



Universidad de Barcelona
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Máster en Finanzas y Comercio Internacionales
BARCELONA

***Incidencia del Tratado del Libre Comercio entre República Dominicana
y la Unión Europea en la Comercialización del Banano Orgánico***

Autor:
Mario A. Vásquez Ortega

Santiago de los Caballeros
República Dominicana
Diciembre 31,2010

“Incidencia del Tratado del Libre Comercio entre República Dominicana y la Unión Europea en la Comercialización del Banano Orgánico”

AGRADECIMIENTOS

A nuestro Padre Celestial por haberme retornado a la vida, y darme la fortaleza y la perseverancia para lograr la culminación de esta meta.

A mi madre, Teolinda Ortega, porque me ha motivado a alcanzar las metas deseadas, animándome a seguir adelante en los momentos más difíciles .

A mi hermana, Jeannette A. Vásquez, y su esposo, José O. Tineo, por su apoyo y fidelidad en el trabajo y en el desarrollo de mis estudios.

A mis hijos, Marcel, Argenis y Andry, por su paciencia y comprensión en los momentos donde más me necesitaban.

Al licenciado Félix Sánchez por su soporte incondicional y conducción durante el desarrollo de esta tesina.

A los profesores, Joaquín Fernández y Emilio Chacón, por su paciencia durante el desarrollo del trabajo.

A las instituciones y autoridades dominicanas por facilitarme las informaciones que estaban a su alcance y a todas las personas que, de una u otra forma, colaboraron para la feliz culminación de esta investigación.

Mario A. Vásquez Ortega

Índice General

- I. Presentación
- II. Agradecimientos
- III. Índice General

Capítulo I

I. Partes Introductorias

- 1.1 Título del trabajo
- 1.2 Introducción
- 1.3 Antecedentes históricos
- 1.4 Planteamiento del problema
- 1.5 Definición y delimitación del problema a investigar
- 1.6 Objetivos de la investigación
- 1.7 Importancia y Justificación de la investigación
- 1.8 Hipótesis
- 1.9 Metodología de la investigación

Capítulo II

2. Perspectiva Económica en la Exportación del Banano Orgánico

- 2.1 Situación actual del Mercado
 - 2.1.2 Estados Unidos y Canadá
 - 2.1.3 Japón
- 2.2 Tendencia de Unión Europea, es de Banano Orgánico
 - 2.2.1 Preferencia de Banano Orgánico en los Mercados de Europa y Estados Unidos
 - 2.2.1.1 Unión Europea
 - 2.2.1.2 Los Estados Unidos
- 2.3 Perspectivas de Mercado para el Banano Orgánica
- 2.4 Sobreprecio
- 2.5 Proyecciones
- 2.6 Proveedores
- 2.7 Repercusiones para los Productos de Banano Orgánica
- 2.8 Producción Orgánica
 - 2.8.1 Eco – ok . Better Bananas
 - 2.8.2 ISO 14000
 - 2.8.3 Nutra Clean Systems
 - 2.8.4 Certificación Orgánica

Capítulo III

3. Perfil de Mercado y Competitividad Exportadora del Banano Orgánico.

- 3.1 Dinámica Productiva y Exportadora
- 3.2 Dinámica Productiva Nacional de Plátano y Banano
- 3.3 Costos de Producción de Banano Orgánico
- 3.4 Costo de Cosecha y Logística de Banano Orgánico
- 3.5 Dinámica Exportadora Nacional de Banano

Capítulo IV

4. Dinámica Mundial

- 4.1 Dinámica Productiva del Banano Orgánico
- 4.2 Dinámica Productiva del Banano Orgánico en República Dominicana
- 4.3 Dinámica Productiva Mundial de Banano Orgánico y Convencional
- 4.4 Dinámica Exportadora Mundial de Banano Orgánico
- 4.5 Dinámica del consumo de Banano Orgánico
- 4.6 Zonas de Producción de Banano y Tendencia del consumo mundial de Banano Orgánico
- 4.7 Dinámica de la Oferta Mundial
- 4.8 Amenaza de la Competencia en Banano Convencional
- 4.9 Análisis FODA

Capítulo V

5. Procesos de compras internacionales y determinación de costos y precios de ventas de los bananos orgánicos que se comercializan en la Unión Europea.

- 5.1 Contratación internacional de los productos (Bananos Orgánicos)
- 5.1 Logística de transporte
- 5.2 Impacto del tipo de cambio de la moneda a usar en los costos de los productos
- 5.3 Determinación del costo de los bananos y el precio de ventas
- 5.4 Envase y embalaje.
- 5.5 Procedimientos para la transportación, empaque, embalaje y almacenamiento del banano orgánico dominicano

Capítulo VI

6. Efecto del acuerdo de libre comercio entre la Unión Europea y la República Dominicana en la obtención de ventajas competitivas en el sector del sector Bananero

VII. Bibliografía

VIII. Cronograma

1X. Anexos

1. Partes Introductorias

1.1 TÍTULO DEL TRABAJO

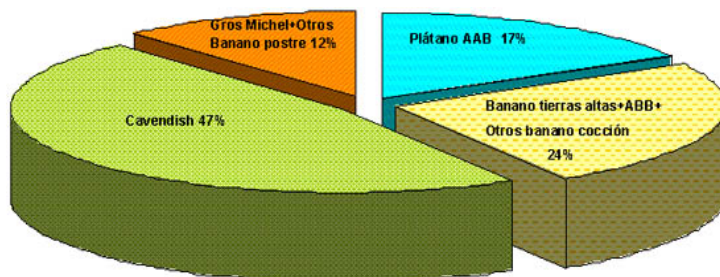
Incidencia del Tratado del Libre Comercio entre República Dominicana y la Unión Europea en la Comercialización del Banano Orgánico.

1.2 INTRODUCCIÓN

El banano, fruta cilíndrica con 3 ángulos pronunciados y perteneciente a la familia de las musáceas, es una de las principales plantas introducidas desde el África por los españoles y una de las que han alcanzado mayor difusión, dada su fácil adaptación a las tierras calientes y templadas con temperaturas que no descendan de 10 grados Celsius y no más de 40, con gran cantidad de lluvias durante todo el año, que son mayoría en la América intertropical.

Éste se reproduce asexualmente brotando vástagos desde un tallo subterráneo, cuyos brotes tienen un crecimiento enérgico y pueden producir un racimo maduro en menos de un año, en tanto que los vástagos siguen brotando de una única mata año tras año, lo que hace de los bananos un cultivo perenne. Se dividen en dos categorías: para cocción, entre los que figuran los plátanos y otros subgrupos de variedades como el Pisang Awak en Asia, y para postre o dulces, entre los que destaca el subgrupo Cavendish, que ocupa el primer lugar en preferencia a nivel mundial, como se puede apreciar en el gráfico No. 1.

Gráfico No. 1
Preferencia Mundial por Variedad de Banano



Fuente: CEI-RD

Su cultivo tiene especial importancia en los países de América Tropical y el Caribe, no sólo porque forma parte de la dieta de sus habitantes, sino en virtud de los beneficios económicos que se derivan de dicha actividad, medidos a través del establecimiento de fuentes de empleo, la generación de divisas e ingresos a los países productores.

En el caso dominicano, su importancia económica se hace evidente, tanto en el plano externo como interno, dado que a partir de finales de los noventa, el país dio inicio a un proceso de crecimiento que lo ha llevado, en la actualidad, ha convertirse en el mayor exportador de banano orgánico del Caribe, y que, en el plano interno, presenta un superávit anual promedio para este renglón de unos US\$49 millones durante el período 2005-2010.

En tal sentido, la presente investigación buscan medir las repercusiones que, a corto, mediano o largo plazo, pueda tener la entrada en vigencia del Acuerdo de Asociación Económica entre la UE y RD en la comercialización del banano orgánico, partiendo de la idea de que todo acuerdo es vinculante y, por lo tanto, conlleva el cumplimiento de una serie de obligaciones que, en muchos casos, pueden resultar nefastas para una de las partes, no obstante lo atractivas que puedan parecer, por lo que deberá ser valorado en su justa dimensión.

Este trabajo consta de seis (6) capítulos, a través de los cuales se desarrollan los objetivos propuestos.

En el primer capítulo, se hace un desglose general sobre el mercado bananero mundial, haciendo énfasis en la producción y exportación del banano orgánico y su incidencia para la economía dominicana.

El segundo capítulo trata, en general, sobre las perspectivas del banano convencional y orgánico, así como de la importancia de la certificación para asegurar un nicho en su demanda.

En el tercer capítulo, se hace una panorámica de la producción del banano orgánico en República Dominicana y sus proyecciones de crecimiento.

El cuarto, expone la dinámica, tendencias y amenazas de la producción orgánica, concluyendo con un análisis FODA del mercado,

En el quinto, se pasa a describir los procesos de compras internacionales, así como la determinación de costos y precios de ventas de los bananos orgánicos que se comercializan en la Unión Europea.

Finalmente, en el sexto, se analizan los efectos del acuerdo de libre comercio entre la Unión Europea y la República Dominicana en la obtención de ventajas competitivas en el sector bananero orgánico, aportando una serie de conclusiones que se desprenden de los datos obtenidos a través de la investigación.

1.3 Antecedentes Históricos

Se afirma que el banano, originario de África, fue introducido en la isla Española en 1516 por fray Tomás de Berlanga, de la Orden de los Predicadores, desde las Islas Canarias, constituyéndose, a partir de ahí, en parte fundamental de la dieta y de la economía dominicana. Prueba de ello, es que en la actualidad 180,000 tareas están dedicadas a este cultivo que, según los datos del Clúster Dominicano del Banano, mantiene 15,000 empleos directos y no menos de 25,000 indirectos, generando cerca de US\$180 millones al año.

A nivel industrial, muchas empresas han incursionado en la producción bananera dominicana. Así, en el 1906, La United Fruit Company realiza exportaciones desde plantaciones en Sosúa y Puerto Plata, las cuales abandona por una ola de frío y las enfermedades. En 1930, se embarca fruta desde Puerto Plata y Sánchez en pequeña escala, proveniente de las plantaciones de café, quienes sembraban la variedad Gros Michel como medio de sombra.

