

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Análisis de la producción y comercialización del banano, su aceptación y evolución frente al
Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea

Trabajo de grado

María Vanessa Rodríguez Pérez

Miguel Ángel Rojas Rodríguez

Bogotá D.C

2015

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Análisis de la producción y comercialización del banano, su aceptación y evolución frente al
Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea

Trabajo de grado

María Vanessa Rodríguez Pérez

Miguel Ángel Rojas Rodríguez

Ivarth Palacio Salazar

Administración De Negocios Internacionales

Bogotá D.C.

2015

TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO	1
RESUMEN	3
Palabras Clave.....	4
ABSTRACT.....	5
Key Words	6
1. INTRODUCCION	7
1.1 Planteamiento del problema	7
1.2 Justificación.....	10
1.3 Objetivos de la investigación	11
1.3.1 Objetivos General	11
1.3.2 Objetivos Específicos	11
1.4 Alcance y vinculación con el proyecto del profesor	12
2. MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL	15
TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y LA UNIÓN EUROPEA.....	15
2.1 Generalidades del Tratado de Libre Comercio	16
2.2 Sector agropecuario en el Tratado de Libre Comercio	17
2.3 Medidas Sanitarias y Fitosanitarias.....	18
2.4 Normas de origen	19
2.5 Sector bananero en el Tratado de Libre Comercio.....	19
3. COLOMBIA	21
3.1 Sector agropecuario y su importancia	21
3.2 Generalidades del banano como fruta tropical.....	23
3.3 Sector Bananero	24

3.4	Zonas de producción	25
3.4.1	Magdalena	26
3.4.2	Urabá	26
3.5	Productores.....	27
3.6	Exportaciones	31
3.6.1	Urabá	35
3.6.2	Magdalena y Guajira	36
4.	UNIÓN EUROPEA	40
4.1	Sector agropecuario.....	41
4.2	Sector bananero y zonas de producción	45
4.3	Consumidores.....	46
4.4	Importaciones	56
5.	COMPETIDORES	58
5.1	Ecuador.....	58
5.2	Costa Rica	60
5.3	DOFA Colombia Vs Unión Europea	66
5.4	DOFA Ecuador Vs Unión Europea	69
5.5	DOFA Costa Rica Vs Unión Europea.....	71
5.6	Análisis cuantitativo.....	73
6.	CONCLUSIONES	76
7.	RECOMENDACIONES.....	78
8.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	80

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Exportaciones Colombianas de banano por puerto de destino 2014	33
Tabla 2. Exportaciones de banano desde Urabá	35
Tabla 3. Exportaciones de banano desde Magdalena y La Guajira 2014	36
Tabla 4. Superficie agrícola utilizada en la Unión Europea	41
Tabla 5. Principales elementos de la Política Agrícola Común (PAC)	44
Tabla 6. Tabla de referencia para la pregunta cinco de la encuesta.....	47
Tabla 7. Respuesta a la pregunta tres de la encuesta	51
Tabla 8. Importaciones de la Unión Europea por país.....	56
Tabla 9. DOFA de Colombia Vs Unión Europea	66
Tabla 10. DOFA de Ecuador Vs Unión Europea.....	69
Tabla 11. DOFA de Costa Rica Vs Unión Europea.....	71
Tabla 12. Valores FOB puerto de exportación y CIF puerto de importación europeo por contenedor de 20 pies cúbicos en \$USD.....	74

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Exportaciones de banano a la Unión Europea	20
<i>Figura 2.</i> Exportaciones colombianas de comercializadoras del Magdalena (miles de cajas de 18.14 kg)	30
<i>Figura 3.</i> Porcentaje de superficie cosechada por zonas de producción 2014	31
<i>Figura 4.</i> Superficie cosechada en hectáreas y volumen de producción dado por cajas en Colombia 2013 y 2014.....	31
<i>Figura 5.</i> Exportaciones colombianas de banano a la Unión Europea 2014	34
<i>Figura 6.</i> Exportaciones colombianas a Bélgica.	37
<i>Figura 7.</i> Exportaciones colombianas a Alemania	38
<i>Figura 8.</i> Exportaciones colombianas a Reino Unido	39
<i>Figura 9.</i> Respuesta a pregunta dos de la encuesta	49
<i>Figura 10.</i> Respuesta a pregunta tres de la encuesta	50
<i>Figura 11.</i> Respuesta a pregunta cinco de la encuesta basada en la calidad del producto	52
<i>Figura 12.</i> Respuesta a pregunta cinco de la encuesta basada en el precio del producto.....	52
<i>Figura 13.</i> Respuesta a pregunta cinco de la encuesta basada en el país de origen	53
<i>Figura 14.</i> Respuesta a pregunta cinco de la encuesta basada en los beneficios del banano	53
<i>Figura 15.</i> Respuesta a pregunta cinco de la encuesta basada en los descuentos	54
<i>Figura 16.</i> Respuesta a pregunta seis de la encuesta	55

<i>Figura 17. Importaciones de la Unión Europea desde Colombia.....</i>	<i>57</i>
<i>Figura 18. Porcentaje de banano comprado a Ecuador por país.</i>	<i>59</i>
<i>Figura 19. Destino de las exportaciones bananeras de Costa Rica</i>	<i>61</i>
<i>Figura 20. Rendimiento por hectárea cosechada en Costa Rica.</i>	<i>62</i>
<i>Figura 21. Actividad bananera como fuente de empleo en Costa Rica.....</i>	<i>63</i>
<i>Figura 22. Modelo de caja de exportación a Europa y Estados Unidos.....</i>	<i>73</i>

GLOSARIO

AUGURA: Asociación de bananeros de Colombia.

CIF: Incoterm que hace referencia a costo, seguro y flete en puerto de destino.

CONVENCIÓN DE LOMÉ: Acuerdo de intercambio comercial entre la Unión Europea y los países ACP (África, Caribe y Pacífico).

FOB: Incoterm que hace referencia a la mercancía puesta en el puerto de origen.

Matriz DOFA: Es una herramienta para realizar análisis de una situación, una empresa, país, entre otros, por medio de sus aspectos internos; debilidades y fortalezas, y sus aspectos externos que son las oportunidades y amenazas.

MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS: Estas hacen referencia a los mecanismos que garantizan que se suministren a los consumidores de un país alimentos que no les vayan a hacer daño y que cumplan con las normas de salud y seguridad.

POLÍTICA AGRÍCOLA COMÚN: Política de la Unión Europea basada en establecer unas condiciones que permitan a los agricultores desempeñar sus múltiples funciones para ofrecer sus productos a la sociedad.

PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB): es el valor total de los bienes y servicios producidos por un país en un periodo de tiempo determinado.

PRODUCTIVIDAD: Es la relación que existe entre la cantidad de producción obtenida y los recursos utilizados para obtener dicha producción.

RESUMEN

Colombia al igual que la mayoría de países ha buscado establecer acuerdos comerciales para transformar la economía interna y buscar mercados para expandirse a nivel internacional, tanto para dar a conocer sus productos como para satisfacer la demanda nacional de productos en los cuales no es especializado. Esto con el fin de activar la economía y generar crecimientos y desarrollo económico, productivo y social. El Tratado de Libre comercio es una herramienta que permite desarrollar la economía del país que acompañado de la globalización que se vive actualmente a nivel mundial permite llevar a cabo procesos de integración entre países con el fin de impulsar el comercio internacional porque este es el motor del crecimiento para alcanzar una economía sostenible.

El país ha emprendido una etapa de transformación que tiene como fin convertirla en una economía atractiva, es por esto que el gobierno ha decidido firmar acuerdos que permitan abrir nuevas oportunidades gracias al acceso preferencial a mercados como el de la Unión Europea otorgando así un beneficio para el sector agropecuario y por consiguiente para los productores bananeros. En Junio del 2012 Colombia firmó el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, que entró en vigencia en Agosto del 2013 y hasta el momento la situación del sector bananero ha entrado en un proceso de transformación e innovación para satisfacer los retos que este Tratado conlleva.

Por lo anterior se puede afirmar que el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea representa grandes posibilidades de crecimiento para el país, pero también lleva consigo una serie de amenazas y retos que Colombia tiene que afrontar para llevar al sector agrícola a niveles altos de productividad y competitividad. Es por esto que Colombia tiene que realizar un análisis exhaustivo del tratado analizando sus pros y contras para manejar distintas alternativas ante

situaciones complejas que representen riesgo para los productores y así tener un riesgo menor a la hora de estar llevando a cabo este acuerdo comercial.

Este documento focaliza su análisis en la comercialización del banano con respecto al Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, al igual que como se han visto afectados los productores de este y la aceptación que tiene en los países que la conforman y por otro lado analizar como los países productores de banano se convierten en competidores internacionales, quitándole a Colombia participación en el mercado extranjero y lo continuaran haciendo a medida de que la Unión Europea continúe adelantando negociaciones con países que representan una competencia directa para este producto que Colombia exporta.

Colombia ha sido tradicionalmente un país exportador de banano, incluso éste producto es uno de los que conforman la canasta de los tradicionales. Ahora bien, con el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea es factible que su posición mejore en este mercado de más de 500 millones de habitantes, sin embargo, y bajo el supuesto que a futuro Ecuador (el primer productor mundial) y Costa Rica suscriban TLC'S con la Unión Europea , esto reducirá significativamente las ventajas que ahora pueda tener Colombia, para ello se hace necesario plantear estrategias que minimicen riesgos y que propendan por la perdurabilidad de tan importante reglón de la economía.

Se analizarán situaciones favorables y desfavorables al igual que aspectos tecnológicos que puedan mejorar la productividad de este sector y aquellos criterios relevantes para el subsector bananero en el TLC, para así trabajar y fortalecer los aspectos débiles y continuar mejorando los aspectos fuertes.

Palabras Clave

Palabras clave: Unión Europea, Tratado de Libre Comercio, Acuerdo comercial, Sector bananero, productividad, exportaciones, ventaja competitiva, aranceles.

ABSTRACT

Colombia like most of the countries in the world is looking forward to stablish agreements to transform the domestic economy and find markets to expand to an international level, both to make known their products and to satisfy the domestic demand of products in which the country is not specialized, this in order to move the economy, generate growth and productive and social development. The Free Trade Agreement is a tool to develop the country's economy that together with the globalization that the world is living nowadays can carry out integration processes among countries in order to boost the international trade because this is the base of growth to reach a sustainable economy.

The country has initiated a transformation phase to turn it into an attractive economy, this is why the government has decided to sign agreements that will allow new opportunities through preferential access to markets such as the European Union, giving benefits to the agricultural sector and therefore for banana producers in Colombia. In June 2012 Colombia signed the Free Trade Agreement with the European Union, which started working in August 2013 and so far the situation of the banana in Colombia has been having a transformation process and is increasing the innovation meeting the challenges that this treaty involves.

From the above we can say that the Free Trade Agreement with the European Union represents a high growth potential for the country, but also carries with it a number of threats and challenges that Colombia has to face to bring the agricultural sector to high levels of productivity and competitiveness. That is why Colombia has to make a deep analysis of the pros and cons to develop different alternatives to handle complex situations that can be risky for the producers.

This document focuses on the commercialization of the banana regarding to the Free Trade Agreement with the European Union, as well as how the producers have been affected by this and the acceptance that this has in countries that conform the European block and secondly analyze how the banana producing countries are becoming international competitors, taking participation off from Colombia in the foreign market and they will continue doing this as the European Union advance in negotiations with countries that represent a direct competence in terms of this product.

Colombia has traditionally been an exporter of bananas, with the Free Trade Agreement with the European Union is possible that the country will improve its position in this market of over 500 million people, however, and under the assumption that in the future Ecuador (the world leader in banana production) and Costa Rica will sign FTAs with the European Union, this would significantly reduce the benefits that Colombia has, for this it is necessary to create strategies that reduce the risks.

It will be analyzed favorable and unfavorable aspects such as technology that can improve the productivity of this sector and those relevant criteria for the banana subsector in the Free Trade Agreement, in order to work and strength the weaknesses and continue improving the strong aspects.

Key Words

Key words: European Union, Free Trade Agreement, Commercial agreement, Banana Sector, Productivity, exports, competitive advantage, duty.

1. INTRODUCCION

1.1 Planteamiento del problema

Este proyecto se ha elaborado con la finalidad de llevar a cabo una investigación de las oportunidades y beneficios que tiene la comercialización del banano Colombiano en la Unión Europea y cuál ha sido su desarrollo gracias a este Tratado de Libre Comercio. Colombia es un país que se destaca por su gran potencial agricultor y por la variedad de productos que se dan en este territorio debido al relieve y a los diferentes climas que posee. El sector agropecuario participa con el 6.1% en el PIB nacional. Una de las frutas con mayor nivel de exportación a países de Europa y el mundo es el banano, anualmente Colombia exporta 90 millones de cajas recibiendo a cambio 757 millones de dólares.

Las zonas bananeras de Colombia son: Urabá, Magdalena, La Sierra Nevada de Santa Marta y La Guajira sacando al mercado 1876 cajas anuales por hectárea. La Unión Europea importa el 82.20% del banano exportado por Colombia, es decir 74.5 millones de cajas al año, el país que más participación tiene en el consumo de esta fruta es Bélgica que se queda con el 29.41% del volumen importado seguido del Reino Unido y Alemania, pero también cabe mencionar que países como Ecuador y otros Latinoamericanos presentan excelentes cosechas de banano y también están interesados en aumentar su participación y continuar su expansión hacia mercados internacionales.

El sector bananero ha venido adquiriendo una producción altamente tecnificada dado a los requerimientos que hacen los países importadores quienes exigen licencias sanitarias estrictas, procesos de empaque y embalaje para su transporte acordes con las normas internacionales de comercio de alimentos. Sin embargo en los últimos años el sector agropecuario ha perdido su fuerza como rama de actividad en el crecimiento de la economía colombiana representando solo

el 2,60% decreciendo en un 0,70% desde el 2011, este es uno de los factores incidentes debido a que no todos los productores tienen al alcance este tipo de tecnología y hace que se aumenten los costos y el valor del producto, es decir que los pequeños productores se ven afectados por su baja innovación, también se ven afectados por la revaluación del peso colombiano frente a las monedas extranjeras lo que hace que el sector sea vulnerable dado que dependen de la variación del tipo de cambio.

Por esta razón se realizó un análisis de como la variación de la demanda de banano por parte de los países europeos puede afectar el sector bananero y agropecuario colombiano, y que beneficios tecnológicos y arancelarios le traerá al país en el momento de exportar cuando se lleve a cabo el Tratado de Libre Comercio en su totalidad, sabiendo que este ya entró en vigor pero aún se siguen adelantando negociaciones. Se estudió la actual y posible competencia que se presenta en el sector determinando, las posibles oportunidades y amenazas que presenta esto para los países productores del banano como fruta tropical.

En términos generales, el subsector bananero colombiano ha venido comercializando su producto utilizando un modelo monopolístico en el mercado nacional que al enfrentarse a grandes competidores en el comercio internacional como lo son Ecuador y Costa Rica disminuye su competitividad al verse en la obligación de cambiar su poder de negociación en cuanto a precio, calidad y volumen. De esta manera, el sector tiene una latente amenaza en términos de competitividad al momento de exportar su producto hacia la Unión Europea, mercado del cual depende primordialmente.

Como principal preocupación se encuentra que Colombia está compitiendo con países Latinoamericanos que poseen una excelente producción de banano de muy buena calidad. Ecuador es el principal competidor bananero con un total de 170.896 Hectáreas sembradas, exportando 271.826.771 cajas lo que lo convierte en el mayor productor de banano a nivel mundial y que sus

mercados al igual que para Colombia son la Unión Europea y Estados Unidos. (AEBE, Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador). Aunque aún no consolida un Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, si lo podría llegar a hacer, lo que se traduce en un problema para el subsector bananero en Colombia, lo que representa una desventaja grande en términos de cubrimiento de mercado.

Por otro lado, Colombia como país exportador debe cumplir con los requisitos fitosanitarios del comprador, en este caso los países pertenecientes a la Unión Europea, en variadas ocasiones lo que sucede es que la producción disminuye sin haberlo previsto porque se presentan plagas en la zona de cultivo trayendo repercusiones negativas a la economía. Las enfermedades que más afectan el banano de exportación son la “Morrocoyita del fruto” y la “Sigatoka Negra”, las cuales cambian notablemente el aspecto externo del banano, dañando considerablemente su presentación, haciendo que disminuya la cantidad de fruta exportable.

