



Producción del plátano en Venezuela y el mercado mundial

Gustavo Martínez^{1*}, E. Delgado², J. C. Rey¹, C. Jiménez², R. Pargas¹, y E. Manzanilla¹

¹Instituto Nacional de Investigaciones Agrícolas, Centro Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIA-CENIAP), Maracay.

*Correo electrónico: martinezgve@inia.gob.ve.

²INIA- Barinas. Barinas.

Introducción

Aspectos sobre producción mundial y nacional

Las exportaciones y el mercado internacional

Las importaciones

Características del plátano de exportación

Aspectos más resaltantes sobre el consumo mundial

Consideraciones finales

Conclusiones

Fuentes consultadas

Palabras clave: Plátano, producción mundial, Venezuela, mercado, estadística.

Introducción

La producción mundial de plátano (*Musa AAB*), a pesar de ser considerado un producto extraño y exótico en muchos países, ha mostrado una tasa de crecimiento en continuo ascenso, en los últimos diez años y, específicamente, durante el año 2007, fue de 34.444.795 tm (equivalente a 11,4% de incremento en ese periodo). Los mayores aportes lo hacen África, América Latina y el Caribe (LAC) y en último lugar Asia (FAO, 2008).

La producción de este rubro en Venezuela se hace en gran parte de la manera tradicional y representa un aspecto importante en la economía campesina (pequeños productores). Este cultivo es de suma importancia y goza de una marcada dispersión geográfica, colocándose

como elemento básico en la seguridad alimentaria de los países.

A través de su historia, el plátano se ha manejado por métodos tradicionales. En la época colonial fue un cultivo de patio casero que servía para autoabastecer el núcleo familiar que fue extendiéndose paulatinamente al comercio local, a la pequeña y mediana industria, hasta alcanzar el comercio nacional (Navas, 1997).

Uno de los eventos más significativos del siglo XX en nuestro país relacionado con este cultivo, fue el paso de la explotación del clon Dominico hacia el clon Hartón. Aunque se originaron problemas trascendentales durante esta evolución tales como la presencia de nematodos de las raíces en la década de los 50, intensificación de plagas del follaje y expansión de la *Erwinia* durante los 70 y la constante inci-

dencia cíclica de los vientos, estos no causaron el impacto necesario para inducir cambios en los sistemas de producción de la época.

La investigación en campo, se inició en la década de los años 70, lográndose introducir algunas modificaciones en el régimen de producción y en la mentalidad de los productores (Navas, 1997).

Varios trabajos coinciden en señalar que la aparición de la enfermedad sigatoka negra en el país, a partir de 1991, conllevó a una transformación total en la industria del plátano, asumiéndose que la incidencia de esta enfermedad originó, paradójicamente, beneficio al cultivo en el sentido de un mayor incentivo para la investigación, atención al cultivo y más actividades de campo (Nava, 1997; Martínez et al., 2000 y Martínez et al., 2006).

En la actualidad, la producción de plátano en Venezuela está basada exclusivamente en el clon Hartón gigante, aunque existen otros clones menos explotados a nivel comercial en diferentes condiciones agroecológicas, que van desde los 0 hasta 800 msnm (Martínez et al., 2006; Nava, 1997). Los principales centros productores se encuentran concentrados en la zona Sur del Lago de Maracaibo (Zulia, Trujillo, Mérida y Táchira), lo que tiene particular importancia, debido a las condiciones agroecológicas existentes que hace que en esta región aporte cerca del 70% de la producción nacional. Otras zonas productoras se ubican en los estados Yaracuy, Miranda, Barinas, zona alta de Apure, Monagas y Delta Amacuro, aunque también es posible encontrarlo en otros estados en menor escala (Navas, 1997; Martínez et al., 2007).

A pesar de ser considerado como alimento clave en la dieta diaria de muchas familias en innumerables países, los pocos datos existentes sobre la producción de este rubro, sólo son referidos al comportamiento del cultivo de manera general. Este trabajo tiene como objetivo, indicar la situación actual del cultivo en Venezuela desde el punto de vista de la producción y su relación con el mercado internacional, utilizando para ello datos estadísticos referenciales (FAO y FEDEAGRO), consulta de algunas referencias bibliográficas, visitas a las

diferentes zonas de producción y entrevistas a productores.

Aspectos sobre producción mundial y nacional

La mayor parte de la producción mundial de plátano, va dirigida al consumo interno de los países. Se estima que sólo el 1% del total producido en el mundo es comercializado internacionalmente (Rodríguez y Rodríguez, 2001; Velásquez y Giraldo, 2004). Esto es especialmente válido para los países africanos, los cuales, a pesar de ser los mayores productores mundiales, tienen una participación muy discreta en el mercado global, debido a la alta demanda interna de sus países (CORPOICA, 2001; Velásquez y Giraldo, 2004).

Indicar o estimar algunos datos sobre la estadística de este cultivo a nivel mundial, no ha sido fácil. La mayoría de las estadísticas son referidas al banano y, los pocos datos existentes sobre plátano, infieren sobre su comportamiento a nivel local o regional. Esta situación se agrava aún más al observar que en algunos países como España, la nominación general del término plátano es dada a todos los frutos del género *Musa*, lo cual da origen a sobrestimaciones o interpretaciones erradas sobre las estadísticas de este rubro.

La naturaleza de estos datos es tan cambiante, lo que amerita su constante revisión. Velásquez y Giraldo (2004) señalan que para el año 2003, Uganda era el principal productor mundial de plátano. En América Latina, Colombia y Ecuador eran los principales productores, mientras que Venezuela se ubicaba la 16^{ava} posición a nivel mundial y en la 5^{ta} posición entre los países de LAC. En cuanto al rendimiento, Perú (12,3 tm/ha) y Sri Lanka (11,7 tm/ha), fueron señalados como los países con los mayores valores.