En 1943, durante la dictadura de Rafael Leónidas Trujillo, se suscribe un acuerdo entre el Estado Dominicano y la Grenada Company con el fin de sacar por el puerto de Manzanillo los bananos producidos en la Línea Noroeste, realizando su primer en mayo de 1946: luego, en el 1951, se instala en Azua la Dominican Fruit and Steamship Company, la cual, en el 1959, implantó un récord al exportar más de 8 millones de racimos a Europa y Estados Unidos. Sin embargo, ya para el 1966, ambas compañías abandonan el país y, tres años después, los terrenos de la primera pasan a manos del Banco Agrícola de la República Dominicana.

En 1972 el Proyecto La Cruz de Manzanillo, ya propiedad del Estado Dominicano, realiza la siembra de las antiguas plantaciones de Grenada Company, exportando banano a Europa y a los Estados Unidos; pero en 1979, se deshace el negocio de exportación, a causa de una litis comercial entre COMUNBANA (Comercializadora Multinacional de Banano) y el Instituto Agrario Dominicano(IAD).

Entre 1979 –1992 se instala un sistema de riego por goteo en las fincas de Isabel, Madre y Maguaca del proyecto La Cruz de Manzanillo y se empieza a comercializar con la compañía Fyffes. Con lo cual se inicia el reingreso del banano dominicano a Europa. Además, se establece en Mao, la multinacional United Brand Company, comprando la fruta a productores independientes, mediante la empresa ¹Frudoca, la cual luego cambió su nombre a Comercial Los Lagos.

Las ideas contemporáneas acerca de la producción orgánica se introdujeron en la República Dominicana a comienzos de los años ochenta, pero a mediados de los noventa fue cuando comenzó a expandirse la producción, que ahora es un componente importante del sector agrícola¹.

Según documentos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación(FAO), la era moderna de la producción orgánica en la República Dominicana se remonta a 1982 cuando Mark Freedman estableció la primera parcela de demostración en Río Limpio, Loma de Cabrera, que sentó las bases para el *Centro Regional de Estudios de Alternativas Rurales (CREAR)*. Durante esta fase inicial (1980-95), otras instituciones participaron también en la creación de centros de capacitación, tales como el *Centro de Agricultura Sostenible con Tecnología Apropiada (CASTA)*, en Villa Alta Gracia, San Cristóbal; el *Centro de Agricultura con Tecnología Apropiada para la Comunidad (CAOTACO)*, en los Indios de Dajabón, y la *Escuela Campesina de Agricultura Sostenible (ECAS)*, en la Apolinar Perdomo de Neyba.

En 1989, la empresa agroindustrial “*Plantaciones Tropicales*” realizó las primeras exportaciones comerciales de productos orgánicos, principalmente bananos, a Europa y los Estados Unidos. Posteriormente, exportaron cacao, café, coco y mangos, y participaron en la exportación de aceite crudo de coco. En 1994, Savid S.A. comenzó a exportar a Europa bananos orgánicos producidos por pequeños agricultores de Azua en una superficie de 350 hectáreas. La empresa creció y actualmente es la principal exportadora de productos orgánicos de la República Dominicana, y presta asistencia técnica y financiera a los agricultores.

¹ CEI-RD)Centro de investigación de Republica Dominicana

El gran auge que experimentaba el consumo de banano orgánico a nivel mundial, fundamentalmente en los países desarrollados, así como sus altos precios, ha motivado a que muchos países en desarrollo, como es el caso de República Dominicana, se estén volcando a esta forma de agricultura y, por parte de los agricultores, a la formación de asociaciones bananeras que han contribuido, en gran medida, con el desarrollo de la producción orgánica de la República Dominicana, de las cuales se pueden citar, entre otras:

➤ ASOBANU (Asociación de Bananeros Unidos), conformada por productores de banano de la región Noroeste, incorporada mediante el decreto No.365-98 el 5 de octubre de 1998. La membresía de dicha asociación produce banano convencional y orgánico de diferentes calidades, contando con cuatro (4) tipos de certificaciones: Orgánica (BCS), Euregap (control unión), Tesco nature's choice TNC (control unión) y la fairtrade flo- Comercio Justo.

➤ GRAN (Grupo de Desarrollo Rural Nacional), una organización de desarrollo comunitario.

➤ ADOBANANO (Asociación Dominicana de Productores de Banano), la cual forma parte de COPROBANA (Conjunto Productivo del Banano), las cuales cultivan y exportan banano orgánico producido bajo los criterios de comercio justo, y tienen la misión de promover la competitividad para la sostenibilidad y velar por los intereses del sector.

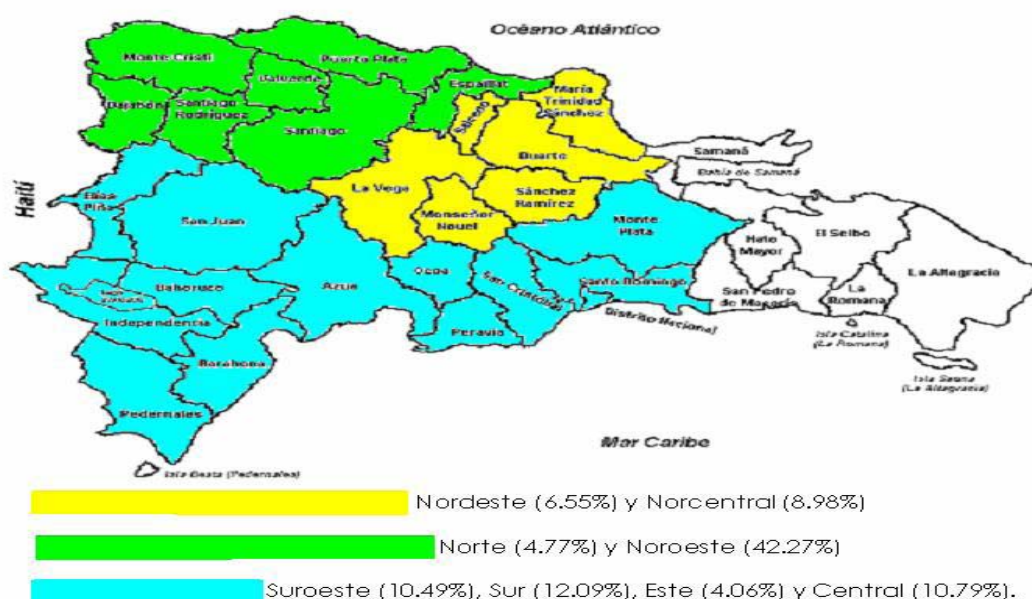
➤ BANELINO (Bananos Ecológicos de la Línea Noroeste), fundada en 1996 por un grupo de 10 agricultores y que hoy en día, reúne a 340 agricultores que poseen un terreno de 1,180 hectáreas. Ésta recibió el certificado de comercio justo en 2001. Casi la mitad de sus productores también cuentan con el certificado de producción orgánica y el resto se encuentra actualmente en vías de conversión.

En el aspecto social, la industria del banano ha tenido un impacto positivo en la educación, la salud, el ambiente, deportes, obras de infraestructura y otras, gracias a los aportes de Fairtrade o Comercio Justo en las comunidades donde están las plantaciones y sus proximidades.

El avance en la producción orgánica ha permitido al país posicionarse entre los primeros líderes mundiales en exportaciones de dicho rubro, colocándose, para el período enero – septiembre de 2008, en el ranking número ocho como producto dominicano de mayor exportación ²).

Para marzo de 2009, el área sembrada, fundamentalmente, en las provincias de Santiago y Azua (7%), Monte Cristi (33%) y Valverde (60%) es de unas 180,000 tareas: 64%, orgánico, y el 36%, convencional.

Gráfico No.2 Localización Geográfica de la Producción de Banano en la RD.



Fuente: IICA

Como puede apreciarse en el gráfico anterior, la producción de banano está ampliamente extendida a través de la geografía nacional, siendo la región Noroeste la de mayor producción (42.27%), seguida, en orden de importancia, por la Central

² -CEI-RD). Centro de investigación de Republica Dominicana

(10.79%), Suroeste (10.49%), Norcentral (8.98%), Nordeste y Norte, (6.55% y 4.77%, respectivamente).

1.4 Planteamiento del problema

Las prácticas agrícolas empleadas en el pasado, y que se suponían ya superadas o que habían perdido vigencia, hoy son valoradas e implementadas a nivel mundial con el nombre de “Agricultura Orgánica”, la cual fusiona los conocimientos tradicionales con los científicos, a fin de garantizar alimentos saludables y, a la vez, contribuir a la preservación del medio ambiente; contrario a la agricultura considerada “moderna”, la cual ha contribuido grandemente con su contaminación y degradación, así como con la aparición de enfermedades catastróficas, debido al uso generalizado de insumos con un alto potencial destructivo.

Según Korcak, M. (1991), la agricultura orgánica es una práctica tan vieja como la agricultura misma, remontándose a miles de años antes de Cristo, donde ya se conocían los beneficios que generaban los residuos o desechos al usarse como abonos.

En la actualidad, ese “renacimiento” de la agricultura tradicional u orgánica se evidencia por un incremento sostenido, a escala mundial, de su demanda; sin embargo, en el caso dominicano, la producción regular de productos en calidad y cantidad suficientes para satisfacer tal demanda ha sido un obstáculo importante a la hora de competir en el mercado internacional, razón por la cual se ha visto precisado establecer innúmeros acuerdos y/o negociaciones internacionales con el fin de subsanar tal situación.

