

**ANÁLISIS Y EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA BANANERA DEL  
DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA EN EL PERIODO 1990 – 2000**

**JOE LUIS SANTANDER PALMERA  
FIDEL ANTONIO SALCEDO PERAZZO**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR  
FACULTAD DE ECONOMÍA  
CARTAGENA DE INDIAS, D. T. Y C.**

**2003**

**ANÁLISIS Y EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA BANANERA DEL  
DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA EN EL PERIODO 1990 – 2000**

**JOE LUIS SANTANDER PALMERA  
FIDEL ANTONIO SALCEDO PERAZZO**

**Proyecto de Grado para optar el  
Título de Economistas**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR  
FACULTAD DE ECONOMÍA  
CARTAGENA DE INDIAS, D. T. Y C.**

**2003**

Cartagena, 24 de Octubre del 2003

**Señores**  
**COMITÉ DE PROYECTO DE GRADO**  
**Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar**  
**La Ciudad**

Distinguidos señores:

Muy cordialmente nos dirigimos a ustedes con el objeto de informarles que hemos terminado la elaboración del Proyecto de Trabajo de Grado titulado: **“ANÁLISIS Y EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA BANANERA DEL DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA EN EL PERIODO 1990 - 2000”**, por tanto lo presentamos a su consideración, estudio y aprobación como requisito parcial para optar el título de Economistas.

Atentamente,

-----  
**JOE LUIS SANTANDER PALMERA**

-----  
**FIDEL ANTONIO SALCEDO PERAZZO**

**ARTICULO 105.** La institución se reserva el derecho de propiedad intelectual de todos los trabajos de grado aprobados, los cuales no pueden ser explotados comercialmente sin su autorización. Esta observación debe quedar impresa en parte visible del proyecto.

Nota de aceptación

---

---

---

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado

Cartagena, 24 de Octubre de 2003

## TABLA DE CONTENIDO

|   | <b>Pág.</b> |
|---|-------------|
| <b>INTRODUCCIÓN</b>   |             |
| <b>1. ASPECTOS GENERALES DE LA INDUSTRIA BANANERA EN COLOMBIA</b> | <b>3</b>    |
| <b>1.1 GENERALIDADES DE LA INDUSTRIA DEL BANANO</b>               | <b>3</b>    |
| 1.1.1 La producción de banano                                     | 3           |
| 1.1.2 La cadena del banano  | 4           |
| 1.1.3 Importancia de esta industria                               | 4           |
| 1.1.4 Alternativas de Mercado                                     | 5           |
| 1.1.5 Descripción general de la industria                         | 6           |
| 1.1.6 Comercializadoras   | 7           |
| 1.1.7 Costos de producción  | 8           |
| 1.1.8 El papel de la Asociación de Bananeros de Colombia          | 9           |
| 1.1.9 Investigación y desarrollo                                  | 9           |
| 1.1.10 Banatura   | 9           |
| <b>1.2 LAS GRANDES ZONAS DE PRODUCCIÓN DE BANANO</b>              | <b>10</b>   |
| 1.2.1 La Región de Urabá  | 11          |
| 1.2.2 La región del Magdalena                                     | 12          |
| <b>1.3 ESTADISTICAS DE LA INDUSTRIA DEL BANANO EN COLOMBIA</b>    | <b>13</b>   |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1.3.1 Exportaciones</b>  | <b>13</b> |
| <b>1.3.2 Hectáreas en producción</b>  | <b>15</b> |
| <b>1.3.3 Productividad</b>  | <b>16</b> |
| <b>1.3.4 Comercializadoras</b>  | <b>17</b> |
| <b>1.3.5 Destino de las exportaciones</b>                                   | <b>18</b> |
| <b>1.4 MERCADO INTERNO O DE CONSUMO</b>                                     | <b>19</b> |
| <b>1.5 PROBLEMAS QUE AFECTAN LA PRODUCCIÓN BANANERA</b>                     | <b>20</b> |
| <b>2. EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA BANANERA DEL DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA</b> | <b>22</b> |
| <b>2.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA ZONA</b>                             | <b>22</b> |
| <b>2.1.1 Localización del departamento</b>                                  | <b>22</b> |
| <b>2.1.2 Características de la población</b>                                | <b>22</b> |
| <b>2.1.3 La Zona Bananera</b>   | <b>23</b> |
| <b>2.1.4 Aspectos geográficos de la zona bananera del Magdalena</b>         | <b>24</b> |
| <b>2.1.5 Características de las fincas</b>                                  | <b>24</b> |
| <b>2.1.6 Área sembrada</b>  | <b>25</b> |
| <b>2.1.7 Tipos de producción</b>  | <b>25</b> |
| <b>2.2 EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA BANANERA EN EL MAGDALENA</b>               | <b>26</b> |
| <b>2.2.1 Exportaciones</b>  | <b>26</b> |
| <b>2.2.2 Exportaciones por comercializadora</b>                             | <b>28</b> |
| <b>2.2.3 Destino de las exportaciones</b>                                   | <b>30</b> |
| <b>2.2.4 Hectáreas en producción</b>  | <b>33</b> |
| <b>2.2.5 Costos de Producción</b>   | <b>34</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>2.2.6 Productividad</b>  | <b>36</b> |
| <b>3. ASPECTOS SOBRE EL DESARROLLO TECNOLÓGICO EN LA ZONA BANANERA DEL MAGDALENA</b>                                | <b>39</b> |
| <b>3.1 CARACTERISTICAS TECNOLÓGICAS</b>   | <b>39</b> |
| <b>3.1.1 Dinámica de la investigación y la tecnología</b>   | <b>39</b> |
| <b>3.1.2 Capacitación Técnica</b>   | <b>39</b> |
| <b>3.1.3 Investigación</b>  | <b>40</b> |
| <b>3.1.4 Fertilización</b>  | <b>41</b> |
| <b>3.1.5 Infraestructura y Servicios</b>  | <b>41</b> |
| <b>3.1.6 Transporte</b>   | <b>42</b> |
| <b>3.1.7 Energía eléctrica</b>  | <b>42</b> |
| <b>3.1.8 Comunicaciones</b>   | <b>42</b> |
| <b>3.1.9 Puerto marítimo</b>  | <b>42</b> |
| <b>3.1.10 Inversión en el Sector Bananero</b>   | <b>43</b> |
| <b>3.1.11 Recurso hídrico</b>   | <b>44</b> |
| <b>3.1.12 Medio ambiente</b>  | <b>45</b> |
| <b>3.1.13 Presentación Comercial de la Fruta</b>  | <b>46</b> |
| <b>3.1.14 Calidad de la Fruta</b>   | <b>46</b> |
| <b>3.1.14 Sigatoka</b>  | <b>47</b> |
| <b>3.2 LOS PROBLEMAS DEL ATRASO TECNOLÓGICO</b>   | <b>47</b> |
| <b>4. LA PROBLEMÁTICA DE LOS PRECIO Y LA PARTICIPACION DEL BANANO DE LA ZONA DE MAGDALENA EN EL MERCADO MUNDIAL</b> | <b>49</b> |
| <b>4.1 PARTICIPACION DEL BANANO DEL MAGDALENA EN EL MERCADO MUNDIAL</b>   | <b>49</b> |



|   |           |
|---|-----------|
| <b>4.2 LA PROBLEMÁTICA DE LOS PRECIOS DEL BANANO</b>  | <b>50</b> |
| <b>4.3 LA SOBRESOFERTA MUNDIAL DE BANANO</b>  | <b>51</b> |
| <b>4.4 INCIDENCIA DE LA UNION EUROPEA</b>   | <b>53</b> |
| <b>4.4.1 Ley Comunitaria</b>  | <b>53</b> |
| <b>4.4.2 Regímenes del banano</b>   | <b>54</b> |
| <b>4.4.3 Implicaciones para abastecedores de banano</b>   | <b>54</b> |
| <b>4.4.4 El Reglamento comunitario</b>  | <b>55</b> |
| <b>4.4.5 El problema de las importaciones de banano latinoamericano</b>                             | <b>56</b> |
| <b>4.4.6 Disminución del volumen de exportaciones</b>   | <b>57</b> |
| <b>4.4.7 Reacción de Colombia</b>   | <b>58</b> |
| <b>4.4.8 Acuerdo Marco sobre Banano</b>   | <b>59</b> |
| <b>4.4.9 Presión de Estados Unidos</b>  | <b>59</b> |
| <b>4.4.10 La solución al conflicto</b>  | <b>60</b> |
| <b>4.4.11 Los puntos del Acuerdo Marco</b>  | <b>61</b> |
| <b>4.4.12 Beneficios del Acuerdo Marco</b>  | <b>62</b> |
| <b>4.5 VENTAJAS COMPARATIVAS DEL BANANO DE LA ZONA DEL MAGDALENA</b>                                | <b>62</b> |
| <b>5. ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD PARA LA CADENA PRODUCTIVA DE BANANO EN LA ZONA DEL MAGDALENA</b> | <b>65</b> |
| <b>5.1 OBJETIVO</b>   | <b>65</b> |
| <b>5.2 ESTRATEGIA 1</b>   | <b>65</b> |
| <b>5.2.1 Acciones a desarrollar.</b>  | <b>66</b> |
| <b>5.2.1.1 Gestión</b>  | <b>66</b> |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>5.2.1.2 Investigación y Desarrollo Tecnológico</b>  | <b>66</b> |
| <b>5.2.1.3 Créditos/ Incentivos</b>  | <b>66</b> |
| <b>5.2.1.4 Infraestructura</b>   | <b>67</b> |
| <b>5.3. ESTRATEGIA 2</b>   | <b>67</b> |
| <b>5.3.1 Acciones a desarrollar</b>  | <b>68</b> |
| <b>5.3.1.1 Medio Ambiente</b>  | <b>68</b> |
| <b>5.3.1.2 Capacitación</b>  | <b>68</b> |
| <b>5.4 ALIANZAS ESTRATÉGICAS</b>   | <b>69</b> |
| <b>5.4.1 La política de créditos para el sector en la zona</b>                                   | <b>69</b> |
| <b>5.4.2 Programas especiales</b>  | <b>70</b> |
| <b>5.4.3 Problemas con los créditos</b>  | <b>70</b> |
| <b>5.4.4 Crédito Fidui</b>   | <b>71</b> |
| <b>6. PERSPECTIVAS DE LA INDUSTRIA DEL BANANO EN LA ZONA DEL MAGDALENA</b>                       | <b>73</b> |
| <b>6.1 PROYECCIONES DE IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES MUNDIALES NETAS DE BANANO HASTA EL 2005</b> | <b>72</b> |
| <b>6.1.1 Importaciones mundiales</b>   | <b>72</b> |
| <b>6.1.2 Exportaciones mundiales</b>   | <b>73</b> |
| <b>6.1.3 Implicaciones para las exportaciones de Colombia</b>                                    | <b>74</b> |
| <b>6.2 EL ALCA Y SU IMPLICACION PARA LA INDUSTRIA DEL BANANO</b>                                 | <b>74</b> |
| <b>6.2.1 Objetivo de Colombia en el ALCA</b>   | <b>74</b> |
| <b>6.2.2 Beneficios del ALCA</b>   | <b>75</b> |
| <b>6.3 EXPECTATIVAS DEL SECTOR SEGÚN PLAN ESTRATÉGICO EXPORTADOR</b>                             | <b>76</b> |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>6.4 EXPECTATIVAS PARA LA ZONA BANANERA DEL MAGDALENA</b>        | <b>77</b> |
| <b>6.4.1 Expectativas en el corto plazo</b>                        | <b>77</b> |
| <b>6.4.2 Expectativas en el largo plazo</b>                        | <b>79</b> |
| <b>6.5 FUTURO DE LA ZONA BANANERA DEL MAGDALENA SEGÚN FUNDABAN</b> | <b>79</b> |
| <b>CONCLUSIONES</b>  |           |
| <b>RECOMENDACIONES</b>   |           |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b>  |           |
| <b>ANEXOS</b>  |           |

## LISTA DE GRAFICAS

|   | <b>Pág.</b> |
|---|-------------|
| Gráfica 1. Evolución del volumen de exportaciones colombianas de banano, 1990 – 2001.                     | 14          |
| Gráfica 2. Evolución del valor de las exportaciones colombianas de banano, 1990 – 2001.                   | 14          |
| Gráfica 3. Evolución de las hectáreas en producción sembradas en banano en Colombia, 1990 - 2001.         | 15          |
| Gráfica 4. Evolución de la productividad de la producción del banano en Colombia, 1990 – 2001.            | 16          |
| Gráfica 5. Exportaciones colombianas de banano según comercializadora en el año 2001.                     | 17          |
| Gráfica 6. Porcentaje de exportaciones colombianas de banano por destino, 2001.                           | 19          |
| Gráfica 7. Valor de las exportaciones de banano en la zona de Santa Marta en el período 1990-2001.        | 27          |
| Gráfica 8. Exportaciones de banano en la zona de Magdalena por comercializadora en el año 2001.           | 29          |
| Gráfica 9. Exportaciones de banano en la zona de Magdalena según destino, en el 2001.                     | 31          |
| Gráfica 10. Exportaciones de banano a la Unión Europea por la Zona de Magdalena en el año 2001.           | 32          |
| Gráfica 11. Hectáreas en producción sembrada de banano en la zona de Magdalena en el período 1990 – 2001. | 33          |

|   |    |
|---|----|
| Gráfica 12. Comparativo de hectáreas sembradas en banano de las diferentes zonas en Colombia 1999 - 2001. | 34 |
| Gráfica 13. Productividad de la producción de banano en la zona de Magdalena, en el periodo 1990 – 2001.  | 37 |
| Gráfica 14. Comparativo de la productividad del cultivo de banano en las zonas de Urabá y Santa Marta.    | 38 |
| Gráfica 15. Evolución de la producción mundial de banano en el período 1990 – 2000.                       | 51 |
| Gráfica 16. Evolución del volumen de exportaciones mundiales de banano en el período 1990 – 1999.         | 52 |
| Gráfica 17. Evolución de las importaciones mundiales de banano en el período 1990 – 1999.                 | 53 |

## LISTA DE CUADROS

|  | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| Cuadro 1. Las exportaciones colombianas de banano según puerto de destino, 2001.                     | 18          |
| Cuadro 2. Exportaciones de banano por comercializadora en la Zona de Magdalena, período 1999 – 2001. | 30          |
| Cuadro 3. Exportaciones de banano por puerto de destino en la Zona de Magdalena.                     | 31          |
| Cuadro 4. Producción y exportaciones de Zona Bananera del Magdalena.                                 | 49          |
| Cuadro 5. Evolución del Índice de Precio al Consumidor, 1990 – 2001.                                 | 78          |
| Cuadro 6. Evolución de la devaluación nominal acumulada, 1990 – 2001.                                | 78          |

## LISTA DE ANEXOS

**Pág.**

Anexo A. Resumen de los principales problemas que afectan al sector agrícola del banano.

Anexo B. Exportaciones colombianas de banano por zonas de exportación, en el período 1992 – 2001.

Anexo C. Exportaciones de banano en la zona de Santa Marta por comercializadora y puerto de destino en el 2001.

## INTRODUCCIÓN

Con la adopción del modelo de globalización económica por parte de los países, a escala mundial se organizaron una serie de cambios sin precedentes que obligaron a los empresarios a cambiar su cultura organizacional y a buscar estrategias tendientes a alcanzar los estándares de calidad y productividad requeridos para encarar los crecientes pero exigentes mercados que se generaron a partir de los acontecimientos eminentemente económicos del momento.

Las cambiantes condiciones de la economía mundial tuvieron fuerte injerencia en la economía colombiana, a tal punto que se paso de ser un país con características mono exportadoras (exportaciones de café) a la diversificación de las exportaciones aprovechando plenamente las ventajas competitivas a través de la comercialización de productos agrícolas, tales como el banano, en donde se poseen condiciones ventajosas, todas propicias para su cultivo, por contar con dos zonas bananeras, como lo son la zona de Urabá y Magdalena.

Pero a partir de esta serie de situaciones, estas zonas se han convertido en uno de los principales motores jalonadores de las exportaciones colombianas. Por ello, en vista de que la zona bananera del Magdalena al igual que la de Urabá han contribuido sustancialmente al crecimiento económico (PIB) de la nación, la presente investigación pretende analizar la



situación de la industria del banano en la Zona Bananera del Magdalena, a partir de los últimos diez años (1.990 – 2.000); para lo cual se determinará en primera instancia la evolución y características de la producción, comercialización, precios (nacionales e internacionales), niveles de venta y dinámica de la tecnología aplicada a la actividad bananera de esta zona; posteriormente se establecerán las estrategias utilizadas y la posición que ocupa el banano producido y comercializado en la zona del Magdalena en los mercados internacionales; finalmente se determinarán las perspectivas y lineamientos a seguir en la industria bananera.

# 1. ASPECTOS GENERALES DE LA INDUSTRIA BANANERA EN COLOMBIA

## 1.1 GENERALIDADES DE LA INDUSTRIA DEL BANANO

**1.1.1 La producción de banano.** El Banano es la fruta que mayor venta tiene en el mundo según se registra en las estadísticas a nivel internacional; se informa que en el año de 1997 generó un movimiento alrededor de 11 millones 318 mil toneladas, con una facturación FOB estimada en US\$3.362 millones; la participación de cada país en el mercado internacional, las condiciones de pago a las cuales están sujeto, etc, afectan no sólo el valor y el volumen de la estadística mundial y nacional, sino que además repercuten en el sector social que mantiene y da vida al renglón bananero; la cantidad de empleos directos e indirectos que genera es bastante considerable, por lo cual su presencia conlleva implicaciones de orden político, social, económico, ambiental y cultural.

Según las estadísticas presentadas por la FAO<sup>1</sup>, la producción de banano a nivel mundial fue de unos 56 millones de toneladas. De acuerdo con ello, el banano se ubica, junto con la manzana, la uva y la naranja, en uno de los productos más importantes en el mercado mundial de 16 frutas. La producción de banano representa aproximadamente el 11% de la

---

<sup>1</sup> MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Cadena productiva de banano. Acuerdo regional de competitividad. Núcleo empresarial Costa Atlántica Norte. Cámara de Comercio de Santa Marta: Santa Marta, 2001.

producción mundial de frutas; en cambio en 1998, su producción representa el 24% de la producción total.

El promedio anual del crecimiento de la superficie mundial cultivada en banano entre 1961 y 1999, fue del 0,7%, al pasar de 2 millones de hectáreas en 1961 a 3,3 millones en 1999<sup>2</sup>. A partir de la segunda mitad de la década de los ochenta, la China ha surgido como una de las zonas cultivadas de banano para tener en cuenta. Las zonas más importantes de cultivos se encuentran en Brasil, Burundi, Ecuador, Filipinas, India e Indonesia.

**1.1.2 La cadena del banano.** De la misma manera, el comercio del banano no solo beneficia a las fuentes de trabajo, puesto que además, el nivel salarial de los trabajadores es de los más altos en el campo Latinoamericano. En el mapa de la cadena de banano hay tres actores integrantes muy importantes:

- a) Los productores bananeros agrupados en gremios, asociaciones e independientes.
- b) Las asociaciones de riego y demás entidades prestadoras de servicios .
- c) Las empresas exportadoras o comercializadoras.

**1.1.3 Importancia de esta industria.** Colombia es un país altamente productor de banano; para ello cuenta con dos zonas productoras ampliamente definidas: La primera, «Zona

---

<sup>2</sup> Ibid., p. 15.

bananera del Magdalena», ubicada en el departamento del mismo nombre, al norte del país; la segunda, «Zona bananera de Urabá», ubicada en el departamento de Antioquia, al noroccidente del país. Ambas zonas quedan sobre el mar Caribe. Así, la producción de banano en Colombia constituye un importante renglón de la economía del país, ya que participa activamente en la generación de divisas por los altos volúmenes de exportación.

**1.1.4 Alternativas de Mercado:** El banano ofrece una amplia gama en la elaboración de productos transformados o industrializados. Puede ser en forma de bananos pasos o bananos deshidratados, o secados, cremas, postres, pulpas, purés, compotas, mermeladas, conservas, harinas, hojuelas, fritos, en jarabe, cofitados y congelados, también en alimento para el ganado y otros animales.

Los subproductos o abonos orgánicos que proceden del vástago se incorporan a la plantación y los residuos que se generan en la cosecha, fibras y papel a base de los pseudotallos, alcohol, aguardiente, vino, vinagre de la fermentación de la fruta. Entre otros usos que se puedan dar al banano están: Banano en almíbar y en rodajas deshidratadas sin freír, congelados, liofilizados, etanol, jaleas, bocadillo, néctares, jarabe de glucosa y fructosa, saborizantes y aromatizantes, dulce elaborado de su cáscara; deshechos fibrosos del cultivo como materia prima para la elaboración de pulpas celulósicas, almidón y productos químicos.

**1.1.5 Descripción general de la industria**<sup>3</sup>. Las características generales de la industria del banano en Colombia son las siguientes:

- El banano de exportación se cultiva en Colombia en los departamentos del Magdalena, cerca a la ciudad de Santa Marta, y en el departamento de Antioquia, en la región de Urabá.
- Las comercializadoras Internacionales afiliadas a AUGURA representa el 83% de las exportaciones totales de banano.
- En Colombia se cultivan 41,303 hectáreas de banano, de las cuales 11,500 se encuentran en la zona del Magdalena, y 29,803 en la zona del Urabá Antioqueño.
- La industria del banano genera 22,700 empleos directos en el país, y cerca de 68,000 indirectos.
- En el año 2000, Colombia exportó 84 millones de cajas de banano de 18.14 kilogramos de peso neto, representando ventas equivalentes a US\$ 406 millones. (En este año, el mercado mundial de exportación de banano ascendió a 590 millones de cajas).

