.7 %</b>	<b>2.9 %</b>	<b>2.2 %</b>
<b>Chile</b>	17.2	28.2	76.4	38.9	86.7	32.2	63.4	60.2	84.8	138.8	147.9	144.9	150.7	136.7	134.7	154.8	192.6
	<b>0.4 %</b>	<b>0.6 %</b>	<b>1.4 %</b>	<b>0.6 %</b>	<b>1.3 %</b>	<b>0.5 %</b>	<b>0.8 %</b>	<b>0.7 %</b>	<b>0.9 %</b>	<b>1.4 %</b>	<b>1.5 %</b>	<b>1.4 %</b>	<b>1.4 %</b>	<b>1.2 %</b>	<b>1.2 %</b>	<b>1.3 %</b>	<b>1.5 %</b>
<b>República de Corea</b>	0.6	0.1	2.8	5.7	14.6	0.8	21.8	314.7	171.2	146.0	138.4	121.5	123.9	135.7	85.9	167.8	184.2
	<b>0.0 %</b>	<b>0.0 %</b>	<b>0.1 %</b>	<b>0.1 %</b>	<b>0.2 %</b>	<b>0.0 %</b>	<b>0.3 %</b>	<b>3.6 %</b>	<b>1.8 %</b>	<b>1.5 %</b>	<b>1.4 %</b>	<b>1.2 %</b>	<b>1.1 %</b>	<b>1.2 %</b>	<b>0.8 %</b>	<b>1.4 %</b>	<b>1.4 %</b>

Fuente: FAO.

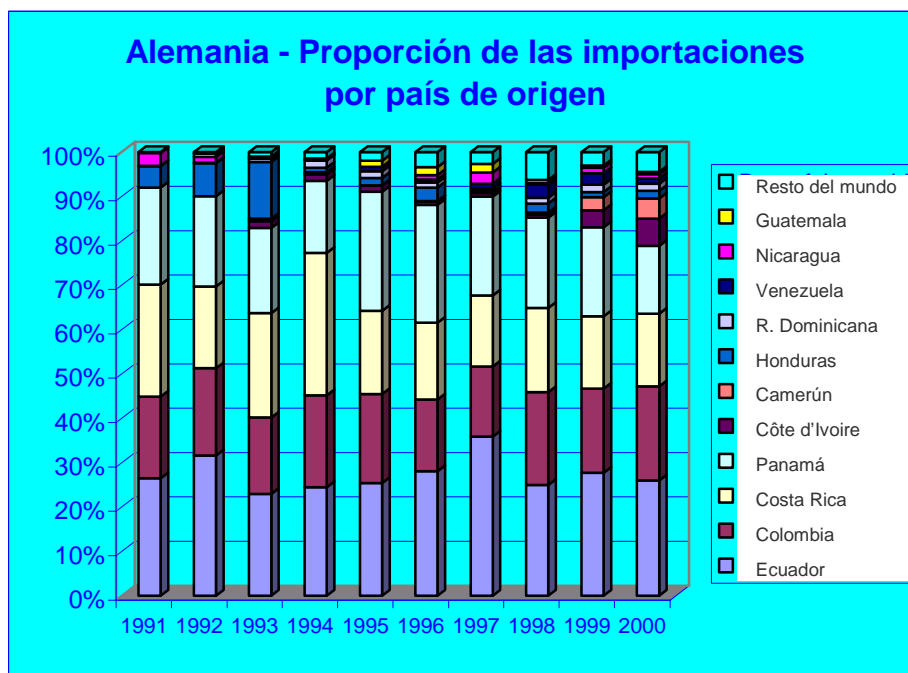
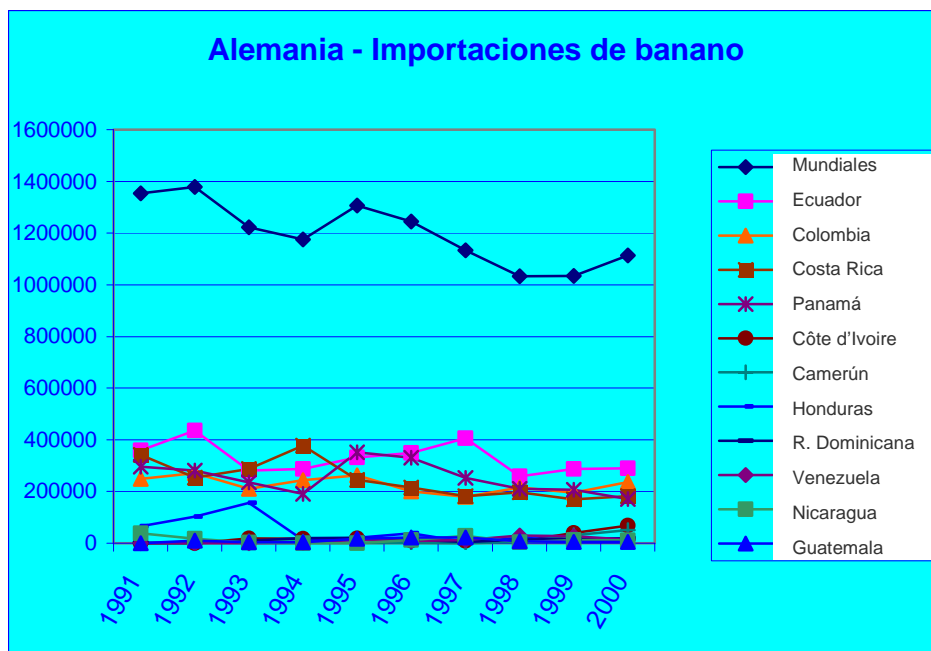
Anexo 5