Tales acuerdos han marcado, de una u otra forma, su devenir socioeconómico por lo que deben ser valorados y evaluados en su justa dimensión, a fin de medir sus alcances y repercusiones para el futuro de la Nación

En tal sentido, a partir de su inclusión a la Convención de Lomé 1V, en 1989, la República Dominicana se hace beneficiaria de preferencias unilaterales para el acceso de bienes al mercado de la Unión Europea (UE); ya que, mediante el mismo, los países de la Comunidad Económica Europea (CEE) y sus Países o Territorios de Ultramar (PTU), permiten la libre entrada de los productos originarios de los Estados ACP, sin restricción cuantitativa y la no-reciprocidad de igual tratamiento por parte de los Estados ACP (África, el Caribe y el Pacífico) a la CEE, aunque sí su reconocimiento de nación más favorecida del Acuerdo General sobre Tarifas y Aranceles de Comercio (GATT).

Luego, con la expiración de Lomé IV, en febrero del año 2000, se pasa a una nueva fase de reflexión y revisión sobre el futuro de las relaciones de cooperación ACP-UE, cuyo resultado fue la firma y entrada en vigencia, hasta el 2020, del Acuerdo de Cotonou, mediante el cual se establecen las condiciones y compromisos en sus relaciones de cooperación para el desarrollo, entre los que figuran la reducción y, a largo plazo, la erradicación de la pobreza, así como la integración progresiva de los Estados ACP en la economía mundial.

En líneas generales, ese acuerdo se propuso reforzar cinco pilares básicos:

- El refuerzo de la dimensión política de las relaciones ACP y la UE;
- las estrategias de desarrollo y el objetivo de luchar contra la pobreza;
- la creación de un nuevo marco de cooperación comercial;
- la reforma de la cooperación financiera;
- el fomento de los métodos participativos, la apertura a la sociedad civil, al sector privado y a los otros agentes no estatales.

Sin embargo, en vista de que la dispensa concedida por la Organización Mundial del Comercio (OMC) para desmontar el sistema de liberalización comercial unilateral de la UE con los países signatarios caducaría en el 2007, se dio inicio,

cuatro años después, a un proceso de negociaciones bilaterales entre las partes, a fin negociar un segundo gran acuerdo con la UE que abriría las posibilidades de exportar, libre de aranceles, hacia los 27 Estados Miembros de la Comunidad Europea, y reforzaría el marco jurídico para aprovechar todos los atractivos del mercado caribeño, denominado “Acuerdo de Asociación Económica (EPA, por sus siglas en inglés).

El portal electrónico del Ministerio de Agricultura de la República Dominicana lo describe como un régimen mutuamente vinculante entre la Comunidad Europea (CE) y los Estados que conforman el Foro del Caribe (CARIFORO), con la finalidad de sustituir el régimen de preferencias unilaterales, por uno de comercio recíproco, compatible con las normas de la OMC.

Dicho acuerdo, firmado en Barbados el 15 de octubre de 2008, fue ratificado, respectivamente, tanto por el Congreso como por el Poder Ejecutivo de la República Dominicana los días 24 y 30 de octubre del mismo año, y entre cuyos objetivos se pueden señalar:

a) Contribuir a reducir y, con el tiempo, erradicar la pobreza mediante la creación de una asociación comercial coherente con el objetivo del desarrollo sostenible, los Objetivos de Desarrollo del Milenio y el Acuerdo de Cotonou;

b) promover la integración regional, la cooperación económica y la buena gobernanza, creando y aplicando un marco reglamentario efectivo, previsible y transparente para el comercio y la inversión entre las Partes;

c) promover su integración gradual en la economía mundial, de conformidad con sus opciones y prioridades políticas de desarrollo;

d) mejorar su capacidad en la política comercial y las cuestiones relacionadas con el comercio;

e) apoyar las condiciones para aumentar la inversión y la iniciativa del sector privado, y reforzar la capacidad de abastecimiento, la competitividad y el crecimiento económico de la región;

f) reforzar las actuales relaciones entre las Partes, basándose en la solidaridad y el interés mutuo, teniendo en cuenta sus respectivos niveles de desarrollo.

Como puede apreciarse, los acuerdos de Cotonou y el de Asociación Económica (AAE) se complementan en materias de cooperación y en otros temas; sin embargo, a través del segundo se regularizan aspectos que no habían sido puestos en práctica.

De acuerdo a las nuevas normativas, fruto de la demanda interpuesta por varios de los países de América Latina ante la OMC, por desventajas competitivas frente a los países ACP, el mecanismo de liberalización arancelaria de mercancías establece un volumen de comercio expresado por una determinada cantidad de comercio total entre las partes, las cuales tendrán arancel cero desde el inicio del acuerdo y luego se establecen periodos sucesivos de 5 años para la desgravación de los bienes acordados en cada caso, hasta alcanzar la cota máxima de 25 años de desmonte para productos de alta sensibilidad.

Los países mantendrían sus aranceles, pero se establece un punto de arranque del proceso, que tomará de referencia para cada partida el promedio del arancel armonizado de los 15 países miembros de CARIFORO, aunque habrá algunas excepciones para aquellas líneas arancelarias cuyos niveles sean más del doble del promedio regional. En esos casos, el país en cuestión consolidará su arancel para esa línea y no utilizará el promedio regional para iniciar la desgravación

En el caso de los países que al inicio del acuerdo poseen líneas arancelarias por debajo del promedio regional, el desmonte comenzará cuando los demás alcancen ese nivel arancelario.

En tal sentido, como República Dominicana tiene muchas líneas de arancel por debajo del promedio regional, prevalecerá el arancel actual hasta el momento en que el resto de CARIFORO haga la convergencia en ese nivel, antes de iniciar el desmonte hasta la liberalización total.

En líneas generales, el AAE/EPA es una respuesta conjunta a los retos de la globalización y el desarrollo. Representa un compromiso entre dos bloques económicos: por un lado la Unión Europea y, por el otro, los países del CARIFORO, siendo estos últimos los que, de manera individual, asumen sus compromisos, y, por ende, son los responsables individualmente del cumplimiento de los mismos.

No obstante lo dicho, aun subsisten muchos temores y dudas en torno a los efectos que, a corto, mediano o largo plazo, dicho acuerdo pueda generar sobre la economía dominicana, ya que el desmonte de aranceles a los productos procedentes de la UE, podría desembocar en una distorsión comercial, con lo cual el impacto fiscal sería negativo, tal como lo sostiene el economista H. Galván, del Centro de Investigaciones Económicas para el Caribe (CIECA), en un estudio titulado “Sensibilidades comerciales, productivas y fiscales de la República Dominicana ante los Acuerdos de Asociación Económica –AAE - Cariforum-UE.

Por otra parte, a pesar de que se sostiene que dicho impacto será gradual para los productos denominados “sensibles”, se hace necesario diseñar e implementar políticas y marcos regulatorios de ajuste; así como estudios de impacto y desarrollo sectorial, que contemplen la identificación de programas de respaldo financiero, y la puesta en marcha de programas de capacitación y asistencia técnica, y el apoyo social para los segmentos más vulnerables de la población que, ineludiblemente, serán afectados, pues si el AAE se implementa, tal como lo plantea la UE, la liberalización de sectores sensibles pudiera implicar la desaparición de gran parte del aparato productivo dominicano.

En definitiva, al ser un acuerdo Norte-Sur recíproco, el reto principal de los AAE's será hacer un reconocimiento adecuado de las asimetrías existentes, otorgando un tratamiento especial y diferenciado que vaya más allá de plazos y excepciones de liberalización y que incluya asistencia técnica, ayuda para el comercio, y el reconocimiento de razones no económicas como motivos para salvaguardar sectores sensibles, entre otros aspectos.

“Mediante la implementación de las estrategias competitivas, los organismos locales de producción orgánica emprenderán acciones ofensivas para crear una posición defendible en su mercado y así obtener un rendimiento superior a la inversión”.³

En definitiva, la presente investigación gira en torno a la incidencia del Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana y la Unión Europea, enfocándose, especialmente, en la Comercialización del banano orgánico, presentando una panorámica general sobre el tema, analizando su situación a nivel nacional e internacional, su capacidad competitiva y sus amenazas inmediatas; así como evaluando el impacto que dicho acuerdo pueda ejercer sobre la economía dominicana.

1.5 Importancia y Justificación del estudio

La presente investigación se justifica en la medida en que puede contribuir a generar un espacio de reflexión sobre los alcances, incidencias y/o repercusiones del Acuerdo de Asociación Económica (AAE) entre la Unión Europea y la República Dominicana.

Dicho espacio de reflexión, deberá tener como meta el diseño e implementación de estrategias competitivas innovadoras por parte de sus actores que garanticen una verdadera equidad entre las partes.

Finalmente, esta investigación es beneficiosa, ya que puede servir como marco de referencia y consulta para estudiantes, profesionales y otros grupos de interés vinculados con el área.

1.6 Definición y delimitación del problema a investigar

La presente investigación gira en torno a la Incidencia del Tratado del Libre Comercio entre República Dominicana y la Unión Europea en la Comercialización

³ García, D. 2004 . Plan Nacional de Desarrollo. Estado Comunitario

del Banano Orgánico y se realizará para el período 2009-2010, sin dejar de hacer alusión a otros periodos anteriores que, por su importancia, han marcado, positiva o negativamente, el devenir socioeconómico de la Nación.

1.6.1 Problema Central

¿Cuál es la incidencia del tratado de libre comercio entre la Unión Europea y República Dominicana en la comercialización del banano orgánico?

1.6.2 Problemas específicos

1. ¿Cuáles estrategias deben emplear las empresas del sector bananero orgánico dominicano para lograr ventajas competitivas a través del Acuerdo de Asociación Económica con la Unión Europea?
2. ¿Cuáles ventajas comparativas tiene la producción del banano orgánico con relación al banano convencional?
3. ¿Será ventajosa, para los agricultores dominicanos, la producción y comercialización internacional del banano orgánico, una vez entre en plena vigencia el AAE con la Unión Europea?
4. ¿En qué medida el desmonte de aranceles para el mercado europeo puede ser perjudicial para los productores nacionales?

1.7 Objetivos de la investigación

Partiendo de la definición y delimitación del problema a investigar, se plantearon los siguientes objetivos:

1.7.1 General

Analizar la Incidencia del Tratado del Libre Comercio entre República Dominicana y la Unión Europea en la Comercialización del Banano Orgánico.