Otra dificultad que incide en el crecimiento de las exportaciones desde Colombia hacia Europa es La Convención de Lomé la cual tiene como objetivo promover y acelerar el desarrollo económico, cultural y social de los Estados ACP, mediante múltiples formas de cooperación. Los países ACP son de África, Caribe y Pacífico a los cuales la Unión Europea ha denominado como tradicionales, lo cual significa que son los destinatarios de estas preferencias, como cero % de arancel para entrar a la Unión Europea; están conformados por Costa de Marfil, Camerún, Surinam, Somalia, Jamaica, Santa Lucía, Dominica, Belice, Cabo Verde, Granada y San Vicente y las Granadinas entre otros; estos países son a su vez ex colonias europeas, y por esa condición están dentro de un orden prioritario en importancia para dicho bloque económico y político.

En Colombia existe un bajo nivel de infraestructura en vías para transportar el producto a los puertos y lugares de embarque, el costo del flete es muy elevado y los tiempos de espera son largos. Esto afecta en una alta proporción a la comercialización de los productos especialmente de los bienes perecederos haciendo que Colombia se vea como un país menos competitivo a comparación

de países vecinos que poseen mucha más investigación y desarrollo en términos de transporte. Esta falta de desarrollo en carreteras y medios de transporte son gastos que se van a tener que ver reflejados en el precio que tiene que pagar el consumidor final por el producto.

Pregunta Central:

¿Cómo se ven afectados los productores de banano en Colombia al enfrentarse a competidores directos tales como Ecuador y Costa Rica?

Sub preguntas:

1. ¿Cómo se van a ver afectados los productores de banano en Colombia bajo el supuesto que Ecuador y Costa Rica suscriban TLC'S con la Unión Europea?
2. ¿Qué ventajas y desventajas tendría Colombia para exportar banano a la Unión Europea frente a Costa Rica y Ecuador?

1.2 Justificación

Esta investigación se realizó tomando como base un enfoque práctico en cuanto a un tema de gran importancia para la economía colombiana como es la exportación del tercer producto agrícola que más se destaca en el mercado internacional es decir el banano, el cual hace parte de un sector altamente competido y apetecido por diferentes países a nivel mundial. El Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea puede generar ventajas específicas para Colombia si se aplican

las negociaciones pertinentes, es decir, si se eliminan los obstáculos del comercio y barreras que impidan la circulación de la fruta.

Desde la perspectiva social esta investigación demostró el apoyo que se brinda a los pequeños productores bananeros por parte de los gremios, teniendo en cuenta criterios como número de empleos que hay hoy en día y que se crearán para la producción y comercialización de la fruta, autoridades y normas fitosanitarias que se están utilizando para la supervisión de la producción y en qué medida la violencia que se ha venido presentando en el país ha traído repercusiones para el sector en general. Por lo anterior esta investigación se justifica desde el punto de vista práctico.

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivos General

- Analizar la situación de la competitividad del subsector bananero colombiano frente al costarricense y ecuatoriano dentro del marco del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Plantear actuales y futuras estrategias que se pueden emplear para aumentar los niveles de competitividad de los productores en cuanto a las exportaciones de banano desde Colombia hacia los países Europeos.

- Calcular los costos totales hasta el puerto de destino en la Unión Europea (CIF), de la exportación de banano colombiano, ecuatoriano y costarricense.

1.4 Alcance y vinculación con el proyecto del profesor

Se permitió realizar una investigación que iba acorde con la línea de investigación denominada “Realidad- Programa de internacionalización” que hace parte del grupo de investigación en perdurabilidad empresarial (GIPE) de la Universidad del Rosario en donde se abordó un tema que tiene gran importancia y por el cual se han generado distintos tipos de discusiones debido a que la negociación del banano en el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea presenta intereses divididos ya que son muchos los países que se dedican a la exportación del producto a esta zona, por lo cual ha sido complicado llegar a la negociación de un arancel conveniente que genere beneficios para las dos partes y que a su vez no afecte los intereses de terceros.

La apertura económica lo que pretende hacer es darle a Colombia una mejora transformándola en una economía atractiva abriéndose nuevas oportunidades a mercados desarrollados en donde se permita penetrar con un acuerdo preferencial teniendo en cuenta el impacto que la firma de estos tratados tenga sobre los pequeños productores y los gremios que conforman el sector bananero colombiano.

La línea de realidad específicamente el proyecto “*ANÁLISIS DE LOS TLC’S Y SUS EFECTOS SOBRE EL COMERCIO EXTERIOR DE COLOMBIA*” cuyo investigador principal es Ivarth Palacio Salazar nos permite analizar las ventajas y desventajas desde la perspectiva de los diferentes escenarios propuestos como lo son la repercusión que tiene la firma del Tratado de Libre Comercio, los competidores internacionales que tiene este producto y los riesgos a los que se enfrenta Colombia ante la apertura económica que genera nuevas oportunidades a dichos competidores, pero que siendo el sector bananero uno de los más importantes subsectores del

sector agro después del café y las flores podría este aportar de manera favorable a un crecimiento del mismo gracias a la consolidación de gremios que benefician a los pequeños productores que se espera actúen de forma sistémica y se cubran del riesgo que trae implementar una estrategia internacional.

La investigación se inició con la descripción del sector bananero en Colombia en donde se reflejó la situación que enfrentan actualmente los productores y los gremios adscritos al sector, así se identificaron las fortalezas y los desafíos que enfrentan con el fin de aumentar sus exportaciones y su productividad a nivel internacional.

Se midió esta productividad con el resultado de las exportaciones que se realizan desde este sector al igual que la generación de empleos y el crecimiento en aspectos que inciden en la economía colombiana. Se realizó un análisis en donde se explicó cada uno de los pasos de la cadena de suministros dando a conocer el proceso desde que se produce el banano hasta que llega al consumidor final.

Además, se llevó a cabo un análisis comparativo entre el sector bananero colombiano, el ecuatoriano y el costarricense ya que estos países amenazan de una u otra forma las exportaciones nacionales de banano a destinos como Estados Unidos y Europa. Con esta información se plantearon tres matrices DOFA que permitieron formular estrategias que puedan ayudar al mejoramiento del sector bananero colombiano, El análisis DOFA permite crear estrategias viables gracias a las fortalezas y debilidades del sector bananero frente a sus competidores internacionales al igual que con las oportunidades y amenazas del Tratado de Libre Comercio. Por otro lado se analizó la problemática actual en donde se estudiaron factores internos y factores externos como TLC's, relaciones internacionales y la imagen que proyecta el país hacia el exterior.

Así mismo, se realizaron estudios de tipo cuantitativo con miras a entender los hábitos de consumo de los habitantes de la Unión Europea en cuanto al banano, su calidad y si están de

acuerdo o no con criterios como son el precio y facilidades de encontrar este producto en el mercado, esto se llevó a cabo por medio de encuestas realizadas en un trabajo de campo, elaboradas por los autores de este proyecto de grado.

Por último se hizo un análisis de tipo cuantitativo a partir de herramientas de información pertinente y confiable como lo son el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Banacol, Augura, Fairtrade y Corbana con base a esto se plantearon soluciones y retos que lleven a un mejor desempeño del sector bananero colombiano.

De igual forma se realizó un ejercicio que permitió evaluar costos de exportación para Colombia, Ecuador y Costa Rica bajo el supuesto de exportar cierta cantidad de cajas de banano a la Unión Europea, para lo anterior se hizo una cotización con la naviera Panalpina para obtener información real en costos de fletes marítimos.

2. MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y LA UNIÓN EUROPEA

Gracias a la apertura económica que empezó en Colombia en el año 1991 bajo la presidencia de Cesar Gaviria Trujillo el país entró en procesos de intercambios comerciales en donde en los últimos años se han venido firmando Tratados de Libre Comercio con algunos de los países más importantes del mundo como lo son los integrantes de la Unión Europea, Estados Unidos y La República de Corea, esto con el fin de impulsar el desarrollo económico del país y traer un beneficio para los ciudadanos colombianos, dado que se busca abrir las fronteras a los empresarios para que puedan tener acceso a mas consumidores a lo largo del mundo, beneficiando así la industria.

El acuerdo comercial con la Unión Europea es importante no solo porque lleva consigo tener una relación comercial preferencial y permanente sino que también se da acceso a un mercado con alto poder adquisitivo en donde se podrá importar y exportar con aranceles bajos y además acceder a un mejor precio de materias primas y maquinaria para mejorar la infraestructura de las empresas y llegar a ser competitivos a nivel mundial, por otro lado los ciudadanos tendrán el beneficio de poder escoger mayor variedad de productos, diferentes calidades y precios. Según el ex Ministro de Comercio, Industria y Turismo, Sergio Díaz-Granados aseguró que se firmó un acuerdo de asociación con la Unión Europea pues “este tiene un mayor alcance que un Tratado de Libre Comercio porque involucra tres componentes: dialogo político, programas de cooperación y libre comercio, pero para efectos prácticos se puede llamar acuerdo comercial” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo 2012).

2.1 Generalidades del Tratado de Libre Comercio

El acuerdo se suscribió el 26 de Junio del año 2012 en la ciudad de Bruselas en Bélgica porque en este lugar se encuentra la sede del parlamento europeo al igual que la comisión y el consejo, y entró en vigencia el 01 de Agosto del año 2013. Este tratado abarca 14 capítulos que incluyen la desgravación arancelaria para bienes agrícolas en donde se excluyeron de las negociaciones la carne de cerdo, la avicultura, el maíz y el arroz. Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en las mesas de negociación se trataron temas concernientes a Asistencia Técnica y fortalecimiento de las Capacidades Comerciales; Solución de Controversias; Asuntos Institucionales; Comercio y Desarrollo Sostenible; Propiedad Intelectual; Comercio de Servicios, Establecimiento y Comercio Electrónico; Competencia, Compras Públicas; Aduanas y Facilitación al Comercio, Defensa Comercial; Medidas Sanitarias y Fitosanitarias; Obstáculos Técnicos al Comercio; y Reglas de Origen” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012).

Las oportunidades son grandes para la economía Colombiana, según la Organización Mundial del Comercio (OMC) la Unión Europea es el primer importador y exportador mundial de bienes, con cifras estimadas de USD \$ 2.132.888 millones y USD \$2.349.849 millones respectivamente. Así mismo, ocupa el primer lugar en el mundo en compra y venta de servicios, comerciales con montos de USD \$784.286 millones y USD \$644.360 millones en su orden. La Unión Europea es el bloque más importante del mundo económicamente, su Producto Interno Bruto corriente (PIB) es de USD 16.578 billones y genera la cuarta parte de la riqueza mundial, por otro lado es el mayor donante de ayuda al desarrollo de los países pobres (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013). Con el tratado se pretende llegar a más de 503 millones de compradores con un PIB per cápita cercano a los 35.000 dólares, este equivale alrededor de cuatro veces el PIB per cápita de Colombia, indicando así que la capacidad del poder adquisitivo es mucho mayor (ANALDEX 2012).

Una de las finalidades es que las empresas colombianas puedan competir en igualdad de condiciones con empresas de países como México, Chile y Brasil quienes ya cuentan con un acuerdo preferencial, esto debido a que se dará una reducción y eliminación de aranceles y barreras no arancelarias a las exportaciones colombianas, con miras a ser más competitivos aumentando así la participación de Colombia en el mercado mundial. De igual forma se promoverán los flujos de inversión entre la Unión Europea y Colombia gracias a compromisos de estabilidad, transparencia y protección, y se contará con procedimientos transparentes y no discriminatorios para que las empresas colombianas participen en compras públicas.

2.2 Sector agropecuario en el Tratado de Libre Comercio

Para el mercado agrícola no se ha permitido la liberalización completa del comercio de dichos productos debido a la complejidad que estos tienen, dado que la Unión Europea tiene varios acuerdos comerciales y preferencias suscritas con ciertos países, por otro lado la Unión Europea implementa medidas proteccionistas para proteger el sector agro de la competencia internacional. El sector agrícola, aunque ha descendido significativamente en los últimos años, sigue siendo un pilar fundamental de la economía europea al que se dedican importantes recursos financieros, en el marco de la Política Agrícola Común.

La reducción de aranceles se aplicará a la mayoría de los productos agrícolas colombianos, que se beneficiaran de un acceso preferencial para productos que han tenido dificultad para entrar a la Unión Europea en el pasado como el azúcar y el banano. “Una parte importante de los productos agrícolas entrarán al mercado europeo con arancel cero gracias a la entrada en vigor de este acuerdo, como las flores, café tostado y preparaciones de café, aceite crudo y refinado de palma, la mayoría de frutas y hortalizas, la mayoría de productos de cacao y el tabaco, sin embargo, una serie de productos, más sensibles, serán objeto de una liberalización gradual o por contingente,

como se dijo anteriormente el banano, el azúcar, la carne de vacuno entre otros.” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo 2012).

En cuanto a la exportación de productos europeos al mercado colombiano se han regulado aranceles transitorios y contingentes arancelarios porque el gobierno busca proteger a los pequeños productores del sector agrícola. Existen bastantes problemáticas en cuanto a este sector porque supone una serie de amenazas y aspectos que probablemente el país no está en capacidad de afrontar como es el caso del sector lechero en donde el producto europeo tiene una ventaja en términos de competitividad frente al producto nacional, generando así conflictos intergubernamentales.

2.3 Medidas Sanitarias y Fitosanitarias

Las medidas sanitarias y fitosanitarias, están reguladas a través de la Ley 170 de 1994, desde el momento en que Colombia ingresó a la Organización Mundial del Comercio (OMC). Los compromisos adquiridos por Colombia y la Unión Europea en el acuerdo comercial en relación con este aspecto, están descritos en el Anexo VI del acuerdo, incluyen aspectos como autoridades competentes, requisitos y disposiciones para la aprobación de los establecimientos de productos de origen animal, las directrices aplicables a las verificaciones, los puntos de contacto y páginas de internet, entre otros. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013).

En cuanto a Colombia este Anexo, establece que la vigilancia y control son ejercidas de manera conjunta por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) y el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), de acuerdo con las competencias asignadas a cada institución por la ley. Cuando se trate de exportaciones a los Estados Miembros de la Unión Europea, estos organismos son responsables de la vigilancia y control de las condiciones y procedimientos sanitarios y fitosanitarios. Las importaciones y/o exportaciones deben ir

debidamente autorizadas por la entidad competente, así mismo, los productos de origen animal deben contar con los respectivos certificados que aseguren que se cumplen con todos los requisitos exigidos. Se podrán realizar verificaciones de la mercancía con el fin de comprobar la eficacia de los controles realizados anteriormente (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013).

2.4 Normas de origen

En el anexo II del Acuerdo Comercial entre Colombia y la Unión Europea, se establece que se considerarán productos originarios de cada parte, aquellos que se produzcan totalmente en la Unión Europea o en Colombia, o que incorporen materiales que no hayan sido totalmente obtenidos allí, siempre que esos materiales hayan sido objeto de elaboración o transformación suficientes en la Unión Europea o en Colombia (Delegación de la Unión Europea para Colombia, 2012). Así mismo, el Acuerdo contempla la posibilidad de que Colombia pueda utilizar materiales originarios de algún país de Centro América y otros países andinos, cuando sean procesados e incorporados posteriormente. En el futuro se podría discutir la posibilidad de realizar este procedimiento con otros países de Latinoamérica con los que la Unión Europea haya concluido un Acuerdo Comercial. (Delegación de la UE para Colombia, 2012).

2.5 Sector bananero en el Tratado de Libre Comercio

El arancel cero no ha sido posible para un producto como el banano porque como se mencionó anteriormente, actualmente existe mucha competencia para este producto y si se llegara a bajar el arancel a cero el banano Colombiano obtendría una ventaja significativa frente a su competencia. Colombia contaba con un arancel aduanero para el banano de 176 Euros por tonelada pero gracias al Tratado de Libre Comercio negociado disminuyó a 148 Euros por tonelada y luego año a año se vendrá disminuyendo hasta llegar a 75 Euros por tonelada en el 2020, se estima que la concesión significará 122 millones de euros solamente en aranceles en el acumulado al año 2020, más el

aumento del volumen esperado en el monto exportado, gracias al acuerdo logrado en el seno de la OMC se espera que quede en 114 Euros por tonelada para el 2016. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo 2014).