Para el año 2007, la FAO indica que la contribución a la producción mundial es dada por el 70,12% de África, 26,55% de LAC y 3,3% de Asia (Figura 1) y las primeras posiciones son conservadas por Uganda y Colombia pero las restantes son dominadas por Ghana, Nigeria, Rwanda, Perú, mientras que Ecuador fue des-

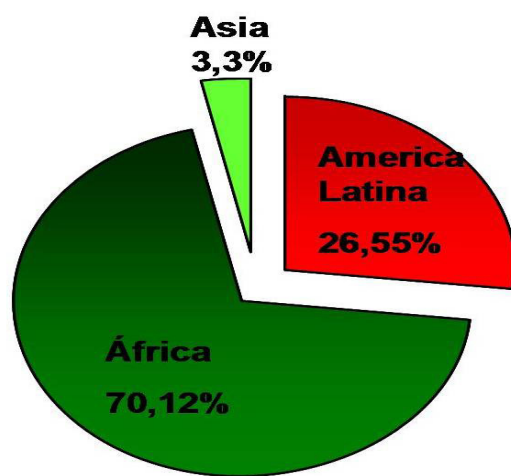


Figura 1.- Relación porcentual del aporte de África, Asia y LAC, para el año 2007 (FAO, 2007).

plazado al décimo tercer lugar y Venezuela en la posición 19. Un importante grupo de países (Figura 2) mostraron una producción en el rango de 650000 y 95000 tm para el año 2007.

En lo que respecta al rendimiento, Venezuela fue desplazada al puesto 28, y las primeras posiciones fueron ocupadas por Belice (51,25), Guatemala (39,28) y Salvador (31,17); mientras que Perú ocupó la 12ava posición y Sri Lanka la 16ava (FAO, 2007). Llama la atención que Costa Rica, presenta bajos valores de rendimiento, los cuales pueden ser interpretados como promedio nacional. Igualmente Venezuela, donde la zona sur del lago es totalmente diferente al comportamiento del promedio nacional que fue de 7,5 tm/ha y contrariamente a lo que se observa con los valores de Belice, Salvador y Guatemala.

En LAC, los diez mayores productores, en orden decreciente son: Colombia, Perú, Ecuador, Cuba, Bolivia, República Dominicana, Honduras, Haití, Guatemala y Venezuela. Aun cuando existen otros países como Panamá, Salvador, Costa Rica, Puerto Rico, Nicaragua, Belice, Jamaica, otros no menos importantes como Martinica, Guyana, Surinam, Dominica, Trinidad y Tobago, San Vicente y Granada, Guyana francesa, Santa Lucía, han contribuido, sustancialmente con el volumen total producido en el continente. En el continente africano se pueden señalar Costa

de Marfil, Camerún, Kenya, Tanzania, Guinea, Malawi, Gabón, El Congo, Liberia, Sierra Leona, entre otros (FAO, 2008).

En la relación de los diez mayores países productores, Venezuela aparece en la 7ma posición, reflejando así un carácter errático, debido a que su producción no ha presentado una tendencia creciente en los últimos años, pues entre 1998 y el 2000 se observó un ascenso en la curva de producción y a partir del 2000 se inició una fase de descenso (Figura 3). Mientras que el rendimiento estimado del 2007 ubica al país en la posición 28, reflejando así un comportamiento con tendencia a la baja (FAO, 2008; FEDEAGRO, 2008).

Las exportaciones y el mercado internacional

Los países exportadores de plátano, por lo general, son los mismos países exportadores de banano pero a diferencia del banano, el plátano no ha tenido consumo masivo en Estados Unidos y Europa, haciendo que éstas exportaciones estén destinadas específicamente al mercado latino y afroamericano.

Las exportaciones del continente americano tienen como líder a Colombia, seguido por Guatemala, Ecuador y Perú; mientras que en el continente europeo las exportaciones es-

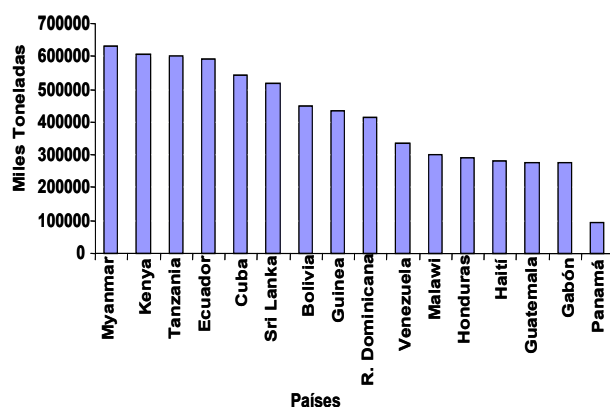


Figura 2.- Relación de países productores, correspondientes al grupo entre 650000 y 950000 tm, para el año 2007, (FAO, 2007).

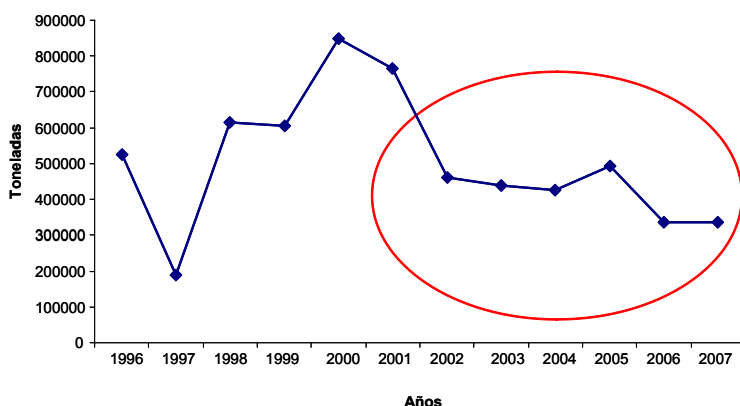


Figura.3.- Comportamiento de la producción de plátano en Venezuela, período 1996 – 2007.

tán lideradas por Bélgica (posición 5), Portugal (posición 8); Países Bajo (posición 10); Italia (posición 13), España (posición 15), Francia (posición 16), otras naciones como Alemania, Irlanda y Reino Unido contribuyen con un menor porcentaje (Figura 4).

