

# MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO



## PLAN OPERATIVO DEL BANANO ORGÁNICO REGIÓN TUMBES



Octubre 2006



## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN
2. DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR DE BANANO ORGÁNICO
  - 2.1 Situación de la producción
  - 2.2 Situación de la gestión organizacional
  - 2.3 Situación de la proveeduría de bienes y servicios claves para la cadena de banano de Tumbes.
  - 2.4 Situación de los mercados
  - 2.5 Evolución de la exportaciones
  - 2.6 La cadena de valor actual
3. ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD EXPORTADORA DE BANANO ORGÁNICO

Diamante de competitividad, FODA y Cadena de valor futura
4. MATRIZ DEL PLAN OPERATIVO DE BANANO ORGÁNICO

## BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

### Relación de participantes en elaboración del documento

Equipo Consultor  
Equipo Técnico

### Índice de Cuadros y Gráficos

- |              |   |
|--------------|---|
| Cuadro N° 1  | Importaciones Europeas de bananos con etiquetas de comercio justo. 1998-2002                  |
| Cuadro N° 2  | Exportaciones de Banano / plátano orgánico, por países, 1999-2004                             |
| Cuadro N° 3  | Exportaciones de banano orgánico de la Región Tumbes, 2002-2006                               |
| Gráfico N° 1 | Producción Mundial de Plátano / banano 2000-2004  |
| Gráfico N° 2 | Principales países productores de plátano / banano 2000-2004                                  |
| Gráfico N° 3 | Importaciones mundiales de Banano en volumen y en valor, 2000-2004                            |
| Gráfico N° 4 | Principales países importadores de Plátano / banano, 2000-2004                                |
| Gráfico N° 5 | Dinámica de las importaciones en los Principales países, 2000-2004. Plátanos frescos o secos. |
| Gráfico N° 6 | Tendencias de las importaciones de Banano Orgánico Total y por Países.                        |
| Gráfico N° 7 | Principales países Exportadores de plátano/ banano, 2000-2004                                 |

- Gráfico N° 8 Participación promedio y tasa de crecimiento. Países Exportadores, 2000-2004
- Gráfico N° 9 Exportaciones de Banano / plátano orgánico, por países, 199-2004
- Gráfico N° 10 Mercado de los Estados Unidos: Dinámica de los abastecedores.
- Gráfico N° 11 Mercado de Bélgica: Dinámica de los abastecedores
- Gráfico N° 12 Evolución de Exportaciones Peruanas de Banano (2001-2005)
- Gráfico N° 13 Mercados de destino de exportaciones de Banano, Perú

## **1. INTRODUCCIÓN**

El banano es un cultivo tradicional en Tumbes que hasta hace poco tiempo sólo se orientaba al mercado nacional porque no podía competir en el mercado internacional del banano convencional, cuyos más importantes ofertantes, como Ecuador, se caracterizan por aplicar sistemas modernos de producción agraria en grandes unidades productivas, lo que contrasta con la estructura productiva del banano en Tumbes, a cargo de pequeños productores con bajos niveles de tecnificación. Sin embargo, la creciente demanda de banano orgánico, y la imposibilidad que las grandes unidades productivas puedan realizar un manejo orgánico, a lo que se agrega las condiciones climáticas de Tumbes que hace menos agresiva la sigatoka negra (una de los principales enfermedades que atacan el banano), son condiciones que están permitiendo un rápido crecimiento de las exportaciones de banano orgánico, a lo que ha contribuido la presencia de dos empresas exportadoras que han dinamizado este agronegocio, alentado a su vez a los pequeños productores ha fortalecer sus organizaciones asociativas para mejorar sus condiciones productivas y también abordar directamente los mercados internacionales.

Sin embargo, a pesar del fuerte crecimiento de la producción y exportación de banano orgánico, este se basa en la reconversión de los antiguos cultivos y agricultores, prevaleciendo aun muchas condiciones que limitan la competitividad y la sostenibilidad en el largo plazo de esta actividad exportadora. A fin de superar estas limitaciones y aprovechar las oportunidades comerciales que se vienen presentando, es necesario formular e implementar un Plan Operativo del Banano Orgánico de Tumbes (en adelante el POP del Banano Orgánico) como una herramienta que complementa el Plan Estratégico Regional de Exportaciones – PERX de Tumbes, definiendo acciones específicas por parte del sector público y privado que están involucrados en el desarrollo de la actividad productiva y exportadora del Banano Orgánico.

La formulación del POP del Banano Orgánico es el resultado de un proceso participativo en el que intervinieron un conjunto de agentes económicos y técnicos de la región que concurren en el desarrollo de la competitividad del banano en el departamento de Tumbes. En este proceso, ha sido fundamental la participación de lo productores en un Taller realizado en San Jacinto, en el que se diseñó la cadena actual y la cadena futura, así mismo, se definieron las actividades a considerar en la matriz de planificación..Este aporte se complementó con información recabada en la entrevista al Gerente Regional de una de las dos empresas exportadoras y con visitas a zonas de producción.

Cabe destacar la participación de la Dirección Regional Agraria, cuyos profesionales han contribuido no sólo con proporcionar información de base sino que también han participado en la redacción de parte del POP. Este aporte es reflejo del apoyo que dicha institución viene prestando a los productores de banano en su proceso de reconversión hacia las exportaciones.

El POP de Banano Orgánico comprende un análisis de la cadena de valor actual y su mercado internacional. Para el análisis de las exportaciones se utilizó la data de la Comisión para la Promoción de las Exportaciones

PrompexStat y SUNAT/ADUANAS. Para el análisis del mercado internacional se recurrió a fuentes del sistema de información estadística comercial de la FAO (FAOSTAT), del Centro de Comercio Internacional y el United Nations Commodity Trade Statistics Database (Comtrade).

Para realizar el análisis de la capacidad competitiva de Tumbes como región exportadora de banano orgánico y, en función a los resultados, definir las estrategias y las actividades del Plan Operativo, se aplicaron tres instrumentos que combinan tanto el diagnóstico situacional y prospectivo como las aspiraciones del grupo humano involucrado en la cadena. Los dos primeros instrumentos, el Diamante de Competitividad y el FODA se complementaron con el diseño de la Cadena Futura del banano orgánico, cuya proyección a diez años refleja tanto las aspiraciones de los actores regionales como los retos que deben de superar para alcanzar sus objetivos. De la comparación de la cadena actual y la cadena futura también se infieren estrategias y acciones que permitan pasar de la situación productiva, tecnológica, organizacional y comercial actual a la que se propone lograr para el año 2016.

<b>BANANO ORGANICO – REGIÓN TUMBES</b>		
Nombre Comercial	Banano Orgánico, plátano orgánico	
Nombre Científico	<i>Mussa paradisaca</i>	
Origen de la especie	Sudoeste asiático	
Características	Longitud mínima de dedo: 7.5" , peso de dedo: 200 gramos, pulpa consistente, maduración uniforme, color amarillo patito, textura suave, sabor dulce, aroma agradable,	
Nivel de Desarrollo en Tumbes	Nivel IV : con oferta exportable regional y demanda internacional	
Principales zonas de Producción en Tumbes	Distritos de Tumbes, Pampas de Hospital, San Jacinto y Corrales (todos ellos ubicados en la provincia de Tumbes)	
Producción y rendimiento agrícola en Tumbes	En el 2005, la superficie cosechada fue 738 hectáreas, en su mayoría en pequeñas parcelas. El nivel de producción de 34,898 TM., lo que significa un rendimiento promedio de 47 TM. por hectárea.	
Productores	593 productores (348 en Pampas de Hospital, 185 en San Jacinto, 47 en Corrales y 13 en Tumbes).	
Formas de presentación del banano orgánico en Tumbes	Se oferta para el mercado internacional banano fresco de la variedad Cavendish	
Usos	Actual: uso alimenticio en fresco. Potencial: harina, pulpa, deshidratado.	
Partidas arancelarias	080300 1200 Bananas o plátanos tipo "cavendish Valery" frescos: partida	
Valor nutricional	El banano posee un alto contenido de minerales como vitaminas A, B6 Y E. Además es una fuente rica en carbohidratos y potasio, y baja en sal, lo que permite combatir la tensión arterial. La variedad "Cavenish" contiene 3 azúcares naturales (sacarosa, fructosa, glucosa), que incrementa la energía, razón por la cual es muy consumida por los deportistas.	
Oferta Actual y Potencial de Tumbes	El volumen exportado en el 2005 fue 7,185 TM. y el volumen potencial de exportación más que triplica dicho monto (23,475 TM.)	
Envases de exportación	Cajas de cartón triple corrugado, de tipo telescópico. Capacidad promedio de 18.2 Kg. netos, los plátanos van con funda protectora de polietileno y una lámina de papel Kraft.	
Almacenamiento	Condiciones óptimas de almacenamiento: temperatura: 14° C.; humedad relativa: 85 - 90 %.	
Empresas exportadoras	2 empresas: INKA BANANA S.A.C y ORGANIA S.A.C	
Principales mercados de exportaciones directas e indirectas	En la actualidad, Estados Unidos, Japón y Alemania. En el futuro podrían incorporarse España, Bélgica e Italia.	
Valor de exportaciones	En el caso del banano tipo "cavendish Valery" fresco (partida arancelaria 0803001200), en el 2005 la Región exportó 4,550 TM por un valor de US\$ 1.9 millones. Dicho monto representa el 3% de las exportaciones totales de Tumbes y lo ubica entre los diez productos más exportados por la Región y el principal rubro de las agroexportaciones regionales derivadas de materias primas producida en Tumbes.	
Fuentes: Ministerio de Agricultura, Dirección Regional de Tumbes, Aduanas/SUNAT; Elaboración: Consorcio SASE-KIPU, noviembre 2006.		

## 2. DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR

### 2.1 Situación de la producción.

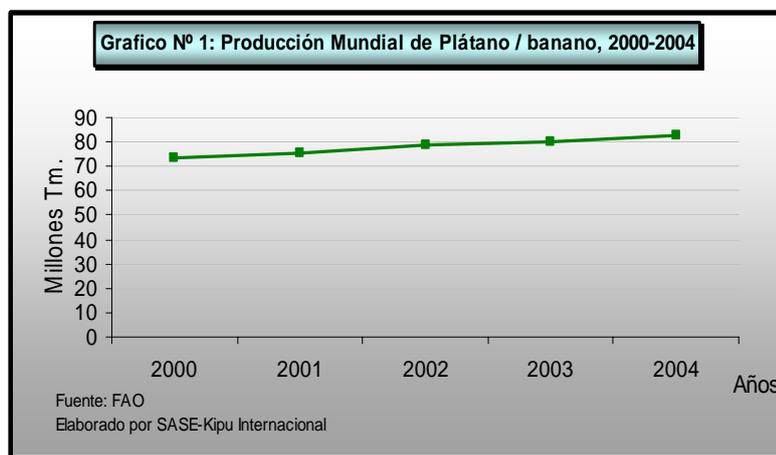
El banano o plátano es la fruta tropical más importante en el mundo desde el punto de vista económico y se comercializa mayormente para su consumo en fresco, siendo la variedad más importante la Cavendish. El consumo medio a nivel mundial es aproximadamente 15.3 Kg. per cápita (13 Kg en países desarrollados y 21 Kg en países en desarrollo). En primer lugar se analiza el banano convencional porque la dinámica del banano orgánico, a pesar de dirigirse a nichos de mercado específicos, está relacionado fuertemente al comportamiento del banano convencional.

#### Producción de Banano / Plátano Convencional.

El banano es originario del Sudoeste Asiático. La variedad del grupo “cavendish” es más comercial y de mayor importancia que los bananos “Gros Michel” y otros. Asimismo, en las diferentes regiones tropicales donde se producen (principalmente Asia, África y América Latina) existe un gran número de variedades locales y comerciales producidos en diferentes sistemas de producción y agroecosistemas.

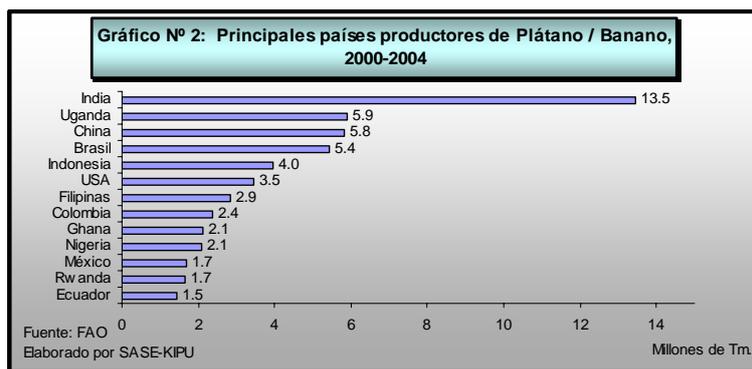
Los plátanos y/o bananos son producidos por multinacionales y pequeños productores. Las multinacionales producen banano en plantaciones y dominan la cadena desde la producción, cámaras de maduración en puertos de destino y la comercialización; en cambio, los pequeños agricultores producen sobre todo para suministrar los mercados locales donde el banano es un importante alimento básico.

Según la FAO la producción de plátano y/o banano a nivel mundial para el periodo 2000-2004 fue en promedio 83 millones de toneladas y creció a una tasa promedio anual del 3% (ver Gráfico N°1). Respecto a los países, la India ocupa el primer lugar en la producción con 13



millones de TM. anuales, seguido de lejos por Uganda, China y Brasil con producciones de alrededor de 5 millones de TM. (Ver Gráfico N° 2).

En América Latina destacan como países productores Colombia que produce 2.4 millones TM., México con 1.7 y Ecuador con 1.5. Entre Perú y Venezuela producen alrededor de 1 millón de TM. y se encuentran en los puestos 23 y 19 respectivamente en la listas de productores en el mundo.



## Producción de Banano Orgánico y para el comercio justo.

Desde hace algunos años existen bananos de cultivo orgánico y de comercio justo que se producen sobre todo para su comercialización en el mercado Internacional. Para que el banano o plátano se considere orgánico, biológico o ecológico es necesario que un organismo independiente certifique que cumple con normas biológicas de la Federación Internacional de los Movimientos de Agricultura Biológica (IFOAM). Muchos países han elaborado normas y reglamentos orgánicos nacionales para evitar el fraude y facilitar el comercio.

Los sistemas de producción orgánica se basan en normas de producción precisas cuya finalidad es lograr agroecosistemas óptimos, que sean sostenibles desde el punto de vista social, ecológico y económico<sup>1</sup>.

Por otro lado, las iniciativas de comercio justo pretenden facilitar un mejor acceso al mercado y mejorar las condiciones de comercio de los pequeños agricultores de banano. En 1997 se fundó la Organización Internacional de Etiquetado de Comercio Justo (FLO International)<sup>2</sup> como un órgano de certificación legalmente independiente que emplea auditores locales para supervisar el cumplimiento de normas establecidas para asociaciones y cooperativas de agricultores.

Estas normas incluyen la libertad de asociación de los trabajadores en plantaciones y fábricas, salarios y alojamiento, seguridad e higiene en el trabajo, prohibición del trabajo infantil o trabajos forzados, además de criterios ambientales como la utilización de zonas de amortiguación y la prohibición de herbicidas. También estipulan precios mínimos, una prima de comercio justo, y el pago por adelantado de los comerciantes a los agricultores de hasta el 60% del valor de la mercancía.

<sup>1</sup> «La agricultura orgánica es un sistema holístico de gestión de la producción que fomenta y mejora la salud del agroecosistema, y en particular la biodiversidad, los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo... En el intento de describir más claramente el sistema orgánico se usan también términos como «biológico» y «ecológico». Los requisitos para los alimentos producidos orgánicamente difieren de los relativos a otros productos agrícolas en el hecho de que los procedimientos de producción son parte intrínseca de la identificación y etiquetado de tales productos, así como de las declaraciones de propiedades atribuidas a los mismos». *FAO/OMS Comisión del Codex. Directrices para la producción, elaboración, etiquetado y comercialización de alimentos producidos orgánicamente, 1999.*

<sup>2</sup> FLO, Federación Internacional de Organizaciones del Comercio Justo, es una organización independiente fundada por ONG en 1997 con el fin de verificar que los productores y comerciantes cumplan las normas de comercio justo y proveen un etiquetados de comercio justo.

Estudios de la FAO<sup>3</sup>, señalan que la producción de banano orgánico equivale al 1% - 1.5% de la producción de banano convencional. Para el año 2001, dichos estudios señalan que la producción de banano orgánico estuvo alrededor de 750,000 toneladas. Manteniendo la proporción de solo el 1% de la producción de banano convencional para el año 2004, la producción orgánica estaría alrededor de 800,000 toneladas.

Los principales países productores de banano orgánico son República Dominicana (que ocupa el primer lugar y donde el 70% de la producción de banano es orgánica), Ecuador, Costa Rica, México y en los últimos años Perú. El cultivo de banano orgánico y el comercio justo del mismo se viene expandiendo en los últimos años sobretodo en Las Islas Canarias, Ecuador, República Dominicana, Colombia, Perú, Brasil, Costa Rica, Uganda e Israel.