---

<sup>3</sup> <http://www.augura.com.co/agroindustriabananeracolombiana/descripciongeneral/descripciongeneral.htm>

- Colombia es el tercer exportador mundial de banano, luego de Ecuador y Costa Rica, representando el 14% del mercado mundial.
- Las exportaciones de banano representan el 32% de las exportaciones colombianas agropecuarias sin café, compitiendo en el primer lugar con las flores.
- Las exportaciones de banano se realizan a través de empresas comercializadoras constituidas bajo la legislación colombiana. De las 7 existentes, 5 están afiliadas a AUGURA. Uniban, Proban, Banacol, Sunisa y Bagatela son compañías cuyos accionistas son colombianos. Banadex es propiedad de Chiquita y Conserba de Del Monte. Sunisa y Conserba no están afiliadas a AUGURA.
- Estados Unidos y la Unión Europea representan el 88% de las exportaciones colombianas.

**1.1.6 Comercializadoras:** Las comercializadoras de banano toman sus propias decisiones en sus respectivas casas matrices. Dole y Chiquita en Estados Unidos; Del Monte y Fyffes, en Londres, etc. En estas decisiones tomadas por las comercializadoras no participa el productor. El transporte es manejado por las mismas comercializadoras; sólo los pequeños productores se entienden con su respectivo transporte. Así mismo, el renglón de cartón – empaque también es manejado directamente por las comercializadoras. Es decir, manejan todo el paquete, y además, no dan información en detalle sobre el particular. Importan por plan Vallejo el cartón, y fabrican las cajas para distribuir las al productor bananero. Con el

plástico hacen igual cosa, o sea que importan la materia prima y luego fabrican la bolsa para el racimo y el plástico para proteger la fruta en la caja.

**1.1.7 Costos de producción.** Los costos de producción están condicionados fundamentalmente por los siguientes aspectos:

- a) Las condiciones macroeconómicas.
- b) El desarrollo de la estructura laboral.
- c) El estado de la tecnificación de la plantación.
- d) Los apoyos gubernamentales establecidos.

**1.1.8 El papel de la Asociación de Bananeros de Colombia.** AUGURA es una entidad gremial establecida en la zona de Urabá en 1963. La Asociación representa la industria bananera exportadora del país, ante entidades públicas y privadas, nacionales y extranjeras, para asegurar que las exportaciones de banano se consoliden en los mercados internacionales, como resultado de procesos de producción sostenible que garanticen conservación del recurso humano y natural, una justa distribución de ingreso y el bienestar social de los trabajadores de la industria y los habitantes de la zona de Urabá.

Desde su creación AUGURA desarrolla programas que beneficien a toda una comunidad. Con este propósito claro ha evolucionado su actuación, ajustándola a la realidad misma de la zona, de la agroindustria y del mercado. Hasta los primeros años de la década del 80 solamente los productores hacían parte del gremio, luego entraron las comercializadoras internacionales C.I. UNIBAN, C.I. PROBAN, C. I. BANACOL y después C.I. BANADEX; son las comercializadoras que están actualmente afiliadas. Esta asociación también promueve actividades de investigación y desarrollo, principalmente para manejar, controlar y erradicar el hongo comúnmente conocido como Sigatoka Negra, el cual afecta todos los cultivos en Latinoamérica.

**1.1.9 Investigación y desarrollo.** En el proceso de producción existen una serie de inconvenientes que si no se manejan adecuadamente pueden afectar directamente la producción de banano. Uno de esos problemas es la fertilización de las plantaciones, el adecuado manejo de los suelos y los planes de fertilización. En este sentido, las actividades de investigación y desarrollo son adelantadas por el Centro de Investigaciones del Banano, CENIBANANO, entidad adscrita al gremio AUGURA con sede en Urabá<sup>4</sup>.

**1.1.10 Banatura.** Es el Programa de Gestión Social y Ambiental del sector, actualmente en su etapa de estructuración y posicionamiento, también administrado por AUGURA e inició actividades en el año 2001, con la participación de grupos de 20 fincas, con la meta de involucrar a todas las unidades de producción bananera de Urabá para el año 2006. Se trata

---

<sup>4</sup> Ver: Condiciones de fertilidad de los suelos de la zona bananera del Magdalena / Carmen Rosa Bonilla Correa, Álvaro García Ocampo //En: Boletín Técnico -- Palmira. -- Vol. 8 (Dic. 2000). -- p. 7-21.



de una herramienta pedagógica para apoyar y estimular los cuadros de administración, gerencia y operaciones de las fincas bananeras en el desarrollo y ejecución de un proceso productivo sostenible con los tres elementos descritos anteriormente.

## 1.2 LAS GRANDES ZONAS DE PRODUCCIÓN DE BANANO

En Colombia, la producción de banano para exportación está concentrada en el departamento de Antioquia, en la región de Urabá y en el departamento del Magdalena, cerca de la ciudad de Santa Marta, tal como se puede apreciar en la figura 1.

**Figura 1. Localización de las zonas bananeras del Magdalena y el Urabá.**



Fuente: Asociación de bananeros de Colombia – AUGURA-.

**1.2.1 La Región de Urabá.** En 1909, la producción de banano en la región se inició con el Consorcio Albingia, una firma alemana, a la cual el gobierno colombiano entregó una concesión de 5,000 hectáreas a cambio de que ésta realizara ciertas obras de infraestructura en la zona, específicamente, la construcción de un ferrocarril. Aspectos relacionados con la I Guerra Mundial traen como consecuencia el fracaso de la empresa alemana. La United Fruit, (antecesora de Chiquita), llegó a la zona en 1916 con la subsidiaria, Frutera de Sevilla. Sin embargo la explotación comercial y la consolidación seria del mercado de exportación sólo se dio en Urabá hasta el año de 1963.

El Urabá Antioqueño, está conformado por once municipios. La industria bananera está concentrada en el denominado eje bananero que integran los municipios de Chigorodó, Carepa, Apartadó y Turbo, el cual se caracteriza por los siguientes indicadores<sup>5</sup>:

- Una población de 284,934 habitantes de un total de 424,830 que se asientan en los once municipios del Urabá Antioqueño, según proyección del DANE a partir del censo de 1993.
- 344 fincas bananeras, que incluyen empacadoras y bodegas de almacenamiento.
- 2 embarcaderos con canales artificiales por donde se transporta la fruta en bongos por el río León hasta el Golfo de Urabá.

---

<sup>5</sup> <http://www.augura.com.co/agroindustriabaneracolombiana/producciondebanano/producciondebanano.htm>

- 4 astilleros.
- 2 fábricas para la producción de cajas de cartón y 3 fábricas para la producción de plástico.
- 3 fábricas para la producción de sellos.
- 3 compañías de fumigación aérea.
- 4 Fundaciones Sociales, de las empresas comercializadoras internacionales mencionadas anteriormente, que desarrollan programas de bienestar social y desarrollo urbano.
- El 90% de la economía del Urabá Antioqueño depende directa e indirectamente del banano.

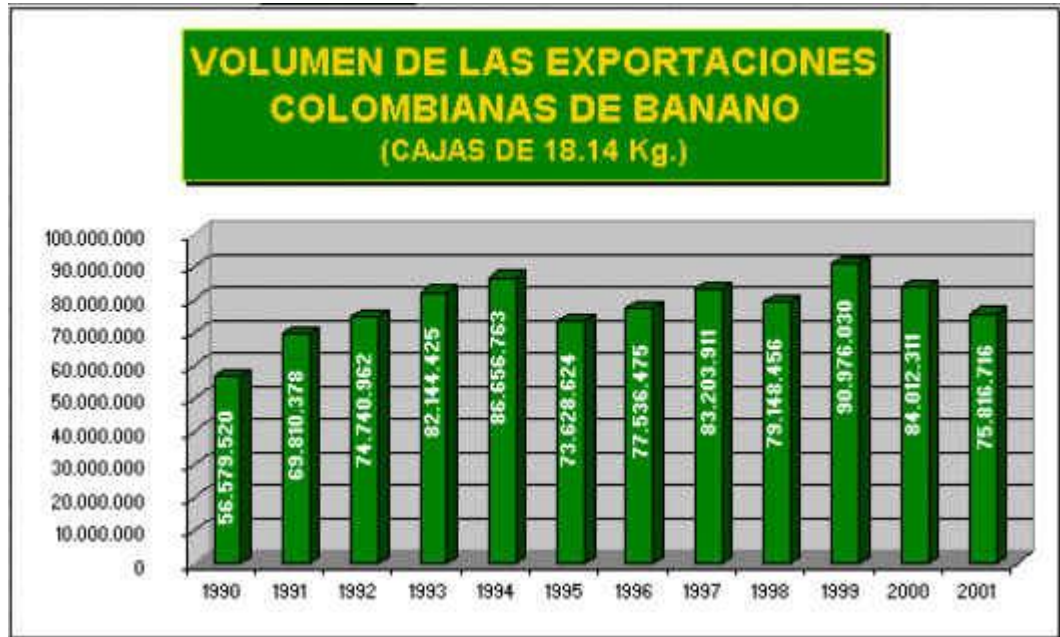
**1.2.2 La región del Magdalena.** La producción de banano en el departamento del Magdalena comenzó a finales del siglo XIX. Santa Marta fue la primera y principal área de cultivo del banano en Colombia, de hecho la United Fruit Company estableció sus primeras plantaciones de banano en la cara oeste del piedemonte de la Sierra Nevada de Santa Marta. La producción bananera en esta región comenzó a declinar durante la segunda mitad del siglo XX hasta ahora.

Hoy día, la producción bananera está concentrada en los municipios de Ciénaga, Aracataca y el nuevo municipio Zona Bananera. La producción bananera en Santa Marta está diseminada en unidades productivas con una extensión desde menos de 1hectárea hasta 120 hectáreas. Cerca del 85% de las exportaciones de banano de Santa Marta las efectúan Banadex, Proban y Delmonte a través de sus subsidiarias. Algunas de estas compañías son propietarias de algunos activos de producción en el Magdalena. Las *narco guerrillas* están presentes en el área junto con condiciones climáticas difíciles, la presencia de enfermedades y una productividad decreciente.

### **1.3 ESTADISTICAS DE LA INDUSTRIA DEL BANANO EN COLOMBIA**

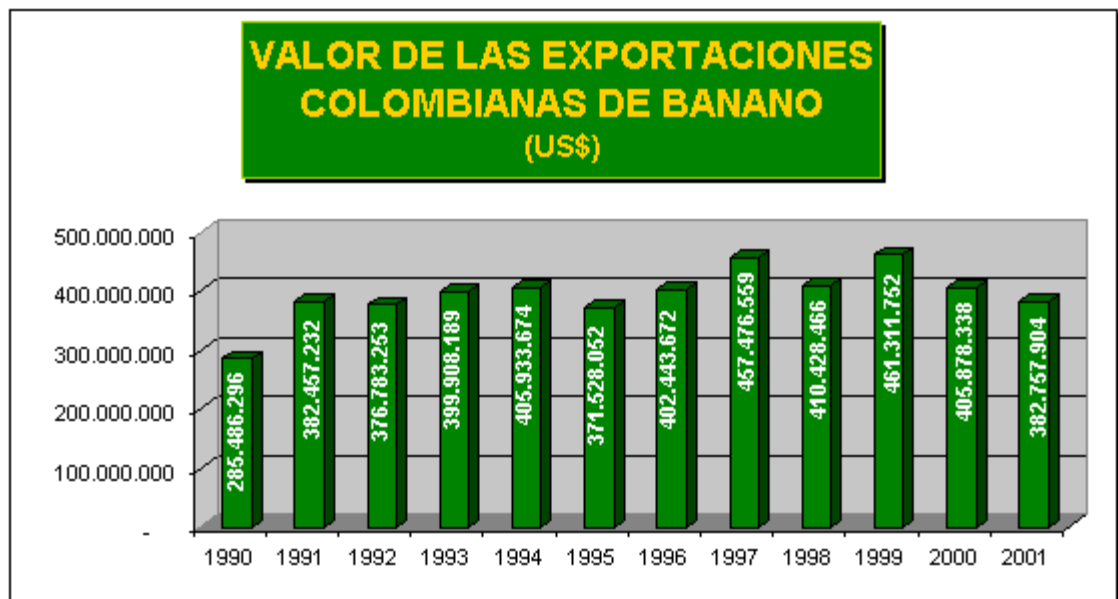
**1.3.1 Exportaciones.** De acuerdo con las gráficas 1 y 2, en el año 2001 las exportaciones colombianas de banano, ascendieron a 75.8 millones de cajas de 18.14 Kg. por valor de US\$382.8 millones. Se presentaron decrecimientos de -9.76% en volumen y de -5.70% en valor, respecto al año 2000, cuando se exportaron desde Colombia 84 millones de cajas por valor de US\$405.9 millones.

**Gráfica 1. Evolución del volumen de exportaciones colombianas de banano, 1990 – 2001.**



Fuente: Asociación de Bananeros de Colombia –AUGURA–.

**Gráfica 2. Evolución del valor de las exportaciones colombianas de banano, 1990 – 2001.**

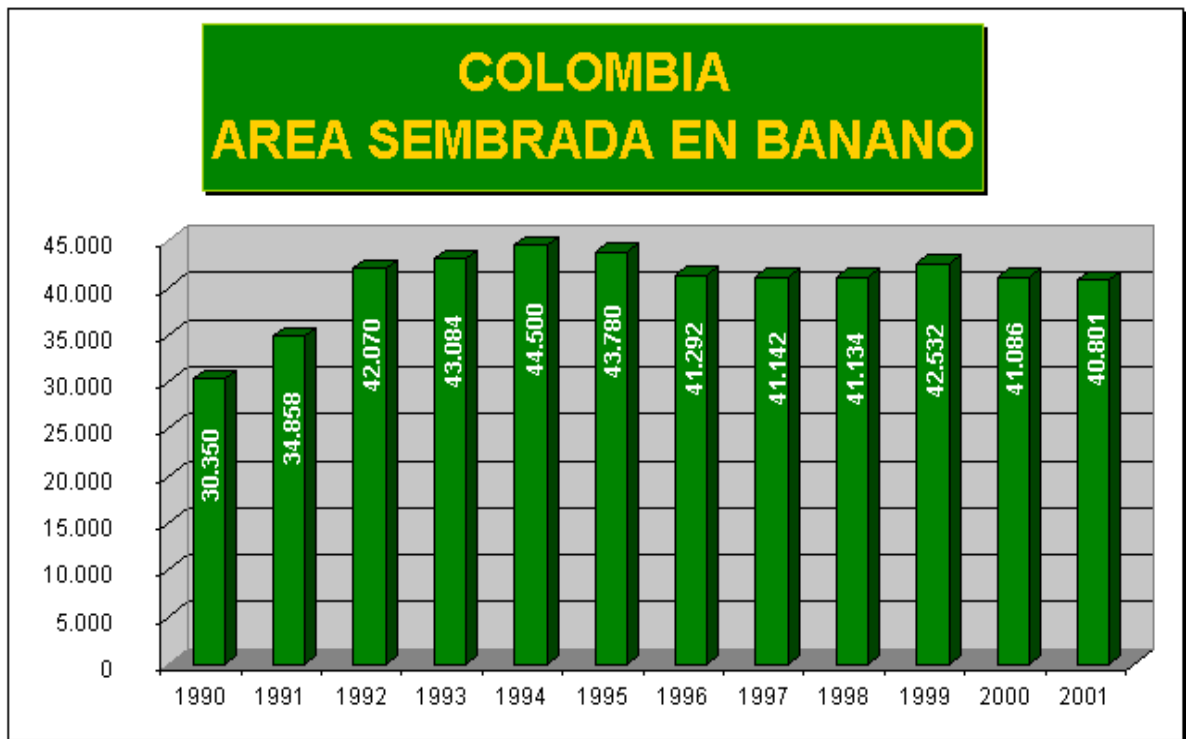


Fuente: Asociación de Bananeros de Colombia –AUGURA–.

En general, las principales causas de este resultado negativo fueron, fundamentalmente, los factores climáticos en la zona de Urabá y la disminución en el área sembrada en banano en la zona de Santa Marta, y el comportamiento del mercado mundial, el cual continúa presentando una sobreoferta de la fruta, tal como se analizará más adelante.

**1.3.2 Hectáreas en producción.** Las hectáreas sembradas en banano en Colombia en el 2001, ascendieron a 40,801; 285 hectáreas menos que en el año 2000, cuando fueron 41,086 las hectáreas sembradas en banano de exportación en las dos zonas productoras del país, representando una disminución de  $-0.69\%$ . Ver gráfica 3.

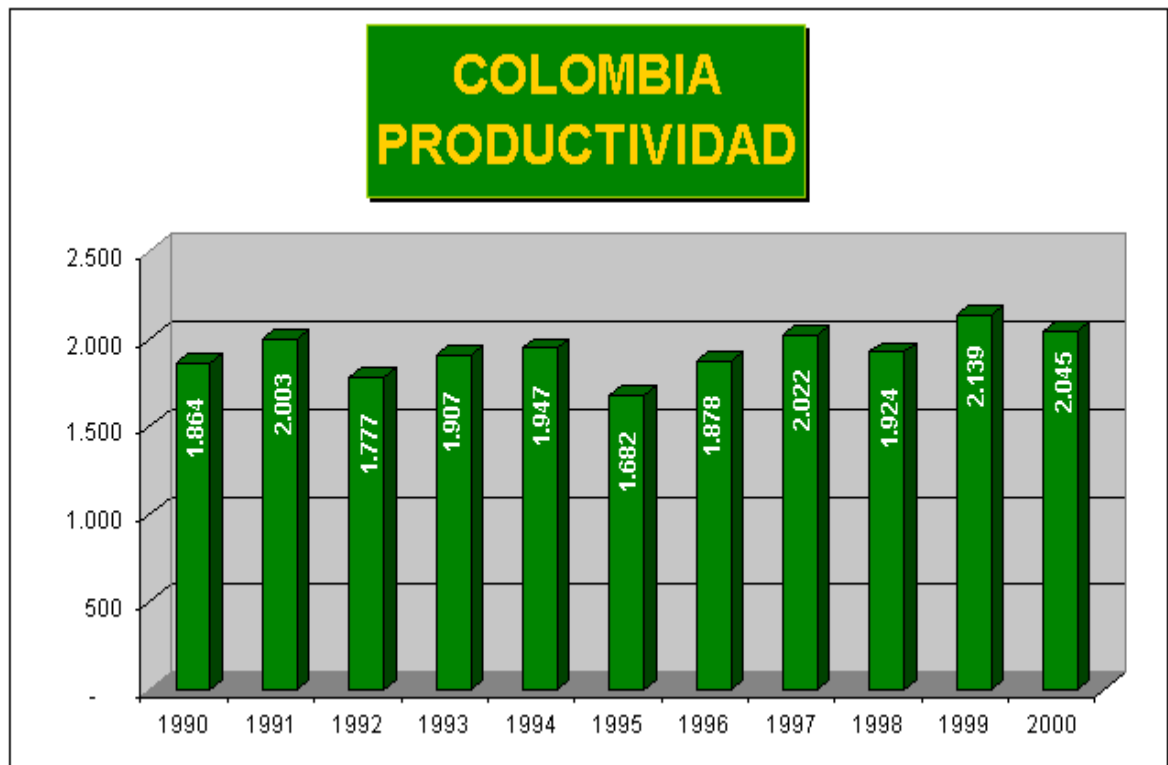
**Gráfica 3. Evolución de las hectáreas en producción sembradas en banano en Colombia, 1990 - 2001.**



Fuente: Asociación de Bananeros de Colombia –AUGURA–.

**1.3.3 Productividad.** La productividad promedio en el año 2001 se colocó entonces en 1,858 cajas por hectárea, inferior a la observada el año 2000 cuando fue de 2,045 cajas/ha./año, jalonada principalmente por la disminución en la productividad en la zona de Urabá a causa de las condiciones climáticas. Ver gráfica 4.

**Gráfica 4. Evolución de la productividad de la producción del banano en Colombia, 1990 – 2001.**



Fuente: Asociación de Bananeros de Colombia –AUGURA–.

Hay que tener presente que Colombia se ubica en los primeros lugares en cuanto a rendimientos por hectárea se refiere. Después se ubican la India, Ecuador y Guatemala, con una productividad que oscila entre 1.200 y 1.300 cajas por hectárea por año en promedio<sup>6</sup>.

**1.3.4 Comercializadoras.** En Colombia, por comercializadoras, UNIBAN fue la de mayores exportaciones, al vender al exterior 24.3 millones de cajas de banano y participar con el 32.11% del total exportado por Colombia. La sigue BANADEX, con 13.2 millones de cajas y una participación del 17.36%. Ver gráfica 5.

**Gráfica 5. Exportaciones colombianas de banano según comercializadora en el año 2001.**



Fuente: Asociación de Bananeros de Colombia –AUGURA–.

<sup>6</sup> [http://www.agrocadenas.gov.co/banano/documentos/Acuerdo\\_Regional\\_banano.pdf](http://www.agrocadenas.gov.co/banano/documentos/Acuerdo_Regional_banano.pdf).



De igual forma, la tercera comercializadora en participación en el año 2001 es PROBAN, con el 14.64% y 11.1 millones de cajas. La comercializadora BANACOL, por su parte, con una participación del 12.70% ocupa el cuarto lugar.