Debe indicarse la importancia de la participación de algunos países en este renglón, ya que contribuyen de manera determinante dentro del proceso de expansión del cultivo, y distribución de su fruta, tal es el caso de Bélgica que no es un país productor de plátano pero aparece con importancia marcada en la distribución. Es un significativo reexportador para el resto de la Unión Europea, principalmente de la producción proveniente de Colombia y de sus ex colonias (Velásquez y Giraldo, 2004). Se

destaca que la mayor parte de los países exportadores del mundo se encuentran en América Latina.

Con respecto a Venezuela, aunque aparece en la novena posición entre los países de LAC; se puede señalar, que sus exportaciones en los últimos diez años presentan un comportamiento decreciente bastante acentuado, logrando sus valores máximos en 1996, para posteriormente decaer de forma drástica (Figura 5) (FE-DEAGRO, 2008). Este comportamiento se debe en gran parte, a los excelentes precios existentes del mercado nacional, que origina drástica caída en el volumen de exportación, que a consecuencia de los gastos administrativos relacionados con los contratos con empresas de transporte marítimo, entre otras, reducen

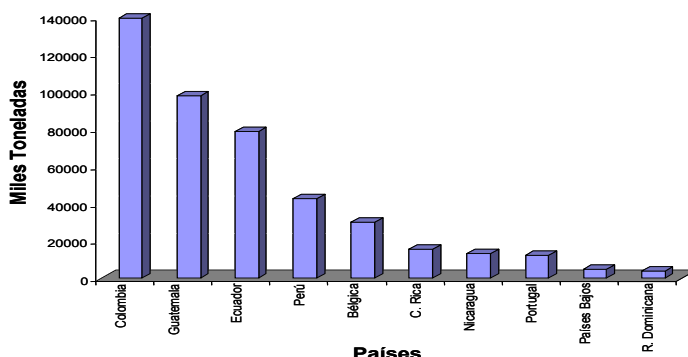


Figura 4. Relación de países exportadores, con más de 50000 toneladas, entre 1996-2005.

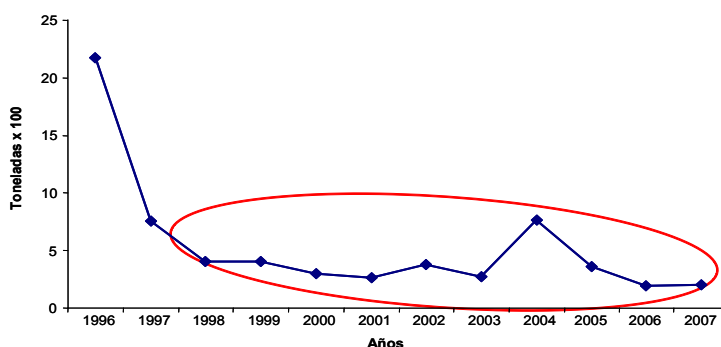


Figura 5. Comportamiento de las exportaciones Venezolanas, entre 1996 y 2007.

marcadamente el margen de ganancia esperada e involucra el operar con altos volúmenes de frutas para generar ganancias significativas. Bajo esta perspectiva, en la actualidad, y basado en las opiniones del sector productivo de la zona Sur del Lago de Maracaibo, es muy poca la cantidad exportada, y es muy probable que la cantidad reportada por las estadísticas de la FAO se correspondan a datos extemporáneos y fuera de la zona.

En el Cuadro 1 se observa la relación de los países exportadores más importante con cifras acumuladas en un periodo de 10 años (1996-2005). Se aprecia, que el mayor exportador fue Colombia, con un acumulado de 1276808 tm, equivalente al 29,28% del total. En su respectivo orden le siguen Ecuador (1069906 tm, 24,54%), Guatemala (541225 tm, 12,41%) y

Costa de Marfil (277.239 tm, 6,34%). Se destaca que en las posiciones uno y dos, con respecto a la 3ra, existe un diferencial de 50%. Venezuela, aparece en la posición 10, con 67903 tm, aportando el 1,56% del total. En orden decreciente, aparecen los Países Bajos, Nicaragua, Portugal, España, Dominica, Honduras, Panamá, San Vicente y Reino Unido.

En el año 2003, la Unión Europea era un gran importador de plátano, y gran parte de sus importaciones provenían de LAC; en este caso también Colombia aparece como el principal proveedor, seguido por Costa Rica y Ecuador. Este último se caracteriza por ser un exportador directo de plátanos a España; mientras Venezuela fue el principal abastecedor del mercado mexicano y estadounidense. En lo que respecta al mercado centroamericano y Caribe, se en-

Cuadro 1. Relación exportaciones acumuladas de países mayores de 5000 tm, en el periodo 1996-2005.

País	Monto Acumulado	%	País	Monto Acumulado	%
Colombia	1276808	29,28	Países Bajos	67161	1,54
Ecuador	1069906	24,54	Nicaragua	53602	1,23
Guatemala	541225	12,41	Portugal	33449	0,77
Costa de Marfil	277239	6,34	España	24890	0,57
Costa Rica	219056	5,02	Dominica	17610	0,40
República Dominicana	207204	4,75	Honduras	13723	0,32
Bélgica	198467	4,55	Panamá	11609	0,27
Francia	149372	3,43	San Vicente	8017	0,18
Perú	118478	2,72	Reino Unido	5014	0,12
Venezuela	67903	1,56			

Fuente Modificado de FAO, 2008

carga Costa Rica como el principal proveedor, al tiempo que realiza exportaciones directas al Reino Unido y Bélgica (Velásquez y Giraldo, 2004). Costa Rica ha ganado gran participación en el mercado de plátano a nivel mundial debido principalmente al lento crecimiento de la oferta exportable colombiana y a las bajas en la producción de Ecuador y Venezuela.