ESTRUCTURA DE LAS IMPORTACIONES DE BANANO DE ALGUNOS PAÍSES REPRESENTATIVOS DE LA UE



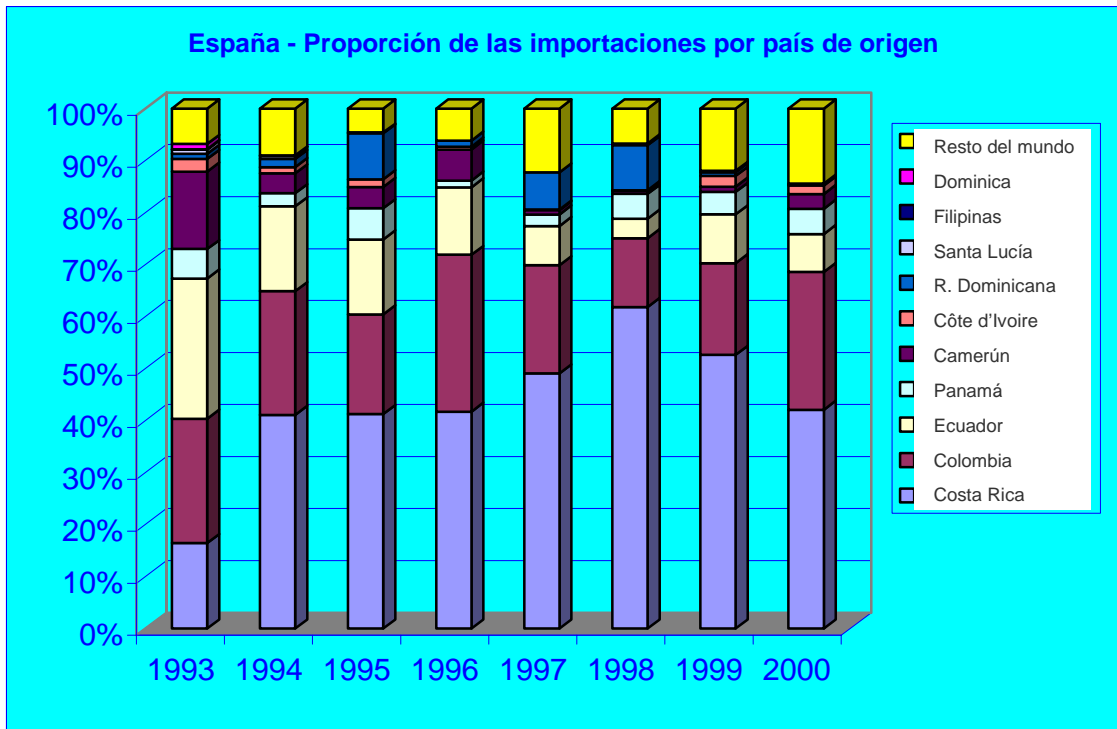
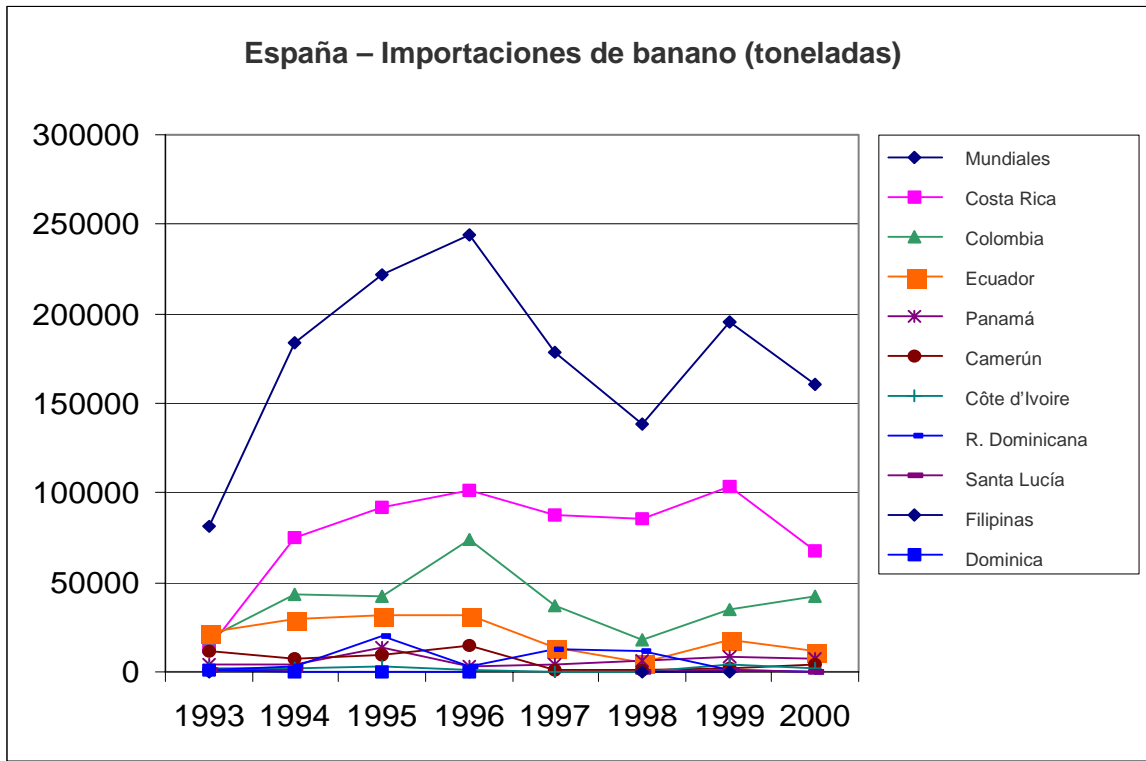
Fuente: COMTRADE.