1.7.2 Específicos

Los objetivos trazados para el presente estudio fueron los siguientes:

- ❖ Describir la situación actual del mercado bananero orgánico a nivel nacional e internacional.
- ❖ Determinar el impacto sobre el mercado del banano orgánico dominicano de otros acuerdos de asociación económica entre la UE y otros bloques regionales.
- ❖ Identificar la estructura organizacional y operativa del mercado bananero orgánico.

1.8 HIPÓTESIS

¿Incide negativamente el tratado de libre comercio entre la Unión Europea y la República Dominicana en el sector bananero?

En esta investigación se busca medir el impacto que el Tratado de Libre comercio puede ejercer sobre la economía dominicana, enfocando la atención en la producción del banano orgánico, por ser uno de los renglones agrícolas que más dinamismo ha mostrado en los últimos tiempos y el que más divisas le ha reportado.

1.9. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la realización de la presente investigación, la metodología aplicada es de carácter descriptivo (describe y evalúa ciertas características del problema planteado en uno o más puntos del tiempo), comparativo (En la medida en que relaciona diferentes momentos para sacar conclusiones) y exploratorio (Utilizado para recoger, organizar, analizar, examinar y generalizar las observaciones sobre el tema en cuestión).

En general, se basará en la recolección de informaciones de fuentes tanto primarias como secundarias. Entre las fuentes primarias se pueden citar: visitas a diversas instituciones gubernamentales y no gubernamentales, tales como el Ministerio de Agricultura y el Centro de Exportación e Investigación de la República Dominicana (CEI-RD), y entre las secundarias: consultas en revistas, periódicos, libros, Internet , entre otras.

Capítulo II

2. Perspectiva Económica en la Exportación del Banano Orgánico

2-1 Situación del Mercado

Se cataloga como "orgánico", todo alimento, animal o vegetal, en el que no intervienen, en ninguna etapa de su producción, incluyendo los suelos, herbicidas, fertilizantes, pesticidas químicos o sus derivados. Sus cualidades organolépticas (olor, sabor, textura) deben ser óptimas y el producto debe tener trazabilidad (rastreadibilidad), que consiste en la capacidad para rastrear el recorrido de un alimento a través de todas las etapas especificadas, de la producción, procesado y distribución, en donde cada eslabón de la cadena o cada agente identifica a todos sus proveedores y a todos sus clientes. Todo lo cual, para tener validez legal, debe ser acreditado o certificado por un organismo autorizado que, por escrito, garantice o resguarde su inocuidad e, incluso, el cuidado del medio ambiente y de la mano de obra, a lo largo de su proceso productivo.

En cuanto a certificaciones, existen múltiples sistemas de control, independientes de la empresa, los cuales, dependiendo del país, pueden ser manejados a nivel estatal o por organismos privados. En la Unión Europea, el sello Fairtrade Labelling Organizations(FLO) International, que une las iniciativas nacionales del Comercio Justo, ocupa el primer lugar debido, entre otros factores, a la preocupación de los consumidores europeos por el medio ambiente, la equidad competitiva y el trato justo a los trabajadores, temas no prioritarios entre los consumidores estadounidenses.

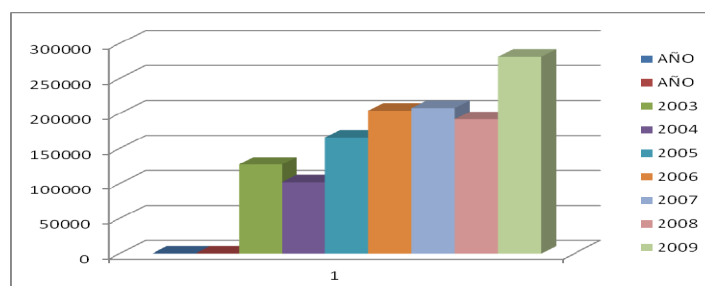
En los últimos años, el consumo de productos orgánicos se ha ido generalizando e incrementando, especialmente en los países desarrollados, unas veces por status social; en otras, por motivos de salud (prevención de cáncer, piel sana, juventud, etc.); Sin embargo, se pueden observar diferentes comportamientos de acuerdo al lugar de origen de los consumidores. Así, los estadounidenses los demandan, básicamente, por su apariencia y calidad; en tanto, que los europeos son menos exigentes en cuanto a tales factores, tendiendo a preocuparse algo más por la conservación del medio ambiente, la justicia y el desarrollo social; sin embargo, cualesquiera que sean las razones, la realidad es que su demanda mundial crece cada vez más.

De acuerdo a proyecciones de la FAO, para el 2010 las exportaciones de banano llegarán a casi 15 millones de toneladas métricas en el 2010, lo que representa un 5% más alto que el año anterior; Sin embargo, pronostica que los países de la ACP que no estén incluidos dentro del Acuerdo de Asociación Económica (EPA) con la UE, sufrirán una disminución de, aproximadamente, un 25% en sus exportaciones para el 2010, debido, entre otros factores, a la continua ausencia de la economía de escala, así como al aumento tanto en los costos de producción y de mano de obra, como de de las tierras, a causa de la competencia de otras actividades económicas.

No obstante, la República Dominicana, como signataria de dicho acuerdo, experimenta un crecimiento sostenido en dicho renglón. Según los productores y líderes del sector bananero dominicano, para el 2010 las exportaciones del banano hacia la UE se estiman en más 3000 mil toneladas métricas, para un incremento de un 25%. En el año 2009 se exportaron 280,000 toneladas métricas (siendo más del 60% orgánico) lo que coloca al país como el primer exportador de banano orgánico hacia la UE, gracias al entusiasmo tanto de los agricultores como del Gobierno, tal como se presenta en el siguiente gráfico.

Gráfico No.3

Exportaciones de Banano de República Dominicana (2009-2010)

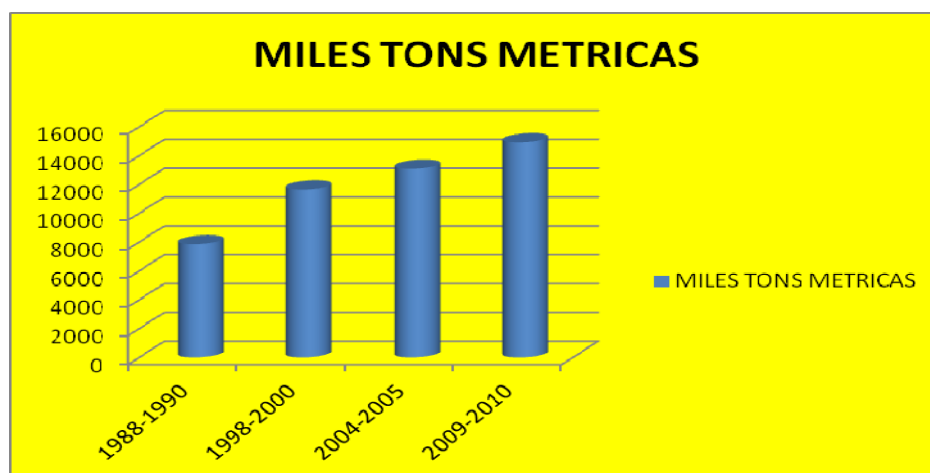


Observando los precedentes históricos, se puede determinar la rentabilidad de exportar bananos orgánicos, pues las estadísticas muestran cómo ha crecido su consumo a través de los años, tal como se observa en el gráfico No.4

Gráfico No.4

Estimaciones de las Exportaciones Anuales de Banano (1988-2010)

Miles de Toneladas Métricas/Periodo



Crecimiento Anual (periodo)

*Cifras ligeramente subestimadas debido a exportaciones no declaradas. FAOSTAT

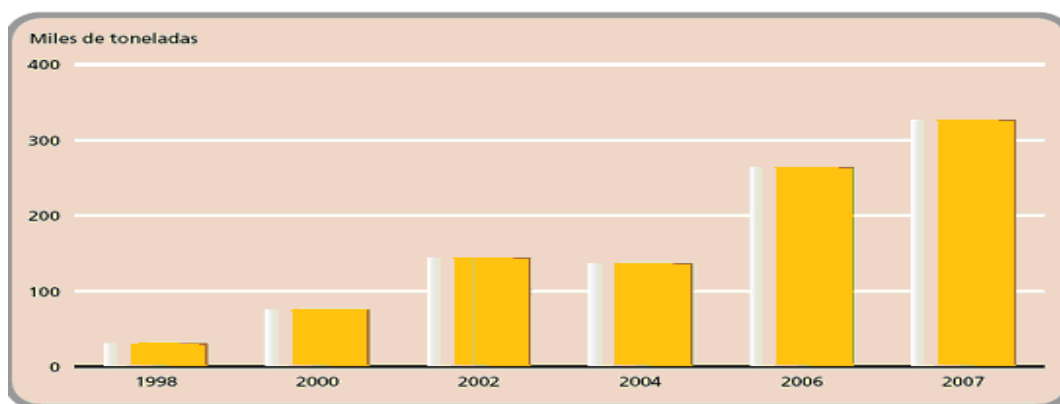
Como puede colegirse del cuadro anterior, las exportaciones anuales por periodo de banano orgánico reflejan un incremento sostenido de 2000 toneladas métricas. Así, en el periodo 1988-1990 fueron de 8,200 TM y ya para el 2010 se incrementan a 16,000TM, lo que representa una enorme oportunidad de desarrollo para los países participantes, en general, y para los inversionistas agrícolas, en particular.

Según Kilian y otros (2005), a principios de los años noventa la producción de la región representaba cerca de 50, 000 toneladas, y en el periodo 2003-2004 alcanzó alrededor de 250, 000, lo que corresponde a un crecimiento anual de más del 20 por ciento.

Sin embargo, en un organismo de alta credibilidad como la FAO, no se dispone de cifras recientes para la producción del producto, por lo cual, en base a las exportaciones y a las superficies certificadas, se pudo estimar que en 2007 se produjo cerca de medio millón de toneladas. Los más recientes estudios recogen datos de la producción mundial de banano orgánico certificado, pero solo hasta el 2007 como se presenta en el gráfico No. 5.