De acuerdo con el análisis del Departamento Nacional de Planeación basados en ejercicios que únicamente coincidieron en la eliminación de los aranceles a las exportaciones, se evidencia que el acuerdo tendrá un efecto positivo sobre la economía colombiana, el PIB tendría un aumento adicional del 0,46%, las exportaciones crecerían en 0.71% y aumentaría la remuneración factorial, en trabajo calificado en 0,25% y el trabajo no calificado en 0,53%.

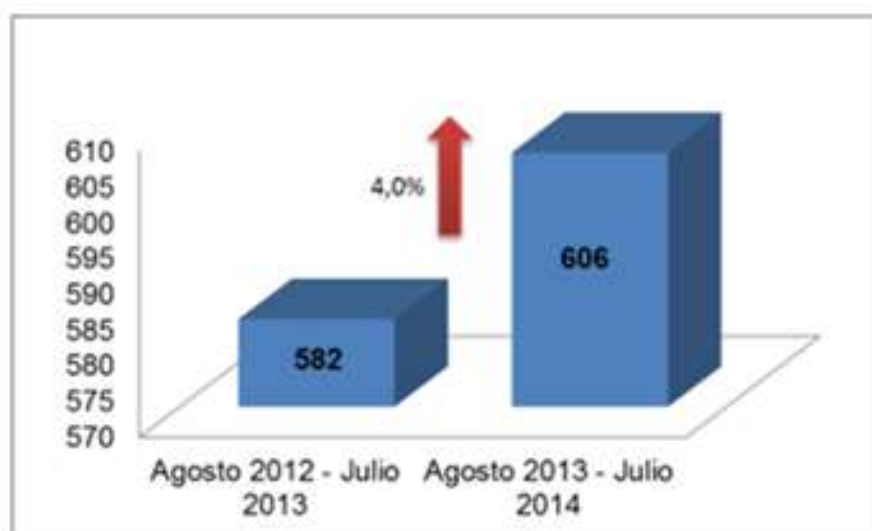


Figura 1. Exportaciones de banano a la Unión Europea

Fuente: Analdex, Boletín quincenal de comercio exterior, 2014.

Las exportaciones de banano crecieron un 4% para el primer año de entrada en vigencia del acuerdo comercial entre Colombia y la Unión Europea, dado que, el periodo anterior se exportaron USD FOB 582 millones mientras que el periodo posterior a la entrada en vigencia se exportaron USD FOB 606 millones.

3. COLOMBIA

3.1 Sector agropecuario y su importancia

La palabra agropecuario se refiere a la actividad humana orientada al cultivo del campo y a la crianza de animales. Reúne las palabras “Agricultura” y “Pecuaria”. La agricultura es el cultivo de la tierra para sembrar alimentos y materias primas y la pecuaria es el sinónimo de ganadería que es la crianza de animales con fines de producción alimenticia.

El sector agropecuario está compuesto por diversos subsectores, entre estos los más importantes son:

- El agrícola, es la actividad productora o primaria que obtiene materias primas a través del cultivo, la producción agrícola que es el resultado de la actividad agrícola, puede estar destinado a la alimentación de personas o animales (por ejemplo: la papa o el trigo) o a la industria (por ejemplo: el caucho o el algodón).
- Pesca: Se entiende como la utilización de los recursos pesqueros, animales o vegetales, marinos o de agua dulce, por medio de la actividad pesquera se recolectan peces como crustáceos, moluscos y otros productos marinos (por ejemplo: perlas).
- Pecuario: Es la actividad relacionada con la producción de ganado y demás animales de criadero que sirven tanto para extraer materias primas como para el consumo humano, así como la producción de leche sin elaborar, huevos con cascara, en conserva o embriones. Una actividad secundaria dentro de este sector es el cultivo de pastos.

- La silvicultura: Es el cuidado de los bosques, cerros o montes, y es la actividad encargada de la producción y extracción directa (maderable y no maderable: productos inmediatos o materias primas, ejemplo: madera, leñas, resina entre otros) e indirecta (productos mediatos o externalidades positivas como por ejemplo: fijación de carbono, regulación del ciclo hidrológico y biodiversidad entre otros).

La agricultura desde sus inicios ha sido vital para el desarrollo económico de Colombia y de la mayoría de los países en el mundo, es por esto que el Banco Mundial ha venido destacándola de tres maneras:

1. Como actividad económica: La agricultura puede ser fuente de crecimiento para la economía nacional, creando oportunidades de inversión para el sector privado e impulsar la economía rural.
2. Como medio de subsistencia: Casi la mitad de la humanidad vive en zonas rurales y esto ayuda a que exista una notable disminución de la pobreza y se haya reducido la migración del campo a la ciudad.
3. Como proveedor de servicios ambientales.(Banco Mundial 2007)

Colombia se caracteriza por poseer un territorio con localización intertropical y ecuatorial lo cual significa que tiene muchas ventajas y oportunidades en el aspecto agropecuario, se beneficia de una luminosidad permanente durante todo el año, posee gran variedad de pisos térmicos, y disponibilidad de recursos hídricos, bosques y variación de clima, lo cual es una indiscutible ventaja estratégica y una gran oportunidad para el país como base de un desarrollo dinámico. Según estudios el ingreso per cápita de los hogares rurales creció en términos reales en 42% entre 1992 y 2006 (Betancor, 2009).

El país “dispone de suficientes suelos y tierras que, mediante la planificación y el ordenamiento territorial, pueden consolidar su seguridad alimentaria y producir, con creces, recursos para la nación” (Malagón, 2002).

3.2 Generalidades del banano como fruta tropical

El banano es una fruta tropical con grandes propiedades nutritivas que aportan una buena cantidad de carbohidratos, potasio, magnesio, ácido fólico y fibras. Para su cultivo es necesario que el suelo y el clima tengan ciertas condiciones; el clima ideal es tropical húmedo y debe tener una temperatura alrededor de los 18 °C para que su crecimiento no se vea impactado. Es considerado una fruta dulce que se come cruda, aunque como es consumida a nivel mundial en muchos países se come el banano frito, asado, seco, en jugo o en hojuelas, también se elaboran bebidas alcohólicas o harinas.

Esta fruta es el cuarto producto alimenticio de primera necesidad en el mundo, especialmente en África, el Caribe, Centro y Sur América y el sudeste Asiático, es rico en carbohidratos y contiene poca grasa, además ayuda a proveer vitaminas esenciales como la vitamina C, B6, B1, B2 y contiene grandes cantidades de potasio y magnesio.

Entre las propiedades del banano están que este ayuda a neutralizar, disolver y eliminar los ácidos retenidos en el cuerpo, como por ejemplo el ácido úrico, fosfórico, sulfúrico, que dan origen a las llamadas enfermedades artríticas y reumáticas, gota, ciática, úlceras, arenillas, cálculos en los riñones, etc.

Se estima que en el mundo se producen aproximadamente 105 millones de bananos al año, los cuales son cultivados en más de 150 países, debido a esto existen casi mil variedades de esta fruta en el mundo subdivididos en 50 grupos, la más conocida es el Cavendish producida para mercados de exportación.

3.3 Sector Bananero

Colombia es esencialmente agrícola y esta actividad constituye la industria más generalizada del pueblo colombiano. Su importancia hace relación tanto a los productos de consumo interno como a los de exportación debido a que es uno de los productos más apetecidos en mercados internacionales, que por motivos de relieve y clima no es posible cultivar en países con bajas temperaturas. El banano aporta al PIB de Colombia el 0,4% siendo uno de los principales productos de exportación del sector agropecuario, se venden 95 millones de cajas al año que generan US\$ 700 millones contribuyendo al 3% de las exportaciones totales del país por lo cual es relevante hablar del banano y el impacto que este genera.

La industria bananera en Colombia está sujeta a las variaciones de los precios internacionales, es caracterizada por economías de escala y es altamente concentrada en la fase de comercialización (empresas multinacionales y domésticas con capacidad de comercialización internacional) (IICA, 2005). Se realizaron arreglos de tipo institucional para consolidar la competitividad del banano en lo que se llamó: el Convenio de Competitividad Exportadora (Junio 2000) y el Acuerdo de Competitividad del banano en Magdalena (marzo 2001). Estos acuerdos impulsaron la participación de los diferentes sectores (público y privado) para elaborar estrategias que permearan al sector de los principales problemas que le afectaban en ese momento: violencia, efectos climáticos y en menor medida la tasa de cambio.

El banano en Colombia depende de las variaciones de la tasa de cambio con respecto al dólar estadounidense, además de que su comercialización está altamente concentrada por empresas multinacionales y domesticas con capacidad de comercialización internacional. Cabe resaltar que hoy en día se realizan contratos tipo forward para que la tasa de cambio no afecte significativamente a los productores. Para cada uno de los períodos se han hecho arreglos institucionales para enfrentar los problemas del sector, esta sección además de describir los agentes dentro de la cadena de suministro, presenta los sectores conexos y de apoyo y los instrumentos de apoyo sectorial.

3.4 Zonas de producción

En Colombia actualmente se cuenta con tres zonas productoras de banano para exportación que son Urabá, Magdalena y La Guajira, en la zona del Urabá se tiene 33,000 Hectáreas sembradas generando 24 mil empleos directos y 72 mil indirectos, y en la zona del Magdalena existen 10,700 Hectáreas sembradas que generan 5 mil empleos directos y 15 mil empleos indirectos, uniéndolas sumando las hectáreas que se ubican en el departamento de la Guajira sumaria un total 48,300 Hectáreas con capacidad de producir alrededor de 102 millones de cajas para exportación al año, las cuales aumentan o disminuyen dependiendo de la demanda internacional que tiene un promedio de 93.200.532 cajas de 18.14 Kg exportadas tomando como referencia los años 2011, 2012 y 2013, donde la Unión Europea participa con el 82,20% de las importaciones, mostrando una dependencia que podría ser interpretada en forma negativa. (AUGURA Asociación de bananeros de Colombia).

A continuación se muestran las dos zonas de producción más importantes del país y de donde se produce el banano que se exporta al mundo.

3.4.1 Magdalena

El departamento del Magdalena hace parte de las regiones naturales de la Sierra Nevada de Santa Marta y Valle del Bajo Magdalena. Posee una extensión de 23.188 Km², el territorio del Magdalena limita con el Mar Caribe y los departamentos de la Guajira, Cesar, Bolívar y Atlántico, con un perímetro de 1.065 Kilómetros. La actividad bananera de Magdalena comenzó a finales del siglo XIX, Santa Marta fue la primera y principal área de cultivo del banano en Colombia, en junio de 2012 había 12.000 Hectáreas (Incluyendo la Guajira), de las que el 41% están afiliadas a AUGURA. Actualmente esta zona genera 8 mil empleos directos y 24 mil indirectos y exporta anualmente alrededor de 22 millones de cajas de banano. (AUGURA, 2014)

Corbanacol y Fundauniban, fundaciones sociales del sector, desarrollan programas de vivienda, salud, educación, recreación, cultura y deporte para mejorar las condiciones de vida de la población. A la economía nacional le genera ingresos por valor de 170 millones de dólares, aproximadamente y los principales mercados a donde llega la fruta producida en Magdalena, son la Unión Europea y los Estados Unidos.

3.4.2 Urabá

La actividad bananera se desarrolla desde 1960 en el llamado eje o corredor bananero que conforman los municipios de Chigorodó, Carepa, Apartadó y Turbo, en Junio de 2012 había 35.000 Hectáreas en producción. Actualmente esta zona genera 24 mil empleos directos y 72 mil

indirectos, emplea así mismo otras 3.000 personas en sus fábricas de producción de cajas, sellos, plásticos, astilleros, servicio de fumigación, y en otras actividades del proceso de integración vertical que ha desarrollado. (AUGURA, 2014)

Exporta anualmente alrededor de 72 millones de cajas de banano, es decir, unas 1.440 toneladas, generando con esto ingresos anuales para la economía nacional por valor de 576 millones de dólares y teniendo una participación del 35% en el total de las exportaciones antioqueñas y con el 4% en el total de las exportaciones colombianas. Las compañías comercializadoras encargadas de llevar la fruta desde Urabá a los mercados internacionales, son: Uniban, Banacol, Conserba, Banafrut y Tropical y los principales mercados a donde llega la fruta producida en Urabá, son la Unión Europea y los Estados Unidos, hacia ellos se dirige el 95% de la producción. (AUGURA, 2014)

3.5 Productores

La producción de banano es una actividad que genera entre 110.000 y 120.000 empleos contando tanto directos como indirectos anualmente, esta cantidad de empleos se da en el que se conoce como el eje bananero que está compuesto por cuatro municipios de Urabá que hacen el 72,9 % de la producción total, el Magdalena aporta el 24 % y la Guajira el 3,1%; se calcula un total de 48.000 hectáreas distribuidas como se mencionó anteriormente.

Esta industria mueve alrededor de USD\$ 750 millones que representan el 80% de la economía de la zona siendo esta la fuente de empleo formal más importante. En los últimos años por temas como la productividad, competitividad y tasa de cambio ha venido disminuyendo la siembra. El mercado actual exige cosechar todos los días para cumplir con las ventas, especialmente clientes como la Unión Europea en donde importan entre el 76% y el 80% de la producción Colombiana.

En el año 2015 Augura, el gremio bananero más importante de Colombia que agremia a las grandes productoras y comercializadoras de banano celebró 50 años y quiere aumentar las exportaciones del producto realizando esfuerzos en dos ejes principales: el horizontal que son los productores junto con los comercializadores generando estrategias para desarrollar el negocio, y el eje vertical que son los actores que complementan al gremio como lo son la elaboración de cajas de cartón y de agro insumos para la fumigación que dependen de empresas con las que tienen relación directa.

Los productores de gran escala (grandes y medianos) son en su mayoría también comercializadores internacionales y poseen toda la infraestructura y tecnología para desarrollar su actividad. Según Villalobos (2008), los grandes y medianos productores representan el 25% del total de productores y 85% de la superficie cultivada. En cambio, los pequeños productores son básicamente un grupo familiar que realiza todas las labores del cultivo y cosecha, pero que debido a las deficiencias tecnológicas su productividad es ostensiblemente menor, representando el 75% del total de productores y 15% de la superficie cultivada (Villalobos, 2008). Los pequeños productores deben adquirir insumos a través de figuras contractuales con las comercializadoras y es solamente a través de asociaciones de productores que pueden establecerse algún tipo de poder de negociación tanto para la compra de insumos como para la venta de su propia producción. Los productores deben garantizar la calidad y características exigidas por las comercializadoras como queda establecido en los contratos que en muchos de los casos son de exclusividad: el productor puede solamente vender banano al comercializador con el que firmó el contrato.

La posesión de la tierra de estos grupos familiares también es diversa y va desde propia, arrendada o propiedad de la comercializadora pero trabajada en pequeñas parcelas, este último esquema ha ganado fuerza en tanto garantiza una oferta constante y uniforme de producto a las comercializadoras.

En general el sistema asociativo y/o de cooperativas de los pequeños productores ha permitido un nivel de estandarización en procesos y productos, lo que favorece su relacionamiento con las

comercializadoras. Las cooperativas ayudan en la financiación de la producción y en la comercialización del producto. En el momento en que una cooperativa aglutina un grupo de cooperativas más pequeñas, se convierte en cooperativa de segundo piso para operaciones de mercado diferenciado, financiamiento, apoyo gerencial, financiero y técnico y en algunos casos incluso proyectos sociales (Villalobos, 2008). Las cooperativas finalmente dan seguridad, respaldo y reducción en la intermediación que al final puede reflejarse en mejores precios y condiciones contractuales.

La concentración geográfica de cultivos en el Urabá, permite que haya una configuración de clúster, caracterizado por la integración vertical entre productores y comercializadores. Mientras tanto en el Magdalena, productores independientes o en cooperativas venden su producción a las grandes comercializadoras.