La producción de banano orgánico hasta 1999 provino casi exclusivamente de pequeños agricultores. A partir del 2001 como resultado de los altos precios registrados, varias plantaciones a gran escala lideradas por la multinacional Dole (Standard Fruit Co), Fyffes y Chiquita en sociedad con pequeñas cooperativas de República Dominicana, Ecuador y Honduras comenzaron a exportar banano hacia los Estados Unidos<sup>4</sup>.

Uno de los mayores problemas para la producción de banano orgánico es el tratamiento sin insumos químicos de la sigatoka negra, enfermedad endémica de las plantaciones extensivas. Debido a esta razón los cultivos orgánicos se ubican en zonas agroecológicas donde esta enfermedad es menos propicia.

### **Producción en el Perú.**

En el Perú la producción orgánica de banano se concentra en las regiones de Piura (Valle del Chira – provincia de Sullana) y Tumbes (Valles del Río Tumbes, provincia de Tumbes y Zarumilla). En el 2005 entre las dos regiones superaron las 2,500 has certificadas como orgánico, concentrándose cerca del 75% en el Valle de Chira.

Estas zonas tienen ventajas comparativas para la producción de banano orgánico: (i) el clima favorable y estable con relación a otros productores en el mundo como República Dominicana que se ve frecuentemente azotado por huracanes, lluvias torrenciales e inundaciones con efectos sobre la producción; (ii) las buenas condiciones de suelo y menor incidencia de plagas y enfermedades (a diferencia de Ecuador por ejemplo); (iii) la producción en estas zonas es favorecida por la cercanía a los puertos de Paita-Perú y Bolívar-Ecuador.

Estas ventajas, sumadas a las buenas prácticas de cultivo de los productores favorecen la productividad, que en el Perú asciende a 1,920 cajas / Ha. en promedio, nivel superior al de Ecuador (1,800 cajas / Ha.) y República Dominicana (800 cajas / Ha.). Asimismo, favorecen la producción y la posición

---

<sup>3</sup> Mercado Del Banano "Biológico" y de "Comercio Equitativo". FAO. Comité de Problemas de Productos Básicos Grupo Intergubernamental Sobre el Banano y las Frutas Tropicales. 1999

<sup>4</sup> La economía mundial del banano 1985-2002. FAO . Estudios Productos Básicos. Arias, P., et al. Roma 2004

del banano orgánico en los mercados de los países desarrollados que demandan productos saludables, de calidad y naturales.

Finalmente, se debe resaltar la existencia de asociaciones de productores de la zona que han accedido al comercio justo, lo que les permite obtener un “plus” adicional que destinan a mejorar las vías rurales, lo que a su vez ha mejorado el acceso a los centros de producción.

### **Producción Regional**

En la actualidad, Tumbes presenta una superficie certificada de 736.7 Ha., principalmente en los distritos de Pampas de Hospital (60%) y San Jacinto (29%), ambos en la provincia de Tumbes.

Se espera que dicha superficie certificada se incremente (se estima una superficie potencial de 1,322 Ha.) debido a la creciente demanda del mercado internacional por productos orgánicos, lo que a su vez genera que el precio que se paga por ellos sea superior al de los productos convencionales.

La producción de banano orgánico se inició en 1998 cuando el MINAG impulsa el Programa de Banano Orgánico. En los últimos años, el nivel de producción en Tumbes alcanza las 35,000 TM. anuales, de las cuales el 40% se exporta y el restante 60% se destina al mercado nacional a precios del banano convencional.

El costo estimado para el cultivo de banano orgánico asciende a unos 12,000 soles por hectárea al año y el rendimiento promedio oscila alrededor de 36 TM. Asimismo, hasta el 2001 (año de inicio de la actividad exportadora) el precio de venta era de 20 soles por millar, aunque después de dicho año se elevó hasta 100 soles por millar.

### **2.2 Situación de la gestión organizacional**

La actividad bananera en Tumbes es llevada a cabo básicamente por productores pequeños que enfrentan muchas desventajas, el mercado para ellos cada vez se torna más competitivo y difícil de manejar por las crecientes exigencias de calidad, altos niveles de tecnificación y de protección ambiental. Por ello, cada vez es más importante la gestión empresarial y, en tal sentido, se debe relevar el rol de dos organizaciones:

- La Asociación de Productores de Banano Orgánico de la Región Tumbes. Agrupa 481 productores que manejan 632 Ha., y comprende los sectores de Higuierón, Casa Blanqueada, Plateros, Malval, el Prado, Becerra, El Rodeo, La Angostura, El Rusto-La Arena y Pampas de Hospital
- La Asociación de Pequeños Productores de Banano Orgánico de San Jacinto. Agrupa 110 productores en una superficie de 103 Ha., y comprende los sectores de Pechical, Cristales, Oidor, Pueblo Nuevo, Latherán.

En cuanto a las empresas exportadoras, en Tumbes están presentes dos, INKA BANANA SAC y ORGANIA SAC. Estas empresas cuentan con centros de

acopio. Establecen contratos de abastecimiento con los productores a quienes les proveen de asistencia técnica, fundas y otros materiales. Asimismo, asumen los gastos de cosecha y post cosecha.

Al momento de formularse el POP, tanto las organizaciones de los productores como por lo menos una de las empresas han iniciado procesos de cambio de su esquema organizacional. Un grupo de productores, en alianza con una organización de productores de Piura iniciará exportaciones directas. Por su lado, la empresa ORGANIA iniciará áreas propias de cultivo a fin de asegurar su abastecimiento para los mercados externos que ha desarrollado.

### **2.3 Situación de la proveeduría de bienes y servicios claves de la cadena de banano de Tumbes**

Una parte de la proveeduría de bienes, especialmente material de empaque, es proveniente de Ecuador, en donde la industria bananera está bastante desarrollada. Parte de los insumos son adquiridos directamente por los productores individuales a precios de mercado y otra parte es proporcionada por las empresas empacadoras-exportadoras a los productores.

En cuanto a la proveeduría de servicios, los principales son los siguientes:

- Asistencia técnica. Además de la asistencia técnica proporcionada por las empresas exportadoras, la Dirección Regional Agraria viene desarrollando un amplio trabajo al respecto.
- Certificación orgánica, el servicio es prestado por SKAL
- Certificación fitosanitaria, proporcionada por SENASA.
- El servicio de infraestructura de riego y drenaje es deficiente, siendo deteriorado en épocas de avenidas y produciendo un buen hábitat para el desarrollo de plagas y enfermedades en el cultivo.
- Los servicios de telefonía e INTERNET son ofrecidos con un buen nivel de calidad, pero solo en las ciudades más importantes.

Respecto a los corredores económicos, se distinguen básicamente dos:

- Pampas de Hospital. Corredor de segundo orden, que permite el traslado del banano orgánico desde los sectores de Cabuyal, Pampas de Hospital, San Juan de la Virgen y Tumbes, hacia el corredor de primer orden Panamericana con destino a Paita (Piura), Zarumilla, Aguas Verdes y Puerto Guayaquil (Ecuador) para su embarque a los Estados Unidos, Japón y Alemania.
- San Jacinto. Corredor de segundo orden, que permite el traslado del banano orgánico de los sectores de Rica Playa, San Jacinto y Tumbes, hacia el corredor de primer orden Panamericana, Zarumilla, Aguas Verdes y Puerto Guayaquil (Ecuador) para su embarque a los Estados Unidos, Japón y Alemania.

Las vías de acceso a las zonas bananeras no están en buenas condiciones. Se ha realizado mejoras en las vías rurales, pero básicamente a las zonas arroceras. Las zonas que se deben de priorizar son las del margen izquierdo del río Tumbes, ya que por la topografía del margen derecho, no se afecta tanto por las lluvias, aunque también requiere mejoras y mantenimiento.

Respecto al corredor hacia el puerto de salida, no se viene embarcando por el puerto de Paita sino por el puerto de Guayaquil-Ecuador. Paita no cuenta con grúas, las que se tienen que alquilar de las naves, lo que encarece el servicio portuario. En el puerto de Guayaquil, el servicio del un contenedor Termo King de 40 pies tiene un costo de US\$ 950 y los gastos de embarque, incluido el transporte del contenedor desde Tumbes, está a US\$ 200 por contenedor.

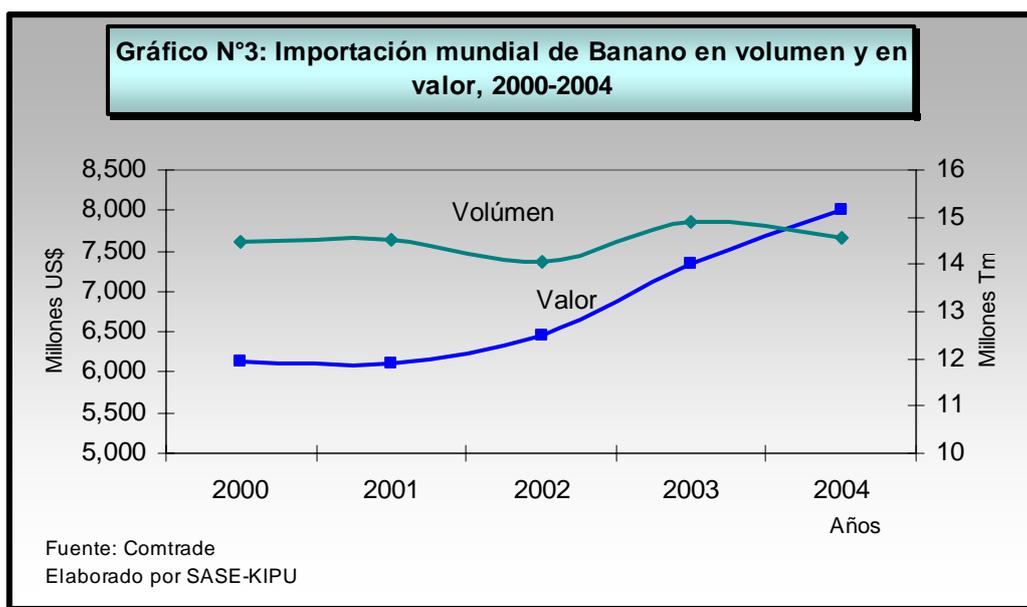
## 2.4 Situación de los mercados.

### Importaciones de Banano / Plátano Convencional a nivel mundial.

En el comercio internacional, el banano se encuentra identificado en el Sistema armonizado con la partida 080300 (Bananas o plátanos, frescos o secos).

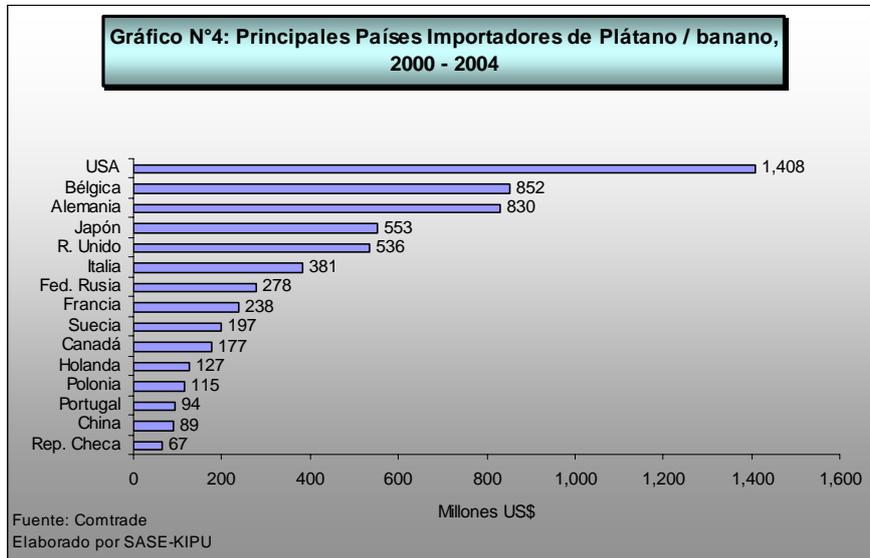
Después de una etapa de crecimiento tanto en valor como en el volumen en los 6 primeros años de la década del 90 por la demanda de los países como Rusia, Polonia, República Checa que liberalizaron sus economías, a partir de 1996 las importaciones descendieron hasta el año 2000 llegando a casi 5,000 millones de dólares.

A partir de este año las importaciones de banano en los mercados retomaron su nivel de crecimiento. Así, durante el período 2000-2004 las importaciones de banano / plátano fueron, en promedio, 7,300 millones de dólares anuales, y, como se observa en el Gráfico N° 3, la tasa de crecimiento de las importaciones fue claramente superior que la de la producción.



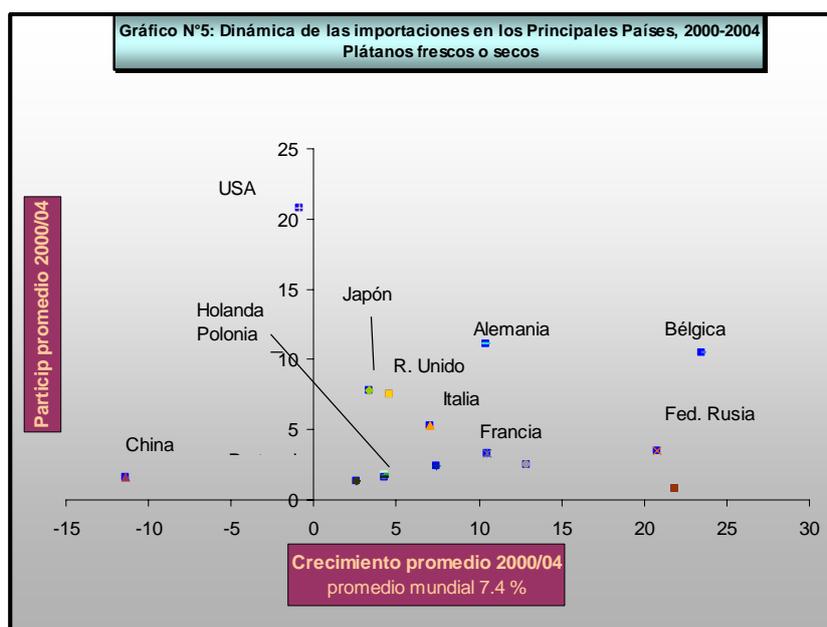
Para mostrar la importancia de los países importadores de banano a nivel mundial, en el Gráfico N° 4 se observa que Estados Unidos es el más grande

importador de banano en el mundo con un promedio de 1,400 millones de dólares que significan una participación del 21% del total. Le sigue en importancia Bélgica y Alemania que participan cada uno con el 11% de las importaciones mundiales, lo que representa unos 850 millones de dólares.



El Gráfico N° 5 permite visualizar la dinámica de los importadores de banano en el mundo. En el caso de Estados Unidos, muestra una tasa de crecimiento de -0.9% durante el período 2000 – 2004; en cambio, los países emergentes de Europa Oriental han crecido en el mismo período con tasas muy dinámicas que oscilan entre el 10% y 21%.

Entre los países asiáticos destaca Japón cuyas importaciones son de 550 millones de dólares, representa el 8% de la demanda y crece con una tasa del 3% anual. China, en cambio, representa una demanda de 89 millones de dólares y además su tasa de crecimiento ha sido negativa.



El comercio internacional de banano tiene carácter regional y puede dividirse en tres sistemas de comercialización internacionales:

- Estados Unidos, Canadá y aquellos países de América Latina que no cultivan banano y se abastecen de la producción de banano de América Latina.
- Europa, incluye la demanda del continente europeo y los países de la ex URSS que cubren su demanda con la oferta de los países de América Latina, África occidental y el Caribe. La Comunidad Europea (CE) ha permanentemente normado las importaciones a través de acuerdos de comercio preferencial con países de África-Caribe y el Pacífico (ACP) y también el acceso de los bananos de la zona dólar. Los países de Europa oriental y la Federación de Rusia importan la mayoría de los bananos de América Latina: Ecuador, Colombia y Costa Rica.
- Asia, cuyo sistema de comercialización está formado por los países de Asia y Medio Oriente, y sus principales proveedores son Filipinas y Ecuador.

Las políticas de importación varían de forma considerable entre los principales países importadores. Estados Unidos no aplica aranceles, ni contingentes de importación, ni restricciones fitosanitarias a las importaciones de banano. La Unión Europea después de muchas regulaciones, a partir de Enero del 2006, solo aplica aranceles a la importación consistente en un monto único de 176 euros por tonelada.

### **Importaciones de Banano Orgánico y de comercio justo a nivel mundial.**

Estudios de la FAO<sup>5</sup> ofrecen una visión general del crecimiento del mercado de banano orgánico hasta el año 2002, a partir del cual se han realizado estimaciones a nivel total y por países tomando en cuenta las tendencias del período 1998-2002 (ver Gráfico N° 6).