**ESTRUCTURA DE LAS IMPORTACIONES DE BANANO DE ALGUNOS PAÍSES REPRESENTATIVOS DE LA UE**  
(continuación)



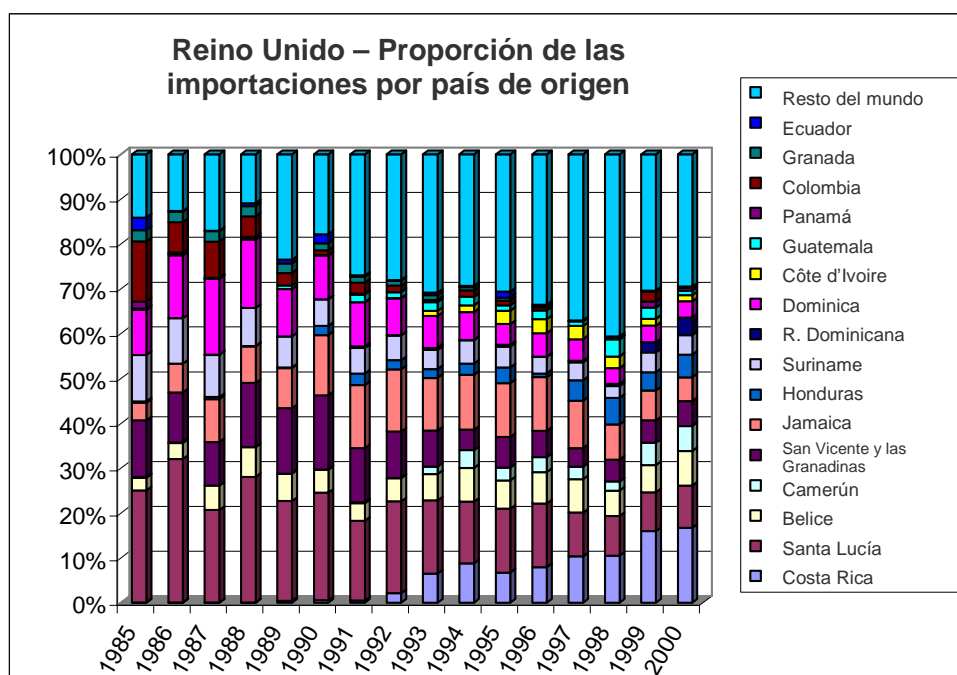
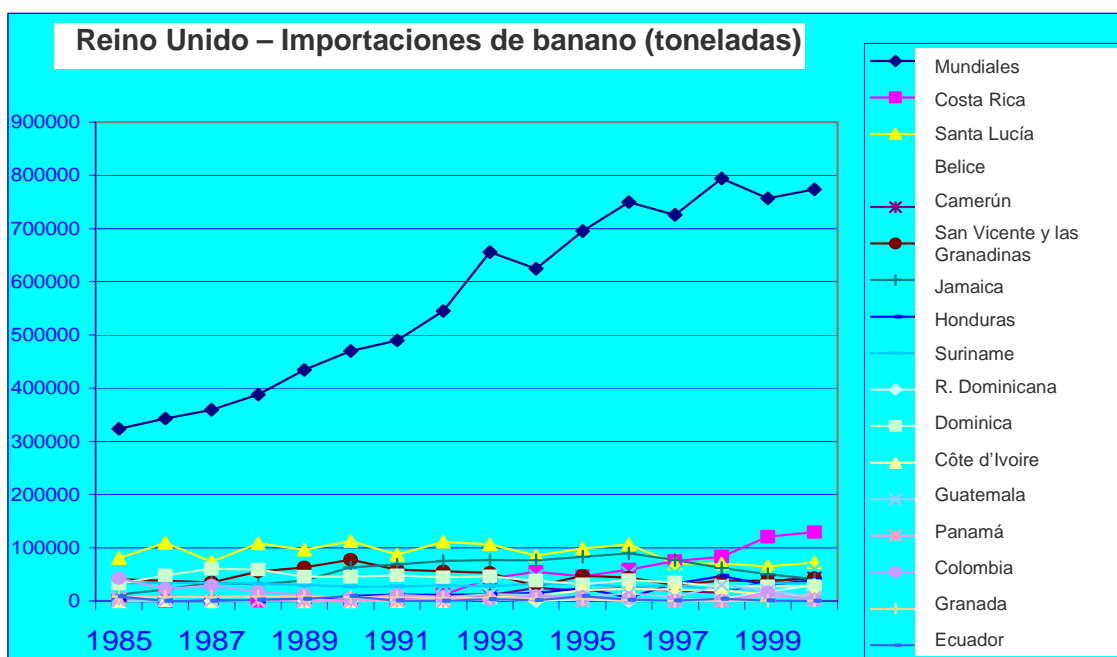
Fuente: COMTRADE.

**ESTRUCTURA DE LAS IMPORTACIONES DE BANANO DE ALGUNOS PAÍSES REPRESENTATIVOS DE LA UE**  
(continuación)



Fuente: COMTRADE.

**ESTRUCTURA DE LAS IMPORTACIONES DE BANANO DE ALGUNOS PAÍSES REPRESENTATIVOS DE LA UE  
(continuación)**



Fuente: COMTRADE.

## Anexo II

### Referencias y bibliografía

- ADC (2001). Apple Banana, *Commercialisation Bulletin*, N° 8, 14 de mayo.
- Ahmed, B. (2001). The impact of globalization on the Caribbean Sugar and Banana Industries, *Society for Caribbean Studies Annual Conference Papers*, vol. 2.
- Americafruit (2001). Banana importers look to boost consumption, abril.
- Ampuero Pareja, E. (2001). Consecuencias de las políticas de intervención del Gobierno ecuatoriano en el mercado del banano, *Ideas de Libertad*, no.62, Instituto Ecuatoriano de Economía Política.
- Astorga, Y. (1998). The environmental impact of the banana industry: A case study of Costa Rica, Conferencia Internacional Bananera, Bruselas, 4 a 6 de mayo.
- Baas, E. (2002). EUREPGAP: License to supply, *Rabobank Food and Agribusiness Research Industry Note*, mayo.
- Banana Link (2002). Editorial, *Banana Trade News Bulletin*, N° 25, marzo.