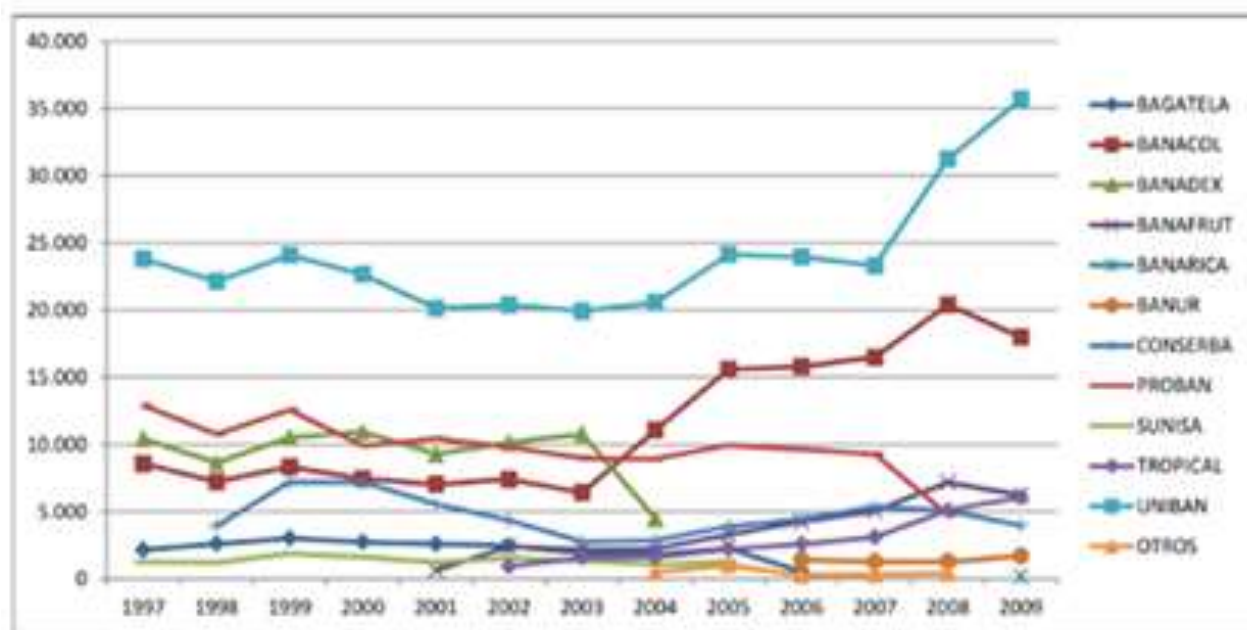


Figura 2. Exportaciones colombianas de comercializadoras del Magdalena (miles de cajas de 18.14 kg)

Fuente: Analdex, Boletín quincenal de comercio exterior, 2014.

Banacol y Uniban son las únicas empresas colombianas que exportan directamente y con marcas propias, el resto de empresas realiza un proceso de intermediación ya sea con Uniban, Banacol o Tecbaco dentro de Colombia o alguna de las multinacionales (Chiquita, Dole, Del Monte Fyffes).

3.6 Exportaciones

Colombia es uno de los países líderes en la exportación de banano dado que las frutas tropicales son bastante apetecidas en el mercado internacional, este es uno de los productos con mayor acogida a nivel mundial, debido a que exporta alrededor de 90 millones de cajas recibiendo a cambio \$USD 757 millones, lo que equivale al 3% de las exportaciones totales.

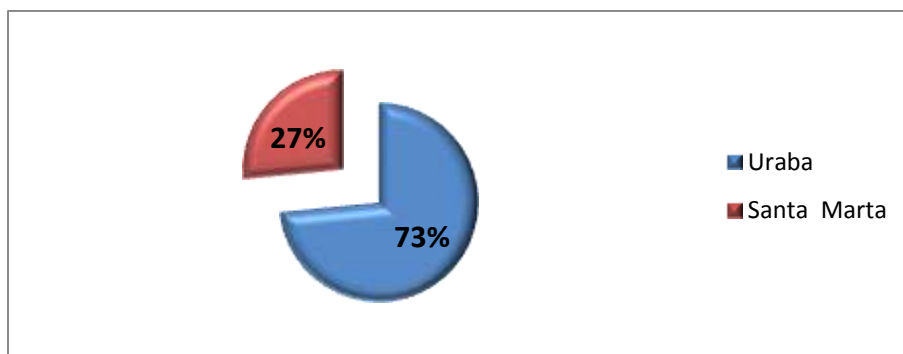


Figura 3. Porcentaje de superficie cosechada por zonas de producción 2014

Fuente: Elaboración propia basado en datos de Augura

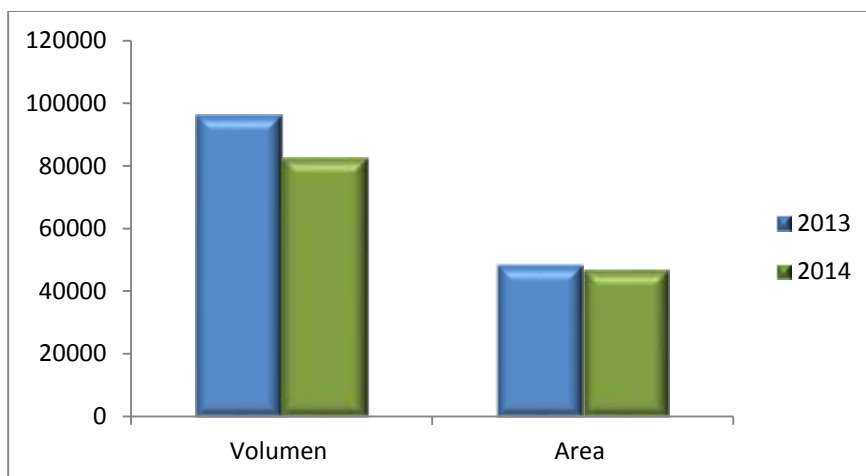


Figura 4. Superficie cosechada en hectáreas y volumen de producción dado por cajas en Colombia 2013 y 2014

Fuente: Elaboración propia basado en datos de Augura

En el año 2014 las exportaciones colombianas de banano sumaron 82,3 millones de cajas de 20 Kg. Por valor de US\$ 738,3 millones. Arrojando un decrecimiento del 14,33% del volumen y un 10,97% en valor con respecto al año 2013, año en el cual se exportó desde Colombia 96 millones de cajas de 20 Kg por valor de US\$ 829.3 millones.

Esta disminución en los niveles de exportación fue afectada fuertemente por condiciones climáticas presentadas durante el año. El precio FOB promedio de la fruta colombiana incluyendo cartón, siguió creciendo respecto al año anterior, al pasar de los US\$8,63 por caja en promedio en el 2013 a US\$8.97 por caja en promedio en el 2014.

Tabla 1.

Exportaciones Colombianas de Banano por Puerto de Destino 2014 (cajas de 20 Kg.)

País	Volumen	Particip.
Alemania	6,928,385	8.418%
Antillas H.	124,866	0.152%
Aruba	29,160	0.035%
Bélgica	22,346,635	27.151%
Costa Rica	74,660	0.091%
Dinamarca	332,536	0.404%
Egipto	16,065	0.020%
Eslovenia	79,384	0.096%
España	340,972	0.414%
Grecia	34,992	0.043%
Holanda	2,904,608	3.529%
Italia	8,657,272	10.519%
Japón	137,951	0.168%
Malta	1,220	0.001%
Mediterraneo	1,044,643	1.269%
Portugal	44,246	0.054%
Reino Unido	17,965,904	21.828%
Rusia	34,073	0.041%
Suecia	252,297	0.307%
Tunisia y Libia	71,892	0.087%
Turquia	622,553	0.756%
U.S.A.	20,260,580	24.616%
Total	82,304,895	100.00%
Total U.E.	62,044,314	75.38%

Fuente: Augura, Coyuntura bananera en Colombia, 2014

El principal puerto destino de la Unión Europea al cual llega el banano colombiano es Bélgica con un volumen de 22,346.635 cajas seguido de Reino Unido con un volumen de 17,965.904 e Italia con un volumen de 8, 657,271. En la tabla anterior se demuestra que Estados Unidos importa un 24,616% de las exportaciones bananeras colombianas lo cual es una gran cantidad dejándole a la Unión Europea un porcentaje de importación de 75.38% para el 2014.

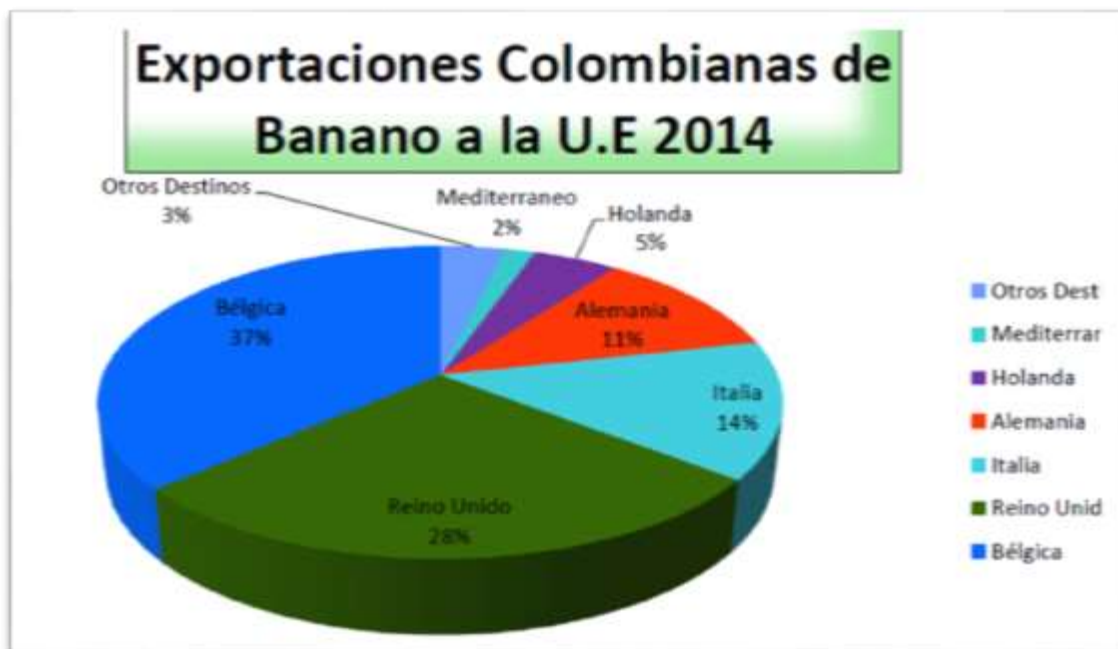


Figura 5. Exportaciones colombianas de banano a la Unión Europea 2014

Fuente: Augura, Coyuntura bananera en Colombia, 2014

Los países hacia los cuales se exportó la fruta colombiana fueron, en su orden, Bélgica, Reino Unido e Italia. Estos países participaron con el 37%, 28%, y 14 % respectivamente.

En Colombia, la comercializadora, UNIBAN fue la que presentó mayores exportaciones, al vender 34 millones de cajas de banano y participar con el 41,68% del total exportado por Colombia, la sigue BANACOL, con 11 millones de cajas y una participación del 14%, la tercera comercializadora en participación fue TECBACO, con el 10,08% y 8,3 millones de cajas, la comercializadora BANASAN, por su parte, con una participación del 9,77% ocupa el cuarto lugar.

3.6.1 Urabá

Bélgica fue el país en el cual se exportó la mayor cantidad de fruta desde Urabá en el año 2014. El 27,26% del banano vendido por la región, es decir 15,9 millones de cajas tuvieron como destino dicho mercado, el segundo destino más importante fue Reino Unido, con una participación del 24,46% y 14,3 millones de cajas, seguido por Estados Unidos, país al cual se envió el 22,76% de la fruta vendida. Hacia la Unión Europea se despacharon un total de 44,026 millones de cajas que representan el 75,32% de la fruta exportada por la región.

Tabla 2.

Exportaciones de banano desde Urabá

País	Volumen	Partic.
Alemania	3,973,306	6.80%
Bélgica	15,936,714	27.26%
Costa Rica	74,660	0.13%
España	340,972	0.58%
Holanda	882,919	1.51%
Italia	8,550,676	14.63%
Mediterraneo	1,044,643	1.79%
Portugal	44,246	0.08%
Reino Unido	14,297,739	24.46%
U.S.A.	13,305,984	22.76%
Total	58,451,859	100.00%
Total U.E.	44,026,572	75.32%

Fuente: Augura, Coyuntura bananera en Colombia y comercializadoras, 2014

3.6.2 Magdalena y Guajira

El país hacia el que se exportó la mayor cantidad de fruta desde la zona de Magdalena y Guajira fue Estados Unidos, a donde se despacharon 6.954 millones de cajas de banano, que representan el 29,16% del total exportado, lo siguen Bélgica y Reino Unido, con 6.5 millones y 3,7 millones de cajas, con una participación de 26,87% y 15,38% respectivamente. Hacia la Unión Europea se exportó el 70,84% de la fruta despachada desde esta región, es decir 16,9 millones de cajas.

Tabla 3.

Exportaciones de banano desde Magdalena y La Guajira 2014

País	Volumen	Partic.
Alemania	2,955,079	12.39%
Antillas H.	124,866	0.52%
Aruba	29,160	0.12%
Bélgica	6,409,921	26.87%
Tunisia y Libia	71,892	0.30%
Dinamarca	332,536	1.39%
Egipto	16,065	0.07%
Holanda	2,021,688	8.48%
Italia	106,596	0.45%
Japón	137,951	0.58%
Reino Unido	3,668,165	15.38%
Suecia	252,297	1.06%
Turquia	622,553	2.61%
Malta	1,220	0.01%
Grecia	34,992	0.15%
Rusia	34,073	0.14%
Eslovenia	79,384	0.33%
U.S.A.	6,954,596	29.16%
Total	23,853,036	100.00%
Total U.E.	16,898,440	70.84%

Fuente: Augura, Coyuntura bananera en Colombia y comercializadoras, 2014

En la tabla se demuestra que Bélgica sigue siendo uno de los mayores importadores de banano Colombiano, pero este país importa más volumen de Urabá que de Magdalena y la Guajira, dado que estos últimos abastecen en mayor porcentaje la demanda de banano en Estados Unidos con un 29,16% de la producción de la zona.

A continuación se mostraran las exportaciones de Colombia hacia la Unión Europea separadas por cada uno de los principales países.

Bélgica se caracteriza por ser un distribuidor de productos Colombianos, es decir que lo que importa lo vuelve a exportar dentro de la Unión Europea ya que el puerto de Amberes es uno de los más importantes en toda Europa junto con el de Rotterdam en Países Bajos y el de Hamburgo en Alemania.



Figura 6. Exportaciones colombianas a Bélgica.

Fuente: Eurostat, Evolución de las relaciones comerciales y de inversión, Colombia - Unión Europea.

Entre las exportaciones más destacadas está el banano cuyo porcentaje de participación es de 80,6% y su monto en el 2010 fue de \$ 478,1 millones de euros. A lo largo de los años Bélgica ha sido y continúa siendo el mayor comprador de banano colombiano en toda la Unión Europea.

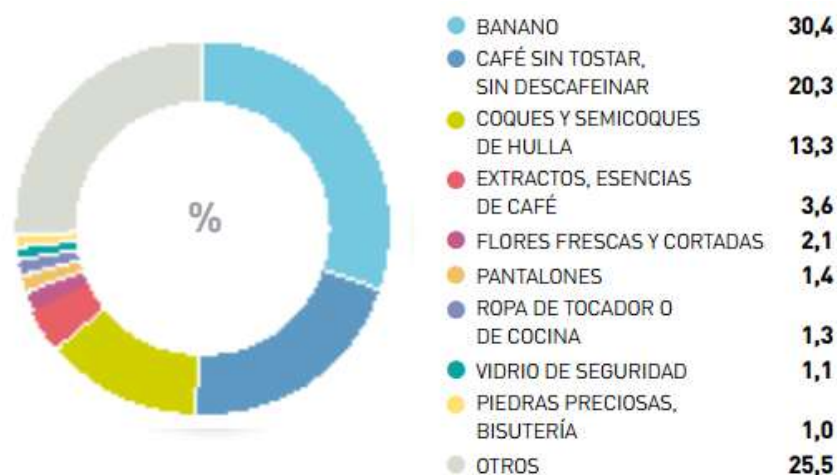


Figura 7. Exportaciones colombianas a Alemania

Fuente: Eurostat, Evolución de las relaciones comerciales y de inversión, Colombia - Unión Europea.

El producto que más exportó Colombia hacia Alemania en el 2010 fue el banano, con una contribución del 30,4% y un total de \$ 90.8 millones de Euros.



Figura 8. Exportaciones colombianas a Reino Unido

Fuente: Eurostat, Evolución de las relaciones comerciales y de inversión, Colombia - Unión Europea.