Las importaciones

Al observar los países importadores con más de 1000 tm en un periodo de 10 años (1996-2005), se observa que Estados Unidos es el mayor importador de plátano, consumiendo más del 60% de las exportaciones globales, mientras que en Europa, los mayores importa-

dores son Bélgica, Reino Unido, España, Macedonia y Francia.

Las importaciones de Estados Unidos, se basan en plátano fresco, congelado y deshidratado (chips) y se estima que el 10% del plátano importado es destinado al procesamiento, cuyo consumo ha presentado una tendencia creciente entre 1991 y 1995, con incremento de 15% (Rodríguez y Rodríguez, 2001).

Se ha observado que la tendencia creciente en el consumo de plátano en los Estados Unidos obedece principalmente al incremento de la población latina, en segundo lugar a la promoción que recibe y a la insistencia del mercado por llegarle al público anglosajón que es la mayor población estadounidense y que lo convierte en un mercado potencial muy apetecido

por los exportadores (Rodríguez y Rodríguez, 2001; Velásquez y Giraldo, 2004).

Los precios fijados en este mercado son utilizados como referencias para determinar los precios internacionales y, aún cuando Colombia y Ecuador se presentan como los mayores proveedores, el plátano venezolano es conocido como el de mayor calidad, por lo que Venezuela, llegó a manejar un nivel de precios más elevado que el resto de países exportadores (Velásquez, Giraldo, 2004). Sin embargo, es indudable que nuestro país haya perdido participación en el mercado, puesto que de haber exportado en el año 1996, 33.866 tm pasó a 3.631 toneladas en el año 2003. (Velásquez, Giraldo, 2004) y en los actuales momentos es definido como un país en retirada, al presentar los estadísticas más bajas de exportación reportados en su historia.

Los principales proveedores de plátano fresco han estado representados por Colombia, Ecuador, Costa Rica, República Dominicana y Venezuela; congelado: Venezuela, Costa Rica, Ecuador, México y Guatemala; deshidratado: son Costa Rica, Ecuador, Honduras, Colombia y México, mientras que Costa Rica, Ecuador, Honduras, los países asiáticos (Filipinas, Hong Kong y Tailandia) y Colombia, son los principales proveedores de plátano procesado (Velásquez y Giraldo, 2004).

Cada país de LAC, presenta un comportamiento distinto ante el mercado internacional.

Al observar los movimientos de exportaciones e importaciones de una de los principales países productores, como lo es Colombia, llama la atención el comportamiento del año 2000, cuando se inicia el incremento en el volumen de las importaciones, pudiéndose deducir que dicha situación es indicativo de la necesidad de cubrir tanto su consumo interno como las exportaciones (Figura 6). Aunque Colombia se caracterizó por ser el principal exportador mundial, sus importaciones desde Ecuador aumentaron en el período 1997-2002, convirtiéndolo en el segundo importador.

Ecuador envía 86% del total de sus exportaciones hacia Estados Unidos, ha disminuido su participación en este mercado durante los últimos años, se le ha considerado como la mayor competencia para Colombia. Por otro lado, el plátano colombiano es de mayor tamaño que el ecuatoriano y esto pone a Colombia en cierta ventaja para las ventas a la población latina que habita en los Estados Unidos.

Guatemala también juega un importante papel en las importaciones de los Estados Unidos. Este país pasó de tener una participación del 1,1% en el año 1995 a un 24,6% para el 2003. Esto se debe principalmente a la promoción y apoyo que ha tenido la multinacional Chiquita® en este país.

Costa Rica también perdió participación en el mercado americano, pasando de exportar 29.136 tm en el año 1999 (13,7% del total im-

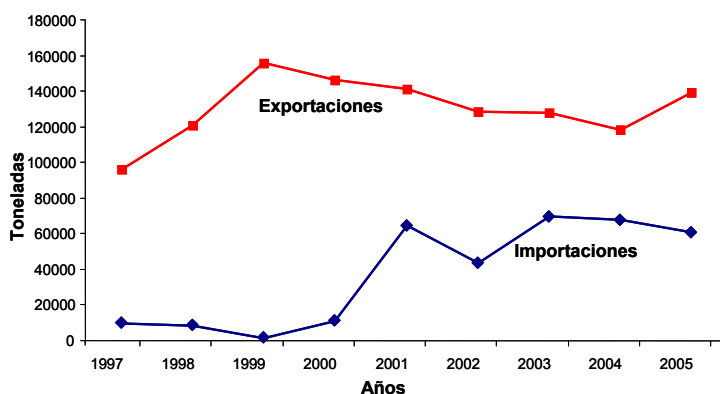


Figura 6. Comportamiento de las exportaciones e importaciones de Colombia.

portado por Estados Unidos) a 13.209 tm en el 2003 (5,6%) (Velásquez y Giraldo, 2004). Sin embargo, Barquero (2007) lo señala como el único país que presentó incremento con respecto al año 2005, situación que fue propiciada por la caída de las ventas de Ecuador y Venezuela.

En el resto de los países importadores, se indican a Eslovaquia, Trinidad y Tobago, Lituania, Luxemburgo y Croacia, entre otros, observándose que los de menor movimiento en las importaciones son Chipre, Grecia y Malta. Llama la atención el caso de Nicaragua que aparece con cifras significativas hasta el año 2004 y para el año 2005 no se indica ningún tipo de movimiento.