- Bendell, J. (2001). Growing pain? A case study of a business–NGO alliance to change the social and environmental impacts of banana production, informe financiado por el Aspen Institute.
- Blowfield, M. y Gallet, S. (1998). Volta River Estates Fairtrade Bananas case study, Natural Resources Institute Chatham, Reino Unido.
- Borras, S. (2001). The Philippine Agrarian Reform: Relative vibrant land redistribution amidst less-than dynamic agricultural transformation, Access to Land International Conference, Berlín, 19 a 23 de marzo.
- Borras, J. y Quiamba, S. (1999). Towards an understanding of the difficult challenge of agrarian reform in banana plantations, *Conjuncture*, Institute for Popular Democracy, junio.
- Borrell, B. (1997). Well within reach: A low cost way to comply with the WTO banana decision using tariffs, Centre of International Economics, Canberra/Sydney.
- Borrell, B. (1999). Bananas: Straightening out bent ideas on trade as aid, Centre for International Economics, Canberra/Sydney.
- Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries (2002). EU Market Survey 2002, Fresh Fruit and Vegetables, Rotterdam.
- Chambron, A.C. (1999). Bananas, The green gold of the TNCs, publicado por el UK Food Group, Londres, Reino Unido.
- Chambron, A.C. (2000). Straightening the bent world of the banana, publicado por EFTA (European Fair Trade Association), Bruselas.
- Chiquita (2002). *2001b Corporate Responsibility Report*, Cincinnati, EE.UU.