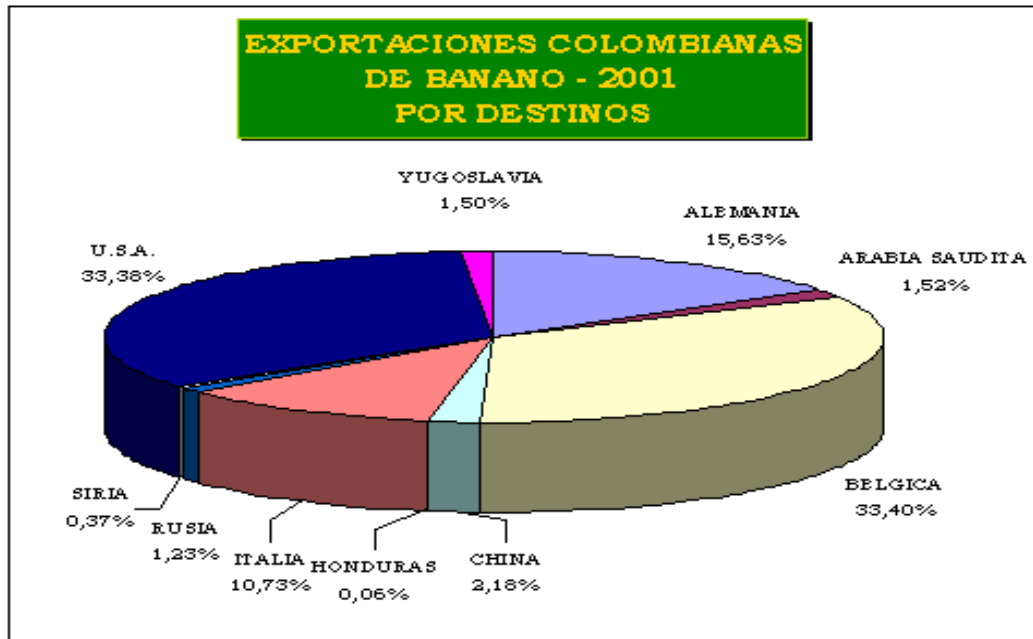
**1.3.5 Destino de las exportaciones.** Los países hacia los cuales se exportó la fruta colombiana fueron, en su orden, Bélgica (puerto de entrada a la U.E. y a otros países de Europa), Estados Unidos, Alemania e Italia. Estos países participaron con el 33.40%, 33.38%, 15.63% y 10.73% respectivamente. La Unión Europea participó con el 59.75% de las exportaciones colombianas, representadas en 45.3 millones de cajas, tal como se puede observar en el cuadro 1 y la gráfica 6.

**Cuadro 1. Las exportaciones colombianas de banano según puerto de destino, 2001.**

| Exportaciones Colombianas de Banano<br>Por Puerto de Destino<br>2001<br>(Cajas de 18,14 Kg.) |                   |                |
|--|-------------------|----------------|
| País   | Volumen           | Particip.      |
| Alemania   | 11,850,706        | 15.63%         |
| Arabia   | 1,149,454         | 1.52%          |
| Bélgica  | 25,320,521        | 33.40%         |
| China  | 1,653,319         | 2.18%          |
| Honduras   | 46,992            | 0.06%          |
| Italia   | 8,131,824         | 10.73%         |
| Rusia  | 934,292           | 1.23%          |
| Siria  | 282,235           | 0.37%          |
| U.S.A.   | 25,310,118        | 33.38%         |
| Yugoslavia   | 1,137,255         | 1.50%          |
| <b>Total</b>   | <b>75,816,716</b> | <b>100.00%</b> |
| <b>Total U.E.</b>  | <b>45,303,051</b> | <b>59.75%</b>  |

Fuente: Comercializadoras  
Tabulado: AUGURA

**Gráfica 6. Porcentaje de exportaciones colombianas de banano por destino, 2001.**



Fuente: Asociación de Bananeros de Colombia –AUGURA-.

#### **1.4 MERCADO INTERNO O DE CONSUMO**

Es el mercado de consumo, de boleja o de rechazo. Es el mercado estacional, y depende totalmente del mercado internacional. Cuando éste tiene buenos precios, el mercado de consumo es bajo, y en el caso contrario, es alto. Cuando el mercado interno está bueno, llega al 20 o 22% de la producción; y cuando está malo, baja al 8 o 10%. No tiene una unidad de mercado establecida, puesto que se vende por racimos, por cajas, por manos, por bultos, por el número de dedos de banano (a granel).

El principal y mayor problema respecto a este punto es el precio bajo. Es un precio de subsistencia; inclusive, cuando su precio está muy bajo ni siquiera justifica sacarlo al

mercado; no paga ni el transporte y entonces hay que botarlo en la misma finca. Es muy importante tener en cuenta que el hecho de botar el banano de rechazo en la misma finca por falta de mercado rentable, se puede convertir en un arma de doble filo, ya que resultaría en un foco de infección, y de esta manera acrecentar los problemas fitosanitarios en la zona. A nivel nacional, Urabá tiene la oferta del mercado interno; en Armero Guayabal existen 50 hectáreas de Gross Michel, cuya producción se vende en Bogotá.

### **1.5 PROBLEMAS QUE AFECTAN LA PRODUCCIÓN BANANERA <sup>7</sup>**

Este es un cultivo denominado *social* por la alta utilización de mano de obra poco calificada. Sin embargo, la producción bananera se encuentra afectada, entre otras, por las siguientes razones (Ver también anexo A):

1. Reformas agrarias mal diseñadas.
2. Los cultivos ilícitos y el procesamiento de la hoja de coca.
3. Paramilitarismo, guerrilla y delincuencia común.
4. Inestabilidad en los precios internacionales.

---

<sup>7</sup> GUTIÉRREZ CUADRO, Láster Alfonso. La economía agrícola colombiana en el marco de la globalización: El caso del banano. En internet: <http://www.google.com.co/search?q=cache:NPLrEOP9dz0J:www.uninorte>.

5. La consolidación de la Unión Europea.

6. La poca iniciativa de los cultivadores para la industrialización de la producción.

El tema de la inseguridad y la violencia rural representan un problema de primordial importancia, puesto que aumenta los costos de producción, aleja la inversión, inclusive de capital extranjero, destruye el capital físico y el capital humano, las exigencias de la vacuna obligatoria por parte de las bandas de insurgentes que operan al margen de la ley, los enfrentamientos bélicos entre ellos mismos, o entre ellos y las fuerzas armadas de Colombia, y las frecuentes y casi permanentes "pescas milagrosas", son la causa de los éxodos desde las zonas rurales tanto de la mano de obra campesina como de la mano de obra calificada, hasta la ausencia de los administradores, propietarios y/o empresarios. Por tanto, el desempleo rural aumenta día a día, así como el número de desplazados hacia las zonas urbanas.

## **2. EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA BANANERA DEL DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA**

### **2.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA ZONA**

**2.1.1 Localización del departamento.** El territorio del Magdalena está situado al norte del país en la Región del Caribe. El Departamento del Magdalena forma parte de las regiones naturales de la Sierra Nevada de Santa María y Valle del bajo Magdalena. Posee una extensión de 23.188 Km<sup>2</sup> aproximadamente, lo que representa el 2. 0% al compararla con el total nacional y el 15.3% en relación a la llanura del caribe.

El territorio del Magdalena limita con el mar Caribe y con los departamentos de la Guajira, Cesar, Bolivar y Atlántico, con un perímetro aproximado de 1.065 Kms. Y se encuentra conformado por un distrito turístico, cultural e histórico, 25 municipios, 156 corregimientos y 6 inspecciones de policía. Su población de acuerdo con el censo de 1993 es de 913.011 habitantes que representan el 12% del total regional y el 2.54 del total nacional, una densidad poblacional de 40.15 habitantes/km<sup>2</sup>. De ella un 61.7% (513.158) es urbana y el 38.3% (318.700) es rural.

**2.1.2 Características de la población.** El 62.9 % (566.066) de la población del departamento presenta necesidades básicas insatisfechas (N.B.I) y de este porcentaje el

42% (237.747) se encuentra en absoluta miseria. En lo que respecta a las Necesidades Básicas Insatisfechas (N.B.I.) el departamento del Magdalena ocupa el 7° lugar, superando el parámetro nacional en algo más del doble y superando en casi 3 puntos el promedio regional que es de 60%.

**2.1.3 La Zona Bananera.** El banano se produce en el Municipio Zona Bananera, que fue creado mediante Ordenanza 011 de 1999, y se segregó del Municipio de Ciénaga. Está integrado por los siguientes corregimientos:

- Sevilla.
- Riofrío.
- Guamachito.
- Soplador.
- Palomar.
- Varela.
- La Gran Vía.
- Santa Rosalía.
- Orihueca.
- Guacamayal.
- Tucurínca<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> GOBERNACIÓN DEL MAGDALENA. Plan de Desarrollo 1995-1995. Por la reconstrucción del Magdalena. Departamento Administrativo de Planeación. Santa Marta: Gobernación, 1995.

En Magdalena existen actualmente 13,000 hectáreas sembradas con banano en unidades de producción con áreas de hasta 120 hectáreas y minifundios de hasta menos de una hectárea. Las exportaciones bananeras desde esta zona ascendieron en 1999 a 23.4 millones de cajas por US\$ 129.2 millones y se generaron 6,500 empleos directos y 19,500 indirectos<sup>9</sup>.

**2.1.4 Aspectos geográficos de la zona bananera del Magdalena.** Se encuentra localizada dentro de las siguientes coordenadas geográficas: 10° 50' de latitud norte, 10° 52" latitud Sur, y longitud Oeste de 74° 07" y 74° 24", semejando un rectángulo entre los municipios de Santa Marta, Ciénaga, Zona Bananera, El Retén, Aracataca y Fundación. Los límites geográficos son: por el Norte, la cabecera del municipio de Ciénaga; por el Sur, el río Fundación; por el Oriente, las estribaciones de la Sierra Nevada de Santa Marta, a una altura de 80 a 1.000 metros sobre el nivel del mar, y por el oeste la Ciénaga Grande.

Tiene un clima tropical lluvioso, tropical húmedo y seco. Presenta dos períodos lluviosos: el primero se inicia a mediados de abril y finaliza en Junio; el otro se inicia a mediados de Agosto, y se extiende hasta finales de Noviembre y principios de Diciembre. La precipitación promedio es de 1500 a 2000 m.m. anuales, y una temperatura de 27,5° a 33° (grados centígrados); humedad relativa de 82,5%; con una luz de sol de 7 horas por día.

**2.1.5 Características de las fincas.** La gran mayoría de las fincas que conforman la cadena tienen una extensión menor de 10 hectáreas (77,75%), cuyos productores utilizan un bajo nivel de tecnología y pocos insumos (fertilizantes), consecuentemente presentan

---

<sup>9</sup> <http://www.augura.com.co/agroindustriabaneracolombiana/santamarta/santamarta.htm>

condiciones de baja competitividad con relación a las fincas grandes (principalmente comercializadoras), como ya se anotó anteriormente. Son alrededor de 1.100 pequeños productores de banano.

**2.1.6 Área sembrada.** El área enmarcada en la zona geográfica abarca unas 112 mil hectáreas, de las cuales 96 mil corresponden a la Zona Bananera, y de ellas se cultivan actualmente 12 mil hectáreas, distribuidas en fincas de diferentes áreas, las cuales están desde menores de 10 hectáreas, cuyos pequeños productores utilizan un bajo nivel de tecnología (insumos y fertilizantes), por lo cual presentan condiciones de baja competitividad con relación a las fincas grandes; pero estas en su mayoría, están en manos de las compañías comercializadoras, las cuales, con una mayor tecnología, pueden competir en el mercado internacional. En general, en la Zona Bananera del Magdalena se tiene:

a) Hectáreas sembradas en banano 12.000.

b) Hectáreas en producción de banano 11.000.

c) Hectáreas con asistencia técnica 9.000.

d) Hectáreas con cultivos abandonados 2.000/3.000.

**2.1.7 Tipos de producción.** En la Zona Bananera existen dos tipos de producción:

a) Los pequeños productores con áreas de 1 a 15 hectáreas (27% del área total), y son alrededor de 1.100, y



b) Las comercializadoras y grupos familiares, con fincas entre 50 y 300 hectáreas.

Los pequeños productores poseen bajos recursos para la inversión, lo cual se traduce en una baja productividad; aunque en la década de los 90 se presentó un crecimiento en la productividad, al pasar de 1.642 cajas/hectárea en 1996, a 1856 cajas/hectárea en 1999, y a 1.840 cajas en el 2000<sup>10</sup>.

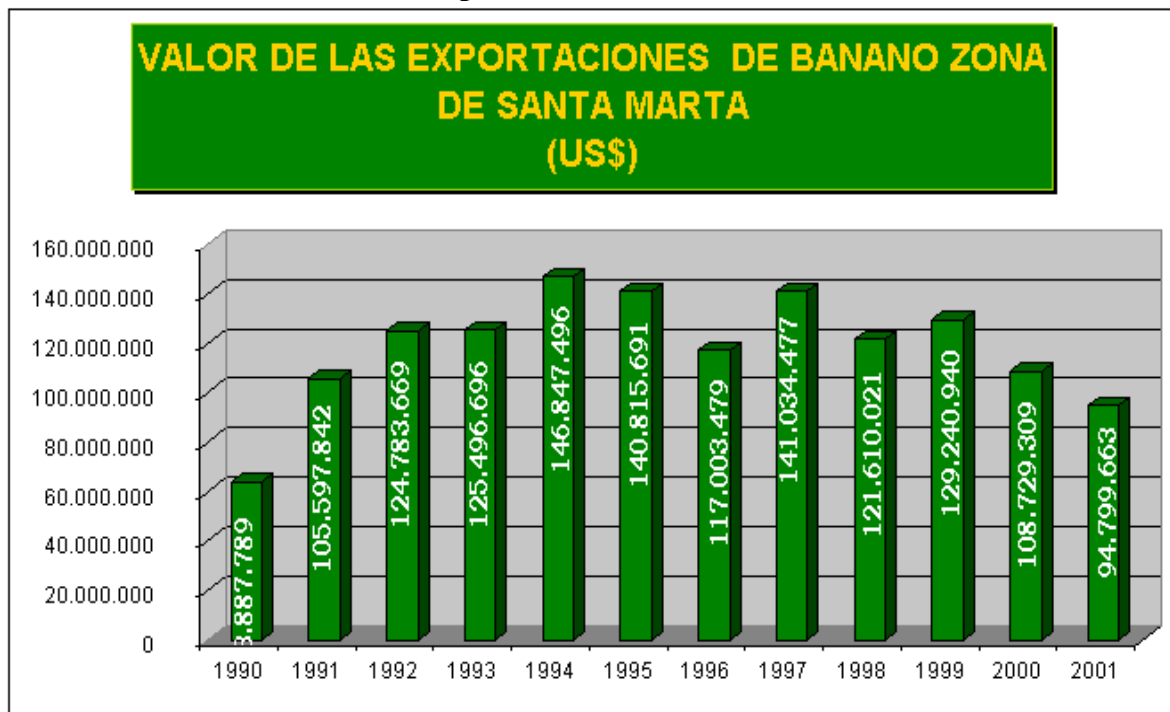
## **2.2 EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA BANANERA EN EL MAGDALENA**

**2.2.1 Exportaciones.** La baja devaluación nominal del peso colombiano frente al dólar (que significó una revaluación real en el 2001), las condiciones climáticas y de seguridad en la zona de Santa Marta, la competencia en el mercado bananero y la sobreoferta mundial de la fruta fueron factores claves para los pobres resultados arrojados por el sector bananero del Magdalena en el 2001, como se aprecia en la gráfica 7. En este sentido se tuvo que en ocho de los doce meses del año 2001 hubo decrecimiento en el nivel de exportaciones frente a los mismos períodos del año 2000. Apenas en octubre comenzó un proceso de recuperación en la producción y en las exportaciones, que muy poco aportó para superar la muy difícil situación por la que venía atravesando este importante sector exportador.

---

<sup>10</sup> <http://www.google.com/search?q=cache:5OC5UzRXkPwJ:www.agrocadenas.gov.co/banano/>

**Gráfica 7. Valor de las exportaciones de banano en la zona de Santa Marta en el período 1990-2001.**



Fuente: Asociación de Bananeros de Colombia –AUGURA–.

Vale decir que Colombia en los años treinta comenzó a generar cambios en la estructura productiva, tratando de implementar un proceso de industrialización; en ese momento la economía colombiana era básicamente agrícola; hasta el punto que el producto interno bruto era generado en un 60% por el sector agropecuario, mientras que las manufacturas escasamente aportaban un 7.6%. Sin embargo, al inicio de los años setenta este aporte había caído al 25%; hoy en los albores del siglo XXI este aporte sólo se encuentra en un 15%<sup>11</sup>.

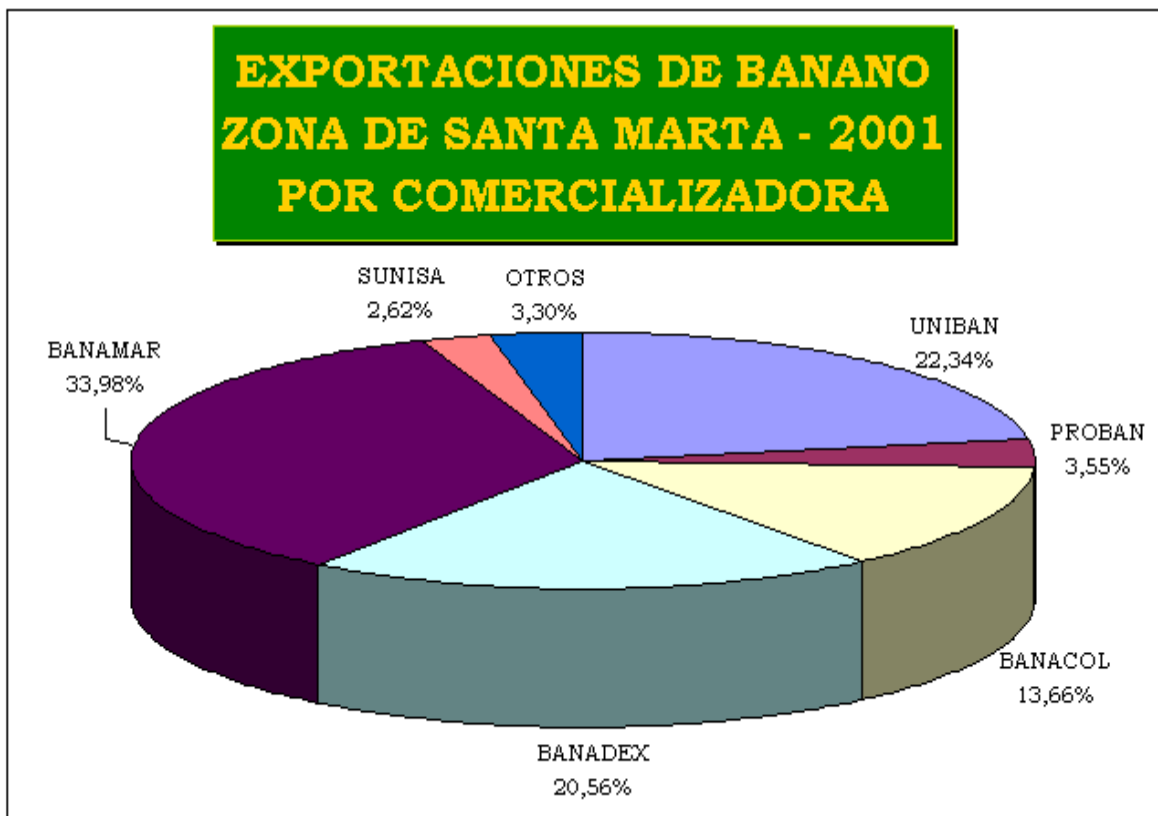
<sup>11</sup> UNIVERSIDAD PÚBLICA DE NAVARRA. La Economía Agrícola Colombiana en el Marco de la Globalización. El caso del Banano. Ponencia Encuentro de Economía Agrícola. Del 19 al 21 de septiembre de 2001.

Hay que tener en cuenta que los pequeños productores de la zona bananera del Magdalena han dejado de exportar, no tienen a quien venderle la fruta, y han tenido que despedir a más de 2.000 trabajadores, acción que agrava más la situación social, afectada desde hace tiempo por la inseguridad en el área rural. Al respecto de esta situación también se puede plantear que es consecuencia de la falta de iniciativa de los agricultores y del gobierno al dejar de lado la posibilidad de industrializar el país a partir de las ventajas comparativas que tiene el sector banano.

En esta parte también es importante anotar que una mejor manera de bajar los costos de producción es optimizando el equipo de infraestructura requerido, con mayor tecnificación, con aplicación de normas que busquen superar las condiciones laborales, ambientales y de producción. En este proceso de reducción de costos de producción es vital el apoyo del gobierno, de los centros de investigación y de las compañías comercializadoras de banano, que conduzcan al mejoramiento total del sector bananero del Magdalena en términos de optimización de los recursos económicos, materiales y humanos.

**2.2.2 Exportaciones por comercializadora.** Por comercializadoras, según la gráfica 8, la de mayor participación en la zona de Magdalena durante el año 2001 fue BANAMAR, que exportó 6.4 millones de cajas que representan el 33.98% del total exportado por la zona. Seguida por UNIBAN, con 4.2 millones de cajas exportadas y una participación del 22.34%.

Gráfica 8. Exportaciones de banano en la zona de Magdalena por comercializadora en el año 2001.



Fuente: Asociación de Bananeros de Colombia –AUGURA–.

De igual forma, la tercera compañía en participación es BANADEX con 3.9 millones de cajas y una participación de 20.56%. El cuadro 2 también resume esta información.