Características del plátano de exportación

El plátano de exportación debe presentar una apariencia excelente con dedos sueltos, corte limpio en el punto de inserción del pedúnculo, dejándose 2,5 cm de longitud como mínimo, deben ser firmes, sin presentar signos de deshidratación o suavidad anormal, además, de estar bien formados. Se rechazan plátanos excesivamente curvos. Deben estar ausentes de grietas en su cáscara, signos de marchitamiento, golpes o cicatrices, ni puntas rotas. No se toleran manchas del fruto (Gómez, 2003).

El índice de madurez requerido para el punto de cosecha del plátano de exportación depende del producto que se demanda. En este sentido, el tipo de plátano que se requiere en Reino Unido se debe cosechar verde intenso en condición pre climatérica, mientras que el fruto destinado a Holanda se puede cosechar cuando la cáscara tiene color verde menos intenso, ya que ellos aprecian el plátano que llega en estado más avanzado de maduración (color verde-amarillento) (MAGAP). Para los Estados Unidos la fruta debe tener una edad entre 9 y 12 semanas a partir de la fecha de floración (Gómez, 2003).

En general, se requiere de un grado mínimo de madurez, indicado por un color "claro trescuartos", y un tamaño entre 22 y 30 cm de largo, por dedo y 2 a 5 cm de ancho; su peso

debe oscilar entre 300 y 400 g. El plátano en este estado presenta dedos angulares; mientras avanza la madurez de la fruta en la planta, los dedos adoptan una forma menos angular y más redondeada (igual que el banano). En el mercado americano se establece la categoría de plátano "premio", aquel que mide en promedio 25,4 cm; mientras que el plátano No. 2 mide en promedio 21,59 cm de longitud; el calibre mínimo se establece en 17 (3,9 cm.); el calibre máximo de 27 (4,7 cm.) (MAGAP; Gómez, 2003). Es muy importante que se cumpla este grado mínimo, pues el estado de madurez final del producto depende de la madurez fisiológica original. Para prevenir el desarrollo de enfermedades en la corona, se recomienda colocar un protector dos minutos después del corte, o remojar la corona en una solución de thiabendazole al 0,05%. (MAGAP; Gómez, 2003).

El plátano pierde peso durante el transporte, razón por la cual se empaca un 5% de fruta adicional. Se utilizan cajas de cartón con base doble, resistentes a golpes, de 275 lb/2,5 cm². Su presentación es en cajas con capacidad entre 22 y 25 kg. (22 Unidades). Dentro de un contenedor refrigerado de 40", se pueden colocar aproximadamente 1000 cajas de este tipo (MAGAP).

La etapa de pre enfriamiento, se da a través de aire forzado, utilizando cuartos acondicionados para el enfriamiento en tránsito, a una temperatura entre 12-13,5°C. El almacenamiento prolongado bajo temperaturas menores a 12°C pueden provocar daños por enfriamiento, mientras que las superiores a 13,5°C acelerarían el proceso de maduración. La humedad relativa, recomendable es entre: 90-95% al inicio, luego se baja a 85% con ventilación. Además de daños por enfriamiento, mallugamiento, se pueden originar daños por etileno, por cuanto, a pesar de ser productor de etileno, es sensible a cantidades altas del mismo. Para evitar daños o maduración acelerada por exceso de etileno durante el tránsito o almacenamiento, se pueden colocar almohadillas absorbentes de etileno en las cajas. Se estima que la vida de tránsito y almacenamiento es

aproximadamente de 1 a 5 semanas, dependiendo del grado de madurez (MAGAP).

Aspectos más resaltantes sobre el consumo mundial

Históricamente el mayor consumo per capita (FAO, 2008), ha sido África (61%), seguido de Suramérica (15%), el Caribe (12%), Centro América (9%), y un grupo de países (3%) entre los cuales se encuentran Sri Lanka, Myanmar, Macedonia e Irlanda. Entre los países africanos, se destacan Uganda, Rwanda, Gabón, Ghana, Costa de Marfil y otros no menos importantes como Kenya, El Congo, Nigeria, Tanzania, Liberia, Malawi, Sierra Leona Guinea, Camerún (Cuadro 2).

Entre los países de Suramérica se destacan Guyana, Bolivia, Venezuela, Ecuador, Perú y Surinam, entretanto Colombia se presenta como el país con la mayor tasa de consumo. En el Caribe se destaca Cuba, con el mayor consumo seguido de República Dominicana, Dominica, Haití, San Vicente, y otros que contribuyen en menor proporción como Granada, Jamaica,

Bahamas, Barbados, Santa Lucía, Trinidad y Tobago, Antillas Holandesas. En el bloque de Centroamérica se encuentran Belice con el mayor consumo seguido de Honduras, Panamá, El Salvador, Costa Rica, Nicaragua, Guatemala (Cuadro 2).

En el caso de Colombia, se puede indicar que aproximadamente el 96% de la producción total de plátano, va dirigida al consumo como plátano fresco. Desde el año 1995 hasta 1998, el consumo presentó una tendencia decreciente, debido a una fuerte caída en la producción y en las exportaciones. En el año 1999 el consumo aumentó, debido a un crecimiento en las importaciones y en la producción. De igual manera, el consumo de comidas ligeras (Inglés: snacks) aumentó cuantiosamente entre los años 1990-1997. Esta industria fue la que mayor dinamismo presentó en el sector agroindustrial, la cual creció durante ese lapso un 200% (Velásquez y Giraldo, 2004).