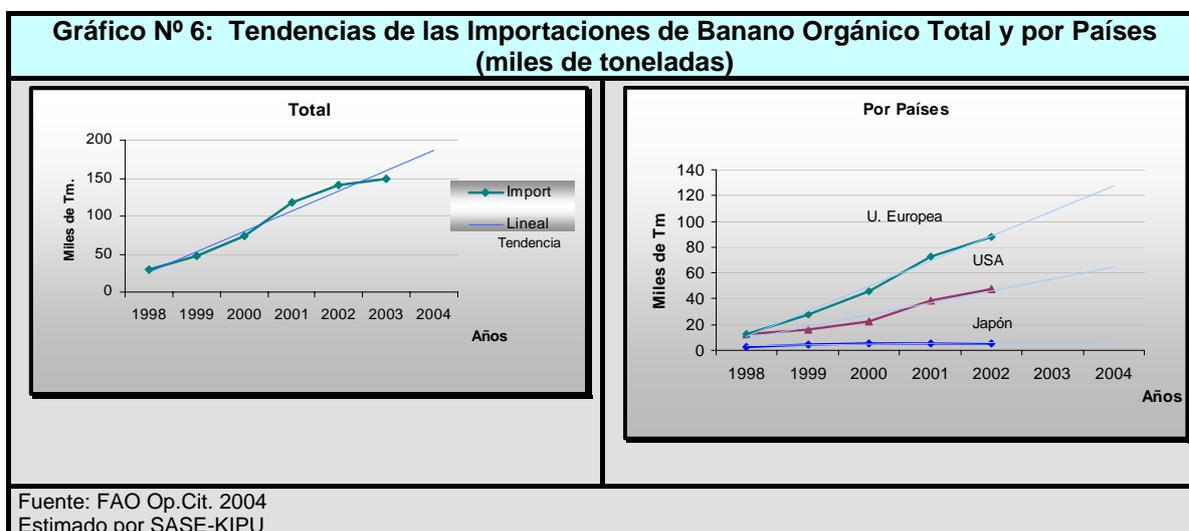
Las importaciones han crecido significativamente entre 1998 y 2002 a una tasa promedio anual del 50% y es en los países europeos donde la demanda es aún mayor (62%) que el promedio. Si se mantiene la misma tendencia los niveles de importación crecerán de 142,000 toneladas para el 2002 a casi 180,000 para el 2004. A la vez que los importadores han incrementado la demanda, se han vuelto más exigentes en el cumplimiento de estrictas normas fitosanitarias e inspecciones (sobre todo en Japón y los Estados Unidos)

El 62% de la demanda mundial proviene de la Unión Europea, el 34% de Estados Unidos y el 4% de Japón (ver Gráfico 6). La demanda de banano orgánico representa solamente el 2,5% de la demanda del mercado europeo y el 1% del mercado norteamericano. Esta proporción puede incrementarse por el aumento de la demanda por productos saludables y naturales en estos países.

---

<sup>5</sup> La economía mundial del banano 1985-2002. FAO. Estudios Productos Básicos. Arias, P., et al. Roma 2004

En general los mismos estándares de calidad son relevantes para los productos orgánicos como para los productos de comercio justo y convencional. Además es importante mantener una buena administración de todas las prácticas de producción hasta la exportación.



El banano de comercio justo es la fruta de mayor volumen de ventas (se inició en 1996), con una cuota de mercado creciente y dinámico en la mayoría de los países europeos como se muestra en el Cuadro N° 1. En Europa el total de importaciones bajo esta modalidad aumentó de 17,400 toneladas en 1998 a 33,600 toneladas en 2002, creciendo a una tasa promedio del 22% en este período.

**Cuadro N° 1: Importaciones Europeas de bananos con etiqueta de comercio justo. 1998-2002**

País	Importaciones (Miles de TM.)					Tasa crec % 1998 - 2002
	1998	1999	2000	2001	2002	
Suiza	7,500	10,778	11,403	13,170	15,090	17.3
Reino Unido*			5,557	9,701	11,426	43.4
Finlandia				1,707	2,833	
Países Bajos	5,200	4,180	3,603	2,303	1,996	-22.2
Austria					1,775	
Bélgica	849	431	401	925	1,314	17.8
Francia				82	696	
Suecia	50	301	570	568	586	74.3
Dinamarca	725	847	493	294	365	-21.6
Luxemburgo*		74	179	168	178	29.3
Noruega				33	154	
Alemania	3,042	1,580	617	101	117	-60.4
Italia				20	82	
<b>Total</b>	<b>17,366</b>	<b>18,191</b>	<b>22,823</b>	<b>29,072</b>	<b>36,612</b>	<b>21.7</b>

Fuente: FLO Internacional. Tomado de "La Economía Mundial del Banano" FAO, 2004.  
(\*) Tasas crecimiento estimadas solo con los años que existe la información

Según las estadísticas de FLO Internacional, 13 países de Europa demandan bajo la modalidad de comercio justo siendo Suiza el mayor comprador de banano orgánico (y creciendo a una tasa de 17% anual), seguido de Reino Unido (que crece a una tasa de 42% anual). Destacan también Bélgica, Suecia y Luxemburgo que crecen con tasas positivas.

Asimismo, se estima que cerca del 25% ciento de los bananos de comercio justo son orgánicos certificados, y este porcentaje va en aumento, etiquetándose como orgánico + comercio justo.

## **Precios de Banano orgánico y comercio justo.**

Según el Centro de Inteligencia sobre Mercados Sostenibles (CIMS), los precios FOB para el 2003 oscilaron entre US\$ 5.4 y 8.5 por caja, dependiendo del origen, con un sobreprecio orgánico de un dólar por caja en comparación con los bananos convencionales del mismo origen (CIMS 2003)<sup>6</sup>.

En cambio, los precios de comercio justo se fijan en relación a los costos de producción. FLO International calcula el promedio de los costos de producción por país, teniendo en cuenta los costos «suplementarios» según se especifica durante la certificación de comercio justo, como el «salario vital» para los trabajadores. El precio mínimo para una caja de 18.14kg de banano de comercio justo es aproximadamente de US\$ 5.25 por caja FOB, y si se trata de una caja de 18.14 Kg de banano orgánico + comercio justo es de US\$ 7.25 por caja FOB.

Tales precios son negociados cada dos años en las reuniones de delegados de las organizaciones productoras registradas en FLO. Esto con la finalidad de adaptar los precios a los cambios estructurales que se dan tanto en la producción y en la exportación<sup>7</sup>.

## **Exigencias sanitarias de los principales mercados destino**

Dos de los principales destinos de la exportación de los bananos orgánicos del Perú (Estados Unidos y la Unión Europea), exigen determinadas condiciones sanitarias que a continuación se revisan brevemente:

### ➤ Estados Unidos.

El Servicio de Inspección de Salud Animal y Vegetal (APHIS) establece que las frutas frescas y hortalizas pueden ingresar al país siempre y cuando se presenten al Departamento de Agricultura (USDA) pruebas de que: (i) no fueron infectadas en el país de origen por la mosca de la fruta o cualquier otro insecto dañino; (ii) la importación de fruta fresca proviene de áreas definidas como "libres de riesgo"; (iii) han sido tratados de conformidad con las condiciones y el procedimiento establecidos por el inspector del APHIS. Asimismo, como parte de las medidas contra el Bioterrorismo que ha implantado Estados Unidos desde el 2003, cada empresa debe registrarse con la FDA antes de realizar cualquier exportación hacia este país.

Los bananos provenientes de Perú tienen libre acceso a todos los puertos de los Estados Unidos (incluidos los estados continentales, Alaska, Hawaii, Puerto Rico y las Islas Vírgenes) sin permiso de importación de USDA y tampoco existen cuotas o restricciones para la importación, aunque ello no implica que estén libres de inspecciones al momento de llegada.

---

<sup>6</sup> De acuerdo a esta fuente, los precios FOB facilitados desde Perú fueron de US\$ 5.5 por caja en 2001 y US\$ 6 por caja en 2002. Los precios al productor de banano orgánico en Perú fueron tan bajos como US\$ 2.3 por caja en dicho año.

<sup>7</sup> Mercado Europeo de Banano Orgánico y Comercio Justo. ECOMERCADOS. FIBL-SECO-Inter Cooperation. Nicaragua. 2005.

En cuanto a la tendencia de consumo de productos orgánicos es importante indicar que los consumidores en Estados Unidos, por lo general, consumen productos orgánicos por motivos de salud y no tanto por preocupación por el medio ambiente.

➤ Unión Europea

Para el ingreso de bananos frescos a la Unión Europea, es necesario cumplir con las regulaciones de EUREPGAP, que responde a la preocupación de los consumidores en lo que respecta a la Seguridad de los Alimentos, el Bienestar de los Animales, la Protección al Medioambiente y el Bienestar de los Trabajadores. Los requisitos mínimos para el caso del banano es que deben ser de consistencia firme, estar enteros, sanos y limpios, así como exentos de humedad externa anormal, curvaturas anormales de los dedos y de cualquier daño causado por plagas, bajas temperaturas, etc.

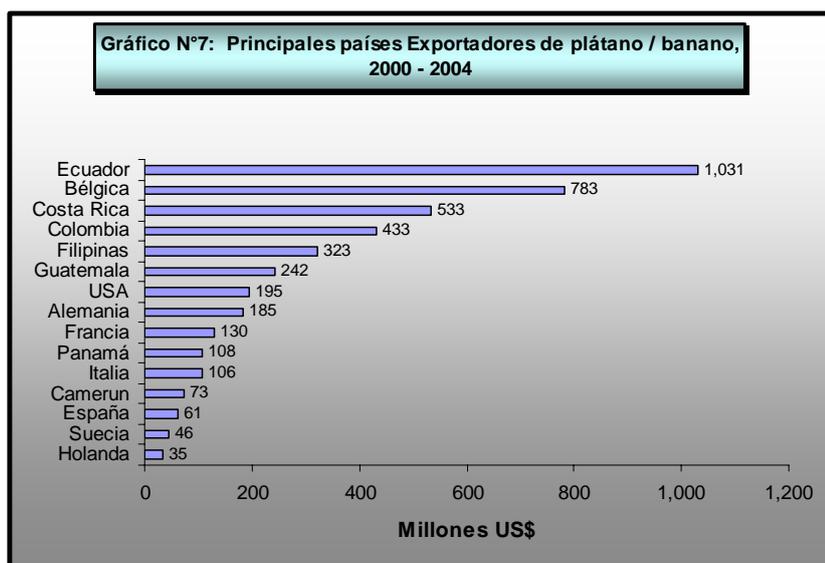
## 2.5. Evolución de la exportación nacional y regional.

El carácter perecedero del banano requiere un riguroso control de toda la cadena de comercialización en cada una de sus etapas, desde la producción hasta la venta al por menor. Aproximadamente el 11% de la cosecha mundial del banano llega al mercado internacional y casi en su totalidad corresponde a la variedad *cavendish*. Por otro lado, el comercio del banano está concentrado en tres empresas transnacionales<sup>8</sup> que manejan el 56% de las exportaciones mundiales de banano.

### Exportaciones de Banano / Plátano Convencional a nivel mundial.

Durante el período 2000-2004 las exportaciones de banano fueron US\$ 4,700 millones anuales, y crecieron a una tasa promedio de 4%. Como lo muestra el Gráfico 7, Ecuador es el mayor exportador a nivel mundial, concentrando el 21% del total. Junto con Costa Rica, Colombia y Guatemala exportan el 47% del total mundial.

Bélgica figura como el segundo país exportador de bananos más importante del mundo, participando con el 16% de la exportación mundial y creciendo con una tasa de casi el 8% constituyéndose en el país de mayor dinámica comercial. Alemania es el octavo país (3%)

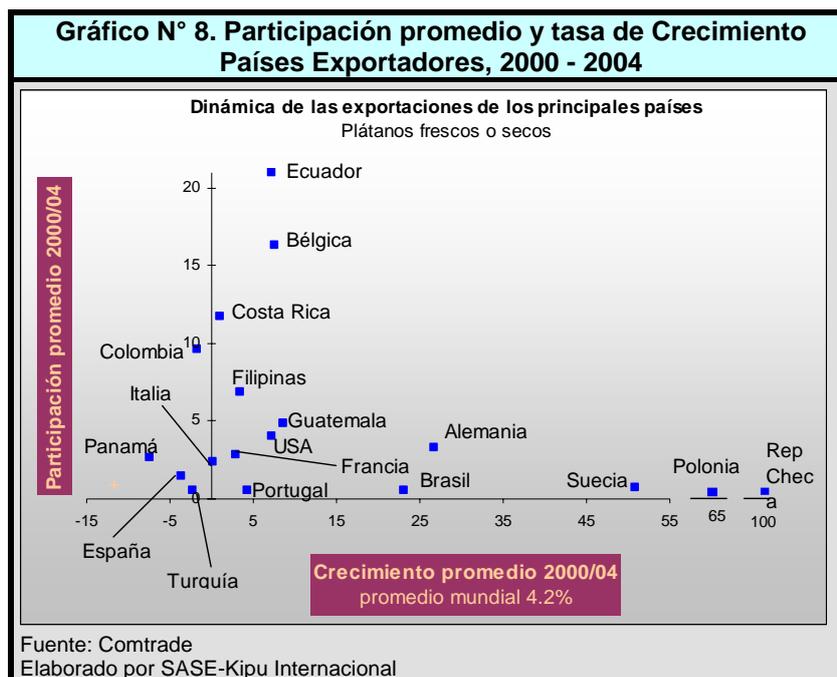


pero crece con tasas muy dinámicas (27%). En total, son más de 120 países

<sup>8</sup> Fresh del Monte, Chiquita Brands, Dole Food.

los que exportan banano al mundo, aunque 15 de ellos (ver Gráfico N° 7) concentran el 90% del total

En el Gráfico N° 8 se presenta la dinámica de los principales países exportadores, pudiéndose apreciar tres tipos de países: (i) los que tienen participación alta en las exportaciones y están creciendo a tasas dinámicas alrededor de 5 y 10%; (ii) los que tienen participación media pero que crecen a tasas cercanas a cero, inclusive negativas; y (iii) aquéllos cuya participación no es significativa pero crecen a tasas muy elevadas (Suecia, Polonia, República Checa).



La comercialización del banano fresco para su consumo directo se realiza en gran parte a través de empresas multinacionales (Fresh del Monte, Fyffes, Chiquita Brands, Dole Food, Noboa) para los mercados de Europa, Estados Unidos y Canadá. Estas multinacionales dominan más del 80% de comercio mundial de bananos y disponen de una cadena completa de comercialización desde sus propias plantaciones hasta las cámaras de maduración en los puertos de destino.

En el negocio del banano el control del extremo final de la cadena de comercialización ha adquirido mayor importancia que el control de la producción por lo que las multinacionales se han ido desvinculando de la producción y reforzando su red de comercialización y distribución, aprovechando las últimas reglamentaciones tanto en la Unión Europea como en Estados Unidos.

### Exportaciones de Banano Orgánico a nivel mundial.

El análisis de las exportaciones de banano orgánico y de comercio justo se puede realizar hasta el año 2002 a partir de datos provenientes de estudios e informaciones de instituciones como IFOAM, FLO y la FAO. No existen estadísticas internacionales oficiales que proporcionen información actualizada

ya que los productos orgánicos no poseen una nomenclatura arancelaria que los diferencie de los convencionales. También hay dificultades para obtener datos sobre los volúmenes certificados y no certificados.

Las exportaciones mundiales en volumen de banano orgánico certificado según fuentes especializadas fueron de 145,000 toneladas en 2002, que representa más del 1% del total del comercio bananero. Entre el año 2000 y 2002 las exportaciones han crecido en 62%, y se estimaba que para el 2003 las exportaciones rebasen las 150,000 toneladas.

En base a los datos del año 2002, el mayor abastecedor de banano orgánico del mundo es la República Dominicana, seguido por Ecuador (que concentra el 17% de las exportaciones y desplazó a México del segundo lugar) y Costa Rica (15% del total). Perú figura en cuarto lugar con el 13% de las exportaciones mundiales, lo que significa que hubo un gran crecimiento entre el 2000 y el 2002 porque hasta 1999 apenas figuraba como exportador.

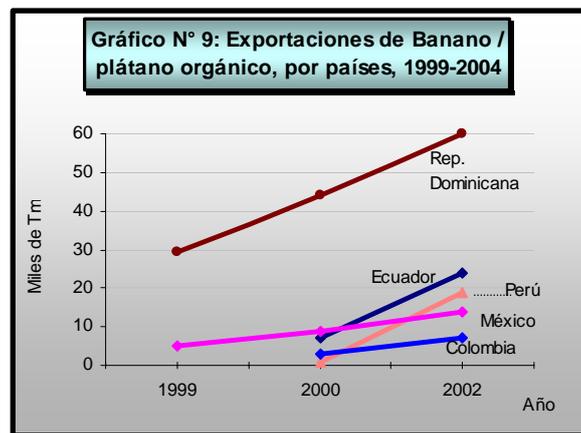
Colombia ha aumentado su participación en las exportaciones pero a un ritmo mucho menor que los otros países: exporta un volumen de 7,000 toneladas y ha crecido en el período con el 65%. Otros países como Honduras, Filipinas, Brasil mantienen su participación con incrementos muy ligeros.