**Cuadro 2. Exportaciones de banano por comercializadora en la Zona de Magdalena, período 1999 – 2001.**

| Exportaciones de Banano Por Comercializadora<br>Zona de Santa Marta<br>(Cajas de 18.14 Kg.) |                   |                |                   |                |                   |                |               |                |
|---|-------------------|----------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------|---------------|----------------|
| Comercializ.  | 1999              | Partic.        | 2000              | Partic.        | 2001              | Partic.        | Var. 00/99    | Var. 01/00     |
| Uniban  | 4,144,007         | 17.73%         | 3,952,990         | 18.32%         | 4,227,384         | 22.34%         | -4.61%        | 6.94%          |
| Proban  | 7,870,122         | 33.66%         | 7,692,768         | 35.65%         | 671,694           | 3.55%          | -2.25%        | -91.27%        |
| Banacol   | 2,481,373         | 10.61%         | 2,800,300         | 12.98%         | 2,584,636         | 13.66%         | 12.85%        | -7.70%         |
| Banadex   | 5,064,375         | 21.66%         | 5,447,588         | 25.24%         | 3,890,725         | 20.56%         | 7.57%         | -28.58%        |
| Banamar   | 1,462,691         | 6.26%          | 441,338           | 2.05%          |                   |                | -69.83%       |                |
| Tecbaco   |                   |                |                   |                | 6,429,823         | 33.98%         |               |                |
| Sunisa  | 601,283           | 2.57%          | 518,850           | 2.40%          | 495,441           | 2.62%          | -13.71%       | -4.51%         |
| Otros   | 1,754,083         | 7.50%          | 725,101           | 3.36%          | 624,547           | 3.30%          | -58.66%       | -13.87%        |
| <b>Total</b>  | <b>23,377,934</b> | <b>100.00%</b> | <b>21,578,935</b> | <b>100.00%</b> | <b>18,924,251</b> | <b>100.00%</b> | <b>-7.70%</b> | <b>-12.30%</b> |

Fuente: Comercializadoras  
Tabulado: AUGURA

**2.2.3 Destino de las exportaciones.** Como se observa en el cuadro 3 y gráfica 9, el país hacia el que se exportó la mayor cantidad de fruta desde la zona de Magdalena fue Bélgica, a donde se despacharon 9.9 millones de cajas de banano, que representan el 52.30% del total exportado. Lo siguen Estados Unidos y Alemania, con 6 y 1.9 millones de cajas, con una participación de 31.58% y 10.04% respectivamente.

**Cuadro 3. Exportaciones de banano por puerto de destino en la Zona de Magdalena.**

| Exportaciones de Banano - Zona de Santa Marta<br>Por Puerto de Destino<br>2001<br>(Cajas de 18,14 Kg.) |                   |                |
|--|-------------------|----------------|
| País   | Volumen           | Partic.        |
| Alemania   | 1,900,050         | 10.04%         |
| Arabia   | 1,149,454         | 6.07%          |
| Bélgica  | 9,898,272         | 52.30%         |
| U.S.A.   | 5,976,475         | 31.58%         |
| <b>Total</b>   | <b>18,924,251</b> | <b>100.00%</b> |
| <b>Total U.E.</b>  | <b>11,798,322</b> | <b>62.34%</b>  |

Fuente: Comercializadoras  
Tabulado: AUGURA

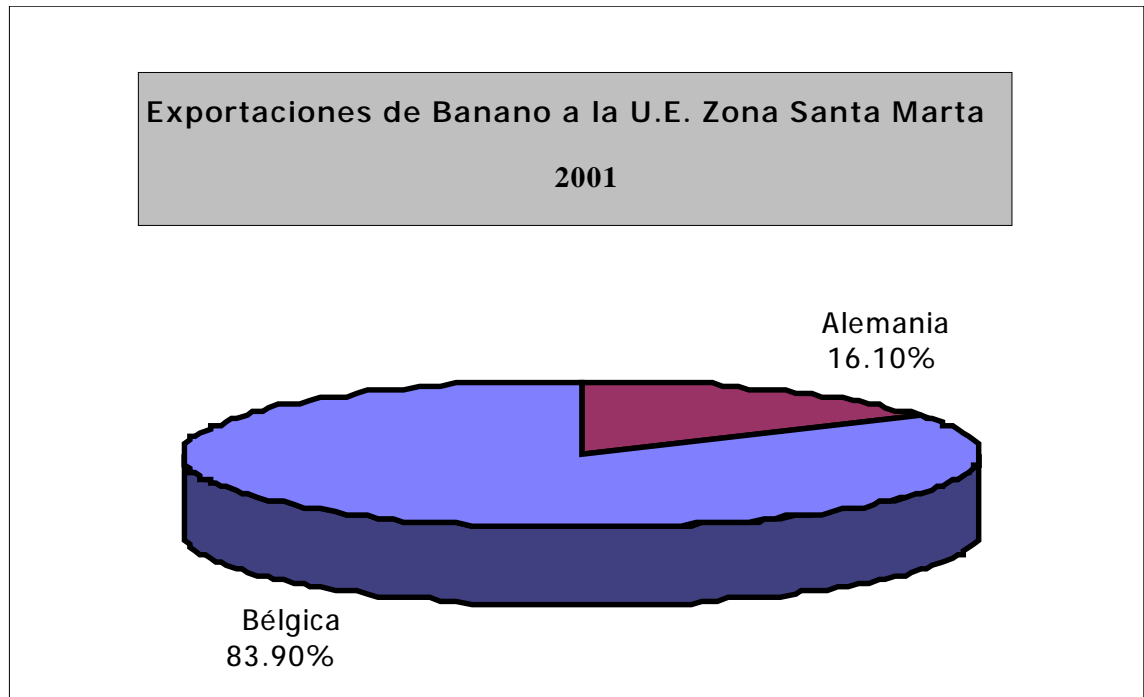
**Gráfica 9. Exportaciones de banano en la zona de Magdalena según destino, en el 2001.**



Fuente: Asociación de Bananeros de Colombia –AUGURA–.

Por su parte, hacia la Unión Europea se exportó el 62.34% de la fruta despachada desde esta región, es decir 11.8 millones de cajas.

**Gráfica 10. Exportaciones de banano a la Unión Europea por la Zona de Magdalena en el año 2001.**



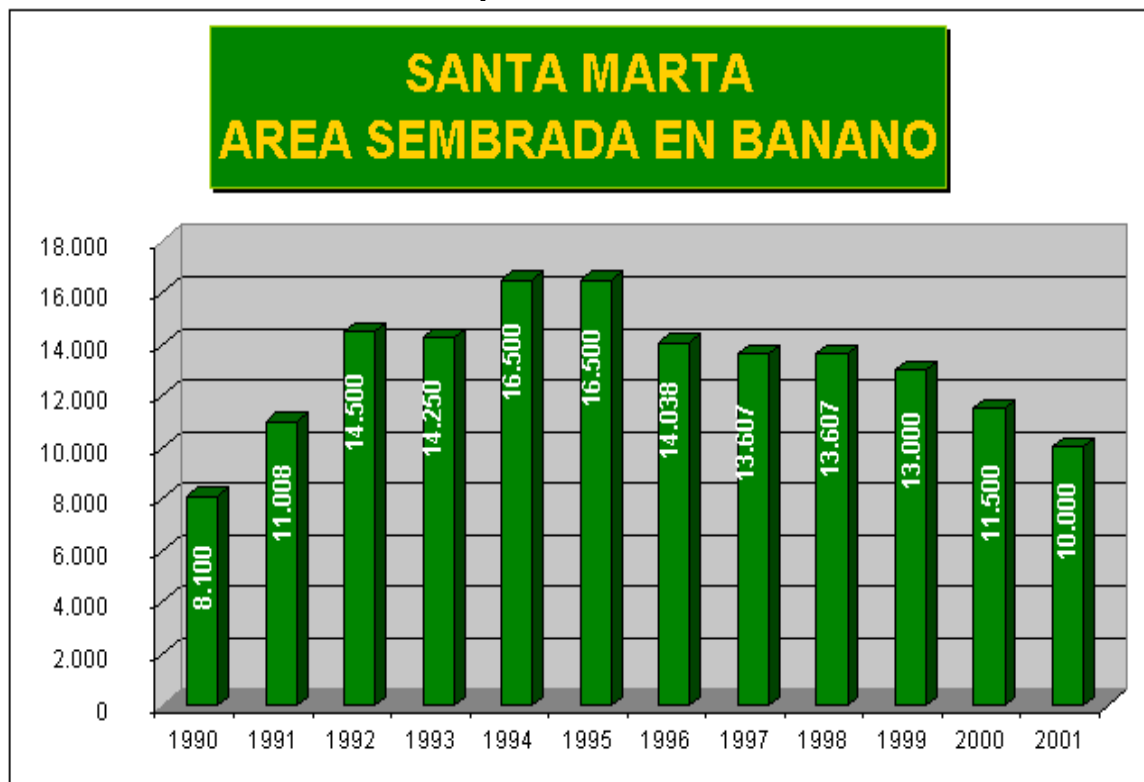
Fuente: Asociación de Bananeros de Colombia –AUGURA–.

Con esto lógicamente el banano forma parte de las exportaciones agrícolas de Colombia hacia los mercados de Europa, pero a raíz de la consolidación de la UE se ha visto afectado por la política que esta organización ha emprendido para la compra de bienes no producidos por los países de la Unión pero que son necesarios para el desarrollo de sus comunidades. Téngase en cuenta que el banano es considerado en Colombia un producto social generador

de empleo de mano de obra poco calificada y el deterioro de sus precios en el mercado internacional ahonda los conflictos en las zonas de producción.

**2.2.4 Hectáreas en producción.** La zona de Magdalena cerró diciembre del año 2001, según fuentes de la región, con 10,000 hectáreas en producción, 1,500 hectáreas menos que un año atrás, cuando fueron de 11,500, presentándose un decrecimiento del  $-13.04\%$ . Ver gráfica 11.

**Gráfica 11. Hectáreas en producción sembrada de banano en la zona de Magdalena en el período 1990 – 2001.**

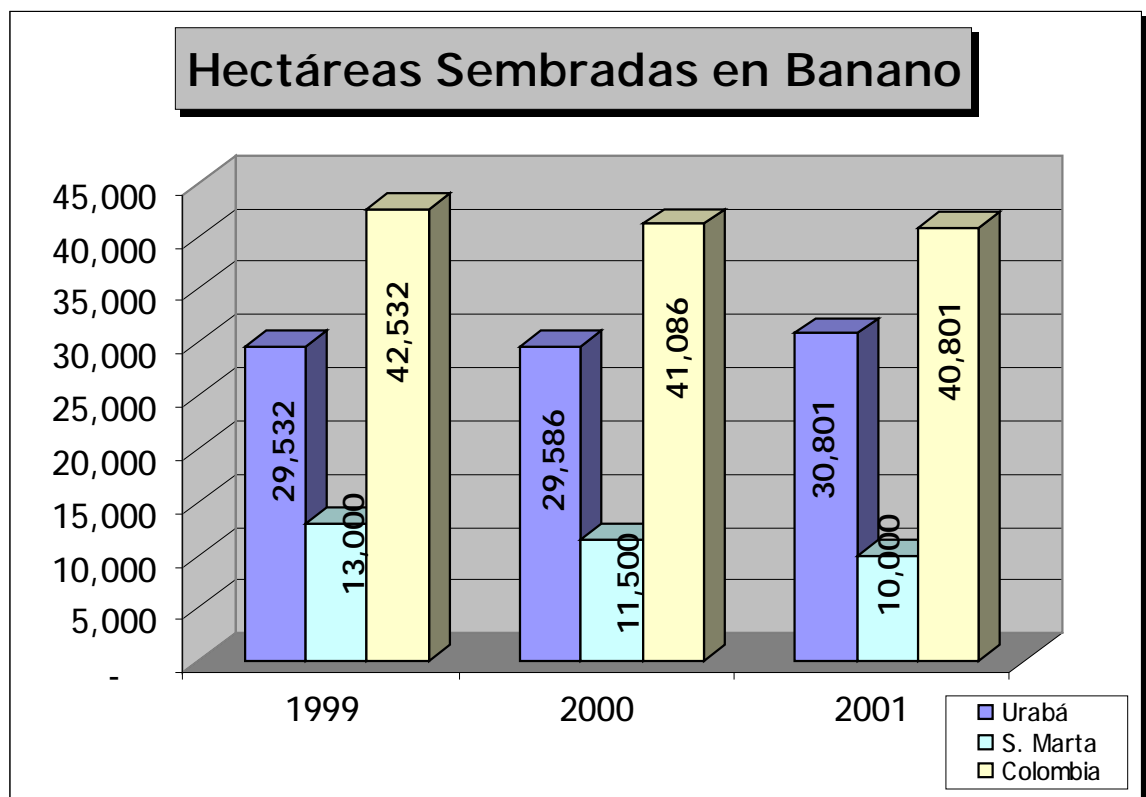


Fuente: Asociación de Bananeros de Colombia –AUGURA-.



Es decir, con estos resultados se puede apreciar que el sector bananero al igual que el sector agrícola en general ha venido perdiendo importancia relativa según hectáreas en producción sembrada de banano en la zona del Magdalena; algunos tratadistas del tema sostienen que esto se debe al auge de los sectores manufactura y servicios, cuya tendencia no es sólo a nivel departamental sino nacional. Ver gráfica 12.

**Gráfica 12. Comparativo de hectáreas sembradas en banano de las diferentes zonas en Colombia 1999 - 2001.**



Fuente: Asociación de Bananeros de Colombia –AUGURA–.

**2.2.5 Costos de Producción.** Los costos de producción son aquellos originados por el cultivo, la cosecha y el empaque (sin caja). El grado de tecnificación influye de manera

definitiva en el nivel de producción y en el de los costos respectivos. Varios factores han influido en los costos de producción de banano en la Zona Bananera del Magdalena, entre ellos:

- La sobreoferta mundial permanente de la fruta en el mercado internacional, principalmente por parte del Ecuador.
- La vacuna o impuesto que deben pagar los productores a los grupos armados que actúan al margen de la ley, que han desestimulado la producción.
- Los altos costos en los rubros de fertilización, riego y control de Sigatoka, tres renglones que suman el 40% del total de los costos de producción.
- El bajo nivel de tecnología, especialmente en los pequeños productores.
- La falta de certificación de las fincas bananeras.

Los costos de producción son muy altos, principalmente si se comparan con los de Ecuador, quienes no pagan las prestaciones sociales. Hay que analizar todos los factores que conforman el rubro costos. Se necesita organización e integración de manera tal que todos participen, tanto el gobierno como el sector privado, a fin de concertar la manera de bajar

los costos de producción para poder penetrar positivamente y con productividad en el mercado internacional, principalmente a base de calidad y certificación.

En este punto existe consenso en que la tendencia obligada debe ser la de partir de un precio base de US\$ 3/caja<sup>12</sup>. Los factores que más influyen en los costos de producción son:

a) Riego.

b) Fertilización.

c) Control de Sigatoca.

Estos tres factores representan el 40% de los costos de producción en el cultivo de banano de la Zona Bananera del Magdalena<sup>13</sup>.

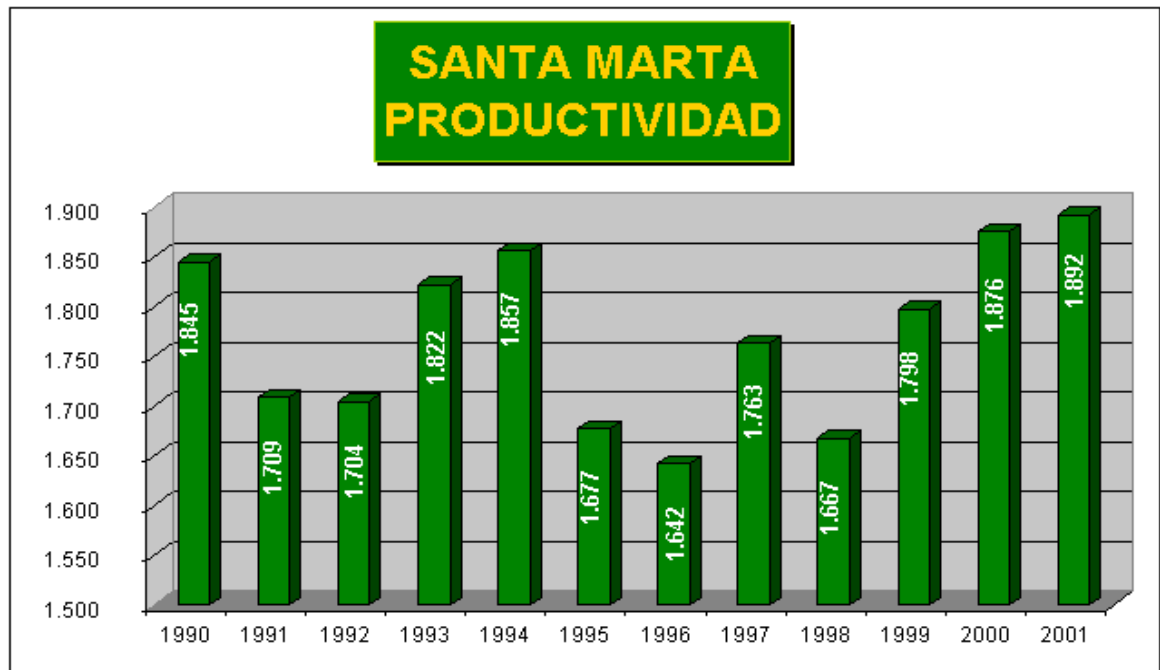
**2.2.6 Productividad.** Por su parte, la productividad promedio en esta zona se situó entonces en 1,892 cajas por hectárea para el 2001, mayor en 0.85% que el año anterior, cuando fue de 1,876 cajas por hectárea. Ver gráficas 13 y 14.

---

<sup>12</sup> MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL., Op. cit., p. 22.

<sup>13</sup> <http://www.google.com/search?q=cache:5OC5UzRXkPwJ:www.agrocadenas.gov.co/banano/>

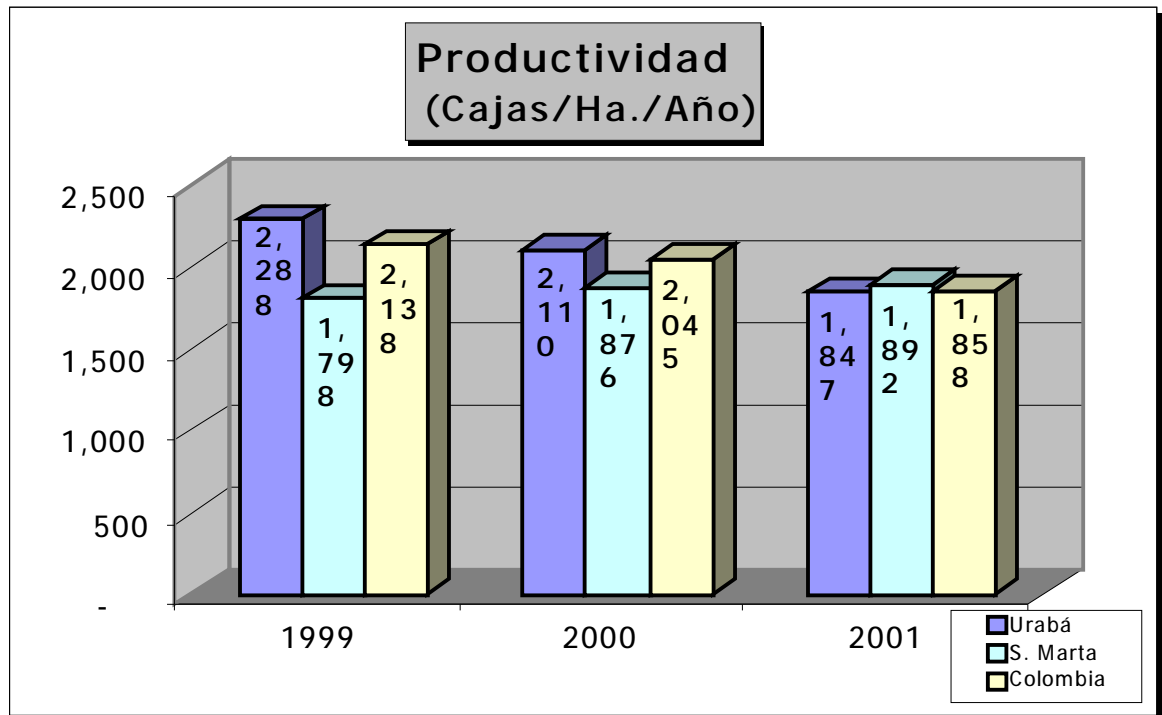
**Gráfica 13. Productividad de la producción de banano en la zona de Magdalena, en el periodo 1990 – 2001.**



Fuente: Asociación de Bananeros de Colombia –AUGURA–.

Ahora bien, la productividad de la Zona Bananera del Magdalena está por debajo de la de Urabá (1798 cajas/há/año de la Zona Bananera, y 2288 cajas/há/año de Urabá, en 1999). Sin embargo, para el año 2001 la productividad del Magdalena es superior a la de Urabá en 45 cajas.

**Gráfica 14. Comparativo de la productividad del cultivo de banano en las zonas de Urabá y Santa Marta.**



Fuente: Asociación de Bananeros de Colombia –AUGURA–.

No obstante este resultado, se requiere implementar un plan de capacitación bien estructurado para los productores de banano, especialmente dirigido a pequeños productores, factor indispensable para tratar de aumentar la productividad.

### **3. ASPECTOS SOBRE EL DESARROLLO TECNOLÓGICO EN LA ZONA BANANERA DEL MAGDALENA**

#### **3.1 CARACTERÍSTICAS TECNOLÓGICAS**

**3.1.1 Dinámica de la investigación y la tecnología.** De manera general no existe un plan de investigación y transferencia de tecnología específico para la región. Prácticamente toda la investigación se genera en otros países y se replica en la región. La investigación se realiza en la región por parte de las empresas comercializadoras, no es conocida por los productores. Se necesita un plan de transferencia de tecnología, máxime si se tiene en cuenta que el 60% de los productores bananeros (540) tienen bajo nivel tecnológico y de escolaridad<sup>14</sup>.