Cuadro 2. Relación de países consumidores para el año 2003, expresados en kg/cápita/día

África	824	Caribe	156	Sur América	194
Uganda	171	Cuba	56	Colombia	51
Rwanda	143	R.Dominicana	19	Ecuador	40
Gabón	126	Dominica	18	Perú	34
Ghana	100	Haití	18	Guyana	20
Costa de Marfil	63	San Vicente	13	Suriname	20
Camerún	44	Granada	8	Bolivia	15
Guinea	43	Jamaica	6	Venezuela	14
Congo	25	Bahamas	6	CA	113
Kenya	23	Barbados	4	Belice	31
Guinea Bissau	20	St. Lucía	4	Honduras	30
Nigeria	16	Trinidad y Tobago	3	Panamá	25
Malawi	14	Antil. Neerl	1	El Salvador	14
Tanzania	11	Otros	44	Costa Rica	8
Liberia	11	Sri Lanka	27	Nicaragua	4
Centro Afri., Rep	8	Myanmar	9	Guatemala	1
Sierra Leona	6	Macedonia	7		
		Irlanda	1		

Fuente: Modificado de FAO, 2008

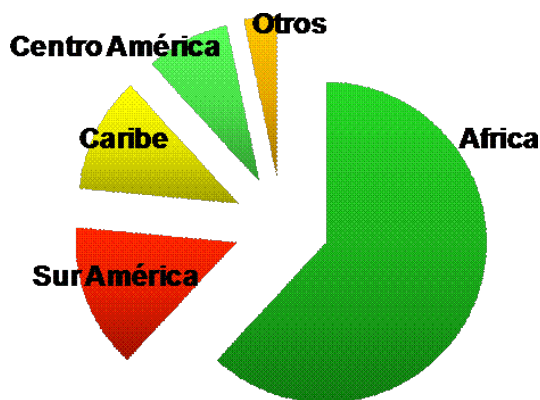


Figura 7. Distribución por áreas de los países más consumidores para el año 2003, kg/per cápita

Consideraciones finales

“La escasez de alimentos, el calentamiento global, el constante incremento de los precios del petróleo y la explosión demográfica mundial, conducen a la humanidad a la mayor crisis del siglo XXI, elevando los precios de los alimentos y extendiendo el hambre de las áreas rurales a las ciudades. Si los precios siguen aumentando, cada vez más gente alrededor del planeta será incapaz de permitirse el poder comprar la comida que necesita para vivir” (Proyecto Matriz, 2008).

La producción de rubros básicos en cada país debe ser enfocada como una clara estrategia, de carácter vital, alineada con el concepto de seguridad alimentaria y soberanía, y estará en concordancia con los planes que se tienden a establecer en un nuevo orden mundial.

Al analizar las estadísticas de los últimos años, referidas a la producción y comercio de los cultivos de plátano y banano, se observa una clara tendencia a la estabilidad del plátano como producto, el cual cada día gana mayor terreno en el ámbito internacional, aprovechando la caída del precio del banano.

El comercio exterior de plátano fresco se ha desarrollado utilizando la logística e infraestructura del banano de exportación, y en muchos casos, su comercialización se ha beneficiado de la integración vertical de la industria

bananera, las comercializadoras, a través de las cuales se exporta plátano, cuentan con sus propias fábricas de empaques plásticos y sellos y que contratan los buques de transporte (CORPOICA, 2001; Espinal, 2006; Velásquez y Giraldo, 2004).

Ciertos elementos de integración en la economía mundial, han beneficiado el establecimiento y consolidación del plátano como rubro importante en los últimos años. Paul Pilkauskas (FAO.2006), señalaba que para el año 2003, la entrada de diez nuevos miembros o países al mercado común europeo abrió lucrativas oportunidades comerciales en el sector bananero, por cuanto este mercado emergente era el más codiciado; representando la única solución al problema de la caída del precio del banano. No obstante, es poco el cambio observado en las transacciones comerciales del banano.

En la actualidad el sector bananero debe hacer frente a una serie de desafíos, entre ellos, la crisis causada por la sobreoferta de producción, que podría facilitar la entrada de otros productos alternativos y el nuevo mercado europeo (FAO, 2006).

El futuro del sector bananero está lleno de expectativas y potencialidades para los productores, debido a los cambios que se están fraguando en el comercio agrícola mundial. Condición ésta que es aprovechada por el sector platanero para facilitar la entrada de su producto en el mercado internacional y dar más énfasis en su promoción, como estrategia.

En el mercado americano, aún cuando el comercio del plátano ha tenido un comportamiento ascendente en los últimos años, la demanda del mismo como plátano fresco, durante el primer semestre de 2006, presentó una contracción continua, mes a mes. Comportamiento justificado por el desempeño de Colombia, Ecuador y Guatemala, quienes constituyen los principales socios comerciales de este mercado (CCI, 2007).

El único país que presentó incremento en este mercado con respecto al año anterior fue Costa Rica, cuyas exportaciones crecieron 129% entre 2005 y 2006. Este país, se bene-

fició por la caída en las ventas de Ecuador y Venezuela (Barquero, 2007).

El mercado nacional o interno de Costa Rica se basa en calidad y no en volumen. Por eso, aspectos como producción con sostenibilidad o armonía con el ambiente, son básicos para fortalecer la presencia en nichos especiales (Barquero, 2007).

Velásquez y Giraldo, 2004, señalan que en términos de competitividad, Colombia ha venido perdiendo presencia en los mercados internacionales, por pérdida de competitividad, debido a evidente desmejora en la calidad del producto, seguido muy de cerca por Costa Rica.

Contrariamente, Colombia se ha convertido en un importante importador de plátano a nivel mundial. La mayor parte de las importaciones de este producto, provienen de Ecuador y Venezuela. Las realizadas desde Venezuela han tenido una tendencia decreciente no así las provenientes de Ecuador las cuales han incrementado significativamente, debido a la cercanía de la principal región de Colombia demandante de este rubro que es el estado de Nariño, lográndose que los costos de transporte e importación sean mucho más bajos. En general todo el sur de Colombia importa plátanos desde el Ecuador al igual que la isla de San Andrés, a esta región, particularmente, llegan barcos cargados desde Costa Rica. Las importaciones del Norte de Santander y Santander provienen de Venezuela (Velásquez Giraldo, 2004).