Hasta 1999, la producción de banano orgánico para exportación provenía casi exclusivamente de pequeños agricultores. Pero en República Dominicana y en Ecuador, a partir del año 2001, las unidades en gran escala se han incorporado como exportadores de banano orgánico.

**Cuadro N° 2: Exportaciones de Banano / plátano orgánico, por países, 1999-2004**

País	Exportaciones (Miles de TM. )			Crecim. % 2000-2002
	1999	2000	2002	
República Dominicana		29.3	44.0	60.0
Ecuador		7.1	24.0	119
Costa Rica		0.9	21.2	1130
Perú		1.0	19.0	900
México	5.0	9.0	14.0	28
Colombia		3.0	7.0	67
Otros**	9.0		1.5	
<b>Total</b>	<b>43.3</b>	<b>65.0</b>	<b>146.7</b>	<b>63</b>

Fuente: Año 2000. Proyecto SICA/MAG-BM ([www.sica.gov.pe](http://www.sica.gov.pe)) y Año 2002 "Las Normas sociales y....." C Dankers. FAO 2004  
Elaboración: SASE-KIPU  
(\*\*) 1999: Colombia, Ecuador, Honduras, Costa Rica, Filipinas, Perú, Brasil  
2000: Bolivia, Guatemala, Honduras, Islas Canarias, Brasil, Filipina

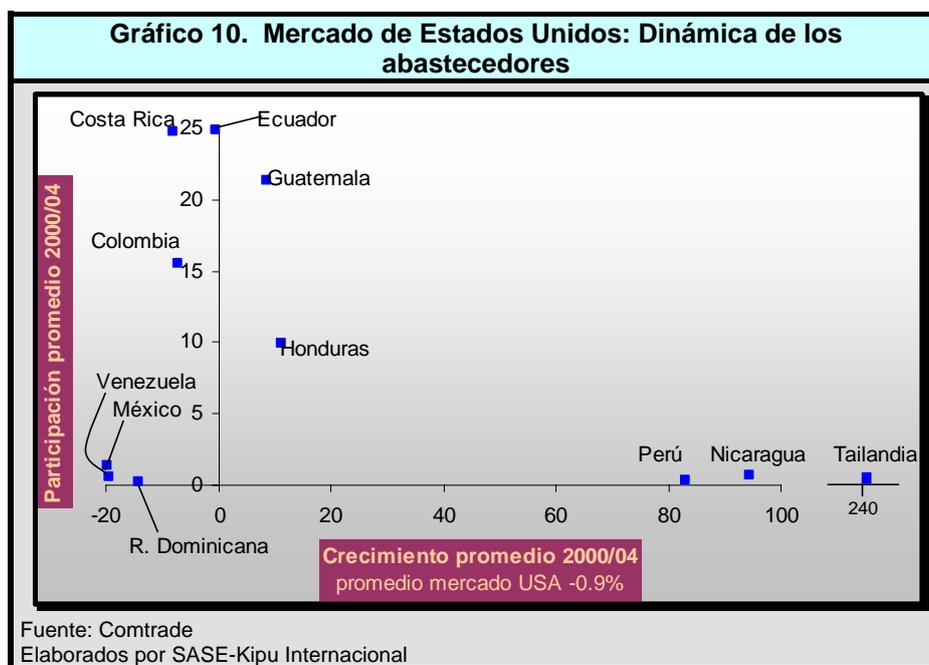


Zonas importantes se están pasando a la agricultura orgánica, sobre todo en Ecuador y Perú, y se pronostica que la oferta siga creciendo con rapidez. Es probable que la oferta supere la demanda y se prevé que los precios estén expuestos a una presión a la baja. Las exportaciones de banano son realizadas en su mayoría por empresas transnacionales a compañías importadores de banano orgánico

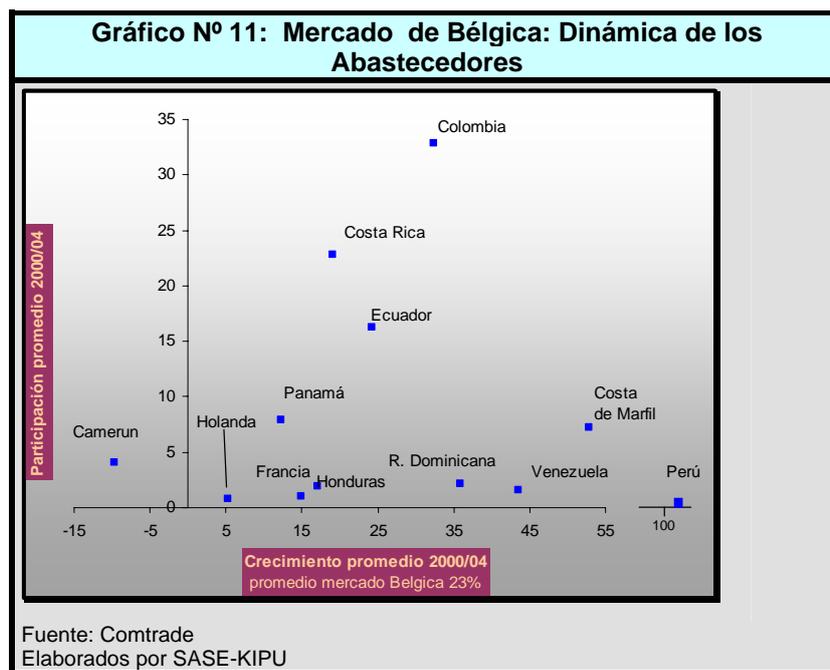
Por otra parte, FLO tiene registrados 21 importadores en Europa y más de 5 compañías con cámaras de maduración que negocian o comercializan con banano de comercio orgánico y justo. Entre las compañías dedicadas a la comercialización y distribución de banano orgánico y/o de comercio justo, se encuentran: Banafair, Biotropic, Savid, TPort (Alemania), Dole (Bélgica), Pro Natura (Francia), AgroFair, Trabana, Tradin (Holanda), Adriafruit (Italia), Coop, Eichberg, Migros (Suiza), entre otras. También han ingresado las transnacionales como Chiquita, Fyffes y Bonita, que importan sus propias producciones de Latinoamérica.

### Competidores por principales mercados.

El mercado de los Estados Unidos, primer importador en el mundo, es también el principal mercado de destino de las exportaciones del Perú. Ecuador, Costa Rica, Guatemala, Colombia y Honduras son los principales proveedores del mercado estadounidense, cubriendo el 96% del total importado. Perú, en cambio, participa en el 0.3% de este mercado, aunque sus tasas de crecimiento son muy dinámicas (ver Gráfico N° 10)



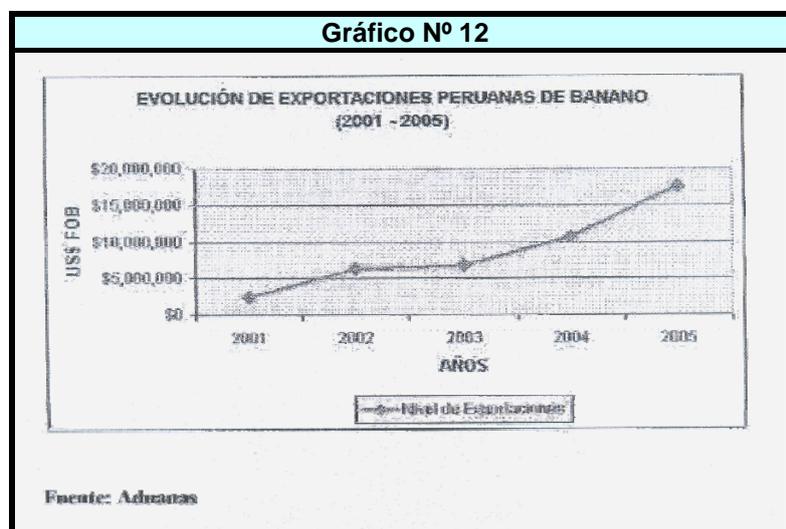
Bélgica es el segundo mercado de destino de importancia para las exportaciones del banano / plátano del Perú. En el año 2004 importó por un valor de US\$ 1,130 millones, y durante el período 2000 – 2004 sus importaciones crecieron a una tasa promedio anual de 24%. Colombia, Costa Rica y Ecuador son los principales proveedores del mercado belga, cubriendo estos países el 76% de sus importaciones. Perú participa en el 0.3% de este mercado, aunque sus tasas de crecimiento, al igual que en el caso de Estados Unidos, son muy dinámicas (ver Gráfico N° 11).



### Exportaciones del Perú.

La exportación de banano orgánico, ha experimentado un incremento permanente desde el 2000, teniendo a los Estados Unidos como principal mercado de destino. Este nicho de mercado ha abierto posibilidades de exportación para los productores de banano convencional, que no encontraban oportunidades.

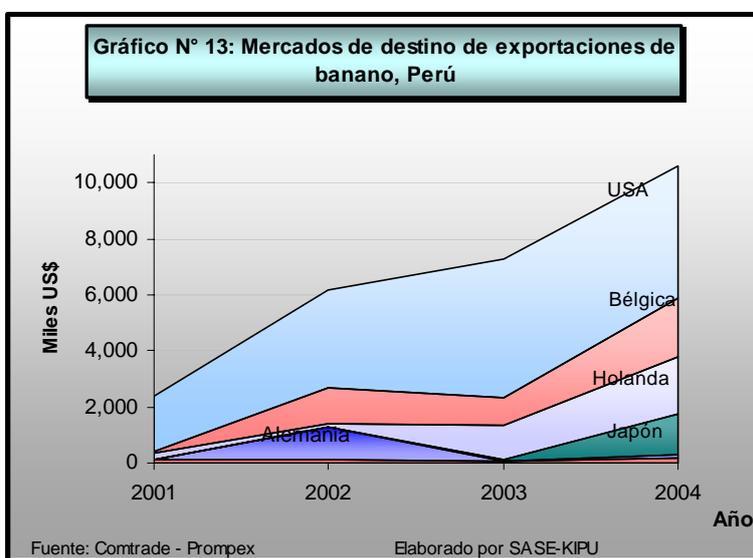
Para la exportación de banano orgánico se requieren certificados que demuestren que el banano exportado es de procedencia orgánica, es decir, sin uso de productos químicos que hayan intervenido en su proceso productivo. Debido a los altos costos de dichos certificados, las mismas empresas



exportadoras son las que asumen este costo por los agricultores bajo un contrato de exclusividad en el abastecimiento por un periodo de 5 años usualmente.

Las exportaciones peruanas de banano en los últimos cinco años han crecido a una tasa promedio anual de 50%, hasta llegar casi a US\$ 20 millones en el 2005 (ver Gráfico N° 12). De esta manera, el banano orgánico se ubica entre los primeros quince productos agrarios y agroindustriales de exportación en el Perú.

Las principales zonas de destino de las exportaciones son Estados Unidos, la Unión Europea y Japón (Gráfico N° 13). Asimismo, en el 2005 Perú fue el segundo país a nivel mundial en la exportación de banano orgánico, detrás de República Dominicana.



### Exportaciones en la Región Tumbes.

Como se observa en el Cuadro N° 3, las exportaciones de banano orgánico de la Región Tumbes, se vienen incrementando sostenidamente en los últimos cinco años. Si hasta el año pasado, el 95% de las exportaciones se orientaba a Japón, Estados Unidos, en el 2006 se ha ingresado con fuerza a Alemania, que casi se ha convertido en el principal destino del producto. Hasta el 2004 muchas acciones de exportación se registran a través de la Aduana de Paita (y forma parte de la información que reporta la Región Piura), pero a partir de dicho año se empieza a realizar exportaciones por Puerto Bolivar - Ecuador registrándose en la Aduana de Tumbes.

**Cuadro N° 3: Exportaciones de banano orgánico de la Región Tumbes, 2002 - 2006**

Mercado (TM.)	Año				
	2002	2003	2004	2005	2006 (Ene - Jun)
Japón	-	98.00	3,746.67	3,885.70	2,139.94
EEUU	278.63	1,234.85	927.22	2,887.62	1,482.82
Alemania	-	-	-	411.39	2,087.71
<b>TOTAL</b>	<b>278.63</b>	<b>1,332.85</b>	<b>4,673.89</b>	<b>7,184.71</b>	<b>5,710.47</b>

Fuente: SUNAT – PROMPEX  
Elaboración: Consorcio SASE – KIPU

Se tiene la perspectiva de incrementar los volúmenes de exportación para atender la demanda aprovechando el Acuerdo del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, así como ingresar a los mercados de Europa (Italia, Francia) y Asia (China).

La exportación de banano orgánico de Tumbes se realiza a través de dos empresas exportadoras (INKA BANANA SAC y ORGANIA SAC) quienes mantienen el dominio en la Región, estableciendo contratos individuales con los productores con precios previamente fijados por dichas

empresas<sup>9</sup> y colocando luego el producto de forma directa en los mercados de Estados Unidos, Japón y Alemania.

En el caso del banano tipo “cavendish Valery” fresco (partida arancelaria 0803001200), la Región Tumbes exportó en 4,550 TM. en el 2005 por un valor de US\$ 1.9 millones. Dicho monto representa el 3% de las exportaciones totales de Tumbes y lo ubica entre los diez productos más exportados por la Región.

## **2.6 La cadena de valor actual del banano orgánico en Tumbes.**

El análisis con el enfoque de cadenas permite evaluar la competitividad tomando conocimiento de manera ordenada sobre las etapas, agentes económicos, y procesos de producción y distribución de un determinado producto o línea productiva. Para efectos del POP de banano orgánico, se realiza el análisis a partir de los agentes económicos, identificándolos y ordenando secuencialmente su interrelación.

Son tres los tipos de actores que se identifican: (i) los agentes económicos de las etapas de producción (eslabones primarios) y transformación o acondicionamiento (eslabones secundarios) del producto; (ii) los canales de distribución (eslabones terciarios) y (iii) los consumidores intermedios y finales. El esquema se diseña a partir del mercado a fin explicitar el enfoque de demanda que debe tener toda cadena exportadora para ser competitiva, esto es, producir en función al mercado y no vender en función a lo que se produce.

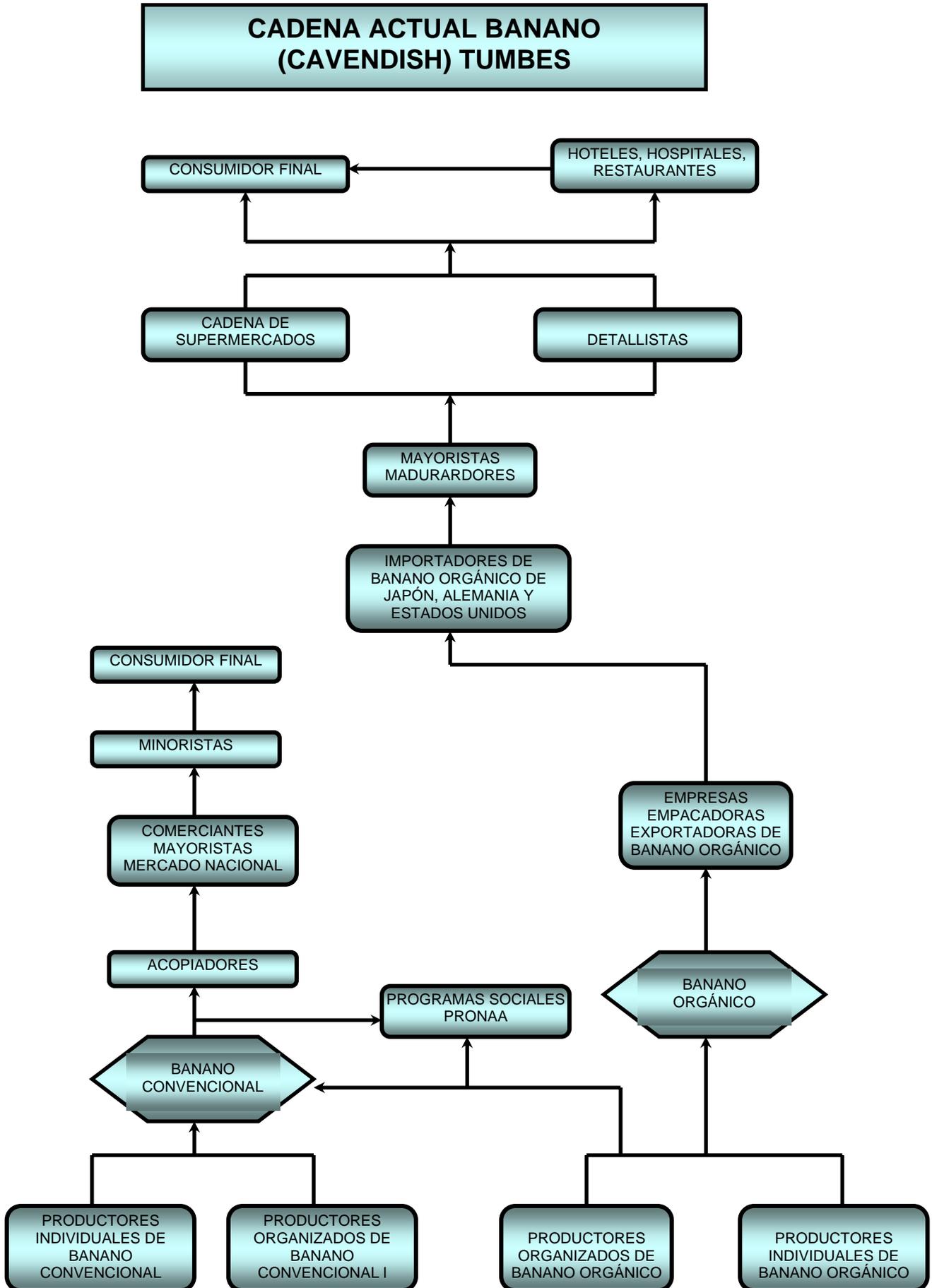
El esquema de la cadena exportadora actual del banano orgánico de Tumbes, identifica los actores directos de esta y sus eslabonamientos con actores nacionales e internacionales. Como se observa, todo el eslabón primero está compuesto por muy pequeños agricultores y sólo una parte están organizados asociativamente.