**3.1.2 Capacitación Técnica.** La capacitación técnica en las fincas bananeras es fundamentalmente necesaria y vital para poder obtener la productividad esperada que permita intervenir competitivamente en el mercado internacional. Absolutamente todas las labores de una finca bananera deben ser realizadas por personal capacitado técnicamente, desde la resiembra, tratamiento de la semilla, siembra y control de malezas y demás labores culturales, control fitosanitario, manejo de suelos y de agua, control de calidad en la

---

<sup>14</sup> [http://www.agrocadenas.gov.co/banano/documentos/Acuerdo\\_Regional\\_banano.pdf](http://www.agrocadenas.gov.co/banano/documentos/Acuerdo_Regional_banano.pdf).

empacadora, empaque y transporte, manejo ambiental, etc. Es decir, se deben elegir trabajadores competentes para lograr los objetivos de calidad, producción y productividad.

El SENA realizó, en concertación y participación de las comunidades campesinas que tienen asiento en la Zona Bananera del Magdalena, un censo de necesidades de capacitación en las fincas bananeras. Las falencias más sobresalientes de este sector son: supervisores y operarios de empacadoras. En 1989 fue creada la fundación social de Unibán, Fundaunibán, bajo los principios de participación y autogestión comunitaria, concertación y coordinación interinstitucional. Fundaunibán definió las áreas prioritarias de inversión según las necesidades más importantes de los habitantes de las diferentes comunidades.

La Zona Bananera del Magdalena, cuenta con escuelas, colegios de primaria y secundaria, una concentración de desarrollo rural ubicada en Sevilla, y un instituto técnico (Infotec), cuya sede es la cabecera municipal de Ciénaga. Las instalaciones físicas de las escuelas y colegios se encuentran bastante deterioradas, y en algunos casos carecen de servicios sanitarios, falta de mobiliarios y dotación de material didáctico. De manera general la educación rural de la Zona Bananera presenta problemas de calidad, cobertura e infraestructura física. Las fundaciones Fundebán y Fundaunibán, son el apoyo institucional.

**3.1.3 Investigación.** Ha sido protocolizado el convenio ICA -IICA por un valor de 200 millones de pesos para el control de la Sigatoka, moko y mosca de las frutas en la Zona Bananera del Magdalena. En el desarrollo de alianzas estratégicas y sustitución de cultivos,

Parmag ha obtenido un crédito ya aprobado por un valor cercano a los 1.800 millones de pesos en el Banco de Colombia y Banco Agrario, para la siembra de 1.000 hectáreas de maíz, con proyección a 2.000 hectáreas. El ICA ha venido trabajando sobre un proyecto o plan integral de manejo fitosanitario para la reactivación de la Zona Bananera del Magdalena y posicionamiento fitosanitario para promover mercados.

**3.1.4 Fertilización.** En la Zona Bananera no existe un programa institucionalizado sobre análisis de suelos y foliares que nos marque la pauta para una eficaz, económica y productiva fertilización.

**3.1.5 Infraestructura y Servicios.** Además de la carretera nacional, pavimentada en un 100%, la cual conduce desde Ciénaga hasta Fundación, y separa a la Zona Bananera del Magdalena en su parte oriental, de la Sierra Nevada de Santa Marta, fue identificada una vía secundaria de suma importancia para la región; se trata de la vía alterna de la Zona Bananera. Al arreglar y adecuar esta vía que une a los municipios de Ciénaga y Aracataca, pasando por varias veredas, acorta la distancia en un 20% o 25% del trayecto total entre las distintas fincas bananeras y palmeras de la zona y el puerto de embarque de la fruta para exportación.

Por otra parte se disminuyen los riesgos que representan actualmente los grupos armados que operan al margen de la ley en algunos sitios de la carretera troncal principal, tales como el puente de la aguja, el portón de Morán, Santa Rosalia, el puente de Sevilla, la vuelta del cura, etc.



**3.1.6 Transporte.** Este se realiza en contenedores refrigerados y en camiones desde el área de producción hasta el costado del buque. Anteriormente se utilizaba el transporte férreo, y todas las empacadoras tenían la infraestructura de rieles hasta el sitio de cargue en las fincas. De esta manera era más económico y seguro el transporte de la fruta, menos manipuleo y menos maltrato. Se transportaban, inclusive, racimos de banano, los cuales eran exportados en la misma forma. Se podría pensar en el transporte de los contenedores refrigerados con la fruta, desde las fincas hasta el puerto, por ferrocarril.

**3.1.7 Energía eléctrica.** Este servicio está a cargo de Eléctricaribe - Eléctrocosta, de un consorcio español, y de la empresa Conenergía, Comercializadora Andina de Energía, S.A, la cual está incursionando en la región. En una inspección física realizada a la Zona Bananera, se encontraron líneas obsoletas y con bajo nivel de rendimiento, con la consecuente deficiencia en el servicio.

**3.1.8 Comunicaciones.** La estatal Telecóm y Telesantamarta son las encargadas de prestar este servicio, además de Celcaribe y Celumóvil, entre otras, la telefonía celular rural. Frecuentemente se presentan problemas en la prestación del servicio, principalmente por los continuos daños en la estación transmisora instalada en las estribaciones de la Sierra Nevada de Santa Marta, probablemente por acción de vándalos o manos criminales.

**3.1.9 Puerto marítimo.** El puerto marítimo de Santa Marta, además de tener la ventaja geográfica de ser el puerto más cercano a Europa, presenta las siguientes ventajas comparativas inigualables:

1. **Profundidad:** Allí pueden atracar barcos de gran calado, sin problema de ninguna índole. Actualmente hemos visto barcos con capacidad para 500 mil cajas de banano.
2. **Abrigado:** Se encuentra muy bien protegido contra los vientos y huracanes que puedan presentarse.
3. **Acceso:** La línea del ferrocarril y la carretera pavimentada permiten el acceso al propio muelle de embarque y desembarque por lo cual las labores de cargue y descargue se pueden hacer de manera fácil y sin demoras ni contratiempos. Además, posee el equipo necesario para tales labores.
4. **Seguridad:** Es un puerto seguro y permite el embarque de la fruta sin maltrato y de muy buena calidad. Además es un puerto acondicionado para despachos y recibos de containers, labor que es imposible hacer desde el puerto de Urabá.

**3.1.10 Inversión en el Sector Bananero.** Este sector invierte recursos en la Zona Bananera a través de programas sociales, los cuales son directamente ejecutados por las fundaciones sociales de las comercializadoras. Fundauniban, Fundeban y Corbanacol invirtieron la suma de 882 millones 592 mil pesos en saneamiento básico, vivienda e infraestructura económica, entre 1992 y 1999. Con la participación comunitaria, el SENA realizó un diagnóstico que identificó las principales necesidades de la zona, como agua potable y saneamiento básico, infraestructura vial, puestos de salud, escuelas.

**3.1.11 Recurso hídrico.** El riego es uno de los factores más importantes e incidentes en los costos de producción del cultivo de banano. Ya se ha informado que, junto con la fertilización y control de la Sigatoka, constituye el 40% del total de los costos de producción. Pero existen tres áreas dentro del acuífero de la Zona Bananera del Magdalena:

1. Ciénaga
2. Orihueca
3. Orihueca
4. Sevilla
5. Sevilla
6. Fundación.

El primero de estos tres sectores es el que más problemas presenta, puesto que la demanda es mayor que lo que genera. En cambio el acuífero Sevilla - Fundación tiene mayor potencial por su baja utilización; de manera general, existe un exagerado desperdicio de agua en la Zona Bananera del Magdalena, tanto en las aguas subterráneas como en las superficiales. El consumo de agua por caja se estima en 146 litros; a través de la recirculación del agua el consumo se podrá reducir a sólo 3 litros. En la zona se consumen alrededor de 180 millones de metros cúbicos de agua; su costo aproximado es de \$9.50 pesos por metro cúbico y tenemos cerca de 3.000 hectáreas que se riegan por gravedad, siendo éste el sistema que más desperdicios de agua ocasionan.

Como estrategia general se ha recomendado la reducción a la mitad del número total de pozos existentes en la zona, o reducir la profundidad de succión de los bombeos. La distancia óptima de construcción de los pozos puede considerarse en 500 metros, esto con el fin de evitar el sobre descenso en los pozos por interferencia sobre los conos de bombeo. El exceso de pozos en la zona está causando un aumento de la cuña salina<sup>15</sup>, y a manera de comparación, se encuentra que entre Sevilla y ciénaga existen 1.5 pozos por kilómetro cuadrado, y entre Sevilla y Fundación, un pozo por cada 7 kilómetros cuadrados (0.14 pozos por kilómetro cuadrado). Entre el 20 y el 25% del área de la Zona Bananera está surcada por canales de drenaje, lo cual hay que corregir en el mediano plazo.

**3.1.12 Medio ambiente.** El impacto ambiental negativo que produce el cultivo de banano en la Zona Bananera del Magdalena es tal que para tratar de reducirlo se necesita una concertación muy concreta entre el sector gubernamental, las compañías comercializadoras, los productores bananeros y la comunidad en general, ya que la contaminación con los agroquímicos y plásticos, además del uso irracional y el mal manejo del recurso suelo y agua, y la falta de programas de control ambiental, así lo requieren.

El mal manejo del riego y drenajes se está reflejando en suelos erosionados, permitiendo la lixiviación de los suelos de la Zona Bananera. Según Corpomag, 23.040.000 bolsas plásticas de desechos son quemadas o botadas a los ríos y quebradas, con el consecuente deterioro ambiental y degradación de las aguas. Por su parte el ICA informa que 1.090.052

---

<sup>15</sup> [http://www.agrocadenas.gov.co/banano/documentos/Acuerdo\\_Regional\\_banano.pdf](http://www.agrocadenas.gov.co/banano/documentos/Acuerdo_Regional_banano.pdf).

kilogramos de plaguicidas (fungicidas, herbicidas, insecticidas y nematocidas), afectan no sólo el ecosistema, sino también a las comunidades que tienen asentamiento en la zona.

Existe la imperiosa necesidad de un plan agresivo de reforestación y manejo integral de los bosques y de las cuencas y microcuencas de los ríos y quebradas que bajan de la Sierra Nevada y bañan a la Zona Bananera del Magdalena antes de desembocar en al Ciénaga Grande.

**3.1.13 Presentación Comercial de la Fruta:** con base en lo anterior, las compañías comercializadoras tienen registrados sus varios nombres comerciales, de acuerdo a la calidad de la fruta, colocados en el mercado internacional. Entre otros: - Banacol: Premium - Bancluster - Uno a Uno - Single. - Chiquita: Premium 20 kls - Amigo - Junior - Premium 13 kls. - Proban: Premium - Cabane - Single. - Expocaribe: Premium - Guest - Fyffes - Tropical Edén - Darién.

**3.1.14 Calidad de la Fruta:** Esta se inicia desde las labores de campo, (culturales y fitosanitarias), y el resultado de la calidad se refleja en las plantas empacadoras; pues es allí donde opera el proceso de control de calidad de la fruta, y termina en el puerto de embarque. En este caso, el control está dirigido a cumplir las normas de calidad exigidas por las compañías comercializadoras de banano, que les permita acceder a las exigencias de los compradores finales. De esta manera las exportaciones han reducido considerablemente los porcentajes de rechazo. Banacol, por ejemplo, sólo presenta hasta ahora, 0.009% de fruta rechazada en el puerto; lo cual refleja una buena calidad de la fruta exportada. Ellos

están sacando unas 55.000 cajas semanales, para un volumen estimado exportable de 2 millones 800 mil cajas a Diciembre 31 del 2000.

**3.1.14 Sigatoka.** El control de la Sigatoka, junto con la fertilización y el riego abarca el 40% de los costos de producción en banano. Cada ciclo de fumigación cuesta alrededor de los 800 millones de pesos, negocio bastante lucrativo para las compañías comercializadoras que prestan este servicio.

### **3.2 LOS PROBLEMAS DEL ATRASO TECNOLÓGICO**

De manera general se pueden resaltar los siguientes problemas en el sector bananero del Magdalena:

- 1- Hace falta liderazgo en la cadena.
- 2- Crédito Fidui fi aún sin definir.
- 3- Difícil acceso al crédito (Banco Agrario).
- 4- Altos costos de producción.
- 5- Inseguridad rural.

- 6- Falta investigación y transferencia de tecnología.
- 7- Falta un programa institucionalizado sobre análisis de suelos y foliares.
- 8- Falta racionalización del recurso hídrico.
- 9- Contaminación de las aguas de los ríos, quebradas y canales de riego.
- 10- Es importante y necesaria la Secretaría Técnica.
- 11- Precio de venta del mercado interno muy bajo.
- 12- Falta inversión en educación y servicios (infraestructura y dotación).
- 13- Riesgos químicos, ambientales, mecánicos y físicos.
- 14- Falta capacitación técnica para administradores, supervisores y obreros calificados.
- 15- Falta sensibilización sobre la problemática ambiental para los productores, empresarios y comunidad en general.

## 4. LA PROBLEMÁTICA DE LOS PRECIO Y LA PARTICIPACION DEL BANANO DE LA ZONA DE MAGDALENA EN EL MERCADO MUNDIAL

### 4.1 PARTICIPACION DEL BANANO DEL MAGDALENA EN EL MERCADO MUNDIAL

La zona productora de banano del Magdalena participa en el mercado mundial de la siguiente manera:

**Cuadro 4. Producción y exportaciones de Zona Bananera del Magdalena.**

| <b>Año</b>   | <b>Área sembrada hectáreas</b> | <b>Productividad Cajas/hcct.</b> | <b>Exportación Miles de cajas</b> | <b>Valor Miles de US\$</b> | <b>Valor Caja US\$</b> |
|--------------|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------|------------------------|
| <b>1990</b>  | 8.100                          | 1.845                            | 14.946                            | 63.997                     | 4.28                   |
| <b>1991</b>  | 11.008                         | 1.709                            | 18.810                            | 105.597                    | 5.61                   |
| <b>1992</b>  | 14.500                         | 1.704                            | 24.708                            | 124.783                    | 5.05                   |
| <b>1993</b>  | 14.250                         | 1.822                            | 25.969                            | 125.496                    | 4.83                   |
| <b>1994</b>  | 16.500                         | 1.857                            | 30.636                            | 146.847                    | 4.79                   |
| <b>1995</b>  | 16.500                         | 1.677                            | 27.671                            | 140.816                    | 5.09                   |
| <b>1996</b>  | 14.038                         | 1.642                            | 23.054                            | 117.003                    | 5.08                   |
| <b>1997</b>  | 13.706                         | 1.763                            | 24.165                            | 141.034                    | 5.84                   |
| <b>1998</b>  | 13.500                         | 1.681                            | 22.688                            | 121.610                    | 5.36                   |
| <b>1999</b>  | 13.000                         | 1.800                            | 23.404                            | 129.241                    | 5.52                   |
| <b>2000*</b> | 13.000                         | 1.617                            | 10.512                            | 57.638                     | 5.48                   |

Fuente. Datos entregados por las comercializadoras.

\* La productividad es estimada, los otros datos corresponden al primer semestre.



El cuadro 4 muestra la inestabilidad del precio del banano en mercado mundial; queda, además, claro que una vez que se comenzó a consolidar el proceso de integración europeo (La Unión Europea), los precios comenzaron a caer de US\$9,00 a US\$5,00 aproximadamente por efecto de la expedición de la *Ley Comunitaria*. Por otro lado, se espera que en la medida que la UE siga promulgando sus acuerdos comerciales los precios de la Zona sigan cayendo, dejando de esta manera en unas condiciones económicas muy precarias a los productores bananeros no sólo del Magdalena sino del país, aumentando de esta manera la inestabilidad social de la Zona Bananera con la consecuente situación de violencia que se presenta en el área.

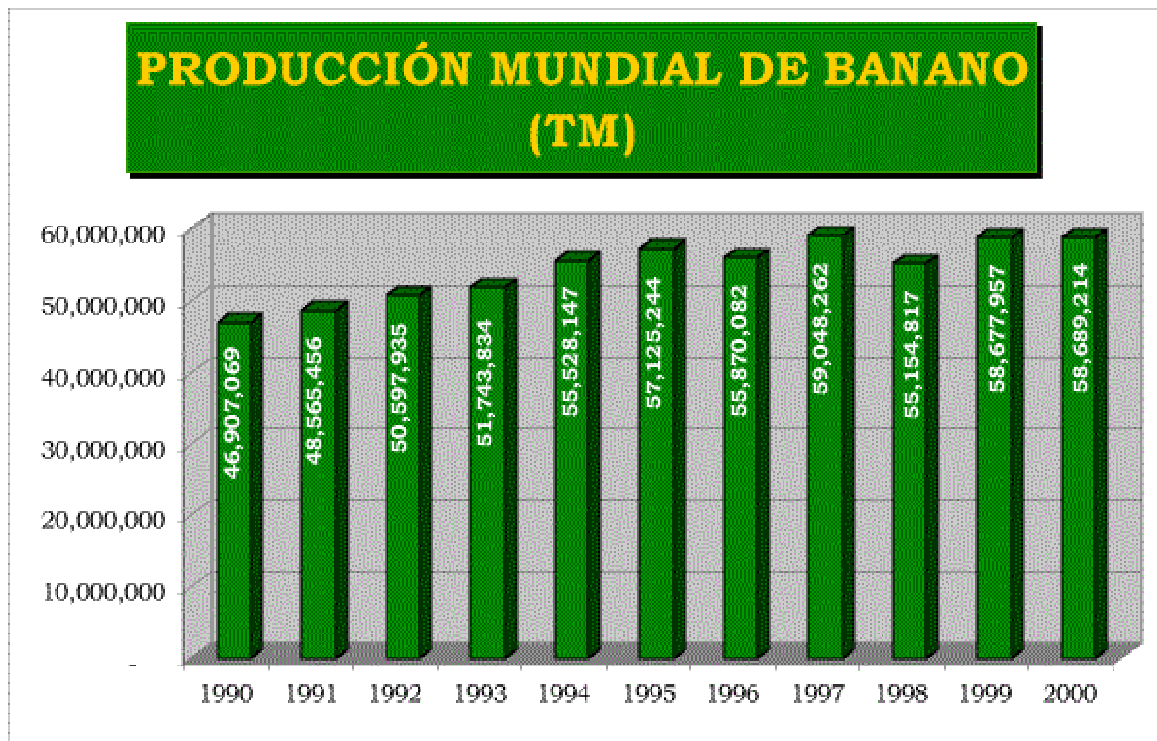
#### **4.2 LA PROBLEMÁTICA DE LOS PRECIOS DEL BANANO**

En esta parte del análisis cabe decir que la comercialización internacional de los productos del agro en América Latina se enfrenta al problema de ser tomadores de precio, es decir, en el caso del banano los productores tanto de Magdalena como de Urabá no fijan precios en el mercado, son los países consumidores los que establecen los precios e incluso imponen cuotas de compra. Se está entonces, en presencia de un problema estructural de producción y comercialización del banano colombiano, además, de los problemas coyunturales de violencia. Así las cosas, la actividad bananera en la zona del Magdalena registra factores exógenos y endógenos que afectan seriamente el sector en detrimento de la competitividad internacional.

### 4.3 LA SOBREFERTA MUNDIAL DE BANANO

Como se puede apreciar en las gráficas 15 y 16, el comportamiento de la oferta y la demanda de banano a escala mundial demuestran claramente que esta última no absorbe el crecimiento desmesurado de la primera. Debe aclararse que el aumento de la oferta fue impulsado por las grandes transnacionales bananeras, que supusieron un aumento importante de la demanda en virtud de la caída del Muro de Berlín, la apertura de las economías socialistas, las proyecciones efectuadas sobre el mercado de la China y la expectativa de un mercado libre en la Comunidad Económica Europea.

**Gráfica 15. Evolución de la producción mundial de banano en el período 1990 – 2000.**



Fuente: Asociación de Bananeros de Colombia –AUGURA–.

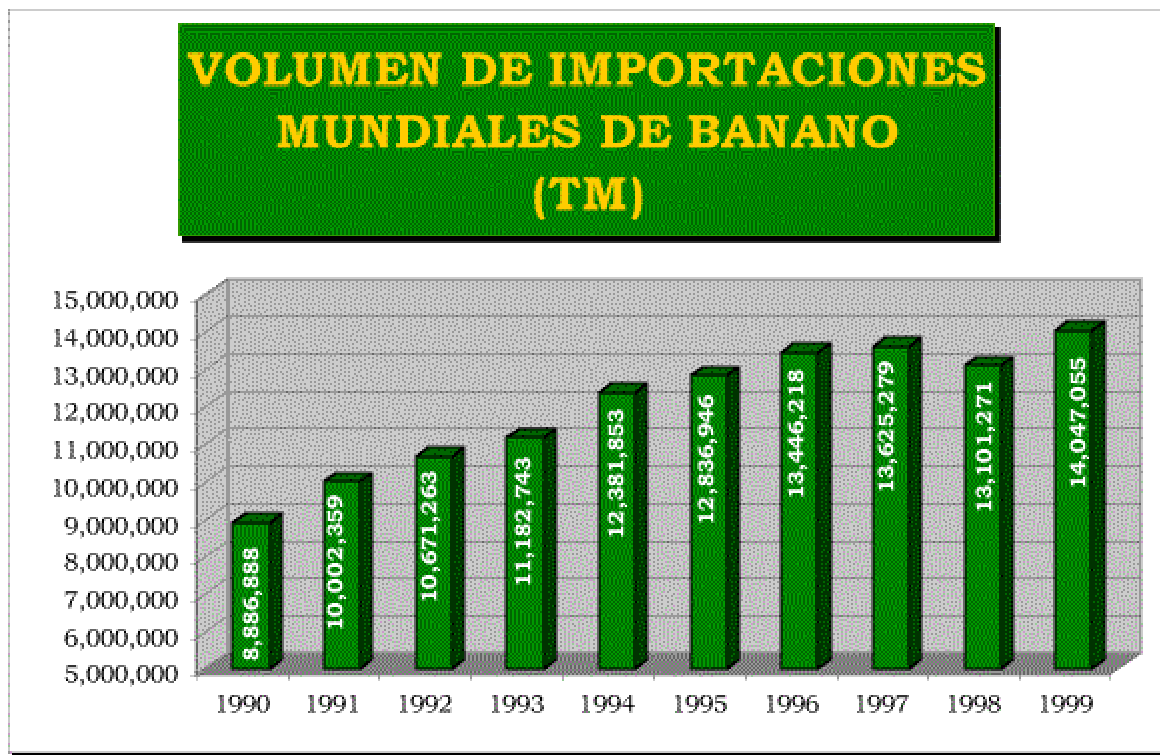
**Gráfica 16. Evolución del volumen de exportaciones mundiales de banano en el período 1990 – 1999.**



Fuente: Asociación de Bananeros de Colombia –AUGURA–.