- Chiquita (2001a). *2000 Corporate Responsibility Report*, Cincinnati, EE.UU.
- Chiquita (2001b). *Annual Report*, Cincinnati, EE.UU.
- Fondo Común para los Productos Básicos (2001), Banana Improvement Project, *Technical Paper* No. 5.
- Cook, R. (2001). The US fresh produce industry: An industry in transition, en *Postharvest Technology and Horticultural Crops*, Adel A. Kader, Universidad de California, Davis.
- Cook, R. (2002). The consolidating US food distribution system: Implications for the fresh produce industry, Departamento de Economía Agrícola y de Recursos, Universidad de California, Davis.
- CORPEI (2002a). Estudio de Competitividad, Cluster del Banano, Guayaquil, Ecuador.
- CORPEI (2002b). Elaboración de un Plan Estratégico, Cluster del Banano, Guayaquil, Ecuador.
- CTA/FAO/ITC (2002). *World Markets for Organic Fruit and Vegetables: Opportunities for Developing Countries in the Production and Export of Organic Horticultural Products*, Roma.
- Cuellar, S. (2002). Marketing fresh fruit and vegetable imports in the United States: Status, challenges and opportunities, *Food Industry Management Research Bulletin*, no. 02-04, Universidad de Cornell.
- Dobson Consulting (1999), *Buyer Power and Its Impact on Competition in the Food Retail Sector of the European Union*, Estudio para la Comisión Europea, Nottingham, Reino Unido.
- Dupin, C. (2002). Chiquita cost cutting bears fruit, *Journal of Commerce online*, 25 de septiembre.
- CEPAL (2000). Industrialization, New Technologies and Competitiveness in the Caribbean, LC/CAR/G.614, Puerto España, 12 de junio.
- CEPAL (2000b). Istmo Centroamericano: Fomento y Modernización del Sector Agroexportador. Los casos del azúcar, el banano y el café, LC/MEX/L.429, México, 12 de mayo.
- Espinel, R. (2001). El problema del banano en el Ecuador: una propuesta de regulación, Proyecto SICA/MAG, Quito, Ecuador.
- Euromonitor (1998). *Food Retailing in Europe*, Londres.
- Comisión Europea (1999). Comunicación de la Comisión al Consejo relativa al *comercio justo*. COM (1999) 619 final, Bruselas.
- Comisión Europea (2000). EU trade concession to least developed countries: Everything but Arms proposal. Possible impacts on the agricultural sector, Bruselas (<http://europa.eu.int/comm/trade/pdf/ebaias.pdf>).
- FAO (1986). *The World Banana Economy 1970–1984, Structure, Performance and Prospects*, Roma.
- FAO (1999a). Efectos de los cambios de la oferta y la demanda de banano en los ingresos, el empleo y la seguridad alimentaria, documento CCP: BA/TF 99/6, Gold Coast, Australia.

FAO (1999b). Proyecciones de la oferta y la demanda de banano hasta el 2005, documento CCP: BA/TF 99/5, San José, Costa Rica.

FAO (1999c). El Mercado ruso del banano desde 1994 hasta 1998, documento CCP: BA/TF 99/4, Gold Coast, Australia.

FAO (2001a). Informe sobre la marcha de los trabajos actuales para hacer proyecciones del comercio internacional del banano en 2010, documento CCP: BA/TF01/3, San José, Costa Rica.