Gráfico No. 5

PRODUCCIÓN MUNDIAL DE BANANO ORGÁNICO FRESCO 1998-2007



FAOSTAT (2008)

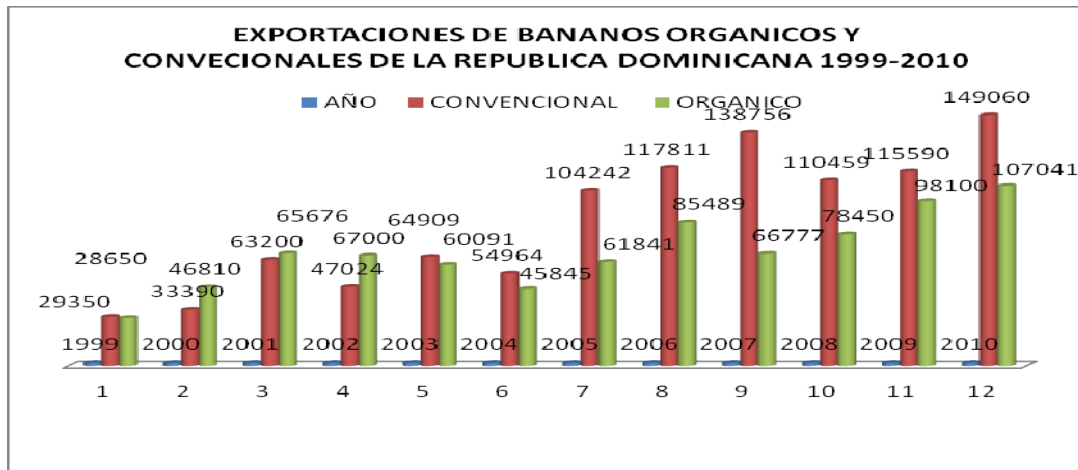
En el gráfico No. 5, se observa el incremento de la producción de banano orgánico fresco en más de nueve veces desde 1998 al 2007, pero para el año 2008 es más de 10 veces con respecto al citado año. Se puede observar un fuerte aumento para el periodo 2005 en lo adelante donde el crecimiento para muchos países exportadores es más del 15%(Perú, Ecuador, República Dominicana, Colombia)

2.1-1 EUROPA

La Unión Europea (UE), como bloque económico, representa un importante mercado para los productores y exportadores dominicanos debido a la gran cantidad de consumidores que habitan en sus 27 países integrantes (Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos Polonia Portugal Eslovaquia, Rumania, Eslovenia, España, Suecia y Reino Unido).

En los últimos años, las exportaciones dominicanas hacia dicho destino han ido en aumento (Ver gráfico No.3), fruto del Acuerdo de Asociación Económica entre la UE y los 14 países de la Comunidad del Caribe y la República Dominicana, que forman el Foro del Caribe de Estados ACP (Cariforum), mediante el cual el país ha sido beneficiado con un trato comercial privilegiado para la entrada de sus exportaciones en el mercado europeo. Además, la reducción de los aranceles fue llevada al mínimo, a través del Acuerdo de Cotonou en el año 2000, lo que ha significado una notable mejoría para los productores bananeros dominicanos, dado que su producción es consumida, en más un 85%, en la UE, tal como se aprecia en los gráficos No.6 y 7.

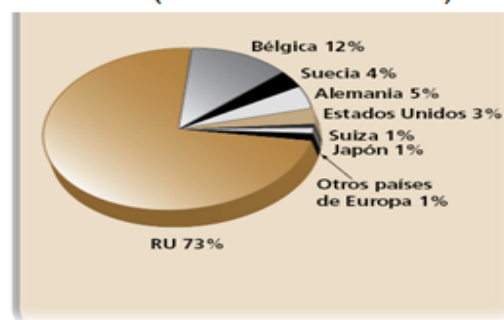
Gráfico No.6
(Toneladas Métricas)



CEI: R D (Hasta Octubre 2010)

Gráfico No.7

LAS EXPORTACIONES DE BANANO ORGANICO DOMINICANO (EN PORCENTAJE 2004-2007)

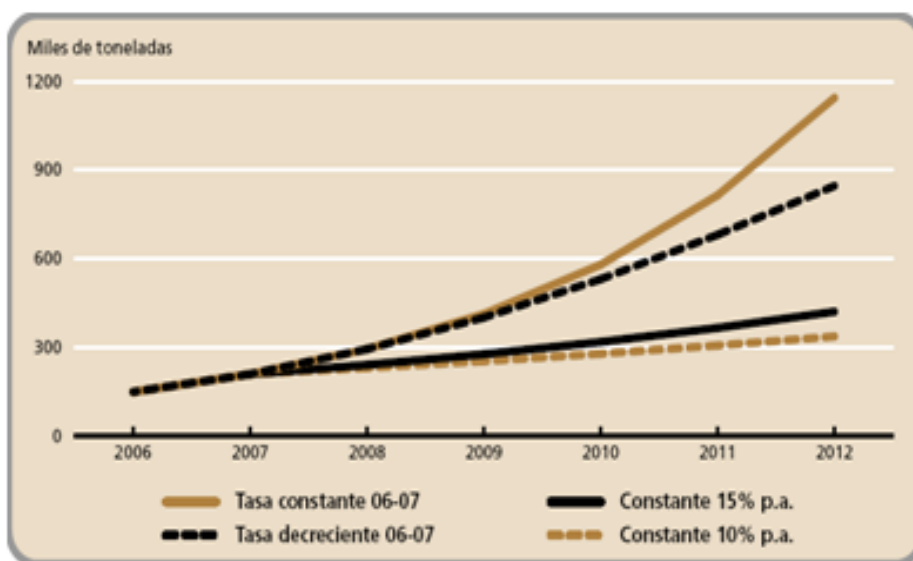


Fuente :FAO Stat 2008

Como puede observarse en los gráficos anteriores, las exportaciones anuales del banano convencional y orgánico de 1999 al 2010 reflejan un incremento sostenido, siendo este último mayormente exportado a la UE, especialmente al Reino Unido, uno de los mayores mercados (Ver gráfico No.7), con un aumento en el consumo bananero del 8% al año y con proyecciones de crecimiento anual en el mercado orgánico aproximadas a un 5% para el 2011; Alemania, con un crecimiento de un 18% en el periodo 2003- 2007; Francia, Italia, Suiza, los Países Bajos, Austria y los Países Nórdicos, quienes consumen el 40% del banano orgánico importado de toda la Unión .

Gráfico No.8

Importaciones de banano orgánico de la UE previstas hasta 2012



Fuente : FAO.Stat 2008

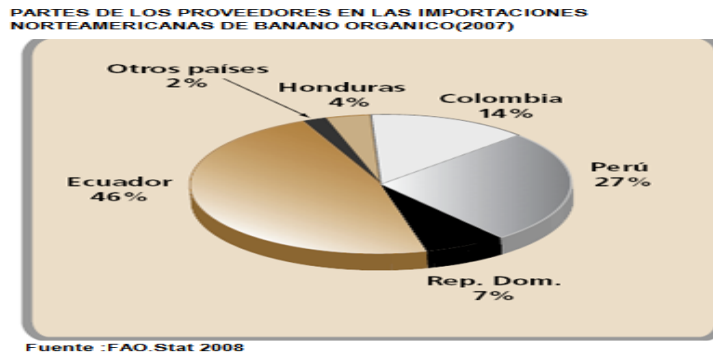
Debe tomarse en cuenta que hay en curso más tratados de asociación económica con otros países productores, lo que podría aumentar mucho más las importaciones a la UE debido a la reducción de aranceles y precios.

2.1.2 Estados Unidos y Canadá

Para el 2009, el país ocupaba el cuarto lugar entre los proveedores de estos países, sin embargo, de acuerdo a estimaciones del Ministerio de Agricultura de República Dominicana, este panorama puede cambiar, ya que las exportaciones del banano dominicano hacia los EE.UU., considerado su principal socio comercial, van a aumentar en más de 22,800 toneladas métricas, equivalentes a un 8%, para el periodo 2009-2010. En la actualidad, el consumo del banano orgánico en EE.UU. está limitado por el precio y el tamaño de la fruta, pues el consumidor estadounidense busca en el supermercado frutas grandes y baratas, no obstante, su demanda continúa en crecimiento, impulsada por un público consumidor mejor informado e interesado por la salud, unido a la creciente aparición de cadenas de supermercados orgánicos.

El mercado norteamericano de alimentos orgánicos acusa el crecimiento más rápido de todo el mundo, con tasas de crecimiento anual de aproximadamente 18-20 por ciento (OTA, 2007). Di Matteo (2008) sostiene que entre abril de 2007 y abril de 2008, las ventas de productos orgánicos (excluido Wal Mart) aumentaron un 25 por ciento, mientras que las de los alimentos convencionales sólo aumentaron un 4,4 por ciento, y estima que en 2007 las ventas totales de orgánicos al por menor alcanzaron los 20, 000 millones de USD. Debe observarse que existen otros países suplidores del banano orgánico para los países citados como son Ecuador Perú, Colombia México, Honduras, Costa Rica, entre otros, como se puede apreciar en el gráfico No.9.

Gráfico No.9



2.1.3 JAPÓN

Aunque no existen datos estadísticos muy confiables, se puede asegurar que la demanda de productos orgánicos en Asia presenta un crecimiento constante de 15-20 por ciento anual. En el caso del Japón, su consumo enfrenta algunas limitaciones, tales como costo (los productos orgánicos pueden costar hasta cinco veces más que los convencionales), y la falta de información del consumidor japonés sobre sus ventajas frente a los productos tradicionales; sin embargo, se estima que del 0.5 al 1% del total de alimentos consumidos en Japón son orgánicos.