Por tanto, el esperado incremento en la demanda no se dio mientras que la oferta crecía en un margen entre el 4% y el 14% anuales entre 1986 y 1996. Según la FAO, existe una sobre oferta aproximada de 55 millones de cajas anuales, lo que condujo a una dramática baja en los precios internacionales del banano, afectando brutalmente a los productores de la Zona Bananera del Magdalena, quienes habían tomado recursos económicos del sector financiero para invertirlos en aras de lograr un aumento significativo en la producción; las acreencias obtenidas por el endeudamiento no las han podido cubrir oportunamente, por lo tanto, los productores de banano en Colombia se encuentran en mora con el sector financiero. Ver gráfica 17.

**Gráfica 17. Evolución de las importaciones mundiales de banano en el período 1990 – 1999.**



Fuente: Asociación de Bananeros de Colombia –AUGURA-.

#### 4.4 INCIDENCIA DE LA UNION EUROPEA

**4.4.1 Ley Comunitaria.** Entre 1991 y 1993 se observó la formación y puesta en ejecución de la *Ley Comunitaria (reglamento 404 de 1993)* que definió el mercado unificado del banano en la Unión Europea (UE)<sup>16</sup>, la Ley se expide para dar cumplimiento a lo ordenado en el Tratado Constitutivo, que había sido modificado en 1985, en el sentido de que los

<sup>16</sup> La Unión Europea (UE - 15) estuvo compuesta en sus inicios por 15 países: Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal, Reino Unido y Suecia. Tuvo 12 Estados miembros hasta enero 1 de 1995, cuando ingresaron Austria, Finlandia y Suecia. Finalmente hoy sólo tiene 11 países.

mercados de los entonces 12 países miembros funcionarían como uno solo a más tardar el último día del año 1992.

**4.4.2 Regímenes del banano.** Para esta época en la UE existían, por lo menos, ocho regímenes nacionales en materia de banano. Mientras que España, Francia, Grecia, Italia, Portugal y Reino Unido operaban sus propios regímenes, con limitación mayor o total a la importación de fruta latinoamericana, cinco de los restantes Estados miembros mantenían cierta libertad de mercado, acompañada de un arancel del 20% consolidado en el GATT<sup>17</sup>. Por su parte Alemania, principal consumidor, mantenía un mercado de libre importación con cero arancel, autorizado en un protocolo especial del Tratado de Roma, constitutivo de la Comunidad Económica Europea (1975).

**4.4.3 Implicaciones para abastecedores de banano.** En consideración a que el mercado de la UE-12, y tanto más el de la UE-15, es el principal del mundo, la suerte de esa Ley Comunitaria era, a la vez, la de los países latinoamericanos que son los mayores abastecedores de banano en el mercado internacional. Se trata de Colombia, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua y Venezuela, que eran partes contratantes del GATT, y de Ecuador, Honduras y Panamá, que no lo eran. Así las cosas, el futuro régimen podría tener dos formas.

---

<sup>17</sup> Organismo rector de las reglas multilaterales de comercio, con sede en Ginebra (Suiza). Fue sustituida por la Organización Mundial de Comercio (OMC).

1. Una, mediante la nivelación al régimen nacional más amplio y libre, el de Alemania, que permitía el ingreso de la fruta con cero arancel y libre de cuotas.
2. La otra, a través del comercio administrado (Organización Común de Mercados), para diseñar un mercado único que recogiera el promedio de las condiciones comerciales existentes en los distintos regímenes nacionales que reemplazaría.

Desafortunadamente para los países latinoamericanos y para las empresas comercializadoras de la fruta, que esperaban un régimen libre, la UE decidió en diciembre de 1992 optar por el comercio administrado, desconociendo de plano las exigencias y exhortaciones latinoamericanas y las de las compañías multinacionales comercializadoras de banano.

**4.4.4 El Reglamento comunitario.** Se aprobó en febrero de 1993, correspondiéndole el No. 404 de ese año. Su negociación al interior de la UE resultó bastante complicada en virtud de los diferentes intereses de los países miembros, con relación al tipo y nivel de protección que debía otorgarse a los productores de banano comunitario y también a aquellos de los países ACP (África, Caribe y Pacífico, excolonias signatarias de la Convención de Lomé). Respecto del banano "no preferencial", es decir, el latinoamericano, el Reglamento 404 determinó:

- a- Estableció un contingente tarifario de DOS MILLONES de Toneladas Métricas por año, dentro del cual se aplicaba un arancel de 100 Ecus por Tonelada Métrica, lo que

equivalía aproximadamente al 20-25% Avaloren. Por encima de ese contingente podrían realizarse importaciones, pero sujetas a un arancel de 850 Ecus/TM, lo que en la Práctica imposibilitaría importaciones por encima de los primeros dos millones de TM/año.

- b- Diseñó, para administrar el contingente, un sistema de licencias de importación, asignándoles las licencias a empresas o personas que llenen la calidad de "operador europeo", es decir, aquellas que están debidamente constituidas en Europa, así sean de capital extranjero, y tengan una trayectoria histórica como importadores. Definió que el 66.5% de las licencias identificadas como de tipo "A", se adjudicarían a operadores que hubieran sido importadores tradicionales de banano no preferencial (latinoamericano); que un 30% de ellas, designadas tipo "B", se distribuyeran entre los operadores tradicionales de banano comunitario o ACP; y que el saldo de éstas, es decir, el 3.5%, identificadas como tipo "C", se repartieran entre nuevos operadores.
- c- Eximió las importaciones tradicionales provenientes de los países ACP tanto del contingente como del pago de aranceles, por lo que recibieron tratamiento similar al de la producción propia comunitaria.

**4.4.5 El problema de las importaciones de banano latinoamericano.** Si se tiene en cuenta que durante 1992 el mercado de la UE alcanzó 3.6 millones de toneladas métricas, de las cuales 2.3 millones provenían de banano no preferencial, el contingente tarifario establecido de 2.0 millones implicaba un recorte del 15% en las importaciones de banano

latinoamericano, a lo cual si sumamos que los operadores "B" (poseedores de 30% de las licencias) no comercializaban con banano latinoamericano, la restricción podría llegar a niveles cercanos al 40%.

Adicionalmente la rentabilidad del mercado comunitario para el productor latinoamericano sufrió un gran menoscabo, pues el establecimiento de contingentes arancelarios tiene el efecto de crear unas Rentas Económicas, pero la forma adoptada para asignar las licencias implicó que tales rentas fueran capturadas en su totalidad por los operadores europeos dueños de dichas licencias. Esta situación era especialmente perjudicial para Colombia, pues el grueso de sus compañías comercializadoras no calificaban como operadores europeos, por lo que no recibían licencias de importación europeas.

**4.4.6 Disminución del volumen de exportaciones.** Al entrar en vigencia el Reglamento 404/93 el 1° de Julio de 1993, sus efectos negativos se manifestaron inmediatamente. En primer, lugar el volumen colocación de fruta disminuyó de 519.200 TM en 1992 a 460.840 TM en 1993, con lo cual la participación del banano colombiano dentro del volumen del banano no preferencial se redujo del 21.5% al 18.8%. En segundo lugar, los precios al nivel del madurador europeo se incrementaron considerablemente. En tercer lugar, las rentas se situaron en niveles superiores a los esperados, siendo contradictorio que mientras el precio pagado por las licencias llegaba a valores cercanos a US\$8, el precio de la caja de banano valor FOB<sup>18</sup> en Colombia era inferior a los US\$4, situación que ponía en peligro la

---

<sup>18</sup> Libre a bordo.



estabilidad de las empresas y productores colombianos, los cuales quedarían a merced de las grandes multinacionales del banano.

**4.4.7 Reacción de Colombia.** Al vislumbrarse las consecuencias negativas generadas por la aplicación del Reglamento 404/93, Colombia, a diferencia de los demás países latinoamericanos que consideraron que no habría solución, comenzó a explorar alternativas de solución lideradas por el entonces Embajador de Colombia en Bruselas, lo que condujo a la elaboración de un borrador de documento hacia los meses de octubre y noviembre de 1993, el cual fue consultado con el Presidente de la República y el Ministro de Comercio Exterior, quienes autorizaron para seguir el camino exploratorio de una solución a la complicada situación.

La proyectada solución aceptaba que no sería posible obtener un cambio del régimen de importación regulado a uno libre, y que sería a través de la vía de la negociación que se podrían obtener beneficios para el país, para lo cual tendría que acomodarse el país a los parámetros generales del régimen. El escenario para tales negociaciones se inició aprovechando la Ronda Uruguay del GATT, en la cual se dejaría en claro que los países latinoamericanos insistirían en convocar un "panel"<sup>19</sup> ante el GATT contra el Reglamento 404/93, y simultáneamente se emprendería una negociación directa y reservada por parte de Colombia con la Comisión Europea, ejecutivo comunitario y negociador de la UE, con el propósito de identificar los términos de esa posible oferta GATT por parte de la UE dentro

---

<sup>19</sup> Un "Panel" es un Tribunal que dictamina sobre un litigio en materia de violación de reglas multilaterales de comercio.

de la Ronda Uruguay, ronda que había de terminar el 15 de diciembre de 1992, lo que otorga un plazo perentorio para el logro de los objetivos compuestos.

**4.4.8 Acuerdo Marco sobre Banano.** Luego de intensas reuniones y negociaciones se conformó el documento denominado “ Acuerdo Marco sobre Banano” con la UE, que fue inscrito el 14 de diciembre de 1993 por la UE como parte de su oferta agrícola al término de la etapa de negociación de la Ronda Uruguay, inscripción que fue condicional debido a que solo Colombia había manifestado su apoyo a lo ofrecido por la UE, quedando pendiente el apoyo de los otros países bananeros miembros del GATT, lo que implicaría la renuncia de estos países a proseguir con el “panel”, teniéndose como plazo para lograr tal apoyo los tres primeros meses de 1994 cuando se debía culminar con la firma del acuerdo que terminaría la Ronda, en Marrakesh (Marruecos) en abril.

Como las reglas de la Ronda de Uruguay permitirían que se mejoraran las ofertas inscritas, lo que permitió el mejoramiento de las condiciones del Acuerdo Marco, acuerdo que solo no fue aceptado por Guatemala que representaba el 1.5% del mercado, el cual fue finalmente suscrito en Bruselas el 28 de marzo de 1994, y pocas semanas después se firmó el tratado que protocolizaron todos los acuerdos de la Ronda Uruguay del GATT y que dio nacimiento a la Organización Mundial de Comercio.

**4.4.9 Presión de Estados Unidos.** Una vez suscrito el acuerdo Marco, se dio inicio a un proceso de presión por parte de los Estados Unidos, instigado por la Compañía Chiquita Brands, país que alegaba que los intereses de sus empresas comercializadoras

multinacionales se afectaban negativamente por la existencia del Acuerdo por que induciría mejores precios para la fruta en Latinoamérica. Fue así como los Estados Unidos decidieron atacar tanto el Reglamento 404/93 como el Acuerdo Marco acudiendo a la sección 301 de su ley interna de comercio.

**4.4.10 La solución al conflicto.** Colombia procuró liderar un diálogo entre las partes para tratar de buscar una solución, pero el enfrentamiento entre las dos superpotencias frustró tal iniciativa. Afortunadamente al no darse los parámetros necesarios para imponer sanciones bajo la sección 301, los Estados Unidos suspendieron dicho procedimiento contra UE en octubre de 1995, y la investigación contra Colombia culminó con la firma de un Memorando de Entendimiento en enero de 1996, pero debe anotarse que las partes se reservaron sus respectivos derechos ante la Organización Mundial de Comercio, derechos que llevaron a los Estados Unidos, acompañado de Guatemala, Honduras, México y Ecuador a acudir en febrero de 1996 al mecanismo de solución de diferencia de la OMC, solicitando “consultas” en materia de banano con la UE, paso previo a la convocatoria formal de un “panel”, que fue solicitado el once de abril de 1996 para que estableciera la conformidad del Reglamento 404 y del Acuerdo Marco con los Tratados Multilaterales de Comercio.

La negociación liderada por Colombia que condujo al Acuerdo Marco, estuvo diseñada para mejorar el acceso de nuestro banano al mercado Europeo en términos de volumen y también a incrementar la rentabilidad de dicho mercado para los productores. Fue así como se solicitó un aumento de volumen a través de un incremento del contingente tarifario hasta

los límites que los expertos consideraban compatibles con el mantenimiento de precios atractivos al interior del mercado de la UE.

Además, se pedía la fijación de cuotas-país para cada nación Latinoamericana, sobre la base de un promedio estadístico histórico en materia de exportaciones a la UE, con lo que a cada cual le correspondería una porción del grande y creciente del mercado europeo. Adicionalmente, y con la finalidad de aumentar la rentabilidad de las ventas a la UE, se pedía el establecimiento de algún mecanismo efectivo que permitiera la transferencia de parte importante de las Rentas económicas creada por el contingente tarifario hacia los países productores de América Latina, punto este que era esencial.

**4.4.11 Los puntos del Acuerdo Marco.** Por último, quedó establecido que en algún momento de la negociación el nivel del arancel dentro del contingente sería reducido por debajo de los 100 Ecus/TM. Los puntos esenciales consagrados en el Acuerdo Marco fueron:

- a- Se incrementó la cuota global de 2.0 Millones de Toneladas Métricas a 2.2 Millones de TM, además sujeta a incrementos autónomos (Por ejemplo cuando ingresaron Austria, Finlandia y Suecia el volumen aumentó en 353.000 TM, llegando al nivel de 2.553.000 TM, que es el nivel actual).
- b- Se fijaron cuotas-país sobre una base aproximada del promedio trianual 1989-1991, correspondiéndole a Colombia el 21% del mercado de la UE.

- c- Se estableció un sistema de licencias cruzadas, que opera a través de la creación de los SECs (Certificado de Exportación Especiales), mecanismo que permite la captura por parte de los productores colombianos de una considerable porción de las “Rentas Económicas” generadas por el contingente arancelario.
  
- d- Se redujo el arancel al interior del contingente arancelario de 100 a 75 Ecus/TM.

**4.4.12 Beneficios del Acuerdo Marco.** La forma que hizo efectivo el beneficio del Acuerdo Marco fue a través de la creación de un fideicomiso por parte de las Compañías Comercializadoras que operan en Colombia, con la exclusiva finalidad de trasladarle al productor gran parte de las “Rentas Económicas” generadas por el contingente tarifario europeo. Se estima que estos aportes aumentaron el ingreso de los productores en casi el 25% durante 1995.

#### **4.5 VENTAJAS COMPARATIVAS DEL BANANO DE LA ZONA DEL MAGDALENA**

Vale la pena, resaltar ciertas características específicas de la Zona Bananera, las cuales dan algunas ventajas comparativas, que llevan a pensar que la Zona Bananera del Magdalena no desaparecerá como tal en el mercado internacional del banano. Entre otras características se pueden citar las siguientes:

1 - Debido a las variaciones climáticas, propias de la zona, se obtiene una fruta más dulce, más palatable, más duradera en vitrina, de mejor presentación y textura que la de Urabá y la de Ecuador.

2- La posición geográfica y condiciones del puerto de Santa Marta son inmejorables. Es el puerto más cercano a Europa, se emplean dos (2) días menos que desde Urabá, y mucho menos que desde Ecuador.

3- Es un puerto profundo y de gran calado, abrigado y protegido contra los vientos, y es de fácil y rápido acceso por ferrocarril y carretera.

4- Existen vías en perfecto estado y es corto el trayecto para el transporte de la fruta desde la zona de producción hasta el puerto de embarque; consecuentemente se está en condiciones de presentar una fruta con menos manipuleo, más fresca, menos maltrato, etc.

5- Estas ventajas son aprovechadas por las comercializadoras para presentar al mercado internacional una fruta de muy buena calidad.

6- Aunque el tamaño promedio de la fruta de Urabá es mayor que el de Magdalena, (ellos tienen 8 meses de lluvia, y Magdalena 4), en Europa prefieren fruta como la de la Zona bananera. Es así como Chiquita presenta su caja "Junior", y Dole su "Baby Banana".

7- Desde el puerto de Santa Marta se puede embarcar directamente al barco los containers con la fruta, cosa que es imposible hacer en Urabá.

## **5. ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD PARA LA CADENA PRODUCTIVA DE BANANO EN LA ZONA DEL MAGDALENA**

A continuación se presenta el Acuerdo Regional de Competitividad de la cadena productiva de banano gestionado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y el núcleo empresarial del sector en la zona bananera del Magdalena, diseñado en el año 2001<sup>20</sup>.

### **5.1 OBJETIVO**

Concertar la integración de los distintos eslabones de la cadena con miras a mejorar la producción que nos permita aumentar la productividad a base de tecnología y desarrollo empresarial, para poder acceder al mercado internacional.

### **5.2 ESTRATEGIA 1**

Proyección comercializadora hacia el mercado internacional a base de productividad y competitividad.

---

<sup>20</sup> Ver: MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Cadena productiva de banano. Acuerdo regional de competitividad. Núcleo empresarial Costa Atlántica Norte. Cámara de Comercio de Santa Marta: Santa Marta, 2001.



### **5.2.1 Acciones a desarrollar.**

**5.2.1.1 Gestión.** Determinar un liderazgo entre todos los actores de la cadena. Los bananeros deben liderar. Los responsables de estas actividades son: Minagricultura, Gremios, Productores y Comercializadoras.

**5.2.1.2 Investigación y Desarrollo Tecnológico.** Desarrollar proyectos de investigación que abarque la fumigación aérea en bloques para cubrir mayor área por hora de vuelo; control de Sigatoka; aplicación de abonos orgánicos en vez de químicos; análisis de suelos y foliares; erradicación y sustitución de cultivos abandonados; con el fin de rebajar los costos de producción en Banano. Fomentar las alianzas estratégicas y la sustitución de cultivos. Los responsables de estas actividades son: Minagricultura, ICA, Corpoica, Universidad del Magdalena, Asociaciones de Productores y Gremios Comercializadoras.

**5.2.1.3 Créditos/ Incentivos.** En esta acción se plantean tres actividades, a saber:

1. Solución definitiva al crédito FIDUIFI otorgado al 70% de los bananeros de la Zona Bananera del Magdalena, aún sin solucionar.
2. Mantener y agilizar la implementación de los incentivos al sector Bananero (FAG - ICR - CIR - CIF – etc.). Créditos blandos, a largo plazo y periodos muertos.

3. Revisar el PRAN, el cual trae condiciones más onerosas que antes. Establecer un programa de crédito a 10 años, y períodos muertos.

Los responsables de estas actividades son: Minagricultura y Minhacienda.

#### **5.2.1.4 Infraestructura. Hay dos acciones a desarrollar:**

1. Recuperación y adecuación de la carretera interna de la Zona Bananera que une a Ciénaga con Aracataca, pasando por Sevillano, Ceibales, Varela, Orihueca, Sevilla, Guacamayal, Agustina, Tucurinca, Teobromina, Aracataca. Responsables: Mintransporte, Invías, Alcalde de la Zona Bananera.
2. Construcción y dotación de escuelas; centros de salud, agua potable, comunicaciones; electricidad. Responsables: Mineducación, Minsalud, Telecom., Electricaribe, Conenergía, Fundaciones Bananeras.

### **5.3. ESTRATEGIA 2**

Proyección comercializadora hacia el mercado internacional base de productividad y competitividad.

### **5.3.1 Acciones a desarrollar.**

#### **5.3.1.1 Medio Ambiente.** Contempla las siguientes actividades:

1. Reciclaje de los residuos sólidos, tratamiento de los subproductos químicos de desecho, aguas residuales, para disminuir el impacto ambiental.
2. Racionalización del recurso hídrico. • Manejo de las cuencas y microcuencas de ríos y quebradas que bañan la Zona Bananera antes de desembocar en la Ciénaga Grande.
3. Proyectos de reforestación y conservación de dichas cuencas y microcuencas.

Responsables: Corpamag, minMedio Ambiente, Comercializadoras, Fundaciones, Asociaciones de Servicio de Riego.

**5.3.1.2 Capacitación.** Por un lado está la capacitación técnica a los Administradores de las fincas bananeras; Supervisores; y Obreros calificados de las empacadoras, cuyos responsables son: Minagricultura, SENA; y, por otro lado, la capacitación, concientización y cumplimiento de las Normas ISO (9.000 - 14.000 - 14.001), con el fin de acceder y sostenerse en el mercado internacional. Los responsables de estas actividades: Comercializadoras, Fundaciones Bananeras y Productores.