En cuanto al Reino Unido, en el 2010 fue el cuarto país al que Colombia más exportó banano con un porcentaje de 15,9 % siendo este el segundo producto más importante.

4. UNIÓN EUROPEA

En cualquier tipo de economía a nivel mundial la agricultura y la producción de alimentos es esencial, según la Comisión Europea, la Unión Europea cuenta con unos 14 millones de agricultores, más cuatro millones de personas que trabajan en el sector alimenticio; en este mercado común en el sector agrícola como lo es el alimenticio representa el 7% de los puestos de trabajo y genera el 6% del PIB (Comisión Europea, 2013).

En el año 2012 la economía europea tuvo una caída del 0,4%, pero a finales del 2013 tuvo una leve recuperación del PIB con respecto a los resultados obtenidos en el año anterior, los Estados Bálticos (Latvia (4%), Lituania (3.4%) y Estonia (1.3%)), representaron el crecimiento económico más rápido de la Unión Europea y las caídas más fuertes se vivieron en Chipre (-8.7%) y en Grecia (-4.0%). En conjunto, la inflación de los precios al consumidor fue de aproximadamente 1.5% y la inflación de los precios del alimento en el año permanecieron en el mismo nivel (2.8%). (Comisión Europea, 2014)

Para el presente año 2015 se espera que la economía se siga recuperando y tenga un crecimiento del PIB proyectado de 1.3% y un 1.9% para el 2016, a pesar de esto los resultados que se han venido obteniendo en el primer semestre no han fortalecido esta proyección, pues la crisis se mantiene grave en países como Chipre. Aunque las expectativas aún se mantienen favorables para España, Grecia e Irlanda, países para los cuales se prevé un crecimiento de 2.1%, 2.9% y 3.0% en el orden mencionado. (Portafolio, 2015)

4.1 Sector agropecuario

Tabla 4.

Superficie agrícola utilizada en la Unión Europea

	Hectáreas
Unión Europea	172.485.050
Francia	27.476.930
España	24.892.520
Alemania	16.931.900
Reino Unido	16.130.490
Polonia	15.477.190
Rumanía	13.753.050
Italia	12.744.200
Hungría	4.228.580
Irlanda	4.139.240
Grecia	4.076.230
República Checa	3.518.070
Portugal	3.472.940
Austria	3.189.110
Suecia	3.118.000
Bulgaria	3.050.740
Dinamarca	2.662.590
Lituania	2.648.950
Finlandia	2.292.290
Eslovaquia	1.936.620
Paises Bajos	1.914.330
Letonia	1.773.840
Bélgica	1.374.430
Estonia	906.830
Eslovenia	488.770
Chipre	146.000
Luxemburgo	130.880
Malta	10.330

Fuente: Eurostat, Evolución de las relaciones comerciales y de inversión, Colombia - Unión Europea.

La Unión Europea posee 172.485.050 Hectáreas utilizadas para la agricultura, los países que más cuentan con estas son Francia, España, Alemania y Reino Unido. Desde 1962 la Unión Europea ha estado haciendo todos los esfuerzos para lograr una política agrícola común, a fin de garantizar un nivel de vida equitativo para los agricultores y para proporcionar un suministro

estable de alimentos y asegurar precios asequibles para los consumidores, el 77% del territorio de la Unión Europea es rural, 47% es tierra de cultivo y 30% área de los bosques, además es hogar de alrededor de la mitad de su población. (Comisión de la Unión Europea, 2014).

La Unión Europea tiene 13,7 millones de habitantes que se dedican a la agricultura de tiempo completo, que hacen que esta política sea más compleja debido a que es una cantidad alta de la población, también y es necesario crear políticas eficaces para generar un bienestar apropiado, no sólo para los agricultores sino también para el ciudadano común que todos los días satisface sus necesidades con alimentos que provienen de la agricultura.

La Política Agrícola Común fue diseñada para apoyar a los agricultores en la producción de alimentos porque la agricultura no estaba siendo un negocio rentable, también era común que los recursos no fueran suficientes para satisfacer las necesidades de los habitantes de la Unión Europea, por esto mismo era necesaria una gestión sostenible de los recursos naturales para que no se agotaran y no se tuvieran problemas con el medio ambiente, el calentamiento global o simplemente que los agricultores se movieran a otro negocio más rentable para ellos, esto hacia que los recursos no fueran usados en una manera apropiada. Aun así era necesario tener un balance para desarrollar una amplia cantidad de territorio en donde la Unión Europea tenía que asegurar la estabilidad y la equidad, es importante dejar saber que la PAC trabaja con condiciones justas, una serie de objetivos comunes, principios y reglas.

Además, la política se ocupa de enfoques que son cruciales para asegurar que los objetivos agrícolas se lleven a cabo, para que sea mejor cada día y también para el bienestar de la Unión Europea, por ejemplo; la cohesión entre los distintos países y regiones, los problemas ambientales transfronterizos y desafíos globales como el cambio climático, la gestión del agua, la biodiversidad, la salud y el bienestar animal, la alimentación y la seguridad, la biodiversidad y la salud pública, así como los intereses del consumidor. (Comisión de la Unión Europea, 2014). En donde la Comisión tiene programas especiales para verificar y supervisar el cumplimiento de estos

enfoques con el fin de garantizar un desarrollo sostenible de la Política Agrícola Común y también para que los agricultores eviten sanciones.

Es importante saber quién dirige la Política Agrícola Común, ya sabiendo cuál es el propósito, pero no cómo es implementada y como son analizadas sus ventajas y desventajas, por lo que en primer lugar, se explicara que la Política Agrícola Común es administrada por la Comisión Europea que colabora con las partes interesadas en el bienestar de los agricultores y ellos son los que preparan las propuestas, estas últimas se presentan al Consejo de Ministros de Agricultura de los 27 países de la Unión Europea y junto con el Parlamento las aprueban y las hacen ley.

La Política Agrícola Común funciona de tres maneras diferentes: Primero, les da a los agricultores un ingreso en dinero en donde reciben pagos directos por acoplarse a los estándares de alimentos y protección del medio ambiente, de seguridad alimentaria y de salud y el bienestar animal, los pagos son financiados por la Política Agrícola Común, estos son el 70% del presupuesto total. La segunda manera es el desarrollo rural en donde los agricultores modernizan sus terrenos y fincas para ser más competitivos al tiempo que protegen el medio ambiente y no afectan a las comunidades rurales, para llevar esto a cabo se necesita el 20% del presupuesto total. Por último la tercera manera es apoyar el mercado, la cual hace referencia al mal tiempo cuando se desestabiliza el mercado debido a la sequía o las inundaciones, y consume el último 10% del presupuesto total.

Tabla 5.

Principales elementos de la PAC

PRINCIPALES ELEMENTOS DE LA REFORMA INTERMEDIA DE LA PAC

Desvinculación	– Se disocia la ayuda de la producción y se establece un pago único por explotación en función de las ayudas percibidas en el periodo 2000-2002. – La desvinculación puede ser parcial para determinados cultivos y en un porcentaje limitado.
Condicionalidad	– La percepción de la ayuda está condicionada al cumplimiento de determinadas normas comunitarias en materia de medio ambiente, salud pública, sanidad animal y vegetal, bienestar de los animales, así como al mantenimiento de las tierras en buenas condiciones agronómicas.
Modulación	– Se reducirá obligatoriamente el importe de los pagos directos que superen los 5.000 euros, un 3 por 100 en 2005, un 4 por 100 en 2006 y un 5 por 100 de 2007 a 2012. – El importe retenido se destinará a los programas de desarrollo rural del FEOGA-Garantía. – Al menos el 80 por 100 de las cantidades así retenidas revertirán en el Estado miembro que las generó. El resto se repartirán entre los Estados miembros en función de la superficie agraria, el empleo agrario y el PIB per cápita en ppc.
Restricción financiera	– Los pagos directos se ajustarán a la baja cuando los importes previstos superen en más de 300 millones de euros a la dotación anual fijada en las perspectivas financieras para la subcategoría 1A del presupuesto para agricultura²⁴. – Cualquier nuevo gasto agrario sólo podrá financiarse transfiriendo fondos de un sector a otro.
Desarrollo rural	– Incremento de las ayudas para la incorporación de agricultores jóvenes y el ajuste estructural de sus explotaciones. – Ayudas para el cumplimiento de normas sobre medio ambiente, sanidad animal y vegetal, salud pública, bienestar animal y seguridad en el trabajo. – Ayudas para cubrir los costes de asesoramiento. – Incentivos para incorporarse a regímenes de fomento de la calidad alimentaria y a las asociaciones de productores para acciones de información a los consumidores y promoción de los productos. – Incentivos para procesos innovadores en la transformación de alimentos.

Fuente: Eurostat, Evolución de las relaciones comerciales y de inversión, Colombia - Unión Europea.

4.2 Sector bananero y zonas de producción

La Unión Europea produce banano pero en cantidades muy pequeñas lo cual hace que incluso la producción interna no abastezca ni siquiera al mercado nacional, España es uno de los países con producciones más grandes de banano en el continente europeo, pero del resto de Europa no hay una cifra exacta porque las producciones son domésticas y ni siquiera alcanzan a ser un rubro dentro de las cifras del mercado interno y menos dentro de las de comercio internacional.

La producción de banano dentro de la Unión Europea aunque es bastante mínima, está liderada por España con Canarias, Francia con Guadalupe y Martinica, Portugal con Madeira y Azores y Algarbe continental, y por Grecia con Creta y Laconia. Así el principal productor de banano dentro de la Unión Europea es Canarias con una producción de 420 000 toneladas anuales, Martinica con 219 000 toneladas anuales, Guadalupe con 150 000 toneladas anuales, Madeira, Azores y Algarbe con 50 000 toneladas anuales, y Creta y Laconia con 150 000 toneladas anuales. Es importante tener en cuenta la producción de banano europeo porque es un punto central dentro de las negociaciones comerciales, ya que el mismo tratado constitutivo de la Unión vela por que se garantice el Principio de Preferencia Comunitaria además de que se mantenga el ingreso a los agricultores de la comunidad.

4.3 Consumidores

Se realizó una encuesta a habitantes de países de la Unión Europea cuyas preguntas buscaron saber hábitos de consumo básicos con respecto al banano importado en sus países, las preguntas fueron las siguientes:

Consumption of banana in European Countries/ Consumo de banano en países Europeos

¿In which country do you live? ¿En qué país vive usted? *

¿How often do you eat bananas? / ¿Con qué frecuencia come usted banano? *

- ☐ Every Day / Todos los días
- ☐ 1 to 5 times per week / 1 a 5 veces a la semana
- ☐ 1 to 5 times per month / 1 a 5 veces al mes
- ☐ Never / Nunca

¿Do you know from which country are the bananas that you buy and eat? /

¿Sabe usted de qué país proviene el banano que usted compra y consume?

- ☐ Colombia
- ☐ Costa Rica
- ☐ Ecuador
- ☐ You dont know / No sabe

¿Do you know which are the benefits of eating banana? / ¿Sabe usted cuáles son los beneficios de consumir banano?

Order from 1 to 5 being 1 the less important aspect and 5 the most important aspect that you take into account at the moment of buying bananas / Ordene de 1 a 5 siendo 1 el aspecto menos importante y 5 el mas importante en el momento de comprar banano. *

Tabla 6.

Tabla de referencia para la pregunta 5 de la encuesta

	1	2	3	4	5
Quality / Calidad	☐	☐	☐	☐	☐
Price / Precio	☒	☐	☐	☐	☐
Origin / País de origen	☐	☐	☐	☐	☐
Benefits / Beneficios de la fruta	☐	☐	☐	☐	☐
Discounts / Promociones	☐	☐	☐	☐	☐

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta de Google Drive, Consumption of banana in European Countries.

¿Would you prefer to pay a little bit more in the final price of the banana if the country where it is produced respects and stands for the employees and the wages that they deserve ? / ¿Estaría de acuerdo usted en pagar un poco más en el precio final del banano si el país que lo produce respeta y defiende a sus empleados y les paga el salario justo?

- ☒ Yes / Si
- ☐ No

A continuación se muestran los resultados obtenidos en la encuesta, las personas que respondieron esta encuesta son habitantes de los siguientes países:

- Portugal
- República Checa
- Turquía
- Alemania
- Eslovaquia
- España
- Italia
- Holanda
- Lituania
- Bélgica

¿How often do you eat bananas? / ¿Con qué frecuencia come usted banano?



Figura 9. Respuesta a pregunta dos de la encuesta

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta de Google Drive, Consumption of banana in European Countries.

Las personas que habitan en países europeos en su mayoría consumen banano de una a cinco veces por mes con un porcentaje del 54.1% y de una a cinco veces a la semana en un 35.1%, se evidencia una gran diferencia con los países latinos como Colombia y Ecuador en donde el consumo es casi diario en la mayoría de los casos.

¿Do you know from which country are the bananas that you buy and eat? / ¿Sabe usted de qué país proviene el banano que usted compra y consume?



Figura 10. Respuesta a pregunta tres de la encuesta

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta de Google Drive, Consumption of banana in European Countries.

La mayoría de consumidores de banano en países europeos no saben de donde proviene el banano, en la gráfica se puede ver que no tienen muy clara su procedencia por lo cual el 45.9% del total encuestado no sabe de dónde viene el banano que consumen, es por esto que es importante dar a conocer a los países que se encargan de exportar el banano, por otro lado se ve que el 29,7% saben que la fruta que consumen es colombiana, estos habitantes fueron principalmente de la parte europea de Turquía, los habitantes de España afirmaron que el banano que ellos consumen es procedente de las Islas Canarias.

¿Do you know which are the benefits of eating banana? / ¿Sabe usted cuáles son los beneficios de consumir banano?

Tabla 7.

Respuesta a la pregunta tres de la encuesta

-no	yes (vitamines, energy, ...)	-High in carbs, amino acids	-Evita la diarrea
-Digestion			-Give energy, positive
-no	-High in carbs, amino acids	-More energy	, help overcome
-Potassium		-Si	depression, improve
-Protect against	-More energy	-Potassium	your mood , protect
muscle cramps during	-energía y potasio	-Healthy, lots of	against type 2diabetes
workouts and	-Si	vitamins, minerals,	-Yes
nighttime leg cramps	-Tienen potasio y son	enzymes for better	-Gives you energy
by eating a banana.	buenos para la salud	carbohydrate	-Healthy
-I have no idea	-Eating banana is	digestibility	-reduce swelling
-It is useful for health.	good for the bones	-Vitamins	enzymes for better
-Potasio	and muscles and has a	-It is giving C vitamin	carbohydrate
-No	lot of protein	Vitamins, minerals	digestibility
-Potasio	-Si		-More energy

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta de Google Drive, Consumption of banana in European Countries.

En esta pregunta se puede destacar que la mayoría de los ciudadanos europeos tienen claros los beneficios del banano como lo son los altos niveles de potasio y que le proporciona bastante energía al cuerpo a la hora de ser ingerido, la mayoría demostró que lo consume porque es muy bueno para la salud y para los músculos, aunque hay una minoría que no conocen sus beneficios.

Quality / Calidad [Order from 1 to 5 being 1 the less important aspect and 5 the most important aspect that you take into account at the moment of buying bananas / Ordene de 1 a 5 siendo 1 el aspecto menos importante y 5 el mas importante en el momento de comprar banano.]

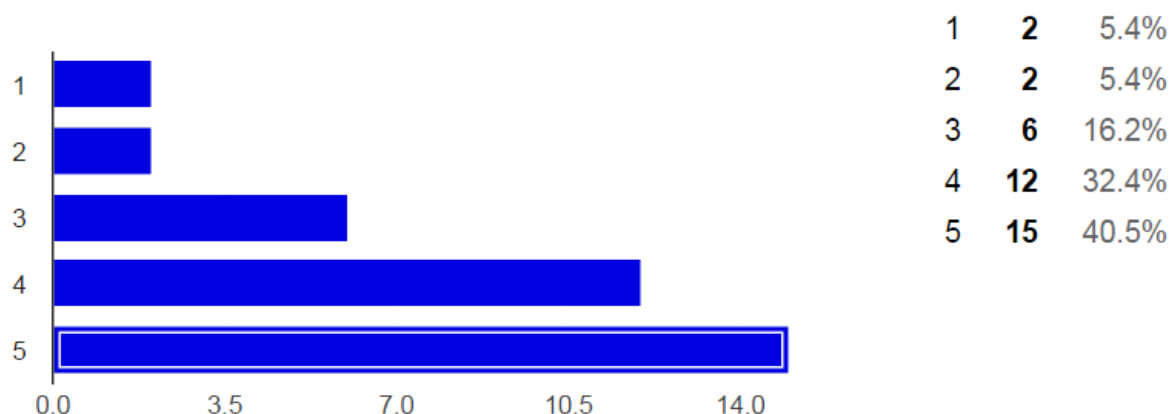


Figura 11. Respuesta a pregunta cinco de la encuesta basada en la calidad del producto

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta de Google Drive, Consumption of banana in European Countries.