Ecuador, por su parte, se ha consolidado en el segundo lugar de importancia para Estados Unidos. Su evolución desde el inicio de la presente década ha sido levemente incrementada, calculándose la mitad de lo presentado por el producto colombiano. Su participación ha venido disminuyendo a causa del desplazamiento por Colombia quien ha marcado una evolución significativa en términos de participación. (CCI, 2007). Ecuador es el principal competidor de Colombia por este mercado, y entre 1989 y 1999 tuvo una caída hasta el 14% del total de las importaciones de este rubro por los Estados Unidos, recuperándose notablemente a partir

de ese año y llegando al 31,3% en el 2005 (Espinal 2006).

Entre tanto, Guatemala, que tuvo una participación de 1,1%, en este mercado en 1989, ha mostrado un favorable crecimiento como proveedor de plátano fresco a los Estados Unidos, alcanzando para el año 2005 exportaciones, hasta el 31,3% del total importado por este país (Espinal, 2006).

Venezuela, por el contrario, ha perdido espacio como proveedor para el mercado estadounidense, pasando de 33.866 tm, equivalente a 18% de su participación en 1996, a 4.724 tm en el 2005 (1,9%), significativamente inferior a la lograda a mediados de la década de los noventa. Venezuela se clasifica como "país en retirada" de este mercado, con una tasa de crecimiento negativa en sus exportaciones (-19,3%) y una reducción acelerada en la participación en ese mercado con una tasa de -22,7% (Espinal, 2006). Esta situación está sustentada, como ya se dijo, sobre el hecho de que existe un precio atractivo en el mercado nacional el cual compite enormemente con lo pagado en las transacciones del mercado internacional.

El indicador de modo de inserción al mercado, muestra la competitividad de un producto, medido por la variación de su presencia en el mercado mundial e indica la adaptabilidad de los productos de exportación a los mercados en crecimiento. Compuesto además por el posicionamiento, medido por la tasa de crecimiento anual de las exportaciones del producto al mercado mundial y la eficiencia, calculada como la tasa de crecimiento anual de la participación del producto en las exportaciones mundiales y permite identificar los países "ganadores" o "en retirada" en el mercado internacional (Espinal, 2006).

De acuerdo con este indicador, entre 1999 y 2003, Perú, Guatemala y Ecuador, se ubicaron en el mercado internacional como países "ganadores", es decir, en una situación óptima. Este resultado está explicado por el aumento tanto en presencia, como en dinamismo en el mercado internacional. Incremento expresado en tasas de crecimiento positivas en el monto y en la participación en el mercado de las expor-

taciones de plátano en el mundo. Mientras que los países “en retirada” en el mercado internacional, con tasas de crecimiento negativas y reducción en la participación en las exportaciones mundiales, además de Venezuela, fueron República Dominicana, Costa Rica, Colombia (Espinal 2006).

En el año 2005, al observar el comportamiento presentado por el plátano fresco que ingresa al mercado estadounidense, es posible apreciar la notoria disminución de los principales socios comerciales, Colombia, Ecuador y Guatemala. Este último presentó la máxima contracción de este grupo de países, poco más de 40%. Por su parte, Colombia fue el de menor decrecimiento, casi imperceptible. Ecuador se mantuvo en el promedio y apuntó el 13%, aumentando la diferencia que presentó con Colombia desde hace algunos años. Es de resaltar, que Costa Rica fue el único origen del presente análisis que rompió con la tendencia expuesta que por el contrario, mostró un incremento significativo, calculado en más de tres veces a lo tronzado en el mismo periodo del año anterior (CCI, 2007).

Adicionalmente se debe señalar, que la existencia de un diferencial de precios, observado frente a países competidores como Ecuador, que ofertan plátano a precios más bajos y con calidades aceptables en los mercados internacionales, ha significado para el caso del mercado estadounidense, una sustitución de proveedores, como Colombia, que había sido históricamente, el principal proveedor de este producto.

Por consiguiente, se hace necesario competir con costos de producción más bajos y producción de calidad, si se quiere permanecer en los mercados internacionales. De igual forma, el análisis de los indicadores de competitividad reseñados por muchos autores, muestra que si bien el plátano de exportación mantiene su ventaja competitiva, en la medida en que conserva su capacidad exportadora, ha venido mostrando en los últimos años signos de debilitamiento y pérdida competitiva en los mercados internacionales, lo cual debe ser tomado como alerta.

Sin embargo, en casos particulares existen limitantes en cada país, que obligan a elevar sus costos de producción. Tal es el caso de Nicaragua, que se encuentra en desventaja respecto a los demás países de Centroamérica por no tener puertos de acceso al Océano Atlántico, esto obliga a que las exportaciones de Nicaragua se realicen por Puerto Cortés, Honduras o por Puerto Limón, Costa Rica. Esta situación no sólo incrementa los costos, especialmente lo referente a la porción terrestre, sino que también impone un día más de traslado del producto (Gómez, 2003).

En relación al consumo per cápita, se evidencia alto nivel de consumo en países catalogados como grandes productores de plátano: Uganda, Ruanda y Ghana. Estos países consumen entre 100 y 400 kg/hab., mientras que el promedio mundial sólo alcanza 5,1kg y no muestra grandes variaciones en los últimos años (Espinal 2006). Estados Unidos, principal comprador mundial de plátano, ha mantenido un nivel de consumo estable, aunque bajó en los últimos años, situando en promedio de los 0,7 kg, con una dinámica de crecimiento positiva de 3,5% promedio anual entre 1995-2003. Igualmente, Europa presenta niveles bajos de consumo, principalmente asociados a comunidades de inmigrantes latinoamericanos y africanos; aunque el consumo per cápita en los países europeos analizados, en todos los casos, está por debajo de 1 kg/persona, con una tendencia de consumo creciente (Espinal 2006).