## **5.4 ALIANZAS ESTRATÉGICAS**

Dentro de las políticas del programa de oferta agropecuaria, PROAGRO, está la incentivación para la realización de las alianzas estratégicas entre los integrantes de la cadena y que contribuyan a alcanzar escalas productivas competitivas para el sector agropecuario. El gobierno facilitará la consecución de garantías a través del FAG para quienes participen en estas alianzas, y el acceso colectivo al ICR y al CIF; el establecimiento de incentivos para la especialización de las zonas de producción y para promover el intercalamiento de cultivos; la asignación de recursos del plan Colombia para apoyar este proceso de reactivación sectorial y la armonización de las políticas arancelarias con los países andinos, a fin de que el PROAGRO tenga éxito.

**5.4.1 La política de créditos para el sector en la zona.** Las asignaciones crediticias hacia el sector bananero están orientadas por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural a través de Finagro, entidad adscrita que tiene como objetivo el financiamiento de las actividades agropecuarias mediante la canalización y administración de recursos en operación de banco de segundo piso. Los beneficiarios se clasifican en dos categorías: pequeños productores y otros productores (medianos y grandes), los pequeños productores son aquellos cuyo patrimonio incluido el del cónyuge no supera los 28 millones de pesos; los otros productores son aquellos quienes superan este monto del patrimonio. Finagro financia a través de dos líneas de crédito:

- Crédito para capital de trabajo.

- Crédito para inversión.

El FAG es una entidad adscrita al Ministerio de Agricultura, cuyo objeto es respaldar créditos nuevos redescontados por Finagro, que se otorgan a productores que no pueden ofrecer garantías normalmente requeridas por los intermediarios financieros. La garantía podrá respaldar hasta el 80% del valor del capital para pequeños productores; hasta el 60% para medianos productores y hasta el 50% para los grandes productores.

El gobierno busca fortalecer la estructura por contrato a través de alianzas estratégicas, el 20% debe ser para pequeños productores en el área de sembrar. El gobierno a través de Finagro, busca estimular los procesos productivos apoyando la elaboración de proyectos de este tipo. Se puede buscar recursos en cualquier eslabón de la cadena y Finagro haría los contratos con los bancos para apoyar el proceso.

**5.4.2 Programas especiales.** ICR, CIF, PRAN, FIA, Bolsa Agropecuaria. Entre otras entidades del sistema de apoyo empresarial están Bancoldex, Proexport, Colciencias, IFI, SENA, etc.

**5.4.3 Problemas con los créditos.** A fin de evitar los procesos judiciales de la banca contra los productores, Finagro, a través del PRAN, comprará la deuda a los morosos, y éstos quedaran como deudores del PRAN, con plazos máximo de hasta 10 años, a una tasa de interés del IPC, y con un período de gracia de varios años. En cuanto al PRAN y lo relacionado con la cartera vencida con la Caja Agraria, los productores bananeros se quejan

que se presentan condiciones a través de flujo de caja que no se podrán cumplir, como pagar el crédito en (5) cinco años, en vez de 10 años; y solicitan períodos de gracia y plazos más largos y créditos blandos.

**5.4.4 Crédito Fiduifi.** Se refiere específicamente al crédito Fiduifi otorgado a 707 productores de banano de la Zona Bananera del Magdalena, de los 1.100 predios existentes en ese momento, en la zona, o sea el 70% del total. Su valor inicial fue, en su momento, por la suma de US\$9.881.523.10, aclarándose que los productores no recibieron dólares sino pesos colombianos, a la tasa de desembolso de 997 pesos por dólar.

## **6. PERSPECTIVAS DE LA INDUSTRIA DEL BANANO EN LA ZONA DEL MAGDALENA**

### **6.1 PROYECCIONES DE IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES MUNDIALES NETAS DE BANANO HASTA EL 2005**

**6.1.1 Importaciones mundiales.** Según las proyecciones de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)<sup>21</sup>, la demanda mundial de importaciones netas de banano aumentará previsiblemente cerca del 1.9%, de 10.3 millones de toneladas en 1993-94 a 12.8 millones en el 2005. Así mismo, durante todo el periodo de proyección las importaciones mundiales per cápita aumentarían a 4.2 kg., lo que reflejaría el aumento del consumo en los países importadores tanto desarrollados (llegando a 8.5kg) como en desarrollo.

Para el caso de los EEUU, que continuaría siendo el principal país importador con una cuota de mercado del 32%, las importaciones per cápita ascenderán a 14.1kg anuales en el 2005. Por su parte, en la CE, que es el segundo mayor mercado importador con una participación proyectada del 27 por ciento, las importaciones netas serían de cerca 9.1kg

---

<sup>21</sup> FAO. Proyecciones de la oferta y la demanda de banano hasta el 2005. Comité de problemas de productos básicos. Australia: Comité intergubernamental sobre el banano y frutas tropicales

per cápita; sin embargo, el consumo per cápita sería evidentemente más elevado si se incluyera la producción interna de la CE. La cifra podría llegar a 11.2kg per cápita.

De acuerdo con la misma FAO, se prevé que las importaciones en los países desarrollados aumentará un 1.5% al año, debido al crecimiento relativamente bueno de los mercados de América del norte, algunos países no comunitarios de Europa occidental y los países de Europa oriental. Entre tanto, en los países en desarrollo la tasa de crecimiento sería mucho más elevada, de cerca del 4.6% en el periodo hasta el 2005, aumentando sus importaciones hasta 2.1 millones de toneladas anuales, lo que representaría el 16% del total mundial. De igual forma, China partiendo de una base relativamente pequeña destaca con un mercado de crecimiento relativamente fuerte.

La demanda de importaciones en la CE llegaría a 3.4 millones de toneladas en el 2005 con una tasa de crecimiento de menos de 1% respecto al periodo base. Las importaciones del Japón aumentarían menos del 1% anual, a poco más de un millón de toneladas, es decir 7.9kg per cápita en el 2005.

**6.1.2 Exportaciones mundiales.** Con base también en las proyecciones de la FAO<sup>22</sup>, se prevé que las exportaciones mundiales netas aumentarán un 2.2%, ascendiendo a 13.7 millones de toneladas en el 2005. La tasa de crecimiento anual prevista en América latina y el caribe, la región exportadora más grande del mundo, disminuirá del 6.5% al 2.3%.

---

<sup>22</sup> Ibid., p. 5.



**6.1.3 Implicaciones para las exportaciones de Colombia.** En Colombia los volúmenes de exportación llegarían a 1.6 millones de toneladas en el 2005, frente a 1.5 millones de toneladas en el periodo base (1995)<sup>23</sup>.

Como síntesis de esta parte se puede decir que, según las proyecciones de la FAO para el 2005, las exportaciones e importaciones netas mundiales de banano se equilibrarán en unos 13.7 millones de toneladas, incluyendo los volúmenes de pérdida durante el transporte, frente a 107.7 millones de toneladas en 1993-1995, lo cual prevé que las exportaciones netas mundiales crecerán en 2.3%.

## **6.2 EL ALCA Y SU IMPLICACION PARA LA INDUSTRIA DEL BANANO**

**6.2.1 Objetivo de Colombia en el ALCA.** El objetivo primordial de Colombia en el Área de Libre Comercio de las Américas es aprovechar las condiciones productivas del país y su posición estratégica en el hemisferio occidental, para aumentar y diversificar las exportaciones nacionales de bienes y servicios, mediante la consolidación de un mercado ampliado que cree certidumbre a inversionistas y operadores comerciales tanto nacionales como extranjeros.

Para lograrlo se busca en primer lugar consolidar los mercados para la oferta exportable actual colombiana y, al tiempo, construir una nueva oferta, utilizando inversión nacional y extranjera interesada en aprovechar las ventajas de la situación privilegiada con que cuenta

---

<sup>23</sup> Ibid., p. 5.

el país, especialmente la situación geográfica. En este contexto, el Ministerio de Comercio Exterior, entidad oficial encargada de adelantar las negociaciones referentes, tiene presente que las negociaciones comerciales internacionales son fundamentales en la promoción de las exportaciones y constituyen un instrumento importante del Plan Estratégico Exportador.

Por lo anterior, el Ministerio viene desarrollando estas negociaciones en cumplimiento de objetivo 1 del Plan Estratégico Exportador –Aumentar y Diversificar la oferta exportable en función de la demanda mundial- que en su estrategia 3 promulga: Adelantar con criterio estratégico negociaciones comerciales.

**6.2.2 Beneficios del ALCA.** El resultado de integración del ALCA será, en términos generales, la mayor competencia y la eliminación de aranceles para el ingreso de productos y servicios de los países miembros. La necesidad de incrementar los niveles de productividad de la producción nacional para participar en el mercado del ALCA es definitivamente favorable para el sector productivo nacional y en particular para el banano, pues esta estrategia hará que se modifiquen aquellas estructuras ineficientes que afectan al sector hoy en día. Se trata de aprovechar las posibilidades que tiene la economía colombiana y que se apliquen tecnologías de punta mejorando la eficiencia en la producción.

El incremento en los volúmenes de comercio, generados por el ingreso al ALCA, permitirá no solamente aumentar las ventas por exportaciones a los mayores socios comerciales y

contar con un mercado muy extenso (800 millones de habitantes) sino, al tiempo, conseguir los mejores precios de compra y desarrollo tecnológico en los equipos, maquinarias y materias primas necesarias para la producción, reduciendo costos y logrando mayor calidad en la misma.

### **6.3 EXPECTATIVAS DEL SECTOR SEGÚN PLAN ESTRATÉGICO EXPORTADOR**

El plan estratégico exportador 1999-2009 constituye la carta de navegación para lograr el fortalecimiento del sector productivo colombiano y su orientación hacia el mercado internacional. Sus objetivos son los siguientes:

- Aumentar y diversificar la oferta exportable de bienes y servicios en función de la demanda mundial y la oferta interna.
- Consolidar e incrementar la inversión extranjera para fomentar directa o indirectamente las exportaciones.
- Hacer competitiva la actividad exportadora.
- Regionalizar la oferta exportable.

- Desarrollar la cultura exportable.

## **6.4 EXPECTATIVAS PARA LA ZONA BANANERA DEL MAGDALENA**

Es de esperarse para la Zona bananera del Magdalena expectativas positivas, pues según los estudios y planes anteriores, los cuales beneficiarían sustancialmente la producción y exportaciones de Banano, tanto en el corto como en el largo plazo.

**6.4.1 Expectativas en el corto plazo.** Se espera que la demanda exportadora responda a las estimaciones y proyecciones de la oferta y la demanda de banano hasta el 2005, antes descrito, y que en Colombia la actividad bananera y en especial la Zona Bananera del Magdalena se sitúen proporcionalmente en niveles similares de crecimiento o en niveles superiores de crecimiento.

Por otro lado, de seguir las tendencias en los niveles favorables de la inflación (Cuadro 5) y una devaluación constante (Cuadro de devaluación 6), el logro en términos de crecimiento y de rentabilidad será más efectivo, para aumentar los actuales niveles de exportación desde la Zona Bananera del Magdalena. Así mismo, los planes de acción del Ministerio de agricultura y las políticas gubernamentales en materia de seguridad adelantadas por el presidente Álvaro Uribe, que crean un ambiente propicio y de mayor certidumbre, para la inversión tanto nacional como extranjera

**Cuadro 5. Evolución del Índice de Precio al Consumidor, 1990 – 2001.**

| <b>COLOMBIA, Índice de Precios al Consumidor (IPC)</b><br><i>(variaciones porcentuales)</i> |              |              |              |              |              |              |              |              |              |             |             |             |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Mes</b>  | <b>1990</b>  | <b>1991</b>  | <b>1992</b>  | <b>1993</b>  | <b>1994</b>  | <b>1995</b>  | <b>1996</b>  | <b>1997</b>  | <b>1998</b>  | <b>1999</b> | <b>2000</b> | <b>2001</b> |
| <b>Enero</b>  | 3,30         | 3,00         | 3,49         | 3,24         | 3,15         | 1,84         | 2,51         | 1,65         | 1,79         | 2,21        | 1,29        | 1,05        |
| <b>Febrero</b>  | 3,66         | 3,41         | 3,34         | 3,25         | 3,68         | 3,52         | 4,01         | 3,11         | 3,28         | 1,70        | 2,30        | 1,89        |
| <b>Marzo</b>  | 2,89         | 2,52         | 2,31         | 1,87         | 2,21         | 2,61         | 2,10         | 1,55         | 2,60         | 0,94        | 1,71        | 1,48        |
| <b>Abril</b>  | 2,81         | 2,80         | 2,85         | 1,94         | 2,37         | 2,23         | 1,97         | 1,62         | 2,90         | 0,78        | 1,00        | 1,15        |
| <b>Mayo</b>   | 1,95         | 2,20         | 2,32         | 1,60         | 1,54         | 1,65         | 1,55         | 1,62         | 1,56         | 0,48        | 0,52        | 0,42        |
| <b>Junio</b>  | 1,95         | 1,58         | 2,24         | 1,54         | 0,90         | 1,20         | 1,14         | 1,20         | 1,22         | 0,28        | -0,02       | 0,04        |
| <b>Julio</b>  | 1,35         | 1,81         | 1,99         | 1,23         | 0,91         | 0,77         | 1,51         | 0,83         | 0,47         | 0,31        | -0,04       | 0,11        |
| <b>Agosto</b>   | 1,58         | 1,27         | 0,75         | 1,25         | 0,97         | 0,63         | 1,10         | 1,14         | 0,03         | 0,50        | 0,32        | 0,26        |
| <b>Septiembre</b>   | 2,37         | 1,45         | 0,83         | 1,12         | 1,09         | 0,84         | 1,19         | 1,26         | 0,29         | 0,33        | 0,43        | 0,37        |
| <b>Octubre</b>  | 1,92         | 1,32         | 0,85         | 1,06         | 1,11         | 0,88         | 1,15         | 0,96         | 0,35         | 0,35        | 0,15        | 0,19        |
| <b>Noviembre</b>  | 2,03         | 1,22         | 0,72         | 1,29         | 1,11         | 0,79         | 0,80         | 0,81         | 0,17         | 0,48        | 0,33        | 0,12        |
| <b>Diciembre</b>  | 2,52         | 1,40         | 0,94         | 1,13         | 1,49         | 0,92         | 0,72         | 0,61         | 0,91         | 0,53        | 0,46        | 0,34        |
| <b>Año corrido</b>  | <b>32,36</b> | <b>26,82</b> | <b>25,13</b> | <b>22,60</b> | <b>22,59</b> | <b>19,46</b> | <b>21,63</b> | <b>17,68</b> | <b>16,70</b> | <b>9,23</b> | <b>8,75</b> | <b>7,65</b> |

Fuente: DANE

**Cuadro 6. Evolución de la devaluación nominal acumulada, 1990 – 2001.**

| <b>COLOMBIA, Devaluación Nominal Acumulada</b><br><b>Pesos por Dólar</b> |              |              |              |             |             |              |             |              |              |              |              |             |
|--|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| <b>Mes</b>   | <b>1990</b>  | <b>1991</b>  | <b>1992</b>  | <b>1993</b> | <b>1994</b> | <b>1995</b>  | <b>1996</b> | <b>1997</b>  | <b>1998</b>  | <b>1999</b>  | <b>2000</b>  | <b>2001</b> |
| <b>Enero</b>   | 2,71         | 1,80         | 0,89         | 1,09        | 1,75        | 3,02         | 4,10        | 6,53         | 3,88         | 2,65         | 5,49         | 0,52        |
| <b>Febrero</b>   | 5,36         | 3,50         | -0,32        | 2,72        | 1,91        | 3,09         | 5,28        | 7,48         | 4,02         | 1,70         | 3,86         | 1,27        |
| <b>Marzo</b>   | 8,08         | 5,23         | 0,47         | 3,85        | 1,89        | 5,89         | 5,91        | 5,43         | 5,12         | -0,56        | 4,15         | 3,62        |
| <b>Abril</b>   | 10,56        | 6,98         | 2,38         | 5,01        | 4,04        | 5,61         | 7,21        | 5,75         | 5,71         | 4,04         | 6,98         | 5,27        |
| <b>Mayo</b>  | 13,30        | 8,77         | 4,03         | 5,63        | 4,57        | 5,42         | 8,65        | 7,07         | 8,14         | 8,40         | 11,27        | 4,30        |
| <b>Junio</b>   | 15,78        | 10,57        | 9,23         | 6,66        | 1,90        | 6,01         | 8,25        | 8,32         | 5,50         | 12,32        | 14,16        | 3,13        |
| <b>Julio</b>   | 18,39        | 12,42        | 10,42        | 8,59        | 1,40        | 7,98         | 7,00        | 10,38        | 6,09         | 17,34        | 15,96        | 3,10        |
| <b>Agosto</b>  | 21,13        | 14,66        | 8,31         | 9,33        | 1,49        | 15,51        | 5,54        | 16,11        | 11,53        | 26,76        | 17,85        | 3,23        |
| <b>Septiembre</b>  | 23,27        | 17,31        | 10,05        | 9,87        | 4,68        | 16,30        | 3,79        | 23,97        | 20,45        | 30,81        | 18,06        | 4,62        |
| <b>Octubre</b>   | 25,74        | 19,44        | 12,26        | 10,71       | 4,25        | 19,64        | 1,26        | 27,60        | 22,08        | 27,85        | 15,19        | 3,63        |
| <b>Noviembre</b>   | 28,26        | 22,15        | 13,60        | 9,99        | 3,07        | 20,08        | 1,48        | 29,62        | 19,75        | 24,75        | 15,96        | 3,56        |
| <b>Diciembre</b>   | 31,07        | 12,29        | 15,56        | 8,99        | 3,35        | 18,81        | 1,79        | 28,51        | 19,37        | 21,51        | 18,97        | 2,78        |
| <b>Acumulado</b>   | <b>31,07</b> | <b>12,29</b> | <b>15,56</b> | <b>8,99</b> | <b>3,35</b> | <b>18,81</b> | <b>1,79</b> | <b>28,51</b> | <b>19,37</b> | <b>21,51</b> | <b>18,97</b> | <b>2,78</b> |

Fuente: Banco de la República

**6.4.2 Expectativas n el largo plazo.** Se esperan los eventuales beneficios que en materia de producción y competitividad generara el ALCA a partir del 2005. En este sentido, la efectividad del plan estratégico del ministerio de comercio exterior para diversificar y hacer más dinámica la oferta exportable, al igual que el resto de sus objetivos (Plan E estratégico de Exportación 1999-2009).

## **6.5 FUTURO DE LA ZONA BANANERA DEL MAGDALENA SEGÚN FUNDABAN**

Luis Fernando Arango, presidente de Fundeban insiste en el tema del mejoramiento de la productividad<sup>24</sup>, pues pese al reconocimiento de su principal cliente europeo Velleman Tas Internacional, en cuanto a estándares de productividad y calidad, la comercializadora es consciente de que los países centroamericanos producen a costos menores que Colombia, lo cual obliga al país a tener niveles de productividad mucho más altos para poder competir. Entonces para enfrentar esos retos, la comercializadora está en la búsqueda de cumplir con la norma Europgap, exigida por una asociación de distribuidores de grandes cadenas europeas, que no sólo incluye el tema de la calidad y la protección ambiental, sino además, temas de seguridad en las plantaciones y la responsabilidad social empresarial.

Con respecto al tema de la devaluación el autor citado, lamenta que este proceso solo se hubiera iniciado en el último semestre del año pasado y por lo tanto sólo cobijara las exportaciones del último período. Se prefiere tener un régimen de devaluación constante

---

<sup>24</sup> Consultado en página Web de FUNDEBAN.

que mantuviera el peso en valores reales, no sólo frente al dólar sino frente a todas las canastas y monedas con las cuales Colombia tiene comercio, esto sería beneficioso para la economía del país.

En general, Unibán cree que el mercado bananero se ve estable, frente a los avatares de la guerra. Aunque una prolongación podría afectar algunos mercados en el Mediterráneo, especialmente en los países del oriente cercano, lo cual pondría mayores volúmenes de la fruta en Estado Unidos y eventualmente, bajaría el precio del banano. Finalmente, Unibán destaca además que el Alca no tendrá ninguna incidencia en la comercialización del banano, dado que la fruta ingresa al mercado norteamericano libremente y con cero aranceles.

## CONCLUSIONES

1. El banano forma parte de las exportaciones agrícolas de Colombia hacia los mercados de Europa, pero a raíz de la consolidación de la UE se ha visto afectado por la política que esta organización ha emprendido para la compra de bienes no producidos por los países de la Unión.
2. Las exportaciones globales de banano en Colombia han disminuido en el período de estudio. Las principales causas de este resultado son los factores climáticos en la zona de Urabá y la disminución en el área sembrada en banano en la zona de Santa Marta, y el comportamiento del mercado mundial, el cual continúa presentando una sobreoferta de la fruta.
3. En la actualidad la producción bananera está concentrada en los municipios de Ciénaga, Aracataca y el nuevo municipio Zona Bananera. La producción bananera en Santa Marta está diseminada en unidades productivas con una extensión desde menos de 1hectárea hasta 120 hectáreas.
4. En Magdalena el banano es un producto social generador de empleo de mano de obra poco calificada y el deterioro de sus precios en el mercado internacional ahonda los conflictos en la zona de producción.