Su articulación al mercado internacional es por medio de las empresas empacadoras exportadoras, quienes vienen aplicando un modelo de articulación vertical con los agricultores basada en contratos de abastecimiento. Estas empresas vienen cumpliendo el rol de agentes dinamizadores de la cadena agroexportadora. En el análisis de la estructura de las cadenas es importante identificar los agentes dinamizadores, tanto nacionales como regionales. Son los actores con mayor capacidad para articularse, especialmente con el mercado, e impulsar el crecimiento o el desarrollo de la cadena. Puede ser basándose en relaciones de mercado abierto (simple compra-venta) o por medio de alianzas estratégicas, como es el caso en Tumbes, aunque la relación no está exenta de cuestionamientos mutuos.

El esquema de la cadena es también importante definirlo al inicio de un Plan ya que este sirve como parte de la línea de base de carácter cualitativo para posteriores evaluaciones.

---

<sup>9</sup> El precio que fijan para la caja de 13 Kg oscila entre US\$ 1.50 y US\$1.90, mientras la de 18.14 Kg entre US\$2.5 y US\$ 2.80.



### **3. ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD EXPORTADORA DEL BANANO ORGANICO EN TUMBES**

El análisis de la capacidad competitiva de Tumbes como región exportadora de banano orgánico permite definir las estrategias y las actividades del Plan Operativo de este producto. Con este fin, se aplicaron tres instrumentos para el diagnóstico situacional y prospectivo así como para la identificación de las aspiraciones del grupo humano involucrado en la cadena de valor del banano orgánico.

El Diamante de Competitividad y el FODA se complementaron con el diseño de la Cadena Futura<sup>10</sup> de banano, cuya proyección a diez años refleja la visión de los actores regionales y los retos que se deben afrontar. De la comparación de la cadena futura con la actual, se infieren estrategias que permitirán pasar de la actual situación productiva, tecnológica, organizacional y comercial al escenario que se propone para el año 2016.

Si bien no se aplicó directamente, se tuvo como referencia conceptual la competitividad sistémica, que tiene en cuenta los diferentes capitales que requiere una sistema económico para ser competitivo y los niveles (meta, macro, meso y micro) en el que interactúan las diferentes variables para construir una región o una cadena competitiva.

En un taller organizado por el Gobierno Regional en San Jacinto, que contó con la participación de numerosos agricultores, se elaboró la cadena actual y la cadena futura y se definieron las acciones del Plan. Se complementó el diseño con la información recabada de una entrevista con el Gerente Regional de la empresa exportadora ORGANIA SAC, quien dio alcances tanto de la problemática como de propuestas de solución.

La cadena de valor deseable o futura que se espera lograr en el largo plazo, visualiza a todos los agricultores organizados y produciendo banano de calidad, tanto convencional como orgánico y mediante un modelo de integración hacia adelante<sup>11</sup>, disponen de centros de empaque y exportan directamente. A su vez, las actuales empresas empacadoras exportadoras, se han integrado hacia atrás, invirtiendo directamente en campos de cultivo a fin de asegurar su abastecimiento para atender el mercado internacional.

Otra característica resaltante de la cadena futura es la diversificación productiva mediante un aprovechamiento integral del banano. Asimismo, la articulación eficiente de los diferentes actores, les permite llegar de manera competitiva al mercado internacional, aprovechando los diferentes segmentos y nichos de mercado.

---

<sup>10</sup> Instrumento adaptado por Sonia Arce Serpa, Jefe del Equipo de Consultores.

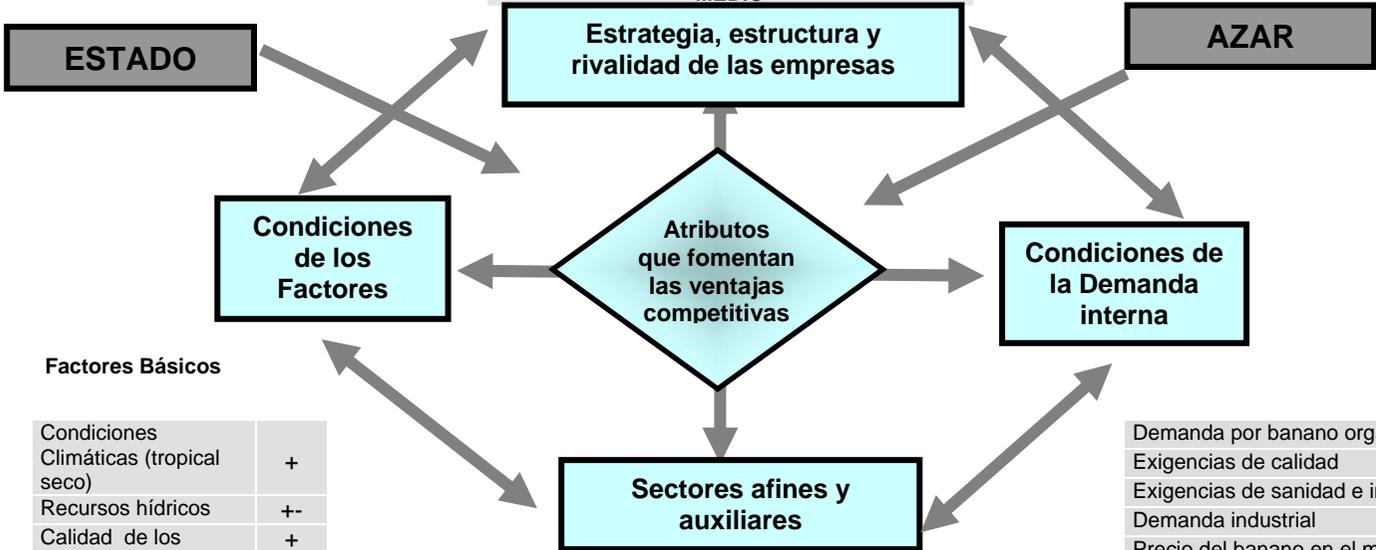
<sup>11</sup> **Articulación:** relación de los actores económicos manteniendo cada uno su independencia de gestión. **Integración:** los actores unifican la gestión de todo o parte de su actividad económica o negocio. **Horizontal:** relación entre actores del mismo eslabón. **Vertical:** relación entre actores de diferentes eslabones.

# POP – BANANO, TUMBES DIAMANTE DE COMPETITIVIDAD

Priorización de actividad agraria en el marco de la descentralización	+
Apoyo y fortalecimiento a productores organizados para su articulación con agentes económicos de la cadena productiva	+
Ejecución de proyectos formulados	-
<b>MEDIO</b>	

Empresas productoras con experiencia demostrada	+
Casos exitosos de exportación	+
Prácticas de asociatividad entre productores	-
Desarrollo de espíritu empresarial y de "cultura orgánica"	+ -
Nivel de dispersión de plantaciones bananeras	+ -
Cadenas agroproductivas articuladas	+ -
Receptividad de los productores a los servicios de asistencia técnica, gestión empresarial y transferencia de tecnología	-
<b>MEDIO</b>	

Sequías, precipitaciones, inundaciones	-
Plagas y enfermedades	-
Inestabilidad de los precios internacionales	+ -
<b>BAJO</b>	



**Factores Avanzados**

Infraestructura de energía eléctrica	+
Infraestructura vial	-
Infraestructura de telecomunicaciones	+ -
Corredores viales económicos	+ -
Infraestructura portuaria y aeroportuaria	-
Infraestructura de riego y drenaje	-
Capital humano especializado en técnicas productivas de cultivo	+
Capital humano especializado en técnicas de exportación y negocios	-
Tecnología, investigación e innovación	-
<b>MEDIO - BAJO</b>	

**Factores Básicos**

Condiciones Climáticas (tropical seco)	+
Recursos hídricos	+ -
Calidad de los Suelos (tierras de cultivo)	+
Capital humano no especializado	+ -
<b>MEDIO - ALTO</b>	

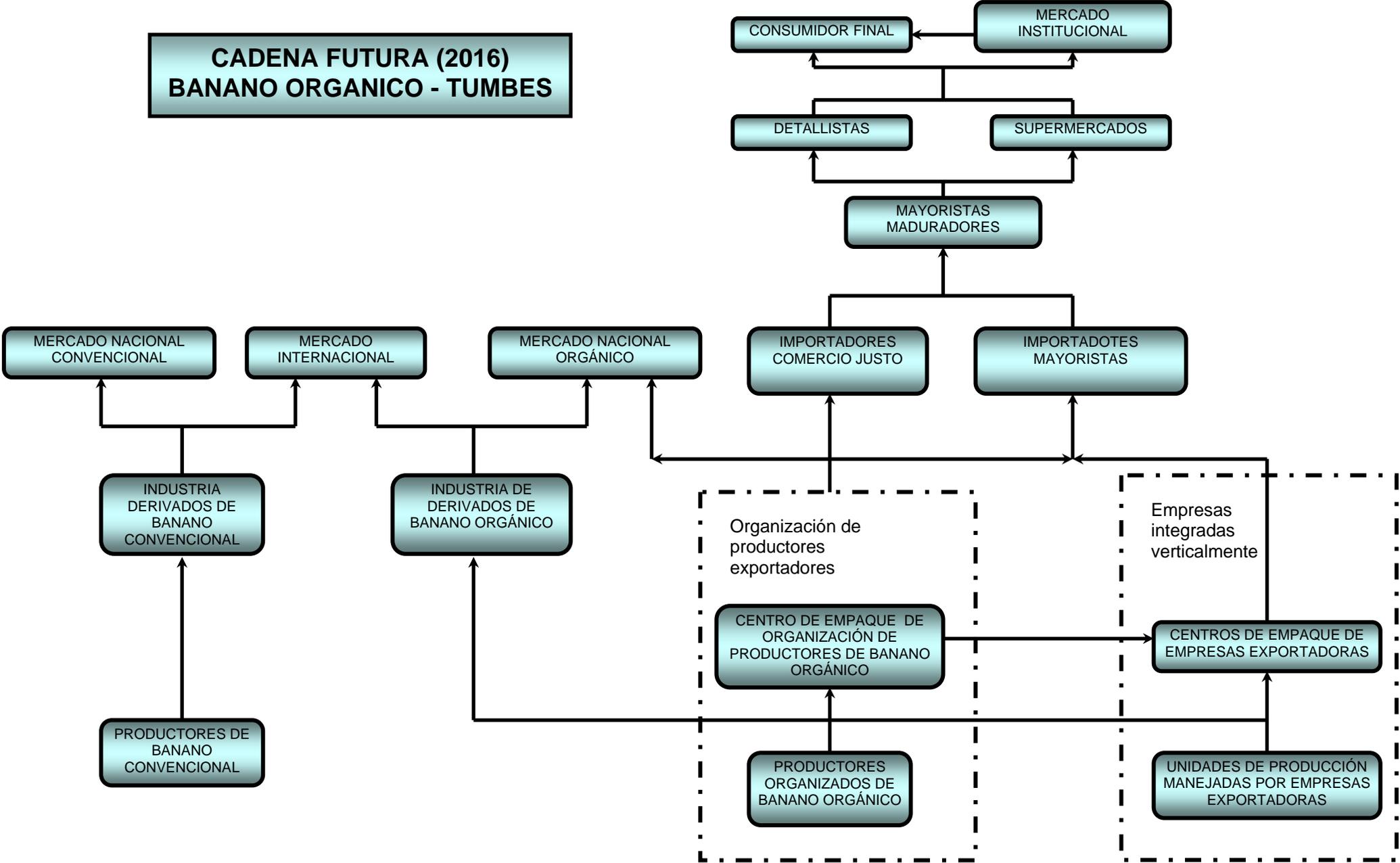
Servicios de certificación fitosanitaria (SENASA, COM, BIOLATINA,, IMO, BSS)	+
Servicios para tramitación de exportación (SUNAT, Agencia de Aduanas)	+
Servicios de transporte de carga y logísticos	+
Acceso a servicios financieros	+
Promoción de acciones de desarrollo productivo empresarial	+
Servicios de información técnica comercial, estadística agraria y meteorológica	-
Alianzas entre/ con proveedores	-
<b>MEDIO - ALTO</b>	

Demanda por banano orgánico	+
Exigencias de calidad	+
Exigencias de sanidad e inocuidad	+
Demanda industrial	-
Precio del banano en el mercado nacional	+ -
<b>MEDIO - ALTO</b>	

## FODA BANANO - TUMBES



# CADENA FUTURA (2016) BANANO ORGANICO - TUMBES



#### **4. PLAN OPERATIVO DEL BANANO**

El Plan Operativo por Producto que se presenta a continuación concuerda con el Plan Estratégico Nacional Exportador –PENX- y con el Plan Estratégico Regional Exportador –PERX- de Tumbes. Los Objetivos Estratégicos en los tres planes son:

- Objetivo estratégico 1: Desarrollo de la oferta exportable
- Objetivo estratégico 2: Desarrollo de los mercados de destino
- Objetivo Estratégico 3 Facilitación del Comercio
- Objetivo Estratégico 4: Cultura exportadora

En base al diagnóstico de la cadena de valor, al análisis de los factores de competitividad y la comparación de la cadena actual y futura del Banano, se han definido las estrategias y actividades específicas.

El horizonte de tiempo del Plan Operativo es de 10 años expresado por la cadena futura como visión y por los objetivos estratégicos. Las estrategias y acciones específicas son de mediano plazo. Al ejecutarse las acciones propuestas, las características de la actividad productiva y comercial se modificarán, los que aunados a cambios en los mercados internacionales, configurarán nuevos escenarios con diferentes condiciones de competitividad. En consecuencia, el Plan Operativo deberá actualizarse periódicamente para que se mantenga como un instrumento efectivo de gestión del cambio hacia la competitividad de la cadena de valor del banano de Tumbes y comportarse como la fuerza vectora de la construcción de un conglomerado y posterior cluster del banano en la región.

La implementación de las actividades consideradas, cuyo alcance es ambicioso, sólo podrá lograrse en base al compromiso del trabajo conjunto del sector público y privado y de la complementación de los organismos nacionales, regionales y locales.