Conclusiones

- A nivel de América Latina y el Caribe, se puede inferir que diversos problemas sanitarios como los originados por Sigatoka, Moko y los bajos niveles de inversión en el cultivo (renovación, fertilización, drenaje, entre otros) son las principales causas de pérdida competitiva a nivel global de este rubro. Estos factores han afectado seriamente la productividad del cultivo y la calidad del producto para la exportación.
- Aún cuando, a través de los años, en los mercados internacionales, el plátano es considerado un producto “étnico”, cabe destacar que presenta la particularidad

de poseer alto potencial para extenderse y ganar nuevos espacios. Estrategias de mercadeo, que incluye la promoción y desarrollo de nuevos productos, que conduzcan a incrementar el valor agregado, son necesarias para poder avanzar en esos espacios. Esta situación ha sido reseñada en las estadísticas del rubro, donde se observan incremento en la exportación en los últimos años, aprovechando la situación generada por la caída o estancamiento del precio del banano, a raíz de la sobreproducción del mismo.

- El mercado del plátano no está excepto de situaciones ambiguas como la pérdida de rentabilidad, sumado a la impresión de una posible saturación del mercado manifestado por algunas comercializadoras, y que alertan sobre la necesidad de aplicar de manera inmediata los correctivos necesarios para recuperar la competitividad de este rubro.
- Se hace necesario diseñar estrategias para evitar la pérdida de los mercados externos y explorar las condiciones necesarias para ampliar los límites de su expansión tales como dinamizar la explotación agroindustrial del plátano con el desarrollo de productos con mayor valor agregado. El crecimiento desordenado de la producción de plátano para consumo interno en muchos países, afecta la viabilidad del producto y su sostenibilidad futura, de ahí que la ampliación de la oferta debe estar acompañada con el desarrollo de estrategias (en cuanto a precios, presentaciones y calidades) para la conquista de nuevos mercados o la ampliación de los actuales, y acompañada de una amplia reconversión tecnológica (desarrollo de un paquete tecnológico integral) para elevar los niveles competitivos del cultivo, aplicable a todo los países productores con énfasis en América Latina y el Caribe.

Fuentes consultadas

- Agrocadenas. 2004. Anuario. Segunda parte: Cadenas asociadas a cultivos permanentes. XI. Cadena del Plátano. 441-478. Colombia.
- Corporación Colombiana Internacional (CCI). 2007. Información de Monitoreo Internacional: plátano fresco. Sistema de Inteligencia de Mercado. Min. Agricultura y Desarrollo Rural. Colombia. En línea: <http://www.agronet.gov.co/agronetweb>
- CORPOICA. 2001. Acuerdo de competitividad de la cadena productiva del plátano, en la región Caribe Húmedo, con énfasis en el departamento de Córdoba. 50 pgs. Secretaria Técnica Proagro. Corpoica, Región 2. Min Agricultura y Desarrollo Rural. 2001. Colombia.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA ACUACULTURA Y PESCA DEL ECUADOR (MAGAP). Producción de Exportaciones Agrícolas No tradicionales. Fuente: <http://http://www.sica.gov.ec/cadenas/platano/index.html>
- Espinal C., H. Martínez y Y. Peña. 2006. La Cadena de plátano en Colombia. Una mirada global de su estructura y dinámica 1991-2005. Documento de trabajo no. 102. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Observatorio Agrocadenas Colombia. Bogotá, Enero 2006. 44 pp.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). 2006. Nuevos mercados para el plátano en la Europa ampliada. Veintidós de marzo de 2004, Roma. Reunión del Grupo Intergubernamental sobre el Banano en Canarias (22-26 de marzo) para analizar los retos y oportunidades del sector.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). 2008. Estadísticas en línea. <http://faostat.fao.org/DesktopDefault.aspx?PageID=291&lang=es>
- FEDEAGRO. 2008. Estadísticas Agrícolas, en línea. Producción/superficie/comercio. Federación de Asociaciones de Productores Agropecuarios. Venezuela. En línea: <http://www.fedeagro.org/produccion/default.asp>.
- Gómez J. 2003. Guía Exportación Plátanos para el Mercado de Estados Unidos.

- Proyecto IICA/EPAD. Junio 2003. 10pp. En línea: http://www.iica.int.ni/Estudios_PDF/Export_Platano.pdf
- Martínez G., J. Hernández y A. Aponte. 2000. Distribución y epidemiología de la sigatoka negra en Venezuela. FONAIAP. Serie C, 48. 50 pp.
- Martínez G., J. Hernández, G. Blanco, R. Pargas y E. Manzanilla. 2006. Black sigatoka in venezuela, report year 2005: Brief análisis. ACORBAT. Brasil. Proccedings, 718-721.
- Martínez G., E. Manzanilla, R. Pargas y C. Marin. 2007. Comportamiento del plátano Hartón Gigante, sembrado en altas densidades de siembra, en presencia de sigatoka negra, en el estado Yaracuy, Venezuela. Resultados preliminares. Quincuagésima reunión anual efectuada por la Sociedad Interamericana para la Horticultura Tropical del 7 al 12 de Octubre de 2007 en Morelia, Michoacán, México.
- Navas C. 1997. El Plátano, su cultivo en Venezuela. Ed. Astro Data S.A. Maracaíbo. Venezuela. 134 pp.
- Proyecto matriz. 2008. Mercados Alimentarios, arma de destrucción masiva. Parte I. <http://elproyectomatriz.wordpress.com/2008/05/25/mercados-alimentarios-arma-de-destruccion-masiva-i/>
- Rodríguez M. y S. Rodríguez. 2001. Aspectos Socioeconómicos del cultivo de plátano en Colombia. Infomusa 1(10):4-9.
- Velásquez J. y P. Giraldo. 2004. Posibilidades competitivas de productos prioritarios de Antioquia frente a los acuerdos de integración y nuevos acuerdos comerciales. Caso Plátano. Gobernación de Antioquia. Colombia. 20 pp.