5. La baja devaluación nominal del peso colombiano frente al dólar, las condiciones climáticas y de seguridad en la zona de Santa Marta, la competencia en el mercado bananero y la sobreoferta mundial de la fruta fueron factores claves para los pobres resultados arrojados por el sector bananero del Magdalena en el período 1990 – 2001.
6. Cerca del 85% de las exportaciones de banano de Santa Marta las efectúan Banadex, Proban y Delmonte, a través de sus subsidiarias. Algunas de estas compañías son propietarias de algunos activos de producción en el Magdalena.
7. Los pequeños productores de banano en la Zona del Magdalena poseen bajos recursos para la inversión, lo cual se traduce en una baja productividad, pese a que en la década de los 90 se presentó un crecimiento en la productividad, al pasar de 1.642 cajas/hectárea en 1996, a 1856 cajas/hectárea en 1999, y a 1.840 cajas en el 2000.
8. Los pequeños productores también han dejado de exportar, pues no tienen a quien venderle la fruta, y han tenido que despedir a más de 2.000 trabajadores, acción que agrava más la situación social, afectada por la inseguridad en el área rural.
9. En los últimos años el país hacia el que se exportó la mayor cantidad de fruta desde la zona de Magdalena fue Bélgica. Lo siguen Estados Unidos y Alemania,

respectivamente. En el 2001, hacia la Unión Europea se exportó el 62.34% de la fruta despachada desde esta región, es decir 11.8 millones de cajas.

10. En la zona bananera del Magdalena las *narco guerrillas* están presentes en el área junto con condiciones climáticas difíciles, la presencia de enfermedades y una productividad decreciente, que afectan la capacidad exportadora de la región.
11. El sector bananero en el Magdalena ha venido perdiendo importancia relativa según hectáreas en producción sembrada de banano. En esto influye el auge de los sectores manufactura y servicios, cuya tendencia no es sólo a nivel departamental sino nacional. Además, los costos de producción son muy altos, principalmente si se comparan con los de Ecuador, quienes no pagan las prestaciones sociales.
12. En el período de estudio la productividad de la Zona Bananera del Magdalena está por debajo de la de Urabá (1798 cajas/há/año de la Zona Bananera, y 2288 cajas/há/año de Urabá, en 1999). Sin embargo, para el año 2001 la productividad del Magdalena es superior a la de Urabá sólo en 45 cajas.
13. En la zona bananera del Magdalena no existe un plan de investigación y transferencia de tecnología específico para la región. Casi toda la investigación se genera en otros países y se replica entre la región.

14. La investigación se realiza en la región por parte de las empresas comercializadoras, no es conocida por los productores. No hay un plan de transferencia de tecnología. El 60% de los productores bananeros (540) tienen bajo nivel tecnológico y de escolaridad.
  
15. La comercialización del banano se enfrenta al problema de ser tomadores de precio, es decir, los productores no fijan precios en el mercado, son los países consumidores los que establecen los precios e incluso imponen cuotas de compra. Significa esto un problema estructural de producción y comercialización del banano colombiano.
  
16. En la actualidad en la región se ejecuta por parte del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y el núcleo empresarial del sector en la zona bananera del Magdalena el Acuerdo Regional de Competitividad de la cadena productiva de banano. Su gestión persigue concertar la integración de los distintos eslabones de la cadena con miras a mejorar la producción que permita aumentar la productividad a base de tecnología y desarrollo empresarial, para poder acceder al mercado internacional.
  
17. El mercado bananero actualmente se ve estable frente a los problemas de la guerra. Aunque una prolongación podría afectar algunos mercados en el Mediterráneo, especialmente en los países del oriente cercano, lo cual pondría mayores volúmenes de la fruta en Estado Unidos y eventualmente, bajaría el precio del banano.

18. Se destaca que el Alca no tendrá mayor incidencia en la comercialización del banano, dado que la fruta ingresa al mercado norteamericano libremente y con cero aranceles.

## RECOMENDACIONES

1. Todos los eslabones de la cadena productiva de banano de la Zona Bananera del Magdalena, sectores público y privado, a través de una amplia convocatoria y de manera organizada, se deben comprometer a trazar un plan de acción tendiente a mejorar la producción con precios bajos, que conduzcan a aumentar la productividad a base de tecnología y desarrollo empresarial, con el fin de acceder y sostener el producto de manera competitiva en el mercado internacional.
2. Asegurar que la cadena productiva de banano en la zona permita entre sus integrantes la realización de alianzas estratégicas, que contribuyan a obtener una mejor producción a escalas competitivas, para beneficio y mejoramiento del productor, orientado a convertirse como el sector líder en el comercio en el ámbito internacional, fortaleciendo su capacidad de negociación.
3. La producción del banano en la zona del Magdalena se debe conformar por un grupo de productores capacitados, idóneos y comprometidos para adaptarse al cambio que el sector requiere, dispuestos a enfrentar los retos que demande el mercado internacional impulsando por políticas y directrices del gobierno nacional.

4. Se debe aprovechar las ventajas comparativas geográficas, de infraestructura y dotación, de seguridad del puerto de Santa Marta, de la calidad y cualidades de la fruta de esta zona, de la cercanía hacia los puertos de Europa y U.S.A., para el fortalecimiento y sostenimiento del mercado internacional.
5. Se debe buscar además, el fortalecimiento y armonización de la cadena con la formulación de políticas gubernamentales estables. Hay que insistir en una rebaja sustancial y significativa de los costos de producción que permita el acceso y permanencia en el mercado externo preferiblemente con base de US\$3 / caja.
6. En razón de los múltiples usos de los derivados del banano, es necesario fomentar el desarrollo de la microempresa en el sector. Estas empresas deben trabajar con la misión de que el banano de la Zona Bananera del Magdalena sea reconocido a escala mundial por su presentación, textura, calidad y tamaño.
7. Cabe decir que una mejor manera de bajar los costos de producción es optimizando el equipo de infraestructura requerido, con mayor tecnificación, con aplicación de normas que busquen superar las condiciones laborales, ambientales y de producción.
8. En este proceso de reducción de costos de producción es vital el apoyo del gobierno, de los centros de investigación y de las compañías comercializadoras de

banano, que conduzcan al mejoramiento total del sector bananero del Magdalena en términos de optimización de los recursos económicos, materiales y humanos.

## BIBLIOGRAFÍA

ARANGO LONDOÑO, Gilberto. Estructura económica colombiana. Octava edición. Editorial McGraw Hill. Santafé de Bogotá, 1997. 452 p.

BANCO DE LA REPÚBLICA. 2000. Estudios económicos: departamento del Magdalena 1994-1997. Santa Marta: Banco de la República

BOISSIER, Sergio. Política económica, organización social y desarrollo regional. Ipes. Santiago de Chile, 1982.

CURRIE, Lauchlin. Desarrollo económico acelerado. La necesidad y los medios. Sección de Obras de Economía. Editorial McGraw Hill. Fondo de Cultura Económica. México, 1966.

CHICA, Ricardo. La actividad innovadora: elementos conceptuales y metodologías para su medición. Editorial Mineo. Bogotá, 1.997.

FIGUEROA CABAS, Yadira M. Un lustro de la economía del banano en la Zona Bananera del Magdalena: 1.989- 1.993. Tesis de grado como requisito para optar el título de Economista, Universidad del Magdalena. Facultad de Economía Agrícola, Santa Marta, 1.994.

GOBERNACIÓN DE MAGDALENA. Proyecto de creación del municipio de la “Zona Bananera”. Tomo I, 1.994.

GOBERNACIÓN DEL MAGDALENA. Plan de Desarrollo 1995-1995. Por la reconstrucción del Magdalena. Departamento Administrativo de Planeación. Santa Marta: Gobernación, 1995.

GUTIÉRREZ CUADRO, Láster Alfonso. La economía agrícola colombiana en el marco de la globalización: El caso del banano. En internet: <http://www.google.com.co/search?q=cache:NPLrEOP9dz0J:www.uninorte>.

INSTITUTO GEOGRÁFICO AGUSTÍN CODAZZI. 1993. [Magdalena: características geográficas. Bogotá: IGAC



INSTITUTO LATINOAMERICANO DE PLANIFICACION ECONOMICA Y SOCIAL. Transformación y desarrollo. La gran tarea de América Latina. Trabajos de apoyo. Vol. II. Sección de Obras de Economía. Fondo de Cultura Económica. México, 1972.

INTERNET. <http://www.semana.com.co/users/semana98/may25/econo.htm>.

INTERNET. <http://www.augura.com.co/agroindustriabananeracolombiana/descripci on>.

INTERNET. [http://www.agrocadenas.gov.co/banano/documentos/Acuerdo\\_Regional\\_bana](http://www.agrocadenas.gov.co/banano/documentos/Acuerdo_Regional_bana).

LOPEZ MONTAÑO, Cecilia y ABELLO VIVES, Alberto. El Caribe Colombiano. La realidad regional al final del siglo XX. Departamento Nacional de Planeación. Observatorio del Caribe Colombiano. TM Editores, 1.998.

MENDOZA, Jesús. Estructura de costos y productividad de las empresas productoras de banano del municipio de Aracataca en la zona bananera del Magdalena. Universidad del Magdalena. Tesis de Grado. 1.997. Facultad de Economía agraria.

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Cadena productiva de banano. Acuerdo regional de competitividad. Núcleo empresarial Costa Atlántica Norte. Cámara de Comercio de Santa Marta: Santa Marta, 2001.

PREBISCH, Raúl. Nueva política comercial para el desarrollo. México: Fondo de Cultura Económica, 1964.

RANGEL SUAREZ, Alfredo. El desarrollo regional. Escuela Superior de Administración Pública. Módulo autoformativo. Ediciones Príncipe. Santa fé de Bogotá, 1993.

RODRÍGUEZ PIMIENTA, José Manuel. 1993. Apuntes históricos sobre el departamento del Magdalena: siglo XX: desde la hegemonía conservadora hasta el Frente Nacional . Santa Marta: Universidad del Magdalena.

UNIVERSIDAD PÚBLICA DE NAVARRA. La Economía Agrícola Colombiana en el Marco de la Globalización. El caso del Banano. Ponencia Encuentro de Economía Agrícola. Del 19 al 21 de septiembre de 2001.

TIRADO MEJIA, Alvaro. Introducción a la historia económica de Colombia. El Ancora Editores. Décima octava edición. Bogotá: 1988.

# **ANEXOS**

**Anexo A. Resumen de los principales problemas que afectan al sector agrícola del banano.**

| <b>Variables</b>     | <b>Los Problemas que afectan al Sector Banano</b>   |
|----------------------|---|
| <b>Económicos</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Globalización y competitividad de la agricultura.</li> <li>• Adquisición de tierras por el narcotráfico.</li> <li>• Grado de desarrollo y articulación de los mercados; poderes de negociación, costos de transacción, sistemas de mercado.</li> <li>• Tenencia y formas de propiedad rural.</li> <li>• Grado de acceso a los recursos productivos.</li> <li>• Sistemas de producción, uso de los recursos naturales (conflictos de uso del suelo, narcocultivos), sostenibilidad y colonización, desarrollo y uso de tecnologías sostenibles.</li> <li>• Inventario de recursos naturales y limitaciones.</li> <li>• Infraestructura productiva y comercial de apoyo.</li> <li>• Control de los recursos fitogenéticos y biodiversidad.</li> <li>• Relación de la agricultura en las cadenas agroindustriales.</li> </ul> |
| <b>Social</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización de la sociedad civil rural.</li> <li>• Relaciones sociales de producción</li> <li>• Desigualdad en la estructura social rural.</li> <li>• Integración de la sociedad rural a la urbana (mayor)</li> <li>• Dinámica en la generación de empleo rural.</li> <li>• Desintegración de la unidad familiar.</li> </ul>  |
| <b>Política</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Legitimidad, eficiencia y tamaño del Estado (narcotráfico, guerrilla, paramilitarismo y delincuencia común)</li> <li>• Sistemas de poder (local, regional y nacional)</li> <li>• Economía política y la política agrícola.</li> <li>• Corrupción política y administrativa.</li> <li>• Estructura y costumbres de los partidos políticos.</li> <li>• Modelos de desarrollo y clases sociales.</li> </ul>   |
| <b>Institucional</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticas agrícolas externas e internas.</li> <li>• Eficiencia y papel del Estado y de los mercados.</li> <li>• Derechos de propiedad, regulación de transacciones y reglas de juego en el comercio, las inversiones y la vida cotidiana.</li> <li>• Desarrollo institucional público y privado.</li> <li>• Relaciones de la política macroeconómica y sectorial.</li> <li>• Estabilidad e inestabilidad de las políticas públicas.</li> <li>• Servicios públicos para la sociedad rural.</li> <li>• Asimetría de las reglas de juego en el comercio internacional.</li> </ul>   |

**Anexo B. Exportaciones colombianas de banano por zonas de exportación, en el período 1992 – 2001.**

| Exportaciones Colombianas de Banano<br>Por Zonas de Exportación<br>(Volumen y Valor en Miles) |             |         |         |         |        |         |
|---|-------------|---------|---------|---------|--------|---------|
| Año   | Urabá       |         |         |         |        |         |
|   | Volumen     | Partic. | Valor   | Partic. | Área   | Partic. |
| 1992  | 50,033      | 66.94%  | 252,000 | 66.88%  | 27,570 | 65.53%  |
| 1993  | 56,175      | 68.39%  | 274,411 | 68.62%  | 28,834 | 66.93%  |
| 1994  | 56,020      | 64.65%  | 259,086 | 63.82%  | 28,000 | 62.92%  |
| 1995  | 45,958      | 62.42%  | 230,712 | 62.10%  | 27,280 | 62.31%  |
| 1996  | 54,483      | 70.27%  | 285,440 | 70.93%  | 27,254 | 66.00%  |
| 1997  | 59,039      | 70.96%  | 316,442 | 69.17%  | 27,436 | 66.85%  |
| 1998  | 56,460      | 71.33%  | 288,818 | 70.37%  | 27,527 | 66.92%  |
| 1999  | 67,563      | 74.29%  | 332,066 | 71.97%  | 29,532 | 69.43%  |
| 2000  | 62,433      | 74.31%  | 297,149 | 73.21%  | 29,586 | 72.01%  |
| 2001  | 56,892      | 75.04%  | 287,958 | 75.23%  | 30,801 | 75.49%  |
| Año   | Santa Marta |         |         |         |        |         |
|   | Volumen     | Partic. | Valor   | Partic. | Área   | Partic. |
| 1992  | 24,708      | 33.06%  | 124,784 | 33.12%  | 14,500 | 34.47%  |
| 1993  | 25,969      | 31.61%  | 125,497 | 31.38%  | 14,250 | 33.07%  |
| 1994  | 30,636      | 35.35%  | 146,847 | 36.18%  | 16,500 | 37.08%  |
| 1995  | 27,671      | 37.58%  | 140,816 | 37.90%  | 16,500 | 37.69%  |
| 1996  | 23,054      | 29.73%  | 117,003 | 29.07%  | 14,038 | 34.00%  |
| 1997  | 24,164      | 29.04%  | 141,034 | 30.83%  | 13,607 | 33.15%  |
| 1998  | 22,688      | 28.67%  | 121,610 | 29.63%  | 13,607 | 33.08%  |
| 1999  | 23,378      | 25.71%  | 129,317 | 28.03%  | 13,000 | 30.57%  |
| 2000  | 21,579      | 25.69%  | 108,729 | 26.79%  | 11,500 | 27.99%  |
| 2001  | 18,924      | 24.96%  | 94,800  | 24.77%  | 10,000 | 24.51%  |
| Año   | Colombia    |         |         |         |        |         |
|   | Volumen     | Valor   | Área    |         |        |         |
| 1992  | 74,741      | 376,783 | 42,070  |         |        |         |
| 1993  | 82,144      | 399,908 | 43,084  |         |        |         |
| 1994  | 86,657      | 405,934 | 44,500  |         |        |         |
| 1995  | 73,629      | 371,528 | 43,780  |         |        |         |
| 1996  | 77,536      | 402,444 | 41,292  |         |        |         |
| 1997  | 83,203      | 457,476 | 41,043  |         |        |         |
| 1998  | 79,148      | 410,428 | 41,134  |         |        |         |
| 1999  | 90,941      | 461,383 | 42,532  |         |        |         |
| 2000  | 84,012      | 405,878 | 41,086  |         |        |         |
| 2001  | 75,817      | 382,758 | 40,801  |         |        |         |

Fuente: Comercializadoras  
Tabulado: AUGURA

**Anexo C. Exportaciones de banano en la zona de Santa Marta por comercializadora y puerto de destino en el 2001.**

**Exportaciones de Banano - Zona de Santa Marta  
Por Comercializadora y Puerto de Destino  
2001  
(Cajas de 18,14 Kg.)**

| País         | Uniban    | Proban  | Banacol   | Tecbaco   | Banadex   | Sunisa  | Otros   | Total      |
|--------------|-----------|---------|-----------|-----------|-----------|---------|---------|------------|
| Alemania     |           |         |           | 1,900,050 |           |         |         | 1,900,050  |
| Arabia       |           |         |           | 1,149,454 |           |         |         | 1,149,454  |
| Bélgica      | 4,227,384 | 660,174 |           |           | 3,890,725 | 495,441 | 624,547 | 9,898,272  |
| U.S.A.       |           | 11,520  | 2,584,636 | 3,380,319 |           |         |         | 5,976,475  |
| <b>Total</b> | 4,227,384 | 671,694 | 2,584,636 | 6,429,823 | 3,890,725 | 495,441 | 624,547 | 18,924,251 |
| Total U.E.   | 4,227,384 | 660,174 | 0         | 1,900,050 | 3,890,725 | 495,441 | 624,547 | 11,798,322 |
| % de la U.E. | 100.00%   | 98.28%  | 0.00%     | 29.55%    | 100.00%   | 100.00% | 100.00% | 62.34%     |

Fuente: Comercializadoras

Tabulado: AUGURA

## RESUMEN

1. **Título:** “ANÁLISIS Y EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA BANANERA DEL DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA EN EL PERÍODO 1990 – 2001”.
2. **Autor:** JOE LUIS SANTANDER PALMERA y FIDEL ANTONIO SALCEDO PERAZZO.
3. **Objetivo general:** Analizar la evolución de la industria de banano en la Zona Bananera del Magdalena, durante el período 1990 – 2001, a través de la revisión de datos estadísticos y documentos sobre el tema, con el fin de establecer el comportamiento de la producción, distribución y comercialización en el mercado nacional e internacional.
4. **Metodología:** Se trata de una investigación de tipo descriptiva para analizar la evolución de las principales variables determinantes de la actividad bananera en el departamento del Magdalena en el período 1990 - 2001.
5. **Resultados:**
  - En Magdalena el banano es un producto social generador de empleo de mano de obra poco calificada y el deterioro de sus precios en el mercado internacional ahonda los conflictos en la zona de producción.
  - La baja devaluación nominal del peso colombiano frente al dólar, las condiciones climáticas y de seguridad en la zona de Santa Marta, la competencia en el mercado bananero y la sobreoferta mundial de la fruta fueron factores claves para los pobres resultados arrojados por el sector bananero del Magdalena en el período 1990 – 2001.
  - Cerca del 85% de las exportaciones de banano de Santa Marta las efectúan Banadex, Proban y Delmonte, a través de sus subsidiarias. Algunas de estas compañías son propietarias de algunos activos de producción en el Magdalena.
  - Los pequeños productores de banano en la Zona del Magdalena poseen bajos recursos para la inversión, lo cual se traduce en una baja productividad, pese a que en la década de los 90 se presentó un crecimiento en la productividad, al pasar de 1.642 cajas/hectárea en 1996, a 1856 cajas/hectárea en 1999, y a 1.840 cajas en el 2000.

- Los pequeños productores también han dejado de exportar, pues no tienen a quien venderle la fruta, y han tenido que despedir a más de 2.000 trabajadores, acción que agrava más la situación social, afectada por la inseguridad en el área rural.
- En los últimos años el país hacia el que se exportó la mayor cantidad de fruta desde la zona de Magdalena fue Bélgica. Lo siguen Estados Unidos y Alemania, respectivamente. En el 2001, hacia la Unión Europea se exportó el 62.34% de la fruta despachada desde esta región, es decir 11.8 millones de cajas.
- El sector bananero en el Magdalena ha venido perdiendo importancia relativa según hectáreas en producción sembrada de banano.
- Los costos de producción son muy altos, principalmente si se comparan con los de Ecuador, quienes no pagan las prestaciones sociales.
- En el período de estudio la productividad de la Zona Bananera del Magdalena está por debajo de la de Urabá (1798 cajas/há/año de la Zona Bananera, y 2288 cajas/há/año de Urabá, en 1999). Sin embargo, para el año 2001 la productividad del Magdalena es superior a la de Urabá sólo en 45 cajas.
- No existe un plan de investigación y transferencia de tecnología específico para la región. Casi toda la investigación se genera en otros países y se replica entre la región.
- La investigación se realiza en la región por parte de las empresas comercializadoras, no es conocida por los productores. No hay un plan de transferencia de tecnología. El 60% de los productores bananeros (540) tienen bajo nivel tecnológico y de escolaridad.
- La comercialización del banano se enfrenta al problema de ser tomadores de precio, es decir, los productores no fijan precios en el mercado, son los países consumidores los que establecen los precios e incluso imponen cuotas de compra.
- En la actualidad en la región se ejecuta por parte del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y el núcleo empresarial del sector en la zona bananera del Magdalena el Acuerdo Regional de Competitividad de la cadena productiva de banano.
- El mercado bananero actualmente se ve estable frente a los problemas de la guerra. Aunque una prolongación podría afectar algunos mercados en el Mediterráneo, especialmente en los países del oriente cercano, lo cual pondría mayores volúmenes de la fruta en Estado Unidos y eventualmente, bajaría el precio del banano.

**6. Fecha:** 24 de Octubre del 2003.