FAO (2001b). Evolución de los regímenes de importación en la Comunidad Europea, documento CCP: BA/TF 01/6, San José, Costa Rica.

FAO (2001c). Contribución del banano a los ingresos, el empleo y la seguridad alimentaria en Ghana y el Ecuador, documento CCP: BA/TF 01/4, San José, Costa Rica.

FAO (2001d). Mercado del banano “biológico” y de “comercio equitativo”, documento CCP: BA/TF 01/4, San José, Costa Rica.

FAO (2001e). Informe de la segunda reunión del Grupo Intergubernamental sobre el banano y las frutas tropicales, documento CCP:03/5 (CCP: BA/TF 01/15), San José, Costa Rica.

FAO (2001f). Examen de las novedades sobre política comercial del banano, documento CCP: BA/TF 01/08, San José, Costa Rica.

Farquhar, L. (2001). “Mejorando las estadísticas del banano” documento de la Conferencia sobre los estándares sociales voluntarios de la industria del banano, Banana Link, Londres, septiembre.

Florido de la Nuez y Carmona de Hanlon, E. (2001). Principales cultivos de exportación de Canarias, *Boletín Económico ICE*, No. 2713.

Godfrey, G. (1998). A future for Caribbean bananas: The importance of Europe’s banana market to the Caribbean, *Oxfam GB Policy Paper*, marzo.

Hellin, J. y Higman S. (2002). Smallholders and niche markets: Lessons from the Andes, Overseas Development Institute, *Agricultural Research and Extension Network Paper no. 118*, enero.

Holderness, M. et al. (1999). Organic banana 2000: Towards an organic banana initiative in the Caribbean, en *Informe del Taller Internacional sobre Producción y Comercialización de Bananas Orgánicas producidas por pequeños productores, República Dominicana*, 31 de octubre a 4 de noviembre.

Huang, S. (2002). China: An emerging market for fresh fruit exporters, en *ERS/USDA Fruit and Tree Nuts Outlook*, 21 de marzo.

Hubbard, M. et al. (2000). Evaluation of EU assistance to ACP banana producers, EVA-EU Association, Birmingham, Reino Unido.

Human Rights Watch (2002). *Tainted Harvest: Child Labour and Obstacles to Organising on Ecuador's Banana Plantations*, Nueva York/Washington/Londres/Bruselas.



- OIT (1999). Restructuring and the loss of preferences: Labour challenges for the Caribbean banana industry, Oficina para el Caribe de la OIT, Puerto España, Trinidad y Tobago.
- JETRO (2000). The health-food boom lifts banana imports, *Focus Japan*, Tokyo, mayo.
- Kaufman, P. et al. (2000). Understanding the dynamics of produce markets, consumption and consolidation growth, *ERS/USDA Agriculture Information Bulletin*, No. 758, agosto.
- Krier, J.M. (2001). Fair trade in Europe 2001, European Fair Trade Association, Maastricht, Países Bajos.
- Laffan, J. (2002). Asia's food revolution, *Global Supermarket*, vol. 6, no. 1.
- Landa Duranda, J.M. (1998). El Mercado del Plátano, *Notas Sectoriales ICES*.
- Lherault, G. (2001). Exports logistics for ACP countries for fruit and vegetables and horticultural products, Taller regional de la UNCTAD para las economías hortícolas de Africa, Nairobi, Kenya, 29 a 31 de mayo.
- Liddell, I. (2000). Unpeeling the banana trade, Fairtrade Foundation, Londres.
- McCann, C. (2002). Fyffes, performance and financial strength, Exposición del Vicepresidente ante la reunión anual general, Dublín.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación – España, (2001). Acuerdo entre EE.UU.-UE sobre el Plátano, *Boletín Semanal de Información Internacional Agroalimentaria y Pesquera*, No. 16.
- Mir, J. et al. (2002). Comercio Electrónico entre empresas en el sector agroalimentario. Una óptica desde la oferta agraria de frutas y hortalizas, Infoagro, Valencia, España.
- Perosio, D.J. et al. (2001). Fresh Track 2001: Supply chain management in the produce industry, *Food Industry Management Research Bulletin*, 01-05, Universidad de Cornell, septiembre.
- Plume J. (2002). Bananas-just in time, *Journal of Commerce online*, 29 de abril.
- Pollack, S. (2001). Consumer demand for fruit and vegetables: The U.S. Example, en *ERS/USDA Changing Structure of Global Food Consumption and Trade*, Washington, DC.
- Read, R. (2001). The anatomy of the EU-US WTO banana trade dispute, *Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, Vol. 2, No. 2.
- Reardon, T. y Berdegue J.A (2002). The rapid rise of supermarkets in Latin America: challenges and opportunities for development, *Development Policy Review*, 20(4), págs. 385-386.
- Ricks D. et al. (1999). Supply chain management: Improving vertical coordination in fruit industries, *Journal of Food Distribution Research*, noviembre.
- Roberts, B. (2002). The European food retail market, exposición de M+M Planet Retail en el Congreso de Eurofruit, Ámsterdam, 6 a 8 de noviembre.