Price / Precio [Order from 1 to 5 being 1 the less important aspect and 5 the most important aspect that you take into account at the moment of buying bananas / Ordene de 1 a 5 siendo 1 el aspecto menos importante y 5 el mas importante en el momento de comprar banano.]

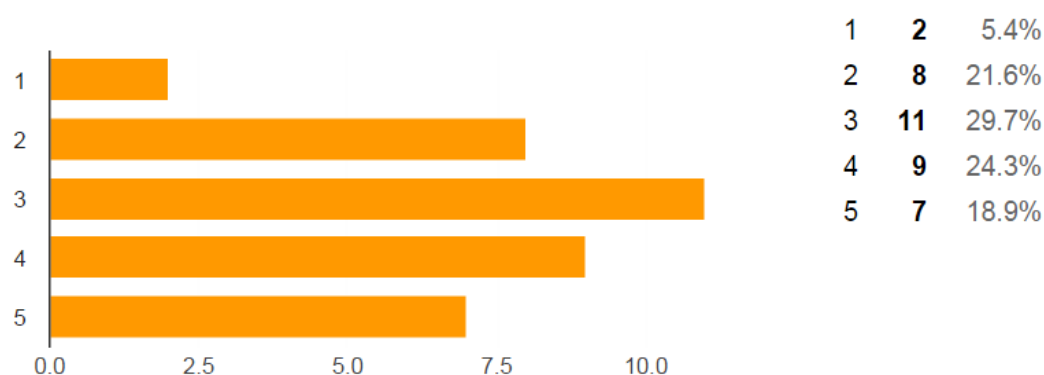


Figura 12. Respuesta a pregunta cinco de la encuesta basada en el precio del producto

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta de Google Drive, Consumption of banana in European Countries.

Country of origin / Pais de origen [Order from 1 to 5 being 1 the less important aspect and 5 the most important aspect that you take into account at the moment of buying bananas / Ordene de 1 a 5 siendo 1 el aspecto menos importante y 5 el mas importante en el momento de comprar banano.]

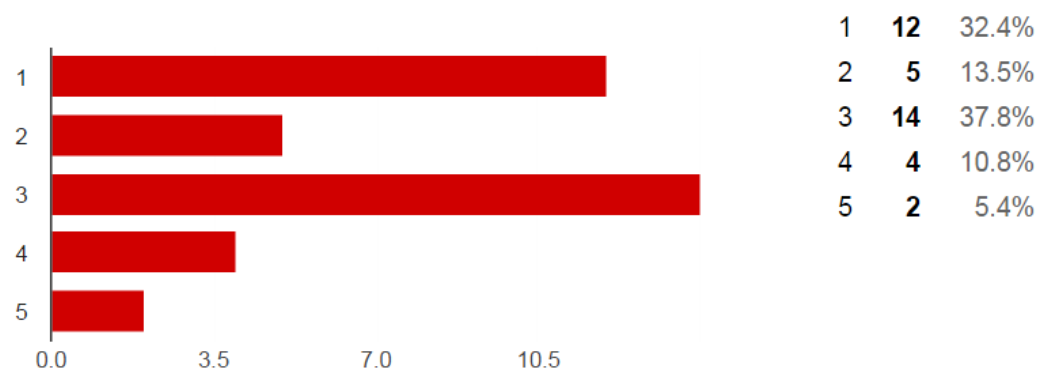


Figura 13. Respuesta a pregunta cinco de la encuesta basada en el país de origen

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta de Google Drive, Consumption of banana in European Countries.

Benefits of the fruit / Beneficios de la fruta [Order from 1 to 5 being 1 the less important aspect and 5 the most important aspect that you take into account at the moment of buying bananas / Ordene de 1 a 5 siendo 1 el aspecto menos importante y 5 el mas importante en el momento de comprar banano.]

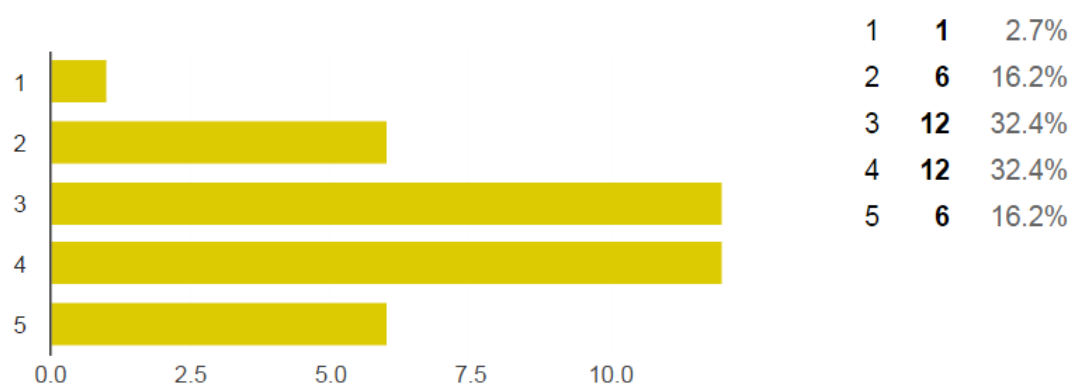


Figura 14. Respuesta a pregunta cinco de la encuesta basada en los beneficios del banano

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta de Google Drive, Consumption of banana in European Countries.

Discounts / Promociones [Order from 1 to 5 being 1 the less important aspect and 5 the most important aspect that you take into account at the moment of buying bananas / Ordene de 1 a 5 siendo 1 el aspecto menos importante y 5 el mas importante en el momento de comprar banano.]

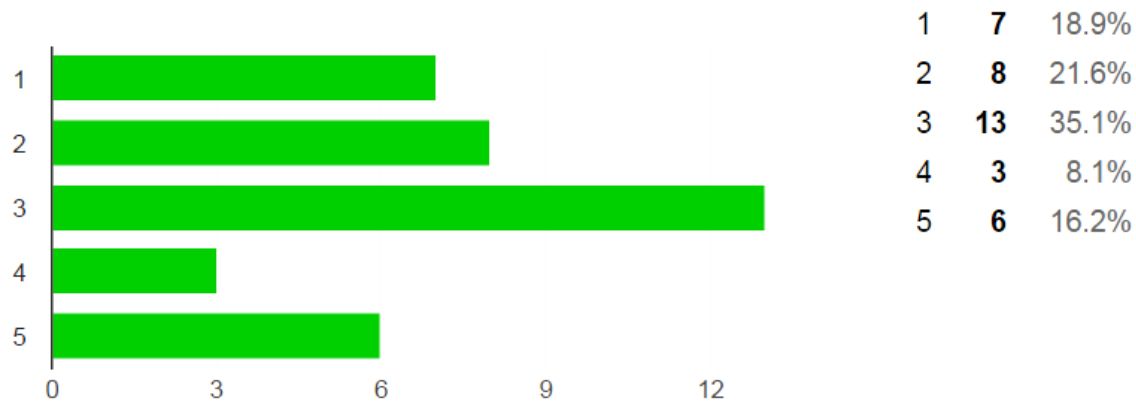


Figura 15. Respuesta a pregunta cinco de la encuesta basada en los descuentos

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta de Google Drive, Consumption of banana in European Countries.

De acuerdo con los resultados anteriores, a la hora de comprar el banano los ciudadanos europeos tienen en cuenta como primera variable importante la calidad, seguida por la del precio y los descuentos, lo que quiere decir que buscan un producto de calidad a un precio bajo y preferiblemente con descuento, la cuarta variable más importante son los beneficios de la fruta y por último el país de origen.

¿ Would you prefer to pay a little bit more in the final price of the banana if the country where it is produced respects and stands for the employees and the wages that they deserve ? / ¿Estaría de acuerdo usted en pagar un poco más en el precio final del banano si el país que lo produce respeta y defiende a sus empleados y les paga el salario justo?

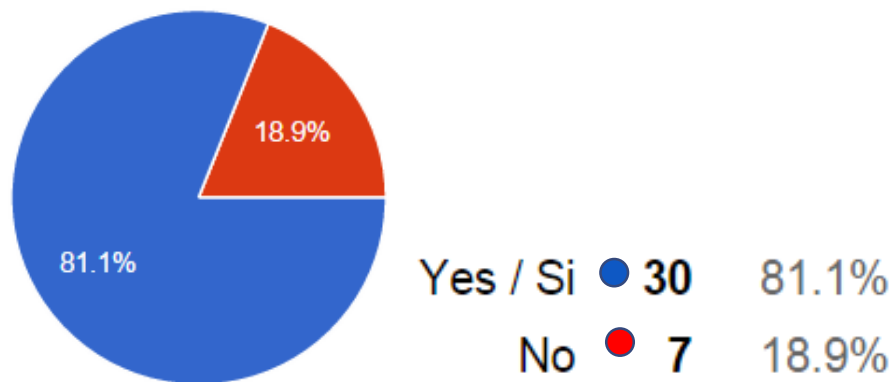


Figura 16. Respuesta a pregunta seis de la encuesta

Fuente: Elaboración propia basada en encuesta de Google Drive, Consumption of banana in European Countries.

Algunos países exportadores de banano no cumplen con los salarios que se les debe pagar a los trabajadores y muchas veces no respetan los derechos de los mismos, por esta razón se realizó la pregunta anterior, la mayoría de los encuestados respondió que si con un 81.1%, indicando que estarían dispuestos a pagar un poco más por el precio final de la fruta sabiendo que no son violados ni vulnerados los derechos de los trabajadores y que los salarios que les están siendo pagados son los justos.

4.4 Importaciones

El banano es el segundo producto agrícola más importado por la Unión Europea desde Colombia, con una participación promedio de 16,9%, esta fruta ha sido objeto de intensas negociaciones multilaterales de la Organización Mundial de Comercio y más ahora que se firmó el Tratado de Libre Comercio.

El Centro de Comercio Internacional (ITC) afirma que los mayores exportadores de banano en volúmenes a la Unión Europea son Ecuador, Filipinas, Guatemala, Costa Rica, Bélgica y Colombia, cabe resaltar que Bélgica no es productor de banano pero se califica como exportador ya que la fruta llega primero a sus puertos y el país cumple el papel de distribuidor o HUB y lo trasladada a gran parte de la Unión Europea, por lo tanto realiza una reexportación.

Tabla 8.

Importaciones de la Unión Europea por país

Millones de €					
	2006	2007	2008	2009	2010
Total UE	595,0	646,9	817,0	787,5	798,8
Bélgica	355,1	259,3	475,9	448,5	478,2
Reino Unido	49,7	87,2	123,8	123,5	121,0
Alemania	84,1	159,2	106,8	103,1	90,9
Italia	25,7	74,4	53,1	61,9	73,2
Portugal	9,8	14,3	17,2	14,2	10,9

Fuente: Eurostat, Evolución de las relaciones comerciales y de inversión, Colombia - Unión Europea.

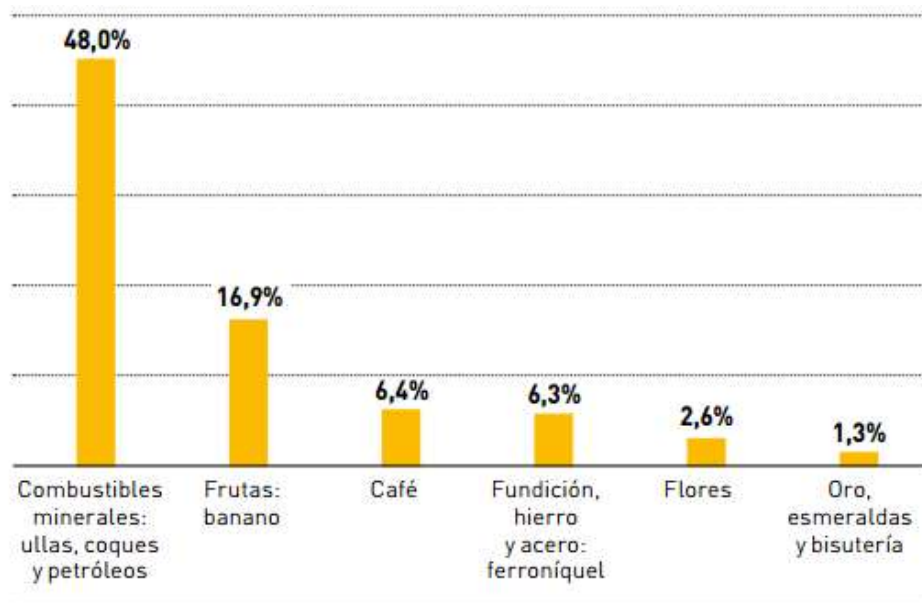


Figura 17. Importaciones de la Unión Europea desde Colombia

Fuente: Eurostat, Evolución de las relaciones comerciales y de inversión, Colombia - Unión Europea.

5. COMPETIDORES

Tomando como referencia la teoría de Michael Porter acerca de las ventajas competitivas afirma que se deben ofrecer los productos a precios menores a los precios de los competidores para generar beneficios tomando como valor la cantidad que los compradores están dispuestos a pagar.

En el libro La Riqueza de las Naciones escrito por Adam Smith el plantea que la ventaja absoluta es que cada país se enfoque en producir aquellos productos o servicios en los cuales tenga ventaja a la hora de producir teniendo en cuenta costos de producción y eficiencia.

5.1 Ecuador

El banano ecuatoriano es conocido a nivel mundial por su calidad y sabor, siendo cotizado en los mercados internacionales de Europa, Asia y América del Norte. Dentro de las exportaciones del Banano, los principales tipos son: “Banano fresco tipo Cavendish valery” y “Banano fresco tipo plantain”. Ecuador es un país con una gran actividad bananera, la industria es sólida y aporta una cantidad importante a las exportaciones totales del país, la fruta mantiene una posición gravitante, siendo generador de divisas y fuentes de empleo para el pueblo ecuatoriano lo cual lo hace superior a otros rubros de la economía. Entre los productos no tradicionales, las exportaciones ecuatorianas de banano, representan el 45.34% del valor FOB exportado y el 87.14% de las toneladas exportadas. (Proecuador, 2013)

Dentro de la economía la exportación bananera representa también el 2% del PIB general, 26% del PIB agrícola, 8% de las exportaciones generales, 27% de las exportaciones agropecuarias y 20% de las exportaciones no petroleras. El 95% de la producción ecuatoriana se exporta, llega a 43 mercados a nivel mundial. Las inversiones en el área de producción alcanzan un estimado de

\$4.000 millones de dólares entre plantaciones cultivadas de banano, infraestructura, empacadoras, puertos, constituyéndose en una de las más importantes por el monto y el alcance que tiene en la economía nacional. (Proecuador, 2013)

El 30% de la oferta mundial de banano proviene de Ecuador, al ser apetecida por consumidores de los mercados más exigentes y formar parte de la dieta diaria de millones de personas como lo demuestra la siguiente gráfica.