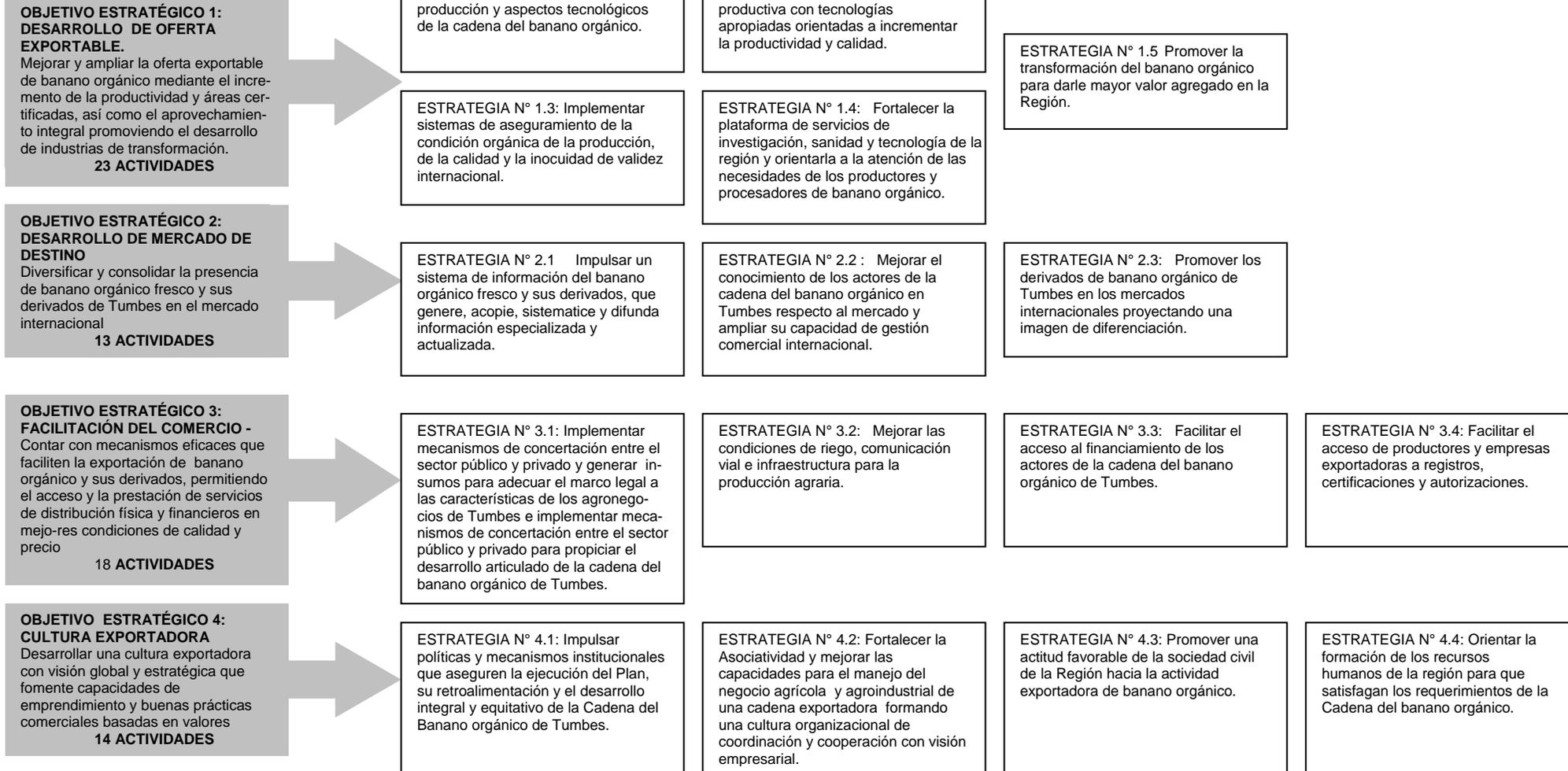
La ejecución del Plan Operativo comprende diversas opciones, algunas actividades podrán ejecutarse con las capacidades humanas y económicas con que cuentan actualmente las instancias involucradas, incluso varias actividades sólo requieren acciones de coordinación. En los casos en los que se requiera de un presupuesto específico, se considera que este debe de ser gestionado a través de la inclusión de las actividades en los Planes Operativos Anuales de las instituciones involucradas o formularse proyectos específicos para su correspondiente presentación al Presupuesto Participativo de la Región y a fuentes cooperantes.

Es también recomendable para la ejecutabilidad del Plan, que se constituya una Mesa de Trabajo Regional del Banano en el marco del Comité Ejecutivo Regional Exportador –CERX. Dicha mesa, de carácter público-privado, debe formular un Plan Operativo Anual en base al presente Plan de mediano término.

## PLAN OPERATIVO DEL BANANO ORGÁNICO - TUMBES

### OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

### 16 ESTRATEGIAS Y 68 ACTIVIDADES



PLAN OPERATIVO DEL BANANO ORGÁNICO REGIÓN TUMBES MATRIZ DE PLANIFICACIÓN					
OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 1		Mejorar y ampliar la oferta exportable de banano orgánico mediante el incremento de la productividad y áreas certificadas, así como el aprovechamiento integral promoviendo el desarrollo de industrias de transformación.			
ESTRATEGIA N° 1.1: Disponer y difundir información actualizada sobre producción y aspectos tecnológicos de la cadena del banano orgánico.					
ACCIONES ESPECÍFICAS	PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES	
1.1.1	Elaborar una base de datos de zonas de producción, áreas certificadas, productores, organizaciones de productores, centro de empaque y empresas exportadoras de banano orgánico de Tumbes.	2007 - 2011	Al 2007 se ha realizado un empadronamiento de los productores de banano orgánico en Tumbes y sistematizado la información en una base de datos. Al 2011 se han realizado actualizaciones anuales.	- Base de datos - Número de productores y procesadores registrados	<u>Mesa de Trabajo</u> DR Agraria DR PRODUCE Organizaciones de Productores Empresas exportadoras
1.1.2	Elaborar una base de datos y un archivo documentario sobre aspectos técnico productivos del banano que incluya investigaciones y tesis.	2007 - 2011	Al 2007 se ha diseñado la base de datos. Al 2008 se implementa la base de datos e iniciado divulgación.	- Documento de diseño - Registro electrónico de documentos del archivo documentario	<u>DR Agricultura</u> DR PRODUCE Universidades ONGs
1.1.3	Elaborar un módulo de información de proveedores de bienes y servicio a la cadena de valor.	2007 - 2011	Al 2007 se ha diseñado la base de datos Al 2008 se implementa la base de datos e iniciado divulgación.	- Base de datos - Número de proveedores registrados	<u>Mesa de Trabajo</u> DR Agraria DR PRODUCE
1.1.4	Elaborar fichas técnicas del banano orgánico de Tumbes y sus derivados.	2007 - 2011	Al 2007 se ha elaborado la ficha técnica del banano orgánico fresco. Al 2011 se han elaborado las fichas técnicas de los nuevos productos derivados del banano orgánico y se han actualizado periódicamente.	- Número de productos con Ficha Técnica	<u>Universidad Nacional de Tumbes</u> Mesa de Trabajo
ESTRATEGIA N° 1.2: Fortalecer y ampliar de manera concertada la base productiva con tecnologías apropiadas orientadas a incrementar la productividad y calidad.					
ACCIONES ESPECÍFICAS	PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES	
1.2.1	Realizar misiones o pasantías tecnológicas internacionales.	2008 - 2009	Al 2008 se han realizado una misión internacional a zonas productoras y países exitosos en producción de banano orgánico. Al 2009 se ha realizado la segunda misión.	- Número de participantes - Número de sitios visitados	<u>Gobierno Regional</u> Mesa de Trabajo DR Agraria Organizaciones de Productores de Banano Orgánico
1.2.2	Diseñar y poner en marcha un centro experimental de producción de semillas certificada.	2008 - 2011	Al 2008 se ha realizado el diseño del centro experimental. Al 2009 se pone en marcha el Centro Experimental.	- Documento del estudio para el diseño - Instalaciones del centro experimental	<u>Mesa de Trabajo</u> DR Agraria INIEA Universidades Organizaciones de productores

1.2.3	Elaborar un proyecto de reconversión de áreas de banano convencional a banano orgánico.	2007- 2011	Al 2007 se ha formulado el proyecto. A partir del 2008 se implementa el proyecto.	- Documento del Proyecto - Número de hectáreas reconvertidas	<u>Gobierno Regional</u> Mesa de Trabajo DR Agraria
1.2.4	Ampliar la capacitación y asistencia técnica integral a los agricultores en producción orgánica que involucre: propagación, manejo del cultivo, fertilización, densidad, riego, control de plagas y enfermedades con métodos orgánicos, cosecha y postcosecha.	2007 - 2011	Al 2008 el 40% de los agricultores reciben capacitación y asistencia técnica. Al 2009 el 60%. Al 2011 el 80%.	- Documentos de materiales de capacitación y extensión - Número de eventos realizados - Número de asociaciones y agricultores atendidos	<u>INIEA</u> DR Agraria Mesa de Trabajo Organización de Productores Empresas empacadoras
1.2.5	Capacitar en la elaboración y aplicación de insumos orgánicos (bioinsecticidas y biofertilizantes), para la producción orgánica de banano.	2007 - 2011	Al 2008 se ha elaborado un manual de acuerdo a características de la zona y el cultivo, y se ha capacitado a promotores agrarios de las organizaciones de productores.	- Manual - Número de promotores formados	<u>CONAPO</u> DR Agraria INIEA Organización de Productores
1.2.6	Formular y ejecutar un proyecto para la producción de abono orgánico.	2007 - 2008	Al 2007 se ha formulado el Proyecto y gestionado su financiamiento Al 2008 se implementa el centro de producción y sistema de comercialización.	- Documento del Proyecto - Volumen de producción y ventas de abono orgánico	<u>Organizaciones de productores</u> Gobierno Regional DR Agraria
1.2.7	Definir y promover un sistema de cultivo asociado para el banano orgánico.	2007 - 2011	Al 2007 se han definido los cultivos asociados al Banano orgánico según las condiciones agronómicas, sociales y comerciales de Tumbes. Al 2008 se ha iniciado la promoción de los cultivos asociados.	- Documento Técnico el sistema de cultivo asociado. - N° de hectáreas con cultivos asociados	<u>INIEA</u> <u>CONAPO</u> DR Agraria Organización de Productores
1.2.8	Realizar un mapa de suelos en zonas actuales y potenciales para banano.	2007-2008	Al 2007 se elabora el proyecto Al 2008 se ejecuta	- Un mapa de suelos	<u>Gobierno Regional</u> <u>DR Agraria</u>
1.2.9	Rehabilitación o construcción de Centros de Empaque.	2007 - 2009	Al 2007 se ha formulado y aprobado presupuesto participativo u otro financiamiento público-privado para la rehabilitación o construcción de centros de empaque. Al 2009 se han rehabilitado todos los centros de empaque. Al 2011 se han construido centros de empaque suficientes para la capacidad de producción existente.	- Número de Centros de Empaque rehabilitados. - Número de centros de empaque construidos.	<u>Gobierno Regional</u> Asociaciones de Productores Empresas empacadoras DR Agraria
<b>ESTRATEGIA N° 1.3: Implementar sistemas de aseguramiento de la condición orgánica de la producción, de la calidad y la inocuidad de validez internacional.</b>					
	<b>ACCIONES ESPECÍFICAS</b>	<b>PERIODO DE EJECUCIÓN</b>	<b>METAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTITUCIONES PARTICIPANTES</b>
1.3.1	Aplicar estándares de calidad en el cultivo y empaque del banano orgánico para la obtención de una calidad homogénea.	2007 - 2011	Al 2007 se han definido los parámetros de calidad a aplicar. Al 2011 el 80% de los productores aplican los parámetros establecidos.	- Normas Técnicas de Aplicación - Número de productores que cumplen y aplican las normas.	<u>Mesa de Trabajo</u> Asociación de Productores Empresas empacadoras DR Agraria

1.3.2	Brindar capacitación y asistencia técnica sobre Buenas Prácticas Agrícolas – BPA.	2007 -2010	Al 2007 se ha diseñado el proyecto de capacitación y Asistencia Técnica, se ha preparado el material de capacitación de BPA. El 2008 se inicia la capacitación y asistencia técnica El 2008 se inicia el proyecto. El 2010 se ha ejecutado el 90% del proyecto.	- Documento del Proyecto - Documentos del material de capacitación y asistencia técnica - Número de participantes a cursos - Número de participantes en asistencia técnica	<u>MINAG</u> Mesa de Trabajo DR Agraria Organizaciones de Productores Empresas empacadoras
1.3.3	Realizar cursos y asistencia técnica sobre Buenas Prácticas de Manufactura – BPM en los centros de empaque.	2007 - 2009	Al 2009 se aplican BPM en todos los centros de empaque.	- Documentos del material de capacitación y asistencia técnica - Número de participantes a cursos - Número de participantes en asistencia técnica - Número de centros de empaque con BPM	<u>PRODUCE</u> DR PRODUCE DR Agraria Empresas empacadoras-exportadoras
1.3.4	Diseñar e implementar Sistemas Internos de Control-SIC en las organizaciones bananeras.	2007 - 2009	Al 2007 se ha diseñado el sistema de control interno según las indicaciones de la certificadora. Al 2008 se inicia la implementación de los SIC Al 2009 el 100% de las organizaciones bananeras cuentan con un SIC.	- Número de personal capacitado - Registros de control - Número de organizaciones con SIC	<u>Organizaciones de Productores</u> Empresas empacadoras-exportadoras
1.3.5	Obtener certificación orgánica y certificación EUREPGAP.	2007	Al 2007 se definen recursos económicos necesarios para la obtención de certificaciones. Al 2011 cada año se han incrementado en 25% las áreas con certificación orgánica.	- Número de Hectáreas con certificación. - Número de productores con certificación.	<u>Organizaciones de productores</u> <u>Empresas</u> <u>Empacadoras y</u> <u>Exportadoras</u>
<b>ESTRATEGIA N° 1.4: Fortalecer la plataforma de servicios de investigación, sanidad y tecnología de la región y orientarla a la atención de las necesidades de los productores y procesadores de banano orgánico.</b>					
<b>ACCIONES ESPECÍFICAS</b>		<b>PERIODOS DE EJECUCIÓN</b>	<b>METAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTITUCIONES PARTICIPANTES</b>
1.4.1	Efectuar un Programa Regional de Control y Erradicación de plagas y enfermedades aplicando un sistema de manejo integrado.	2007 - 2011	Al 2011 se ha incrementado cada año el 25 % de las áreas intervenidas.	- Número de hectáreas intervenidas - Incidencia de plagas y enfermedades.	<u>SENASA</u> DR Agraria Organizaciones de productores
1.4.2	Implementar un sistema regional de control de producción orgánica para el banano y el cacao.	2008 - 2011	Al 2008 se ha diseñado el sistema Al 2011 se ha implementado en un 80 %	- Documento de diseño del sistema - Número de hectáreas incluidas en el sistema. - Número de productores - Número de Centros de Empaque	<u>Mesa de Trabajo</u> Organizaciones de productores Empresas Exportadoras SENASA
1.4.3	Establecer alianzas estratégicas entre la organización de productores de banano orgánico con las Universidades, Institutos técnicos y centros de investigación regional, nacionales e internacionales.	2007 - 2011	Al 2007 se ha establecido dos Convenios y al 2008 dos más. Al 2011 se han ejecutado cinco investigaciones sobre el cultivo y procesamiento del banano orgánico.	- Número de Convenios - Número de investigaciones	<u>Mesa de Trabajo</u> Universidades Institutos técnicos Organizaciones de productores

ESTRATEGIA N° 1.5: Promover la transformación del banano orgánico para darle mayor valor agregado en la Región.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
1.5.1	Elaborar un estudio para la industrialización del banano orgánico	2008	Al 2008 se ha formulado el estudio y determinado la viabilidad técnica y comercial.	- Documentos del estudio	<u>Mesa de Trabajo</u> Gobierno Regional
1.5.2	Promover la inversión en una o más plantas de transformación industrial del banano orgánico.	2008 - 2010	Al 2010 por lo menos una planta industrial ha iniciado sus operaciones.	- Número de plantas industriales	<u>Gobierno Regional</u> - Agencia de Promoción de Inversiones de la Región PROINVERSIÓN
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 2</b>		<b>Diversificar y consolidar la presencia de banano orgánico fresco y sus derivados de Tumbes en el mercado internacional</b>			
ESTRATEGIA N° 2.1: Impulsar un sistema de información del banano orgánico fresco y sus derivados, que genere, acopie, sistematice y difunda información especializada y actualizada.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
2.1.1	Diseñar y establecer un Sistema Regional Integrado de Información del banano orgánico sus derivados.	2007 - 2008 Años posteriores se actualiza	El 2008 se ha diseñado he implementado el Sistema que incluye los siguientes módulos: (i) Base de datos de agricultores, exportadores, organizaciones asociativas y proveedores (ii) información técnica del cultivo y del procesamiento (iii) mercados y (iv) aspectos normativos y procedimientos relacionados a la producción y la exportación	- Documento de diseño - Número instituciones integrantes del sistema como generadores y sistematizadores de información - Número de medios de difusión - Número de usuarios	<u>Mesa de Trabajo</u> DR Agraria DR PRODUCE DIRCETUR INIEA Universidades Organizaciones de productores
2.1.2	Conformar un Comité Técnico sobre Mercados en la Mesa de Trabajo del banano orgánico.	2007 - 2011	Al 2007 se ha constituido Comité Técnico y establecido Plan Operativo Anual. Al 2011 se ha cumplido el 90 % de los Planes	- Un Comité Técnico constituido - Actividades coordinadas o ejecutadas	<u>Mesa de Trabajo</u>
2.1.3	Elaborar un estudio de mercado para los derivados de banano convencional y orgánico.	2007	Para el 2007 se ha realizado el estudio de mercado y se definen los derivados promisorios para el banano de Tumbes.	-Número de mercados estudiados -Número de derivados de banano estudiados	PROMPEX DIRCETUR Comité Técnico de Mercado de la Mesa de Trabajo
2.1.4	Realizar el monitoreo de los mercados del banano orgánico y del comercio justo, especialmente de Japón, EE.UU y Países Bajos	2007 – 2011	Cada semestre se ha emitido reportes sobre la situación de los mercados.	- Número de reportes	<u>Comité Técnico de Mercados de la Mesa de Trabajo</u> PROMPEX DIRCETUR
2.1.5	Realizar el seguimiento de la producción y exportaciones de Ecuador, República Dominicana y otros países competidores.	2007 – 2011	Cada semestre se ha emitido reportes de inteligencia de mercados.	- Número de reportes	<u>Comité Técnico de Mercados de la Mesa de Trabajo</u> PROMPEX DIRCETUR