Rosero, J. L. (2001). Un análisis sobre la competitividad del banano ecuatoriano, *Apuntes de Economía*, No. 17, Banco Central del Ecuador, julio.

Ross, A. (2002). *Organic food prices 2002*, University of West of England, Bristol.

Ministerio de Agricultura de Santa Lucía (2002). Documento de estrategia del país para el sector bananero, Castries City.

Salazar, R. (2001). Barriers to organic agriculture: The case of Costa Rica, proyecto de la UNCTAD "Standards and Trade, Strengthening Developing Countries' Capacity to Respond to Health, Sanitary and Environmental Requirements", Ginebra.

SELA (1998). El Mercado europeo del banano y la OMC, estudio de caso, en *Instrumentación del Acuerdo Agrícola de la Ronda Uruguay: Aspectos prioritarios para América Latina y el Caribe* (SP/DRE/Di No 22-98), abril.

Sharrock, S. y Frison, E. (1998). Musa production around the world: Trends, varieties and regional importance, *INIBAP Focus Paper 2*, Montpellier, Francia.

Proyecto SICA/MAG (1999). El Sector Bananero Ecuatoriano: Una visión integral, Quito, Ecuador.

Proyecto SICA/MAG (2002). Analysis of the Banana Juncture 2001-2000, Quito, Ecuador.

Stegg, A. (2001a). Fruit Traders in Trouble, *Rabobank Industry Note Food&Agribusiness Research*, Utrecht.

Stegg, A. (2001b). Strategies implemented by the top four listed fruit traders, *Rabobank Industry Note Food&Agribusiness Research*, Utrecht.

Stevens, C. y Kennan, J. (2001). The Impact of the EU's "Everything but Arms" proposal: A report to Oxfam, Institute of Development Studies at the University of Sussex.

UNCTAD (1974). The marketing and distribution system for bananas, TD/B/C.1/162, Ginebra.

UNCTAD (2000). Strategies for diversification and adding value to food exports: A value chain perspective, UNCTAD/DITC/COM/TM/1 UNCTAD/ITE/MISC.23, Ginebra, 14 de noviembre.

UNCTAD (2001). Análisis de las Políticas de Inversión, Ecuador, UNCTAD/ITE/IPC/Misc.2, Ginebra, junio

UNCTAD (2002a). Farmers and farmers' associations in developing countries and their use of modern financial instruments, UNCTAD/DITC/COM/35, Ginebra.

UNCTAD (2002b). *Informe sobre el Comercio y el Desarrollo 2002*, publicación de las Naciones Unidas, N° de venta: S.02.II.D.2, Ginebra.

UNCTAD (2002c). *The Least Developed Countries Report 2002, Escaping the Poverty Trap*, publicación de las Naciones Unidas, N° de venta: E.02.II.D.13, Ginebra.

UNCTAD (2002d). *World Investment Report 2002, Transnational Corporations and Export Competitiveness*, Publicación de las Naciones Unidas, N° de venta: E.02.II.D.4, Ginebra.

UNCTAD/Secretaría del Commonwealth (2001). *Duty and Quota Free Access for LDCs: An analysis of Quad initiatives*, Londres y Ginebra.

UNCTAD/Cyclope (2001). *World Commodity Survey 2000-2001*, publicación de las Naciones Unidas, N° de venta: GV.E.00.0.16, Ginebra.

PNUMA (2002). *Integrated assessment of trade liberalization and trade-related policies: A country study on the banana sector in Ecuador*, Naciones Unidas, New York y Ginebra.

Universidad de Especialidades Espíritu Santo, UEES Centro de Investigación (2001). *Análisis Sectorial de la Actividad Bananera, Folleto de Investigación No. 4*, Guayaquil, Ecuador.

Van Kastele, A. (1998). *The banana chain: The macroeconomics of the banana trade*, on behalf of IUF, Amsterdam.

Wilson, J. y Otsuki T. (2002). *To spray or not to spray: Pesticides, banana exports, and food safety*, *Grupo de Investigación del Desarrollo del Banco Mundial*, marzo.