En la actualidad, los principales proveedores de banano para el Japón son Filipinas, Colombia, Perú, México y República Dominicana, como se observa en el gráfico No.10, aunque Argentina comenzó a proveer sus productos desde el año 2009, pero no existen datos sólidos al respecto

Cuadro No.1

PAISES sUPLIDORES DE BANANO ORGANICO AL JAPON EN 2007

País de origen	Exportaciones al Japón (toneladas)
Colombia	3 000
República Dominicana	300
Perú	8 000
Filipinas	10 000-15 000
México	1 000-2 000
Total	22 000-28 000

Fuente : FAO. STAT 2008

2.2 Tendencia de la Unión Europea en el banano orgánico

El aumento del consumo saludable y nutritivo convierte al banano orgánico en una de las preferencias productivas que más tiende a crecer en el mundo. Según el Ministro de Agricultura de la República Dominicana, Salvador Jiménez, el país está exportando cada semana más de 350,000 cajas de banano a los mercados europeos, que es el principal comprador de esa musácea, y que las proyecciones para el 2010 de banano (60% orgánico) a exportar hacia Europa podrían alcanzar las 300 mil toneladas métricas, equivalentes a 160 millones de dólares, para un incremento de un 25%, en relación con el año 2009 que fueron de 280,000 toneladas métricas, equivalentes a 58 millones de dólares, pasando, así, a ocupar el primer lugar como exportador de este rublo a la UE.

Las perspectivas del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) en 2006, es que en el mercado se mueva, a escala mundial, un total de 30 billones de dólares y que en 2010 alcance los \$120 billones de dólares, un 4.5% de la industrial total de alimentos.

“Lo más importante del acuerdo bananero es el abandono de un sistema de contingentes arancelarios en beneficio de un régimen arancelario sin limitaciones cuantitativas, que permitirán en el futuro el aumento de las cantidades de banano exportado hacia el mercado europeo”, manifiesta el director general de Agricultura de la Comisión Europea, José Manuel Silva Rodríguez⁴.

2.2.1 Preferencia de Banano Orgánico en los Mercados de Europa y Estados Unidos

Las estadísticas sobre importación del banano orgánico a escala mundial muestran un gran aumento en su consumo de, aproximadamente, un 38% durante los periodos 2008 y 2009, y para el 2010 se espera un incremento adicional de un 39%, a pesar de los altos precios debido a la inflación y a otros factores.

Para los Estados Unidos, se pronostica un gran consumo del producto, pero en menor proporción. Según estimaciones del Centro de Inteligencia de Mercados Sostenibles (CIMS) (2009), en el 2008, el banano orgánico ocupó cerca del 1.9% de las importaciones totales; sin embargo, las proyecciones del 2010 indican que EE.UU. importará entre 83,800 y 104,600 toneladas de banano orgánico fresco, superando cualquier otro consumo.

2.2.1.1. Unión Europea

Para la Unión Europea, el aumento de las importaciones de banano entre 2008 y 2009 fue de un 78%, de las cuales solo un 1.3% era no orgánico. El CIMS estima, al respecto, que en 2010 el consumo de banano orgánico en la UE proveniente de América Latina, su principal suplidor económico, aumentará en un 5.1%, para alcanzar la cifra record de 224,600 toneladas métricas y que mantendrá ese ritmo de crecimiento, debido a la eliminación paulatina de los aranceles a los

⁴ En declaraciones de prensa diario Hoy 2009

países que entran dentro del tratado de libre comercio, el cual tiene como objetivo estimular la producción y mejorar el precio del banano.

Los productos orgánicos frescos representan el 8,8% de las ventas en los almacenes de alimentos naturales y el 9,7% en los supermercados convencionales. De acuerdo con un estudio realizado por “Fresh Trens 2001”, son variadas las razones que impulsan a los consumidores a comprar alimentos orgánicos frescos en cualquier supermercado, tal como se observa en el cuadro No.2:

Cuadro No.2
Factores que Influyen en la Compra de Productos

%	Motivaciones
87	Exnpectativas sobre el gusto
83	Apariencia general
74	Limpieza
70	Grado de maduración
57	Valor nutritivo
47	Precio
41	Artículo estacional
39	Conocimiento de cómo se prepara
33	Forma de presentación
27	Complements main entrée
14	Dónde se produce
12	Producción orgánica

Fuente: Fresh Trends, Perfil del consumidor de productos orgánicos frescos

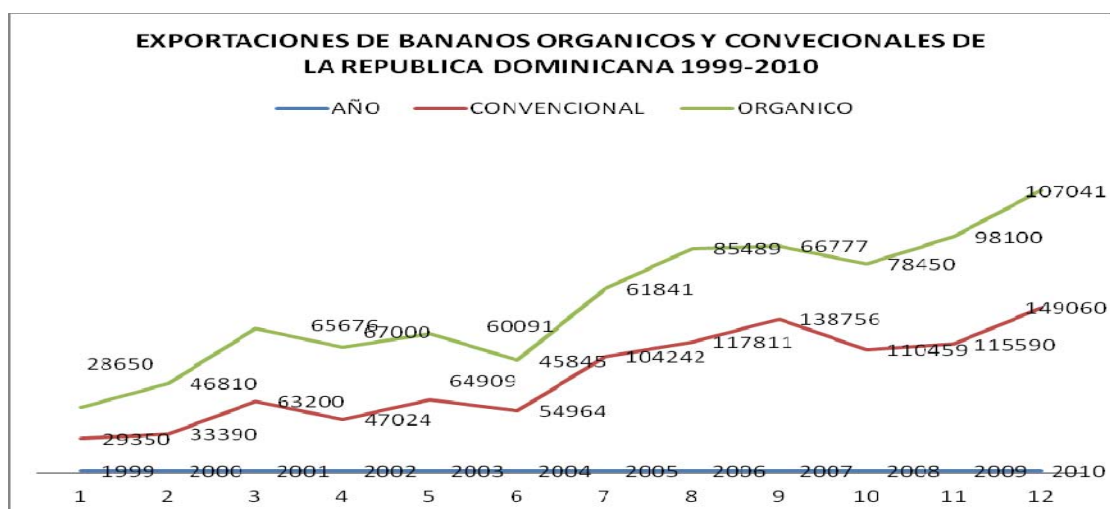
El consumidor estadounidense ha mostrado cierta tendencia a preocuparse cada vez más por su salud y en mejorar el aspecto nutricional, por lo que los productos orgánicos frescos han constituido un importante factor en su estilo de vida.

En el caso de la República Dominicana, la demanda del banano orgánico muestra un gran desarrollo, perfilándose como el receptáculo del volumen del comercio orgánico de América Latina, gracias al Acuerdo de Asociación Económica con Europa y a los privilegios alcanzados con el acuerdo de Cotonou, firmado en el año 2000, mediante el cual disfruta, junto a los demás integrantes de la ACP, de

los aranceles más bajos de la región.

A continuación se presentan las exportaciones de bananos orgánicos y convencionales de la República Dominicana durante el periodo 1999-2010.

Gráfico No.10



CEI-RD

Como se presenta en el Gráfico No.10, el crecimiento de las exportaciones de banano orgánico refleja un dinamismo positivo, con excepción de los años 2004 y 2007 en los que se observa una merma a consecuencia de los fenómenos meteorológicos que azotaron al país en dichos periodos, pero, en general, se proyecta como el mejor de la región.

En cuanto a los sellos de certificación, el banano Rain Forest Alliance Certificado (anteriormente llamado ECO Bello banana Project) es exportador principalmente a Europa, siendo el volumen de exportación entre 410.8 mil y 608 mil toneladas anuales (2008). Obsérvese, además, que entre un 13% y 18% se exporta a los EE.UU. Cabe destacar que este sello es más comprado por los importadores que por los consumidores.

Un crecimiento anual a nivel mundial en el mercado de productos orgánicos en el orden de 18%, con rentas para el 2009 de \$ US 6 billones de dólares y con un

ritmo de crecimiento de más de un 28%, muestran al mercado de banano orgánico como una de las actividades económicas más productivas y dinámicas.

De acuerdo a los reportes obtenidos por la FAO, las importaciones de banano orgánico para el 2009 rondaron las 322,000 toneladas métricas, un volumen marginal en comparación con las importaciones totales a nivel mundial que ascienden a millones de toneladas.

2.2.1.2 Los Estados Unidos

Volviendo a los sellos de certificación, el banano de Rainforest Alliance (RA) – Alianza para Bosques – informó que para el 2008 había certificado a nivel mundial 64,112 hectáreas a nueve países, los cuales son vendidos, principalmente, en Estados Unidos y Europa. De acuerdo a información obtenida de la FAO, para el 2005 y 2006 las rentas anuales de bananos certificados por RA y chiquita Brand, en América del Norte, se estimaron en un millón de toneladas, equivalentes, aproximadamente, al 28% de las importaciones totales de banano orgánico, es decir, que la cantidad de banano orgánico sería de 280,000 toneladas, proyectándose un aumento consecutivo de un 20% para los siguientes años.

Existen otros programas para la agricultura orgánica como son la certificación de SA8000 y el ISO 14001 que serán tratados más ampliamente en los capítulos siguientes.

Para el mercado de banano mundial se pronostica un crecimiento sostenido en la demanda de los principales países consumidores, aunque se han detectado problemas en los suministros debido al difícil control orgánico para la sigatoka negra (enfermedad que ataca al banano), la logística de exportaciones para pequeñas cantidades, los costos de conversión, entre otros factores. De solucionarse estos problemas, se podrían suplir la demanda anual de banano orgánico tanto de EE.UU. como de Europa, que sobrepasan las 320,000 toneladas al año.

2.3 Perspectiva de Mercado para el Banano Orgánico.

“El banano orgánico tiene un menor costo de producción que el convencional, ya que no lleva productos químicos. Este tipo de rublo es diferenciado, y se demanda para la producción de snacks, purés, jugos, jaleas y, en especial, comida para niños. Su producción a nivel mundial equivale al 1% del total producido, es decir, se producen aproximadamente 6.7 millones de toneladas anuales, que, desde el año 2000, viene en aumento, debido al incremento en los precios del convencional, y a que ya es mucho más fácil recibir la certificación”.⁵

El desarrollo de la Industria Bananera Nacional ha sido orientado hacia el mercado de la Unión Europea, la cual, junto con los otros miembros ACP exportadores de banano, tiene acceso preferencial en dicho mercado.