ESTRATEGIA N° 2.2: Mejorar el conocimiento de los actores de la cadena del banano orgánico en Tumbes respecto al mercado y ampliar su capacidad de gestión comercial internacional.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
2.2.1	Capacitar en la búsqueda e interpretación de información de mercados a los productores, exportadores y organizaciones que brindan asistencia técnica y asesoría.	2008	El 2008 se ha realizado un curso de capacitación a representantes de organizaciones de productores, procesadores e instituciones sobre el uso del sistema de información de la cadena.	- Documentos de contenidos del curso - Número de participantes	<u>PROMPEX</u> <u>MINCETUR</u> <u>DIRCETUR</u>
2.2.2	Intervenir emitiendo opinión en las Negociaciones Internacionales de acuerdos comerciales, Codex Alimentarius y otros temas relacionados al acceso a los mercados internacionales.	2007 - 2011	Al 2007 los organismos centrales responsables de las Negociaciones Internacionales han incluido a la Mesa de Trabajo en la relación de organizaciones de consulta. Al 2011 la Mesa de Trabajo ha informado a las autoridades sobre problemas de acceso a los mercados y emitido opinión o respondido el 90 % de las comunicaciones recibidas por escrito.	- Número de comunicaciones informando sobre problemas de acceso a los mercados internacionales - Número de opiniones o posiciones emitidas	<u>Mesa de Trabajo</u> <u>DIRCETUR</u> <u>MINCETUR</u> <u>M. RR.EE.</u> <u>PRODUCE</u> <u>MINAG</u> <u>DIGESA</u> <u>SENASA</u>
2.2.3	Establecer relaciones de cooperación e integración con principales socios comerciales nacionales y del extranjero.	2007-2009	Al 2007 APROCAT ha ratificado su alianza con CEPICAFÉ para el procesamiento y exportación a través de la planta piloto. Al 2008 APROCAT ha establecido alianzas con potenciales socios para la inversión en la planta procesadora.	- Número de acuerdos, convenios o contratos	<u>Organizaciones de productores y empresas exportadoras</u>
ESTRATEGIA N° 2.3: Promover los derivados de banano orgánico de Tumbes en los mercados internacionales proyectando una imagen de diferenciación.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
2.3.1	Evaluar la aplicación de un signo distintivo para el banano orgánico de Tumbes	2008	Al 2008 se ha elaborado un informe técnico.	- Documento del Informe	<u>DIRCETUR</u> <u>INDECOPI</u> <u>Mesa de Trabajo</u>
2.3.2	Diseñar e implementar una página web para promover la oferta del banano orgánico de Tumbes. Colocarla en el Portal Regional, en el SIICEX y otros canales de difusión.	2008	Al 2007 se difunde la oferta exportable del banano orgánico de Tumbes a través de una página web.	- Una página web - Número de portales de alojamiento	<u>DIRCETUR</u> <u>CERX</u> <u>Mesa de Trabajo</u> <u>SIICEX</u>
2.3.3	Diseñar y editar un catálogo virtual e impreso en varios idiomas (mínimo español, inglés, japonés y alemán) de la oferta Regional del banano orgánico.	2008	Al 2008 se cuenta con un catálogo virtual. Al 2008 se cuenta con un catálogo impreso.	- Un Catálogo virtual - Tiraje del Catálogo impreso	<u>Mesa de Trabajo</u> <u>DIRCETUR</u>
2.3.4	Participación en misiones comerciales, ruedas de negocios, ferias internacionales.	2007 - 2011	Al 2011 representantes de las empresas exportadoras han participado todos los años en eventos internacionales de promoción comercial.	- Número de eventos de promoción comercial - Número de empresas participantes	<u>Empresas exportadoras</u> <u>DIRCETUR</u> <u>PROMPEX</u> <u>M. RR.EE</u>
2.3.5	Difundir la oferta exportable del banano orgánico de Tumbes coordinando con Misiones diplomáticas del Perú en los mercados objetivos.	2007 -2008	Al 2008 se informa a todas las delegaciones diplomáticas y Consejeros comerciales sobre el banano orgánico de Tumbes	- Documentos de información - Número de misiones diplomáticas informadas	<u>M. RR.EE.</u> <u>Mesa de Trabajo</u>

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 3</b>		<b>Contar con mecanismos eficaces que faciliten la exportación de banano orgánico y sus derivados, permitiendo el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores condiciones de calidad y precio.</b>			
ESTRATEGIA N° 3.1: Implementar mecanismos de concertación entre el sector público y privado y generar insumos para adecuar el marco legal a las características de los agronegocios de Tumbes e implementar mecanismos de concertación entre el sector público y privado para propiciar el desarrollo articulado de la cadena del banano orgánico de Tumbes.					
ACCIONES ESPECÍFICAS	PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES	
3.1.1	Elaborar un documento que analice las políticas, funciones y capacidades de las instituciones públicas nacionales, regionales y locales que den o puedan dar soporte al desarrollo de la cadena del banano orgánico de Tumbes.	2007	Al 2007 se conocen las funciones y capacidades de las instituciones públicas que dan o pueden dar soporte a la cadena del banano orgánico.	- Documento de análisis - Número de instituciones públicas que dan o pueden dar soporte a la cadena del banano orgánico	<u>Mesa de Trabajo</u> Gobierno Regional DIRCETUR
3.1.2	Analizar la situación jurídica y tributaria de las Organizaciones Asociativas de los Productores, para proponer cambios al marco normativo y procedimientos en caso limite su fortalecimiento y articulación con el mercado.	2007	Al 2007 se ha elaborado un informe que incluye diagnóstico y propuestas de solución.	- Documento del Informe	<u>Mesa de Trabajo</u>
3.1.3	Establecer un Acuerdo de Competitividad de la Cadena del banano orgánico de Tumbes, tomando como referencia para los compromisos los documentos generados en las actividades 3.1.1 y 3.1.2.	2007	Al 2007 se ha establecido un Acuerdo de Competitividad que define mecanismos y acciones concretas por parte del Estado para facilitar el desarrollo de la cadena del banano orgánico de Tumbes. Los agentes económicos se comprometen a logros de inversión, producción, productividad, calidad y exportaciones.	- Número de instituciones públicas participantes - Número de organizaciones de productores - Número de empresas exportadoras - Número de compromisos del sector público - Número de compromisos del sector privado	<u>CNC</u> Gobierno Regional MINCETUR MINAG PRODUCE Mesa de Trabajo Organizaciones de productores Empresas exportado.
ESTRATEGIA N° 3.2: Mejorar las condiciones de riego, comunicación vial e infraestructura para la producción agraria.					
ACCIONES ESPECÍFICAS	PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES	
3.2.1	Elaborar un diagnóstico sobre la situación de la conexión vial de las zonas de producción del banano orgánico a los centros de acopio y principales ejes viales. y una propuesta para su mejora y mantenimiento.	2007	Al 2007 se ha elaborado el diagnóstico y propuesta de mejoramiento y mantenimiento de la infraestructura vial de carácter regional y local.	- Documento de diagnóstico	DR Transporte y Comunicaciones DR Agraria
3.2.2	Incorporar en el presupuesto participativo del Gobierno Regional y Gobiernos locales la mejora de los accesos viales priorizados según documento generado en la actividad 3.2.1.	2007	En el 2007 y 2008 se han formulado proyectos para Presupuesto Participativo de los años 2008 y 2009 respectivamente.	- Número de Proyectos - Número de caminos proyectados - Monto de presupuesto	<u>Gobierno Regional</u> Gobiernos locales
3.2.3	Ampliar, mejorar y mantener la infraestructura de riego. Construir sistemas de drenaje. Acondicionar para evitar puntos de contaminación del agua.	2007 - 2011	Al 2007 se ha priorizado los proyectos para mejorar sistemas de riego y drenaje en función a los cultivos de banano orgánico y banano Al 2011 se ha ejecutado el 50% de proyectos	- Número de proyectos. Monto de los proyectos - % de avance de los proyectos	<u>Gobierno Regional</u> MINAG / DR Agraria Junta de Regantes

3.2.4	Realizar de manera permanente el monitoreo de la calidad del agua del río Tumbes	2007 -2011	Al 2007 se ha diseñado el Plan de Monitoreo y gestionado el correspondiente presupuesto	- Documento del Plan - Número de muestras de agua	<u>Gobierno Regional</u> DR Agraria CONAM
3.2.5	Electrificación del campo. Cambio de bombas o electrobombas en los terrenos altos	2007 - 20010	Al 2007 se ha formulado el Plan de electrificación Al 2011 se ha cumplido un 80 % de Plan	- Número de hectáreas con riego derivado del sistema de electrificación rural	<u>Empresa de Servicios Eléctricos</u> Gobierno Regional DR Energía y Minas
3.2.6	Ampliar y mantener las obras de defensa ribereña	2007 - 2011	Al 2011 se han completado las obras en los puntos críticos	- Número de obras. - Número de desbordes	<u>Gobierno Regional</u> DR Agraria
3.2.7	Prevía evaluación de la viabilidad, diseñar y ejecutar un proyecto para la instalación de un sistema de cablería para el acopio del banano de los campos de cultivo	2008- 20011	Al 2008 se ha elaborado el proyecto y gestionado su financiamiento Al 2011 el 50 % de las áreas de cultivo cuentan con un sistema de cablería.	- Documento del Proyecto - Número de Hectáreas con cablería	<u>Organización de Productores</u> Gobierno Regional DR Agraria
<b>ESTRATEGIA N° 3.3: Facilitar el acceso al financiamiento de los actores de la cadena del banano orgánico de Tumbes.</b>					
<b>ACCIONES ESPECÍFICAS</b>		<b>PERIODO DE EJECUCIÓN</b>	<b>METAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTITUCIONES PARTICIPANTES</b>
3.3.1	Elaborar y actualizar una base de datos de fuentes de financiamiento retornable y no retornable.	2007	Al 2007 se ha elaborado la base de datos que es parte del módulo de proveedores del Sistema de Regional Integrado de Información del banano orgánico Los años siguientes se actualiza periódicamente	- Número de fuentes de financiamiento registradas	<u>Mesa de Trabajo</u> BCR Tumbes ONGs APCI
3.3.2	Coordinar con fuentes de financiamiento la canalización de recursos a los actores de la cadena del banano orgánico.	2007 - 2011	Al 2007 se han establecido mecanismos de coordinación con Agrobanco Al 2007 se ha presentado la Mesa de Trabajo a otras fuentes de financiamiento retornables y no retornables como interlocutor de la cadena	- Monto de créditos otorgados a los agricultores y procesadores	<u>Mesa de Trabajo</u> MINAG AGROBANCO
3.3.3	Gestionar el financiamiento para la instalación o reacondicionamiento de los centros de empaque de banano fresco y las plantas de industrialización de los derivados del banano.	2008 -2011	Al 2011 se ha logrado financiamiento para los centros de empaque nuevos y reacondicionados Al 2011 se ha logrado el financiamiento de las plantas agroindustriales.	- Número de centros de empaque financiados. - Número de plantas agroindustriales financiadas - Monto del financiamiento	<u>Organizaciones de productores</u> <u>Empresas exportadoras</u> <u>Empresas agroindustriales</u>
3.3.4	Difusión de una Guía Básica de información sobre los instrumentos financieros y requisitos de acceso para las diferentes fases de la cadena.	2007 - 2008	Al 2008 se ha difundido entre los productores de banano orgánico y sus organizaciones una Guía Básica.	- Documento de la Guía - Tiraje de la impresión del documento	<u>CERX Tumbes</u> Gobierno Regional
<b>ESTRATEGIA N° 3.4: Facilitar el acceso de productores y empresas exportadoras a registros, certificaciones y autorizaciones.</b>					
<b>ACCIONES ESPECÍFICAS</b>		<b>PERIODOS DE EJECUCIÓN</b>	<b>METAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTITUCIONES PARTICIPANTES</b>
3.4.1	Capacitar y asesorar en la formalización de las unidades productivas.	2007 - 2009	Al 2007 se han realizado cursos de capacitación sobre aspectos legales, administrativos y tributarios de las unidades productivas agrarias y agroindustriales. Al 2009 el 80 % de las unidades productivas están debidamente registradas.	- Contenido de los Cursos - Número de participantes - Número de unidades productivas formalizadas con título de propiedad	<u>MINAG</u> <u>DR Agraria</u> SUNAT

3.4.2	Facilitar el registro de nuevas adquisiciones de áreas de cultivo	2007 - 2008	Al 2008 se ha simplificado el procedimiento de la titulación.	- Número de días de aprobación - Costo de la titulación	<u>MINAG-PET</u>
3.4.3	Facilitar la acreditación del Centro Experimental de producción de semillas certificada	2007 - 2008	Al 2007 autoridades del sector agrario brindan su apoyo en Proyecto del Centro Experimental de producción de semillas. Al 2009 se ha acreditado el Centro Experimental.	- Número de días de aprobación - Costo de la acreditación	<u>SENASA</u> DR Agraria
3.4.4	Facilitar certificación orgánica de áreas de cultivo.	2007 - 2011	Al 2007 se ha diseñado y aprobado un mecanismo que facilita financiamiento para cubrir la certificación. Al 2011 las áreas certificadas son acordes a las necesidades para satisfacer demanda internacional de banano orgánico.	- Línea de Crédito puesta a disposición - Número de hectáreas certificadas	<u>MINAG</u> <u>CONAPO</u> AGROBANCO
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 4</b>		<b>Desarrollar una cultura exportadora con visión global y estratégica que fomente capacidades de emprendimiento y buenas prácticas comerciales basadas en valores.</b>			
ESTRATEGIA N° 4.1: Impulsar políticas y mecanismos institucionales que aseguren la ejecución del Plan, su retroalimentación y el desarrollo integral y equitativo de la Cadena del Banano orgánico de Tumbes.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
4.1.1	Conformación y gestión de una Mesa de Trabajo del Banano orgánico para que lidere ejecución del Plan Operativo.	2007 - 2011	Al 2007 se conforma y reconoce la Mesa de Trabajo como interlocutor de la cadena exportadora del banano orgánico Al 2007 la Mesa de Trabajo elabora su primer Plan Operativo Anual e inicia su ejecución.	- Norma de reconocimiento - Documentos de Planes, Actas, Acuerdos de Convenios.	<u>Gobierno Regional</u> Mesa de Trabajo Integrantes de la Mesa MINCETUR CNC
4.1.2	Articular las políticas, proyectos y programas que se ejecutan en Tumbes para el desarrollo de la cadena del banano orgánico.	2007 - 2011	Al 2008 se han articulado las políticas y proyectos institucionales y privados.	- Número de Instituciones que coordinan actividades - Número de actividades coordinadas	<u>Mesa de Trabajo</u> DIRCETUR MINAG DR Agraria PRODUCE
4.1.3	Realizar el seguimiento y evaluación del desempeño de la cadena de banano orgánico de Tumbes.	2007 - 2011	Al 2007 se ha diseñado el sistema evaluación del desempeño de la cadena de banano orgánico. Se implementa el 2008.	- Red electrónica para seguimiento de ejecución del POP y POAs	<u>Mesa de Trabajo</u> CERX MINCETUR MINAG PRODUCE
ESTRATEGIA N° 4.2: Fortalecer la Asociatividad y mejorar las capacidades para el manejo del negocio agrícola y agroindustrial de una cadena exportadora formando una cultura organizacional de coordinación y cooperación con visión empresarial.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
4.2.1	Capacitar y asesorar en gestión de Organizaciones Asociativas.	2007 - 2011	El 2007 se ha capacitado al 20% de productores Al 2008 se ha brindado asesoría organizacional. A las asociaciones de productores y cuentan con Planes Operativos en ejecución. Al 2011 el 80 % de Asociaciones de base tienen Planes Operativos en ejecución.	- Programa de la capacitación - Número de participantes - Número de asociaciones asesoradas - Documentos de Planes Operativos	<u>Mesa de Trabajo</u> Gobierno Regional MINCETUR y MINAG