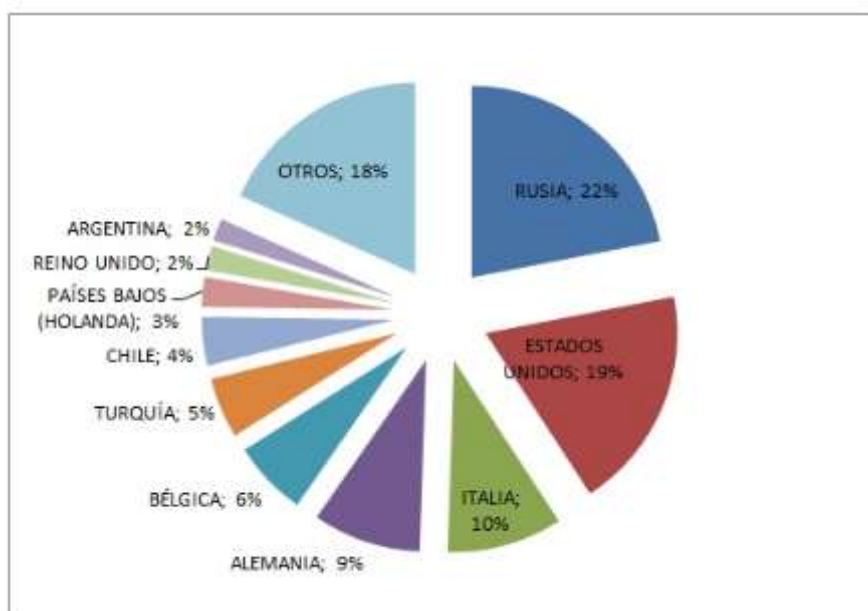


Figura 18. Porcentaje de banano comprado a Ecuador por país.

Fuente: Proecuador, Principales destinos de las exportaciones del sector: Banano y musáceas (2013)

Se puede evidenciar que los países que más importan banano proveniente de Ecuador son La Federación Rusa y Estados Unidos con un porcentaje de 22% y 19% respectivamente. Estos

últimos junto con los países de Europa del Este compran el 83% del banano exportado de Ecuador, muchas veces ingresando el producto por países pertenecientes a la Unión Europea.

Las principales zonas de producción de banano de exportación en Ecuador son: El Oro, Guayas y Los Ríos, las cuales representan el 77% de toda la superficie de banano a nivel nacional y se distribuyen de la siguiente manera: 50,419 Hectáreas en Los Ríos, 44,646 Hectáreas en Guayas y 43,353 Hectáreas en El Oro, teniendo una productividad promedio por Hectárea de:

- Los Ríos 2,070 cajas/Hectárea
- El Guayas 1,600 cajas/Hectárea
- El Oro 1,500 cajas/Hectárea

(Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador)

5.2 Costa Rica

Costa Rica es la mejor área de Centro América para la producción de banano dadas las condiciones de sus suelos y su clima cálido, en la región del Caribe se encuentran la mayor parte de las plantaciones bananeras destinadas a la exportación.

Desde finales del 2013 y 2014 la gran mayoría del banano costarricense está destinado principalmente para la exportación a Unión Europea con un 48.3% y en una menor cantidad pero igualmente significativa para la Estados Unidos con un 40,7% que igualmente es un porcentaje bastante alto, el 11% restante es exportado a países europeos no incorporados a la Unión Europea como Turquía y Noruega.

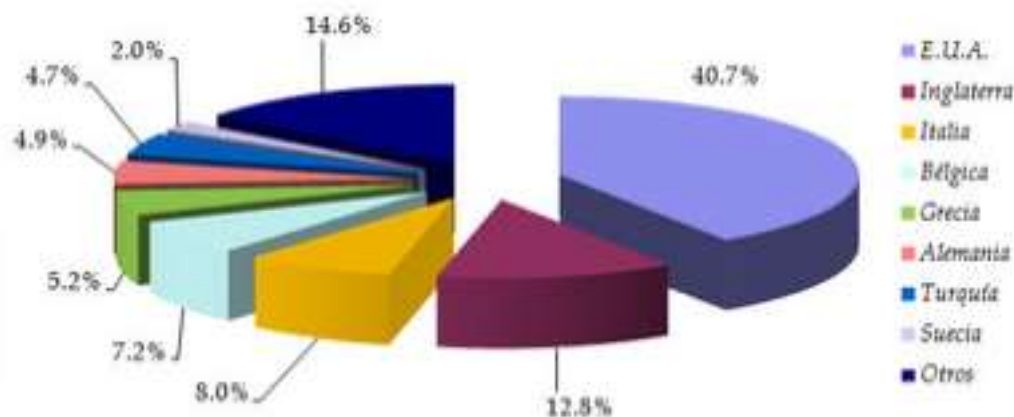


Figura 19. Destino de las exportaciones bananeras de Costa Rica

Fuente: CORBANA, Corporación bananera nacional de Costa Rica

Los puertos destinos a los que más llega banano de Costa Rica son: La costa del Este de Estados Unidos, Reino Unido, Italia, Bélgica, Grecia, Alemania y Suecia, siendo estos los principales países europeos consumidores de banano. Este país posee un alto grado de tecnificación e investigación en materia bananera y es por esto que ha sido líder a nivel mundial en materia de productividad bananera, esta cifra se obtiene de dividir el volumen de exportación entre las hectáreas en producción, dando como resultado a finales del 2013 una productividad bananera nacional de 2.571 cajas por Hectárea.

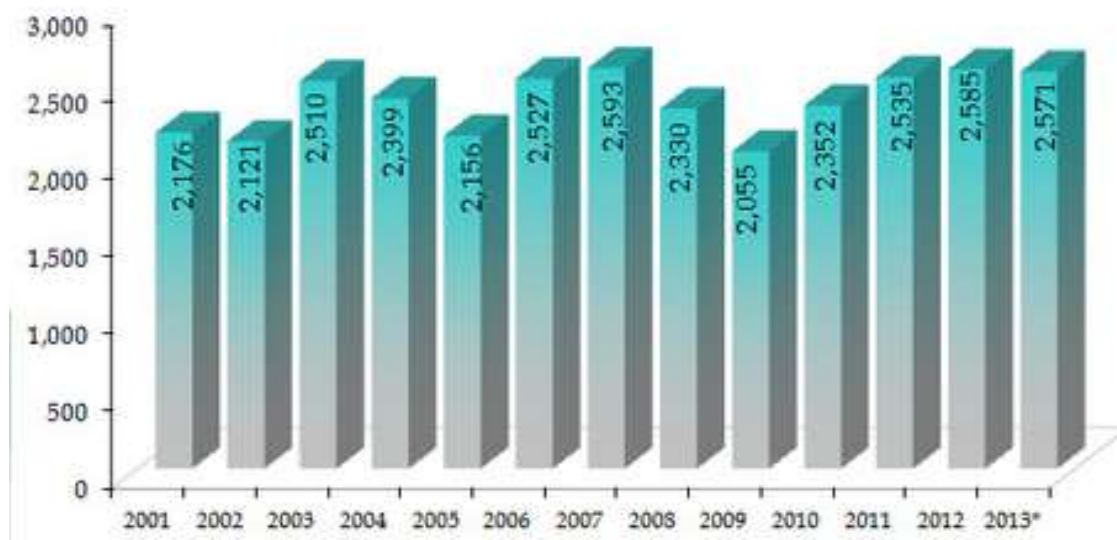


Figura 20. Rendimiento por hectárea cosechada en Costa Rica.

Fuente: CORBANA, Corporación bananera nacional de Costa Rica

En el 2013, según cifras del Banco Central de Costa Rica, la participación de las exportaciones bananeras dentro del total de exportaciones nacionales representó el 7,3% de éstas, lo cual es un porcentaje bastante alto para un solo producto. (BCCR, 2013)

En cuanto al trabajo se estima que el sector bananero genera el 80% del empleo directo e indirecto en el Caribe, es decir 40.000 empleos directos y cerca de 100.000 indirectos, incluyendo actividades complementarias como el transporte, esta actividad le deja a sus empleados una remuneración superior al salario mínimo promedio establecido por la ley Costarricense y así mismo es el salario más alto de todas las actividades agrícolas en el país, Costa Rica en promedio utiliza casi un trabajador directo por hectárea de plantación.

Por otra parte, otra ventaja que tienen los productores y trabajadores en el área del banano es que este es un empleo permanente, ya que la recolección de la fruta y el mantenimiento general de las plantaciones se realiza todas las semanas del año, permitiéndoles tener oficio e ingresos permanentes a diferencia de otras industrias en las cuales la contratación es temporal debido a la estacionalidad de la cosecha.

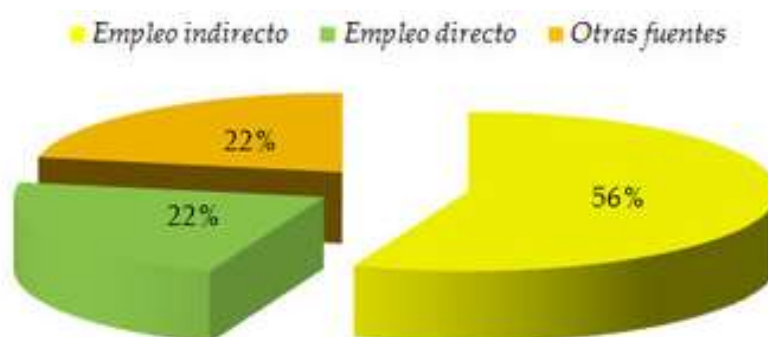


Figura 21. Actividad bananera como fuente de empleo en Costa Rica

Fuente: CORBANA, Corporación bananera nacional de Costa Rica

La industria bananera costarricense tiene dos organizaciones gremiales que agrupan a la mayor parte de los productores bananeros costarricenses, una es ANAPROBAN que es la Cámara de Productores Bananeros Independientes, esta se encarga de los productores de capital nacional y CANABA que hace referencia a La Cámara Nacional de Bananeros, esta es una entidad gremial que agrupa a gran parte de productores bananeros, tanto de capital nacional como extranjero.

Otro valor agregado con el que cuenta Costa Rica es la llamada Comisión Ambiental Bananera, (CAB), la cual fue creada en forma voluntaria en el año 1992 para promover una producción bananera amigable y sostenible con el medio ambiente. Esta comisión está integrada por representantes de la Universidad de Costa Rica, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio

de Salud Pública, Ministerio de Ambiente y Energía, Compañías comercializadoras y productoras de banano (Grupo Acón, Standard Fruit Company, Compañía Bananera Atlántica, Corporación Del Monte y Fyffes), organizaciones gremiales (Corporación Bananera Nacional, Cámara Nacional de Bananeros y Cámara de Productores Independientes de Banano), Cámara de Insumos Agropecuarios y Cámara de Productos Genéticos.

Los principales pilares de esta Comisión son:

- El reciclaje: Las fincas del país tienen la tarea de reciclar los plásticos provenientes de las fundas que cubren las frutas en su etapa de crecimiento, estos residuos son enviados y trabajados en centros de reciclaje para que pueden volver a ser utilizados nuevamente en la industria.
- El agua: Se realiza un ahorro del 19% del agua gracias a un producto biológico que permite utilizar por más tiempo este recurso en las pilas de lavado.
- La neutralidad del carbono: Esta industria ha venido realizando esfuerzos para que las fincas se enfoquen en mitigar las emisiones de Gases Efecto Invernadero, se ha optimizados la fertilización nitrogenada y se busca controlar el transporte terrestre de los contenedores para así reducir en al menos un 20% el consumo de combustible.
- Auditorías ambientales: Una de las principales funciones de la Comisión Ambiental Bananera es auditar las fincas bananeras regularmente con el fin de determinar el cumplimiento del compromiso tanto ambiental como social, aquí se evalúan aspectos como el manejo de desechos, el manejo de plaguicidas, salarios que se pagan a los trabajadores y libertad de asociación.
- Capacitaciones: Cada vez que la legislación Costarricense realiza cambios en las legislaciones se le informa a cada uno de los gestores ambientales por medio de boletines

y también se programan reuniones para dar a conocer las normas y los cambios que se van dando.

- Legislación ambiental: Esta Comisión también se ha encargado de aportar estudios y conocimientos para sustentar cambios en diversos decretos con el objetivo de tener regulaciones acorde a la última tecnología disponible de manera que se protejan tanto trabajadores, como el ambiente y así poder ser más eficiente en el proceso productivo.

5.3 DOFA Colombia Vs Unión Europea

Tabla 9.

DOFA Colombian Vs Union Europea

DEBILIDADES	FORTALEZAS
1. Mala infraestructura vial y portuaria 2. Altos costos de combustible y peajes 3. Problemas de seguridad pública 4. Fluctuación de la tasa de cambio 5. Cambio climático 6. Posibles plagas en plantaciones bananeras como la Sigatoka Negra	1. Mano de obra barata 2. Cercanía entre plantaciones y puertos 3. Suelos aptos para el cultivo 4. Financiación por parte de compañías nacionales 5. Cuenta con organizaciones bananeras reconocidas y con personal técnico y administrativo altamente calificado.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
A. Disminución progresiva del arancel B. Dar a conocer la calidad y procedencia del banano colombiano C. Países con altos niveles de ingreso per cápita D. Participación en ferias internacionales E. Consumidores en busca de alimentos saludables F. Un mercado de 500 millones de habitantes con posibilidad de llegar a los 600 aproximadamente.	A. Medidas fitosanitarias de la Unión Europea B. Competidores como Costa Rica y Ecuador suscriban el TLC con la Unión Europea. C. Desconocimiento del origen del producto en la Unión Europea. D. Imposiciones de precio de compra por parte de los brokers

Fuente: Elaboración propia de los autores.

Estrategias DO

- Con ayuda de la disminución del arancel y los bajos costos de los fletes marítimos aumentar el volumen de las exportaciones.
- Dar a conocer el banano Colombiano a nivel internacional por medio de ferias internacionales y diferentes campañas.
- Adquirir una flota naviera y vehículos terrestres propios y así optimizar los costos de transporte para la exportación de banano.

Estrategias FA

- Enfrentar el cambio climático por medio de la creación de distritos de riego en épocas de sequía.
- Fortalecer el sector bananero colombiano por medio de adquisiciones tecnológicas que ayuden a disminuir los costos de producción para estar mejor preparados ante una posible firma entre Ecuador, Costa rica y la Unión Europea.

Estrategias FO

- Por medio de financiaciones con las Empresas Públicas de Medellín, otras empresas y el estado lograr obtener mejores tecnologías que ayuden a reducir los costos de producción y aumentar la cosecha con ayuda de la implantación de distritos de riego.
- Hacer presencia en países que se vayan adhiriendo al bloque de la Unión Europea aprovechando factores como la mano de obra barata.
- Disminuir los costos FOB planteando una integración vertical de la cadena tomando ventaja de la cercanía que tienen las plantaciones a los puertos de embarque.

Estrategias DA

- Por medio de contratos forward vender la producción a un precio acordado en una fecha dada.
- Aumentar la productividad disminuyendo al máximo costos de producción y tomando ventaja de la devaluación del peso colombiano
- Prevenir la entrada de plagas a las plantaciones por medio de campañas de fumigación y capacitaciones a los productores.

5.4 DOFA Ecuador Vs Unión Europea

Tabla 10.

DOFA Ecuador Vs Unión Europea

DEBILIDADES	FORTALEZAS
1. Inestabilidad política 2. Niveles altos de inflación 3. Ubicación geográfica desfavorable 4. Plaga Sigatoka Negra y Amarilla 5. Desperdicio de la fruta dado a la sobreproducción 6. Flete marítimo alto	1. Mano de obra barata 2. Flota naviera propia 3. No tiene impuesto a la exportación 4. Mayor productor de banano en el mundo 5. Optimización del transporte propio 6. Precio FOB competitivo
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
A. Posible firma del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea B. Ferias internacionales y Asociaciones a nivel mundial C. Aumento de la demanda mundial	A. Fletes altos por paso del canal de Panamá y distancias largas B. Competitividad de Colombia debido a que se encuentra más cerca de la Unión Europea C. Firma del TLC de Colombia con la Unión Europea.

Fuente: Elaboración propia de los autores.

Estrategias DO

- Buscar mercados alternos para aumentar el volumen de exportaciones y evitar que se desperdicie el producto.
- Apoyándose por medio de asociaciones bananeras evitar que la inestabilidad política y la inflación jueguen en contra de las exportaciones.
- Por medio de una flota naviera y terrestre se pueden optimizar los costos de transporte para la exportación de banano gracias a un aumento en la demanda mundial.

Estrategias FA

- Superar a sus competidores por medio de costos fijos bajos en toda la cadena de producción.
- Competir con un precio FOB más bajo frente a sus competidores

Estrategia FO

- Al destacarse como el mayor productor a nivel mundial pueden satisfacer la demanda de la Unión Europea con la firma de un Tratado de Libre Comercio

Estrategia DA

- Buscar rutas alternas o reducción en las tarifas de paso en el canal para ser igual o más competitivos que los países que se encuentran más cercanos a la Unión Europea.

5.5 DOFA Costa Rica Vs Unión Europea

Tabla 11.