### Anexo III

#### **Enlaces con los sitios web pertinentes del sector bananero**

INFOCOMM, Información de Mercado sobre productos básicos, UNCTAD: <http://www.unctad.org/infocomm>

FAO, Grupo Intergubernamental sobre el Banano y las Frutas Tropicales:  
<http://www.fao.org/ES/ESC/esce/ESCR/BANANAS/bane.htm>

Base de datos estadísticos FAOSTAT: <http://apps.fao.org/>

Red Internacional para el Mejoramiento del Banano y el Plátano, INIBAP: <http://www.inibap.org/>

Sopisco News: <http://www.sopisco.com/sopisconews/default.htm>

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

Fruitrop: <http://www.cirad.fr/publications/revues/fruitrop/fruitrop.html>

The Global Fresh Produce Portal, Fruitnet: <http://www.fruitnet.com/>

Base de Datos UPEB (Unión de Países Exportadores de Banano): <http://orton.catie.ac.cr/UPEB.htm>

Asociación de Exportadores de Banano del Caribe: <http://www.cbea.org/>

CTA Technical Centre for Agricultural and Technical Cooperation ACP-EU:  
<http://www.agricta.org/agritrade/bananas/index.htm>

International Banana Association: <http://www.eatmorebananas.com/>

The Banana Group: <http://www.thebananagroup.uk.net/>

Produce Marketing Association: <http://www.pma.com>

European Fresh Produce Association: <http://www.cimo.be/>

Euro Retailer Produce Working Group (EUREP): [http://www.eurep.org/sites/index\\_e.html](http://www.eurep.org/sites/index_e.html)

Servicio de Información y Censo Agropecuario del Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador:  
<http://www.sica.gov.ec/ingles/cadenas/banano/index.html>

Asociación de Bananeros de Colombia, Augura : <http://www.augura.com.co>

Agrocadenas Colombia: <http://www.agrocadenas.gov.co/home.htm>

Corporación Bananera Nacional, Costa Rica: <http://www.corbana.co.cr/>

Dirección Nacional del Banano Panamá: <http://www.mici.gob.pa/conbanano.html>

Windward Bananas (Geest): <http://www.geest-bananas.co.uk/>

WIBDECO (Empresa de Exportación y Desarrollo del Banano de las Islas de Barlovento):  
<http://www.wibdeco.org/>

Dominica Banana Marketing Corporation: <http://www.dbmc-dm.com/index.html>

Industria bananera de Santa Lucía, Ministerio de Agricultura:  
[http://www.slumaffe.org/Agriculture/Extension\\_Services/Green\\_Gold/green\\_gold.html](http://www.slumaffe.org/Agriculture/Extension_Services/Green_Gold/green_gold.html)

Departamento de Agricultura - Filipinas (Servicio de Asistencia para la Agricultura y la Comercialización):  
<http://www.philonline.com.ph/~webdev/da-amas/banana.html>

Unión Europea: <http://europa.eu.int>

Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA): <http://www.usda.gov>

Organización Mundial del Comercio: <http://www.wto.org>

Chiquita Brands International: <http://www.chiquita.com>

United Fruit Historical Society: <http://www.unitedfruit.org/index.html>

Dole Food Company: <http://www.dole.com>

Fresh Del Monte: <http://www.freshdelmonte.com>

Fyffes: <http://www.fyffes.com/home/>

Noboa: <http://www.noboacorp.com.ec/>

FLO (Fair Trade Labelling Organizations) International: <http://www.fairtrade.net/>

The Fair Trade Foundation: <http://www.fairtrade.org.uk>

Max Havelaar: <http://www.maxhavelaar.org>

Artisans du Monde: <http://www.artisansdumonde.org/bananes.htm>

European Fairtrade Association : <http://www.eftafairtrade.org>

Network of European World Shops : <http://www.worldshops.org/activities/foodforthought/bananas.htm>

Banafair: <http://www.banafair.de/>

Euroban (Banana Action Net): <http://bananas.agoranet.be/>

IFOAM, International Federation of Organic Agriculture Movements: <http://www.ifoam.org>

Ethical Trading Initiative: <http://www.eti.org.uk/pub/resources/latinam/costarica-intro/index.shtml>

Natural Resources Institute (Natural Resources and Ethical Trade): <http://www.nri.org/NRET/bananas.htm>

Fruit and Vegetable Project: <http://www.fruitveg.com/uk/>

Five a day: <http://www.5aday.com>