El futuro del banano orgánico es muy promisorio, tal como lo relatan los estudios y las proyecciones realizadas, siendo la Unión Europea su mayor consumidor a nivel mundial; sin embargo, para continuar y aumentar esta tendencia deben considerarse varios factores sin los cuales dicho proceso puede ser afectado, tales como:

- 1) un sistema exclusivo arancelario para los países pertenecientes al Acuerdo de Asociación Económica;
- 2) la eliminación de los contingentes de importación, para hacer a los bananos orgánicos más competitivos con relación a los convencionales;
- 3) el aumento del poder adquisitivo de los consumidores;

⁵ Velásquez & Giraldo (2005)

- 4) que se mantenga la tendencia general al aumento de la cuota de mercado en toda la Unión Europea;
- 5) el estricto cumplimiento del reglamento de la Comunidad Económica Europea (CEE) No.8334/2007, relativo a la importación de alimentos orgánicos producidos fuera de la Unión y el cual permite su equivalencia con los producidos allí.

En los Estados Unidos, la aceptación del banano orgánico se consolida cada día más, lo que ha llevado a sus productores a crear nuevos planes para su cultivo; sin embargo, este mercado deberá tomar en consideración que con la disminución de los aranceles para las importaciones de banano a la UE a favor de varios países productores, podría afectarse el precio de compra para las cadenas de exportadores que suplen a los EE.UU. debido al aumento de la demanda en los siguientes años.

En el caso de Japón, las informaciones son poco precisas, a pesar de ser una región de gran importancia en cuanto a la producción de banano orgánico, pero tiende a fumigar estos productos, lo que les hace perder su esencia orgánica. Éste, al igual que otros países, recibe sus importaciones de diferentes exportadores, mayoristas y minorista, como son: Kyosko food, la Daabon Organic Japan Coltd e Internacional Filipinas, los que distribuyen el banano orgánico a supermercados, tiendas minoristas, cooperativas de consumidores y distribuidores especializados en productos orgánicos. Esta expansión del consumo Japonés favorece, en primer lugar, a Filipinas y al Ecuador, su segundo gran proveedor, aunque, recientemente está haciendo negociaciones con Argentina y otros países de América.

2.4. SOBREPRECIO DEL BANANO ORGÁNICO

Para el periodo 2007-2008 , el sobre-precio del banano orgánico al consumidor final fue entre 30% y 80% con respecto al convencional y, a nivel de importación, la diferencia en el precio FOB fue de US\$11 por caja de 18.14 kgm para el producto orgánico versus US\$8 para el banano convencional.

Según la FAO, este producto constituyó una oportunidad interesante para productores medianos y pequeños que no podían competir con las plantaciones en gran escala; sin embargo, afirma que el desarrollo del mercado dependía de una mayor y regular oferta y de la reducción de los sobre-precios, pasando por la solución de los problemas técnicos del cultivo (principalmente la sigatoka negra) y de los problemas de logística para su despacho hacia los mercados.

En los almacenes convencionales, el sobreprecio de los productos orgánicos osciló entre el 11% y el 121%; y en las tiendas especializadas, entre el 50% y el 167%. No se dispuso de informaciones específicas sobre los sobreprecios de importación y mayoristas, pero las fuentes comerciales indicaron que podrían corresponder a los del nivel minorista.

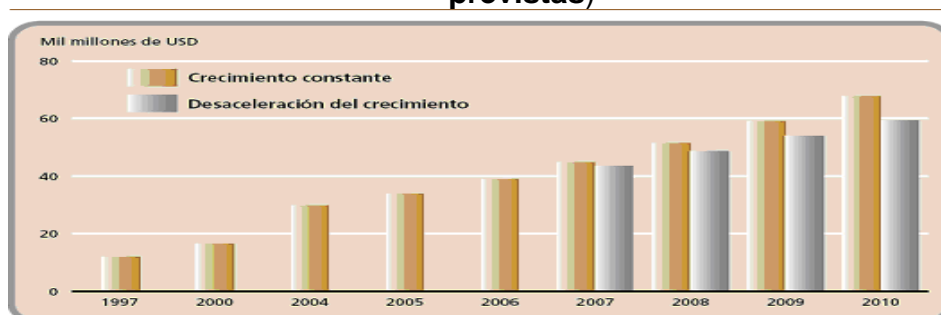
El precio de los bananos orgánicos a nivel de importación no es muy preciso debido a que las informaciones que brindan las empresas son muy escasas, pues las consideran muy sensibles frente a la competencia. Sin embargo, se puede establecer que para el año 2009 el banano convencional y el orgánico corrían, por caja de 18.14 Kg., a un costo promedio de FOB de US \$ 6.00 y US \$ 9.00 dólares.

Para la República Dominicana, los precios al mayorista decrecieron ampliamente en el 2009, situándose a US \$ 7.00 por caja, para el orgánico, y a \$ 4.00, para el convencional, gracias a la eliminación de los aranceles de exportación: sin embargo, el programa escalonado de reducción de aranceles logrado por los países de América Latina para el banano conllevará, irremisiblemente, a una reducción de precios para las exportaciones de estos países y, en consecuencia, a una mayor competencia para el país. Por lo tanto, el

reto que enfrentan los productores dominicanos es prepararse para este nuevo mercado y mejorar su competitividad.

Gráfico No.11

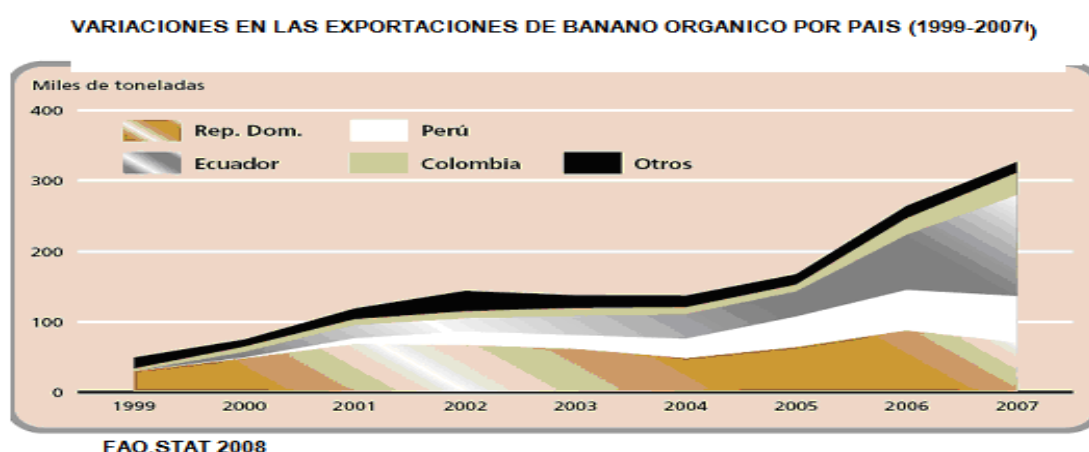
Ventas Minoristas Mundiales de Productos Orgánicos Certificados (Pasadas-previstas)



Fuente : FAO. Stat 2008

En los siguientes gráficos se presentan los mercados hacia donde se podrían dirigir las próximas producciones de banano orgánico, lo que conllevaría a crear las mejores estrategias de mercado para hacerles llegar el producto con excelente calidad y posible mejoría en la reducción de precios.

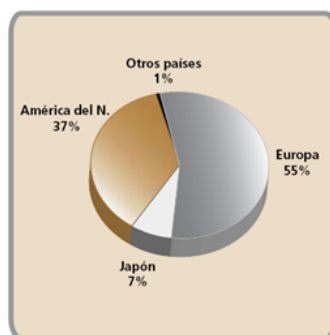
Gráfico No.12



Según las informaciones de la FAO, las importaciones de banano orgánico crecerán a un ritmo acelerado por la reducción de los aranceles para los países beneficiados con el Tratado de Ginebra de 2009, lo que ha dado lugar a una guerra de precios. No obstante, estas proyecciones podrían ser mayores con la entrada de Perú, Ecuador y Colombia al Tratado de Asociación Económica con la UE y la aparición en escena de nuevos consumidores de alta población como lo son Rusia y China.

Gráfico No.13

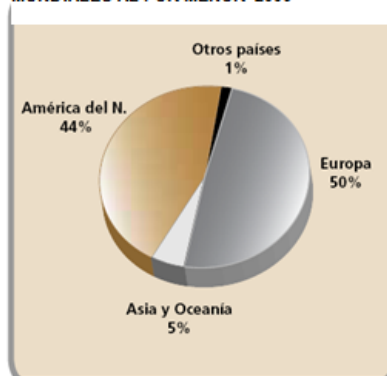
IMPORTACIONES MUNDIALES DE BANANO
ORGANICO EN 2006



Fuente :FAO.STAT 2007

Gráfico No.14

PRINCIPALES MERCADOS PARA LOS
ALIMENTOS ORGANICOS. VENTAS
MUNDIALES AL POR MENOR 2006



La FAO también presenta importantes informaciones sobre el mercado bananero en los EE.UU. como se presenta en los siguientes cuadros, donde se muestran sus proveedores y precios hasta el 2007.

Cuadro No.3

Los Proveedores para América del norte y sus precios hasta el 2007.