DOFA Costa Rica Vs Unión Europea

DEBILIDADES 1. Posee un elevado costo por mano de obra indirecta y directa. 2. Tiene costos muy altos de materia prima 3. Dependencia económica en las exportaciones de banano 4. Dependencia de las multinacionales para exportar 5. Impuestos altos 6. Plaga Sigatoka negra o amarilla	FORTALEZAS 1. Estandarización del sistema de producción 2. Alto ingreso per cápita 3. Apoyo a la investigación 4. Comisión ambiental bananera 5. Tecnología en la cadena de producción
OPORTUNIDADES A. Posible firma del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea B. Aparición de nuevos compradores C. Precio CIF competitivo en puerto de importación europeo	AMENAZAS A. Firma del TLC de Colombia con la Unión Europea B. Competidores con costos de producción menores C. Riesgos fitosanitarios D. Competidores con menores costos en fletes como Colombia

Fuente: Elaboración propia de los autores.

Estrategias DO

- Crear comercializadoras nacionales para que las exportaciones no dependan de terceros.
- Aprovechar un precio CIF competitivo para aumentar la participación de mercado en la Unión Europea, teniendo en cuenta que este es el más atractivo para los brokers.

Estrategias FA

- Aprovechar el apoyo que se da la investigación para combatir las plagas de manera efectiva
- Firmar acuerdos con países europeos

Estrategias FO

- Debido a menores costos en los fletes entrar con precios competitivos a la Unión Europea.
- Dar a conocer la calidad del banano costarricense a los mercados potenciales
- Por medio de mejoras tecnológicas disminuir los costos en la cadena de producción

Estrategias DA

- Disminuir costos de producción a un nivel menor que el de los competidores reduciendo salarios y uso de fertilizantes.

5.6 Análisis cuantitativo

A continuación se presenta un análisis que permite comparar la competitividad de Colombia frente a Ecuador y Costa Rica, por lo cual se trabajó con un caso hipotético para exportar banano a la Unión Europea desde estos tres países, teniendo en cuenta los precios FOB de la tabla de Fairtrade (Ver anexo 3), más los costos de envío y seguro para obtener el CIF y mirar que país está teniendo ventaja y que tan productivo es el sector bananero colombiano.

Para el ejercicio se van a exportar 1080 cajas de banano en contenedor paletizado de 20 pies utilizando como referencia los puertos de Santa Marta (Colombia), Limón (Costa Rica) y Guayaquil (Ecuador), como puertos de origen y como puertos de destino se usó el puerto de Amberes (Bélgica) debido a que este último es el mayor importador de banano colombiano de la Unión Europea. Por lo cual se realizó una cotización a la empresa Panalpina (Ver anexo 1) para saber los costos del flete y el seguro y así tener el valor CIF para realizar el análisis.

Como se puede ver en la tabla de Fairtrade (Ver anexo 3) el precio FOB está dado por caja de 18.14 Kg para cada país, por lo cual se trabajó con el supuesto de que todos los países exportan la caja tipo 22XU la cual tiene todas las especificaciones que se ve en la imagen mostrada a continuación.

Caja Tipo 22XU (Europa y USA)



Figura 22. Modelo de caja de exportación a Europa y Estados Unidos

Fuente: Ginafruit, Box Type 22XU (Europe and USA), 2015

En el ejercicio matemático que se realizó (Ver anexo 2) se asumió que se va a asegurar la carga con el mínimo porcentaje posible que es 0.35% del valor de la mercancía y gastos en origen iguales para los tres países. Con la información anterior se calculó FOB y CIF de la mercancía y se encontró el siguiente resultado:

Tabla 12.

Valores FOB puerto de exportación y CIF puerto de importación europeo por contenedor de 20 pies cúbicos en \$USD

INCOTERM PAÍS	FOB	FLETE+SEGURO	CIF
COLOMBIA	10,800	1,631	12,431
COSTA RICA	9,990	2,103	12,003
ECUADOR	9,558	2,701	12,259

Fuente: Elaboración propia basada en datos del Anexo 1, 2 y 3

Nota: Valor flete de un contenedor de 20 pies. (Ver anexo 1)

El país más competitivo de los tres es Costa Rica con un valor CIF de USD\$12,300 el cual es posible gracias a un valor FOB de USD\$ 9.25 por caja, que aunque es más barato que el colombiano es más caro que el ecuatoriano. El flete más económico es el de Colombia lo cual le permite disminuir la diferencia de los precios CIF con respecto a sus competidores, cabe recalcar que el flete más costoso lo paga Ecuador debido a la distancia y el cruce del canal de Panamá, mientras que Costa Rica al ser un país de Centro América tiene costos de flete relativamente competitivos debido a que solo paga USD\$475 más caro que Colombia, y por esta razón termina teniendo el mejor valor CIF. Para un bróker europeo hasta este punto la decisión de compra estaría dada para Costa Rica debido a que se pagaría USD\$427.8 más por comprar banano colombiano y USD\$256.4 más por el ecuatoriano.

No obstante el banano Colombiano tiene una ventaja que hasta el momento no se ha mencionado y es que gracias al tratado firmado con la Unión Europea el arancel disminuyó a USD \$148 por tonelada y seguirá esta tendencia año a año hasta llegar hasta USD \$75, lo cual significará una ventaja con respecto a Costa Rica y Ecuador los cuales no tienen un tratado suscrito con la Unión Europea, aunque es probable que en los próximos años lo suscriban como lo están haciendo países en la región, por lo cual hay que fortalecer el sector y volverlo más competitivo por medio de estrategias que ayuden a mejorar la productividad.

6. CONCLUSIONES

Actualmente Colombia se encuentra bien posicionado en la exportación de productos como lo es el banano, a lo largo de los años ha venido aumentando sus niveles de exportaciones a nivel mundial y se ha venido dando a conocer como uno de los mejores productores bananeros junto con otros países de América Latina; a diferencia de estos países, Colombia cuenta con un punto a favor que es el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, cuya firma juega un papel fundamental en el crecimiento de las exportaciones bananeras debido a que posee ventajas que sus principales competidores no tienen como lo es la disminución progresiva del arancel el cual está en este momento en USD\$148 por tonelada y espera disminuirse hasta USD \$75, esta reducción arancelaria está dada no solo en el banano sino en varios de los productos agrícolas.

Colombia se enfrenta a dos excelentes competidores, por un lado Ecuador quien es el mayor productor a nivel mundial y por el otro Costa Rica que es reconocido mundialmente por su calidad y precios más bajos, realizando un análisis de la matriz DOFA de cada uno de tres países se demuestra que tienen fortalezas en común como lo son el clima y los suelos aptos para el cultivo y debilidades en común como las plagas especialmente la Sigatoka Negra, estas similitudes son bastante relevantes pero no definen la productividad de cada país.

Se puede evidenciar que Colombia cuenta con gran variedad de fortalezas pero varias se ven opacadas por las debilidades, un ejemplo de esto es que Colombia tiene sus plantaciones muy cercanas a los puertos pero no se puede sacar mayor provecho de esto debido a que la infraestructura tanto vial como portuaria es deficiente, lo cual ocasiona retrasos sumándose los altos costos de peajes y combustibles que se ven reflejados en el costo final del producto.

Por el contrario, Ecuador cuenta con una ventaja que es la flota naviera propia que se acompaña de una infraestructura portuaria excelente que agiliza los procesos pero que se ven afectados con el paso obligatorio por el canal de Panamá y el costo de los fletes marítimos, que incrementa el tiempo de llegada del banano y aumenta los costos, y Costa Rica cuenta con los precios más bajos en términos de transporte pero posee un elevado costo de mano de obra, de materias primas e impuestos.

Para que Colombia pueda sobresalir en un mercado como lo es la Unión Europea debe modificar ciertos factores como el volumen que exporta anualmente, tomando como ventaja el Tratado de Libre Comercio, Colombia debe darse a conocer como país que exporta uno de los mejores bananos del mundo por medio de ferias internacionales, para así lograr abarcar los países que se vayan uniendo al bloque europeo, si se lograra disminuir el precio final del banano muy seguramente aumentaría el número de ventas del producto colombiano, esto se podría hacer por medio de adquisiciones tecnológicas, una reducción del precio FOB y la adquisición de medios de transporte propios.

Con el análisis cuantitativo se pudo concluir que Colombia tiene el precio CIF más alto con respecto a sus competidores, debido a que tiene costos de producción bastante altos lo cual hace que el precio FOB sea mayor que el de los otros dos países, por lo cual es necesario trabajar en estrategias que permitan disminuir dichos costos y permitir que se tenga un precio FOB más competitivo por medio de la creación de distritos de riego y drenaje para aumentar la producción y por ende las exportaciones y así evitar pérdidas de la fruta en épocas de sequía, con la creación de distritos de riego habrá una mejor distribución del agua permitiendo esto disminuir costos, por otro lado para seguir reduciendo costos en la cadena de producción que eleven el precio FOB es importante continuar fortaleciendo la integración vertical en este sector donde la elaboración de cajas de cartón y de agro insumos para la fumigación sean actividades que al tener una dependencia directa con la exportación de banano ayuden a disminuir costos.

Finalmente, es importante que el sector bananero se concentre en generar y aplicar estrategias para ser más productivo y competitivo porque se ve que actualmente Ecuador y Costa Rica han ganado terreno en promedios de producción por Hectárea y han conquistado mercados en donde amenazan la participación del banano colombiano, por lo cual es necesario avanzar rápidamente en un periodo de transformación en la cadena de producción para competir en mercados internacionales aprovechando la localización estratégica del país que permite tener fletes marítimos más económicos que sus competidores directos y por otro lado el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea permitirá la reducción de los aranceles lo cual se traducirá en una oportunidad en razón al mejoramiento de la competitividad que a su vez redundará en mayor bienestar para dos regiones de Colombia (Urabá y Magdalena) que han sufrido por años la marginalidad de sus habitantes.

7. RECOMENDACIONES

Al finalizar este estudio, se destacaron aspectos que se pueden cambiar para la mejora del sector bananero en Colombia. En primer lugar se evidenció que el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea es una oportunidad que tienen los productores de banano para ser más competitivos debido a que sus principales competidores de la región no cuentan con dicho acuerdo, incentivando así los niveles de exportación de la fruta, por otro lado se encontró que el sector tiene deficiencia en la innovación lo que hace que se vea afectada su productividad y que aumenten los costos en general.

A diferencia de muchos de los sectores de la economía colombiana que se ven afectados con la entrada en vigor del tratado, el sector bananero es uno de los sectores que cuenta con más beneficios gracias a la firma de este acuerdo. Es necesario que los gremios bananeros no entren en

una zona de confort, sino por el contrario promuevan el desarrollo tecnológico e incentiven la inversión para lograr aumentar la productividad que es un tema que afecta actualmente a la economía bananera. Se conoce que actualmente los gremios se encuentran desarrollando estrategias para aumentar los niveles productivos y una de estas estrategias y tal vez la más importante es la creación de distritos de riego, por lo cual se recomienda realizar un análisis profundo de cómo se va a ver afectado el precio FOB gracias a la creación de estos distritos.

Con el fin de que el sector bananero pueda crecer es necesario el apoyo del gobierno en cuanto a un soporte financiero, brindándoles un acompañamiento en temas como Investigación y Desarrollo, para que el país cuente con mejores condiciones diferentes a las actuales, para que así tenga mejores posibilidades de afrontar las amenazas de un posible acuerdo que lleguen a firmas sus principales competidores es decir Ecuador y Costa Rica con la Unión Europea

8. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Agronet, *Sistema de Estadísticas Agropecuarias SE*. Recuperado el 5 de Mayo 2015, de <http://www.agronet.gov.co/agronetweb1/Estad%C3%ADsticas.aspx>

AnalDEX, (2014). *Boletín Quincenal de Comercio Exterior Unión Europea*. Recuperado el 14 de Marzo de 2015, de <http://www.analdex.org/Boletin%20Union%20Europea.pdf>

Asociación de Bananeros del Magdalena y la Guajira. *Estadística, Exportaciones nacionales de banano*. Recuperado el 20 de Abril 2015, de http://asbama.com/?page_id=228

Augura, (2012). *Coyuntura bananera en Colombia*. Recuperado el 8 Marzo 2014, de <http://www.acorbatinternacional.org/v2/wp-content/uploads/2012/11/coyuntura-bananera-2012.pdf>

Augura, (2014), *Coyuntura bananera en Colombia*. Recuperado el 20 de Mayo de 2015, de http://www.augura.com.co/images/PDF/coyuntura_2014.pdf.

Augura, (2014). *CENIBANANO*. Bogotá. Recuperado el 12 Mayo 2014, de http://www.augura.com.co/index.php?option=com_docman&task=doc_details&gid=282&Itemid=91

Banco Agrario, *Cultivos perennes o de tardío rendimiento*. Recuperado el 15 de Mayo 2015, de <http://www.bancoagrario.gov.co/Agropecuario/Paginas/CultivosPerennes.aspx>

Corbana, *Corporación bananera nacional de Costa Rica*. Recuperado el 25 de Abril de 2015, de <https://www.corbana.co.cr/>

Delgado, Paula, (2015). *La Republica*, “*Recuperemos las exportaciones de banano*”. Recuperado el 29 de Mayo 2015, de http://www.larepublica.co/%E2%80%9Crecuperaremos-las-exportaciones-de-banano%E2%80%9D_260161

Espinal, F. Martínez, H. Peña, Y. (2005). *La cadena del banano en Colombia una mirada de su estructura y dinámica*. Colombia. Recuperado el 7 Marzo 2014

Fairtrade International, (2015). *Anuncio de precios la Unidad de Criterios de Fairtrade International para banana*. Recuperado 19 de Abril 2015, de http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2014-10-01_SP_Standards_Price_Announcement_Banana_approved.pdf

Ginafruit, (2015), *Modelo de cajas para exportación del banana a la Unión Europea y Estados Unidos*, <http://www.ginafruit.com.ec/fruit.html>

Ledesma, E. (2011). *La industria bananera Ecuatoriana año 2011*. Ecuador. Recuperado el 7 Marzo 2014, de http://www.aebe.com.ec/data/files/Publicaciones/INDUSTRIA_BANANERA_2009_act_sept_2010.pdf

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2010). *Observatorio Agrocadenas. Colombia*. Recuperado el 4 Marzo 2014

Ministerio de Comercio Industria y Turismo, (2012). *100 preguntas del Acuerdo Comercial con la Unión Europea. Obtenido de mincomercio industria y turismo*, Recuperado el 7 de Marzo de 2014, de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=3405>

Ministerio de comercio Industria y Turismo, (2012). *Acuerdo Comercial Colombia-Unión Europea*, Recuperado 13 de Mayo 2014, de

- http://eeas.europa.eu/delegations/colombia/documents/page_content/colombia_unio_n_europea_acuerdo_comercial_jul_11_heavy_es.pdf
- Moreno, C. (2005). *Negociaciones comerciales entre Colombia y la Unión Europea en el sector bananero*. Bogotá. Recuperado el 26 Marzo 2014, Tesis de grado Universidad del Rosario.
- Perfetti, Juan José, Balcázar, Alvaro, Hernández, Antonio. (2013). Fedesarrollo, *Políticas para el desarrollo de la agricultura en Colombia*. Recuperado el 28 de Mayo de 2014, de http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2012/08/Pol%C3%ADticas-para-el-desarrollo-de-la-agricultura-en-Colombia-Libro-SAC_Web.pdf
- Porter, M. E. (1990). *Competitive Advantage of Nations: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- Proecuador. (2013). *Análisis del sector bananero*. Recuperado el 15 de Febrero 2015, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/09/PROEC_AS2013_BANANO.pdf
- Proecuador. (2013). *Principales destinos de las exportaciones del sector: Banano y musáceas*. Recuperado el 15 de Febrero 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/banano/>
- Rosero, José Luis. (2001). *Un Análisis Sobre la Competitividad del Banano Ecuatoriano*, Recuperado el 20 de Marzo 2015, de <http://bdigital.binal.ac.pa/bdp/artpma/banano%20ecuatoriano.pdf>
- Rubiano, J. (2013). *Ministerio de comercio industria y turismo. Tratado de libre comercio Colombia-Unión Europea*. Colombia. Recuperado el 26 Marzo 2014, de

http://eeas.europa.eu/delegations/colombia/documents/page_content/colombia_unio_n_europea_acuerdo_comercial_jul_11_heavy_es.pdf