4.2.2	Capacitar y asesorar a los productores y procesadores sobre mecanismos de articulación de cadenas de exportación,	2007 - 2008	El 2008 se ha capacitado y asesorado sobre mecanismos de articulación de cadenas de exportación.	- Documentos de contenidos del curso - Número de participantes	<u>CERX TUMBES</u> MINCETUR DIRCETUR Mesa de trabajo
4.2.3	Capacitar y asesorar en técnicas de negociación y establecimiento de contratos con compradores nacionales e internacionales.	2007 - 2008	El 2008 se ha capacitado en técnicas de negociación y establecimiento de contratos (Ambas actividades son parte de un Programa de capacitación para los actores de las cadenas exportadoras de Tumbes).	- Documentos de contenidos del curso - Número de participantes	<u>CERX TUMBES</u> MINCETUR DIRCETUR Mesa de trabajo
4.2.4	Capacitación en instrumentos de gestión de las unidades agrarias, los centros de empaque y empresas exportadoras	2007 - 2008	Al 2007 los productores y procesadores han participado en una actividad de capacitación en Planes de Negocios. Al 2008 los productores agrarios han participado en un curso sobre gestión de negocios agrarios. Al 2008 los técnicos y funcionarios de la planta piloto y los promotores de la planta de procesamiento han participado en un curso sobre gestión de empresas agroindustriales. Al 2008 los productores y procesadores han participado en un curso sobre Buenas Prácticas Comerciales (La capacitación es organizada por el CERX para diferentes cadenas exportadoras de la Región).	- Documentos de contenidos del curso - Número de participantes	<u>CERX TUMBES</u> MINCETUR DIRCETUR Mesa de Trabajo
4.2.5	Realizar un Concurso para incentivar entre los productores la aplicación de mejoras tecnológicas y la innovación productiva y comercial.	2008 - 2011	El 2008 se diseña y realiza la primera versión del Concurso. Los años siguientes se replica el Concurso.	- Documento de Convocatoria y Bases - Número de propuestas recibidas - Número de iniciativas premiadas	<u>Gobierno Regional</u> DR Agraria DR Produce DIRCETUR
<b>ESTRATEGIA N° 4.3: Promover una actitud favorable de la sociedad civil de la Región hacia la actividad exportadora de banano orgánico.</b>					
<b>ACCIONES ESPECÍFICAS</b>		<b>PERIODO DE EJECUCIÓN</b>	<b>METAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTITUCIONES PARTICIPANTES</b>
4.3.1	Elaborar y difundir periódicamente artículos y notas de prensa sobre la producción, procesamiento y exportación del banano orgánico de Tumbes y los avances de la ejecución del Plan Operativo	2007 - 2011	Al 2007 se ha definido la política de difusión de la Mesa de Trabajo y se ha iniciado la difusión de información por medios masivos de la Región.	- Documento de política de difusión. - Número de artículos y notas de prensa.	<u>Mesa de Trabajo</u> DIRCETUR
4.3.2	Organizar visitas de campo periódicamente de principales autoridades y representantes de la sociedad civil	2007 - 2011	Al 2011 se ha realizado anualmente visitas a los campos de cultivo y centros de empaque	- Número de visitantes.	<u>Mesa de trabajo</u> Organizaciones de productores Centros de Empaque
4.3.3	Formular y ejecutar de Planes Integrales de Gestión de Residuos Sólidos – PIGARS y realizar campañas de concientización de la población urbana y rural en relación a la disposición de la basura para cuidar el medio ambiente necesario para garantizar una producción orgánica	2007 - 2008	Al 2007 se ha diseñado y dado inicio a la campaña para la población y se ha logrado el compromiso de algunos gobiernos locales. Al 2011 se ha mejorado la disposición final de la basura.	- Número de gobiernos locales con Planes Integrales de Gestión de Residuos Sólidos – PIGARS. - % de avance de los planes.	<u>Gobiernos locales</u> CAR Tumbes CONAM

ESTRATEGIA N° 4.4: Orientar la formación de los recursos humanos de la región para que satisfagan los requerimientos de la Cadena del banano orgánico.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
4.4.1	Organizar un Congreso Anual Regional sobre el Banano orgánico y producción orgánica.	2007 - 2011	El 2007 se realiza el Primer Congreso Regional del Banano orgánico. Se replica cada año.	- Número de participantes - Número de Ponencias	<u>Universidad Nacional APPBANANO ORGÁNICO APROCAT CONAPO</u>
4.4.2	Elaboración e incorporación de contenidos sobre el banano orgánico y producción orgánica en la currícula de los colegios de la región.	2007 - 2008	Al 2008 se ha incorporado en la currícula de primaria y secundaria de los colegios de Tumbes contenidos referidos a los aspectos históricos, biológicos, agronómicos , industriales y económicos del banano orgánico.	- Documento de contenidos - Aprobación por las autoridades educativas de la Región	<u>DR de Educación</u> Gobierno Regional
4.4.3	Incorporación de temas referidos al banano orgánico, la producción orgánica y los agronegocios de exportación en cátedras de las carreras de Agronomía, Ingeniería y Administración de las Universidades e Institutos Tecnológicos de Tumbes.	2007 - 2008	Al 2008 se ha incorporado en la Currícula de las Universidades e Institutos Tecnológicos temas relacionados al banano orgánico, producción orgánica y agronegocios.	- Documento de sillabus - Aprobación por las autoridades universitarias	<u>Universidades Regionales</u>

## **BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES**

- Exportación de Banano Orgánico. Exposición del Ing. Augusto Battistini de Asín, Gerente Regional de ORGANIA S.A.C. en Viernes del Exportador, Tumbes, 11-09-06.
- FLO. 2004 [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net).
- Garibay S.V. and Richter T. 2005. The European Market for Organic and Fairtrade Products. Suiza. [www.orgprints.org](http://www.orgprints.org).
- La economía mundial del banano 1985-2002. FAO . Estudios Productos Básicos. Arias, P., et al. Roma 2004.
- Las normas sociales y ambientales, la certificación y el etiquetado de cultivos comerciales. Cora Dankers. FAO. Departamento Económico y Social. 2004. <http://www.fao.org/docrep/008/y5136s/y5136s09.htm>
- Max Havelaar.2004. Bananen. Suiza. [www.orgprints.org](http://www.orgprints.org)
- Mercado Del Banano "Biológico" y de "Comercio Equitativo". FAO. Comité de Problemas de Productos Básicos Grupo Intergubernamental Sobre el Banano y las Frutas Tropicales. 1999
- Mercado Europeo de Banano Orgánico y Comercio Justo. ECOMERCADOS. FIBL-SECO-Inter Cooperation. Nicaragua. 2005.
- Mercado Mundial de Ecológicos con énfasis en Banano orgánico, Panela, Banano y Frutas Promisorias. Observatorio de Competitividad Corporación Colombia Internacional. 2002
- Naturaland. 2001. Organic Farming in the tropics and Subtropics. Bananas. Germany
- Perfil Dinámico y Competitividad de la Cadena Exportadora del Banano Orgánico. Diagnóstico. PENX. MINCETUR
- Programa Nacional de Banano Orgánico: Estrategias para su Desarrollo (Documento de trabajo validado en mayo del Año 2003 con los Agentes Económicos de la Cadena Productiva) MINAG-DGPA
- Un Cluster Bananero: Propuesta De Desarrollo (Valle Del Chira). Eduardo Leo Paz Monteza - [eduleopax@hotmail.com](mailto:eduleopax@hotmail.com)

## PARTICIPANTES EN LA ELABORACIÓN DEL PLAN OPERATIVO DEL BANANO ORGÁNICO DE TUMBES

- Equipo Consultor del Consorcio SASE-KIPU
  - Fernando Villarán – Asesor Técnico, Presidente de SASE
  - Sonia Arce Serpa, Jefe del Equipo, Gerente de KIPU Internacional
  - Vilma Gómez Galarza
  - Jessica Agüero Rosales
  - Teodoro Sanz Gutiérrez
  
- Equipo Técnico de la Región
  - Ing. Bertha Georgina Dominguez Granda, Dirección Regional de Agricultura de Tumbes.

Coordinación Regional:

  - Lic. Isabel Ramirez Nuñez Directora Regional de Comercio Exterior y Turismo -Tumbes
  - Lic. Ricardo Iglesias Figueroa, Área de Comercio Exterior. Dirección Regional de Comercio exterior y Turismo -Tumbes

## ANEXOS

Cuadro Anexo 1. Producción de banano / plátano. Principales países. 2000-2004							
País	miles de toneladas					Tasa Crec%	Particip %
	2000	2001	2002	2003	2004	2000 / 04	2002 / 04
India	11,343	11,399	13,499	13,502	13,384	5.1	16.2
Uganda	5,514	5,702	5,803	5,629	6,287	2.5	7.4
China	5,207	5,375	5,602	5,966	5,964	3.8	7.2
Brasil	4,768	5,169	5,244	5,561	5,478	3.6	6.7
Indonesia	3,333	3,859	3,940	3,882	4,083	4.2	4.9
Estados Unidos	3,623	3,454	3,525	3,437	3,400	-1.3	4.5
Filipinas	2,650	2,232	2,862	2,798	2,918	4.3	3.4
Colombia	2,069	2,286	2,262	2,346	2,556	4.6	3.0
Nigeria	1,969	1,999	2,058	2,103	2,103	1.8	2.6
Ghana	1,744	1,872	2,057	2,104	2,183	5.8	2.6
México	1,541	1,706	1,592	1,724	1,752	2.7	2.1
Rwanda	1,416	1,142	1,682	1,541	1,741	7.4	1.9
Ecuador	1,356	1,436	1,383	1,481	1,504	2.4	1.8
Tailandia	1,273	1,425	1,445	1,406	1,283	0.0	1.8
Camerún	1,165	1,170	1,194	1,118	1,458	4.1	1.6
Costa de Marfil	1,142	1,132	1,121	1,066	1,081	-1.7	1.4
Viet Nam	1,011	1,012	946	1,021	1,140	2.5	1.3
Congo, Rep Dem	951	942	931	937	1,354	7.3	1.3
Venezuela, Rep Boliv.	1,375	1,273	887	844	654	-17.3	1.3
Burundi	823	856	904	901	1,527	13.8	1.3
Alemania	1,000	917	922	922	916	-1.7	1.2
Kenya	910	1,006	919	921	879	-1.6	1.2
<b>Perú</b>	864	880	901	929	958	2.6	1.2
Japón	896	823	777	819	893	-0.1	1.1
otros	15,473	16,104	16,422	16,987	17,380		
<b>Total</b>	<b>73,414</b>	<b>75,173</b>	<b>78,879</b>	<b>79,944</b>	<b>82,878</b>	<b>3.1</b>	<b>100</b>

Fuente: FAO Elaborado por SASE-Kipu Internacional

**Cuadro Anexo 2. Importaciones y Exportaciones de Banano / Plátano.  
Principales Países.**

<b>IMPORTACIONES (millones de \$)</b>							
País	2000	2001	2002	2003	2004	Partc % 2000/04	Tasa %crec 2000/04
Estados Unidos	1,412	1,449	1,432	1,431	1,360	20.8	-0.9
Bélgica	526	475	583	835	1,139	10.5	23.5
Alemania	634	673	720	839	931	11.2	10.4
Japón	552	453	522	546	592	7.8	3.3
Reino Unido	506	443	496	537	574	7.5	4.6
Italia	318	348	334	386	425	5.3	7.0
Federación de Rusia	175	174	200	273	360	3.5	20.8
Francia	180	223	188	240	285	3.3	10.5
Suecia	136	139	180	206	205	2.5	12.9
Canadá	143	150	162	188	182	2.4	7.4
Holanda	119	107	119	125	136	1.8	4.2
Polonia	102	110	108	111	125	1.6	4.2
Portugal	78	112	92	93	97	1.4	2.6
Rep. Checa	39	44	52	53	95	0.8	21.8
China	170	99	76	95	95	1.6	-11.4
otros	1,041	1,125	1,200	1,374	1,395	18.0	8.2
<b>Total</b>	<b>6,133</b>	<b>6,121</b>	<b>6,464</b>	<b>7,332</b>	<b>7,996</b>	<b>100.0</b>	<b>7.4</b>

Fuente: Comtrade

Elaborado por SASE-Kipu Internacional

<b>EXPORTACIONES (millones de \$)</b>							
País	2000	2001	2002	2003	2004	Partc % 2000/04	Tasa %crec 2000/04
Ecuador	821	847	970	1,100	1,023	21.0	7.3
Bélgica	671	680	674	768	906	16.3	7.5
Costa Rica	553	509	479	563	556	11.7	1.1
Colombia	481	408	440	425	432	9.7	-1.7
Filipinas	292	298	309	333	327	6.9	3.4
Guatemala	178	201	239	236	249	4.9	8.7
Alemania	82	121	163	159	233	3.3	26.6
Estados Unidos	162	165	175	207	205	4.0	7.2
Francia	126	122	123	123	145	2.8	3.0
Italia	117	104	97	102	119	2.4	0.2
Panamá	149	122	110	106	108	2.6	-7.5
Camerun		46		71	75	0.8	
España	90	55	50	65	68	1.4	-3.7
Suecia	12	16	35	49	54	0.7	50.9
Polonia	4	4	4	5	50	0.3	64.9
Holanda	45	52	43	28	33	0.9	-11.8
Rep. Checa	1	1	3	2	27	0.2	101.8
Brasil	13	16	34	31	27	0.5	23.0
Turquía	27	23	19	21	25	0.5	-2.3
Portugal	15	37	17	23	23	0.5	4.3
otros	441	415	386	424	231	8.4	-11.9
<b>Total</b>	<b>4,278</b>	<b>4,243</b>	<b>4,370</b>	<b>4,840</b>	<b>4,918</b>	<b>100.0</b>	<b>4.2</b>

Fuente: Comtrade

Elaborado por SASE-Kipu Internacional

Cuadro Anexo 3. Exportaciones de banano / plátano del Perú. Valor, cantidad y precios. 1995-2005

Año	Valor miles \$	Cantidad t	precio FOB \$ / t
1995	75	0.7	100
1996	57	0.6	100
1997	42	0.4	100
1998	0.01	0.0	
1999	0.2	0.0	
2000	264	0.9	309
2001	2,409	8.2	293
2002	6,182	19.1	324
2003	7,284	19.4	376
2004	10,598	27.3	388
2005	17,662	42.9	412
tasa % crecimiento 2001 /05	57.2	44.2	9.0

Fuente: Prompex  
Elaborado por SASE-Kipu Internacional

Cuadro Anexo 4. Exportaciones de banano / plátano del Perú. Por país de destino y año (en miles de US\$)

País de destino	2000	2001	2002	2003	2004
Estados Unidos	264	2,026	3,528	4,971	4,691
Bélgica		18	1,271	958	2,095
Holanda		259	110	1,236	2,082
Japón				53	1,446
Alemania			1,164		129
Ecuador					76
Reino Unido		53		66	72
China					7
Otras Areas	0.2	0.2		0.02	0.2
Francia		36	109		
España		16			
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>2,409</b>	<b>6,182</b>	<b>7,284</b>	<b>10,598</b>

Fuente: Prompex  
Elaborado por SASE-Kipu Internacional

Cuadro Anexo 5. Estados Unidos. Importaciones de bananos / plátanos. Por país de origen. (millones de US\$)							
País	2000	2001	2002	2003	2004	Tasa %crec 2000/04	Partc % 2000/04
Guatemala	237.8	292.4	314.6	328.2	337.4	8.5	21.3
Ecuador	334.9	349.4	385.7	369.5	319.4	-0.4	24.9
Costa Rica	416.3	390.1	307.1	345.2	291.5	-8.0	24.7
Colombia	262.6	218.8	225.8	202.2	189.1	-7.1	15.5
Honduras	100.2	139.5	149.4	142.8	168.7	11.3	9.9
Nicaragua	0.6	10.7	10.4	14.8	14.1	94.4	0.7
Mexico	30.7	23.2	16.3	13.6	13.4	-19.7	1.4
Venezuela	12.4	7.9	8.1	3.1	6.6	-19.5	0.5
Peru	0.4	3.3	8.9	5.7	5.6	83.0	0.3
Thailand	0.0	0.1	0.0	0.5	4.3	241.6	0.1
Dominican Rep.	3.9	4.3	2.2	1.5	3.1	-14.2	0.2
Philippines	1.1	1.5	1.3	1.3	1.7	7.1	0.1
Otros	10.4	6.4	0.9	0.7	3.0		
<b>Total</b>	<b>1,411.3</b>	<b>1,447.6</b>	<b>1,430.6</b>	<b>1,429.1</b>	<b>1,357.9</b>	<b>-0.9</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Comtrade Elaborado por SASE-Kipu Internacional

Cuadro Anexo 6. Bélgica. Importaciones de bananos / plátanos. Por país de origen. (millones de US\$)							
País	2000	2001	2002	2003	2004	Tasa %crec 2000/04	Partc % 2000/04
Colombia	147.1	130.2	198.0	274.0	412.3	32.4	32.9
Costa Rica	119.2	128.0	133.8	193.1	232.7	19.1	22.8
Ecuador	80.1	89.0	81.2	126.6	198.5	24.2	16.3
Costa de Marfil	24.4	18.4	35.6	81.2	96.8	52.8	7.3
Panama	45.1	43.8	61.5	56.8	70.6	12.2	7.9
Rep. Dominicana	6.8	10.3	15.2	18.3	23.7	35.9	2.1
Camerún	45.6	24.4	15.9	33.6	23.4	-9.7	4.0
Venezuela	4.9	7.7	7.5	12.8	23.0	43.5	1.6
Honduras	22.5	1.8	11.3	9.1	21.9	17.1	1.9
Francia	4.5	7.0	7.9	8.5	8.2	14.9	1.0
<b>Perú</b>		0.3	1.7	2.2	7.2	104.6	0.3
Holanda	5.4	6.3	4.5	5.9	7.1	5.3	0.8
Alemania	3.7	1.7	2.4	4.0	3.4	7.1	0.4
Ghana		0.0	0.0	0.6	2.2		0.1
Italia	0.3	0.2	0.1	0.6	0.6	30.2	0.1
Otros	12.3	1.1	0.8	1.2	1.7		
<b>Total</b>	<b>521.8</b>	<b>470.2</b>	<b>577.4</b>	<b>828.5</b>	<b>1,133.3</b>	<b>23.6</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Comtrade Elaborado por SASE-Kipu Internacional