Tipo de banano	Orgánico	Orgánico	Convencional	Convencional	Todas las importaciones de banano
<i>País de origen</i>	<i>República Dominicana</i>	<i>Perú</i>	<i>Ecuador</i>	<i>Costa Rica</i>	<i>Todos</i>
2005	494	402	264	280	271
2006	562	478	291	293	287
2007	572	467	281	279	287

Fuente: Departamento de Comercio, Oficina de Censos de los Estados Unidos, Estadísticas del Comercio Exterior y USDA-FAS

Cuadro No.4

USD/caja(18.14kg)	2005 Orgánico	2005 Conv.	D%	2006 Orgánico	2006 Conv.	D%	2007 Orgánico	2007 Conv.	D%
Boston	19	13	47	20	14	40	18	14	30
San Francisco	19	12	62	21	15	44	20	14	47

Fuente: USDA-AMS (2008)

Es importante notar que los precios de venta del exportador para el consumidor estadounidense serán mayores que los ofertados a la Unión Europea debido a la reducción de los aranceles para muchos países productores, por lo cual los productores deberán renegociar los aranceles a pagar en los EE.UU., pues las exportaciones a Europa se han convertido en una gran atracción, lo cual, paradójicamente, iría en beneficio de las grandes compañías exportadoras norteamericanas (Chiquita Brand International, Dole Food Company, Del Monte Foods), ya que las mismas tienen sus inversiones en Latino América y controlan el 70% de la producción global.

Por último, se puede citar a Asia y el Pacífico donde se muestran los precios ofrecidos por los proveedores. No obstante, las informaciones obtenidas fueron muy variadas por lo que se usaron los datos más confiables del banano orgánico en esos países aportados por la FAO.

Cuadro No.5

PRECIOS AL POR MENOR DEL BANANO ORGANICO Y CONVENCIONAL EN JAPON (2004)

Precio orgánico al por menor	Precio convencional al por menor	Sobreprecio (%)
¥587/kg	¥505/kg	16.2

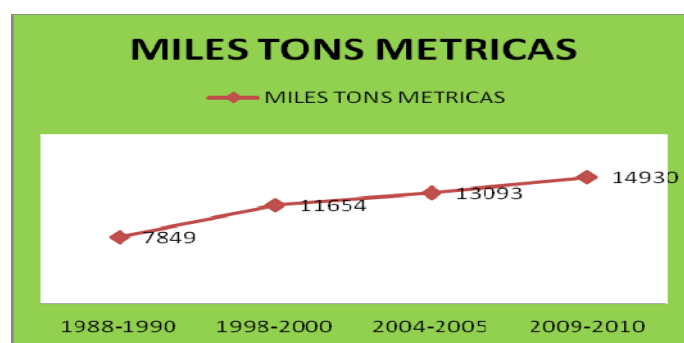
fuente: Banco Mundial/FAO/IFOAM Japón 2004

2.5 PROYECCIONES DEL BANANO ORGÁNICO

Según un informe de la FAO, elaborado por el Grupo Intergubernamental (GIG) sobre el Banano y Frutas Tropicales, se prevé que hasta el año 2010 las exportaciones mundiales de banano orgánico aumentarán hasta alcanzar 15 millones de toneladas, un aumento del 28% en volumen respecto del periodo 98-02, con un aumento anual del 2% de 2001 a 2005, y del 5% en el 2006 por la apertura del mercado de la CE para continuar los siguientes años en un crecimiento moderado de 2% anual.

En el gráfico No.5, se observa el gran crecimiento de la demanda mundial y sus proyecciones para el 2010.

Gráfico No.15
Proyecciones de la demanda esperada para 2010



Fuente: FAOSTAT2008

La oferta mundial de banano orgánico ha estado condicionada por los ajustes estructurales causados por los precios bajos, sobre todo hacia finales del 2010, lo que ha implicado una mayor demanda del producto, aunque con diferencias importantes entre países productores, tales como reducción de las inversiones de capital en las plantaciones para muchos de ellos, implicando una desaceleración de la productividad en los que no cumplen con los requerimientos de la Unión Europea.

Las importaciones de banano orgánico de los Estados Unidos aumentaron en un 20% entre el periodo 2005-2007. Según estimaciones de la FAO esta fruta representó cerca del 56% de las importaciones totales de banano en el 2007 y para el 2009 importó más de 198,000 toneladas e indica que para el 2010 este rubro podría superar las 220,000 toneladas métricas; en tanto que en la Unión Europea, las importaciones aumentaron un 80% para el periodo 2007-2009, de las cuales, según el CIMS, el 85% correspondieron a fruta orgánica proveniente de América Latina (aproximadamente 322,000 toneladas), tendencia que seguirá en aumento para el 2010

2.6 Proveedores de Banano orgánico

República Dominicana, Ecuador, Perú y Colombia son los mayores exportadores mundiales de banano orgánico hacia Europa, la cual, además importa cantidades relativamente pequeñas de bananos orgánicos frescos del África subsahariana (principalmente Ghana, que exporta, aproximadamente, 2, 500 toneladas con la doble certificación de orgánico y de comercio justo).

Algunos de los territorios de ultramar de los estados miembros de la UE producen bananos orgánicos, principalmente las Islas Canarias (España) donde, según FruiTrop (2008), en 2007 se cultivaron orgánicamente 50 hectáreas. Si se aplica el rendimiento medio local, ello se traduce en un volumen de producción cercano a las 2000 toneladas. La isla portuguesa de Madeira, situada en el océano Atlántico norte, también produce bananos orgánicos, pero no fue posible encontrar datos sobre las cantidades obtenidas y vendidas, se supone que fueron bajas.

Los bananos orgánicos se importan en Europa por medio de diferentes tipos de empresas: importadores orgánicos especializados (por ejemplo, Probaturo y Brochenin, en Francia; Eosta y AgroFair, en los Países Bajos; Organic Farm Foods, en el Reino Unido), grandes importadores de frutas convencionales (por ejemplo, Fyffes, Dole y Pomona) y las subsidiarias especializadas de algunas cadenas de supermercados.

La producción de banano orgánico en la República Dominicana ha crecido grandemente, repercutiendo en más de un 36% en la oferta mundial. Según el Ministerio de Agricultura, para el 2009 se cultivaron unas 180,000 tareas de banana dulce. Los bananos orgánicos son producidos tanto en pequeñas fincas como en las plantaciones comerciales y los conforman unos 1900 productores, siendo uno de los primeros países en exportar a gran escala bananos orgánicos certificados, representando más de la tercera parte de las exportaciones a nivel mundial.

Los principales órganos de certificación en el sector bananero dominicano son la certificadora alemana BCS-Öko, que representa, según estimaciones, el 60% del mercado; la suiza IMO y la italiana Suolo e Salute.

Observando el periodo del 2003 al 2009, se puede determinar que el renglón de los bananos orgánicos exportados se incrementa de un 37% a un 68% y se espera para el 2010 un aumento al 74%, por las facilidades alcanzadas con el tratado de Cotonou, las cuales le dan excepciones de impuestos para el sector agropecuario, mediante la Norma General 03-10 de Aplicación de Exenciones para el Sector Agropecuario, y cero arancel de exportación, lo que le permite exportar el 85% de su producción a Europa.

En el 2009 se exportaron 280 mil toneladas métricas de bananas orgánicas hacia Europa. La producción del 2009 fue de 24 millones 070 mil 508 de racimos de guineos, siendo un gran incremento con respecto al 2008, cuya producción fue de 18 millones 231 mil 271 millones para un incremento del 34%. La mayor parte de esta producción es consumida en Europa, en particular el Reino Unido, que

consume más del 70% de las exportaciones, seguido, entre otros, por Suecia, Bélgica, Alemania y Suiza.

Sin embargo, por su ubicación geográfica en el Mar Caribe, la República Dominicana es vulnerable a múltiples fenómenos atmosféricos. En el periodo 2003-2004, fue afectada por los huracanes (Noel y Olga), causándole grandes descensos en su producción, razón por la cual, el Presidente de la Republica, Dr. Leonel Fernández, promovió la creación de una organización para los países del Caribe en desarrollo, que les asegure su producción agrícola ante dichos fenómenos, mediante un fondo de cooperación aportado por los países desarrollados.

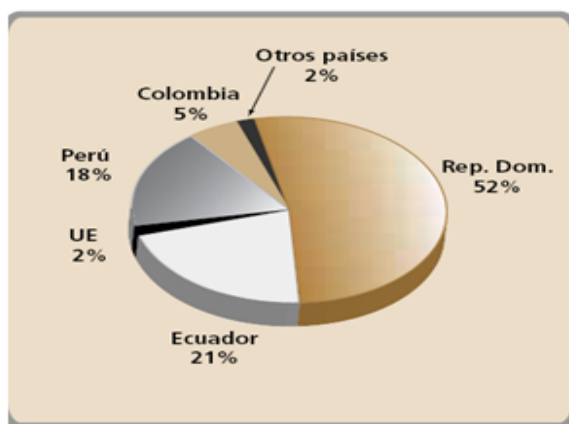
De acuerdo a los informes del Ministerio de Agricultura y el Centro de exportaciones e Investigaciones (CEI-RD), las exportaciones descendieron grandemente en el 2008, pero para el 2009 crecieron nuevamente y para el 2010 se espera un incremento mayor de un 20% debido a la renovación de plantaciones y a la expansión de las zonas de cultivo.

Para el 2009 Ecuador desplazó a la República Dominicana en la producción de este rublo, pero en la actualidad esa situación se ha revertido. Existen otros grandes productores de banano, tales como Perú, Colombia, Honduras, México y Costa Rica, pero producen el banano orgánico en menores cantidades que el líder en la región (Rep. Dominicana). También se encuentran Ghana, Filipinas, Brasil, Guatemala, Bolivia, Uganda, Camerún, Togo, Burundi, la India, Australia y Tailandia.

Los países desarrollados, especialmente Europa, América del Norte y el Japón, consumen, en su mayor parte, las importaciones de bananos orgánicos a nivel mundial, representando el 99% de las importaciones. Para el 2009, Europa ocupaba el 53% del consumo de banano orgánico y los países de mayor consumo fueron Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y Suiza y, en su mayor parte, el mercado minorista que usa las grandes cadenas de supermercados haciendo que no exista tanta diferencia para los consumidores entre los precios de los bananos orgánicos y convencionales.

Gráfico No.16

**ORIGENES DE LOS BANANOS ORGANICOS
COMERCIALIZADOS EN EUROPA, PORCENTAJE DE
VOLUMEN 2006**



FUENTE :FAO . STAT 2008

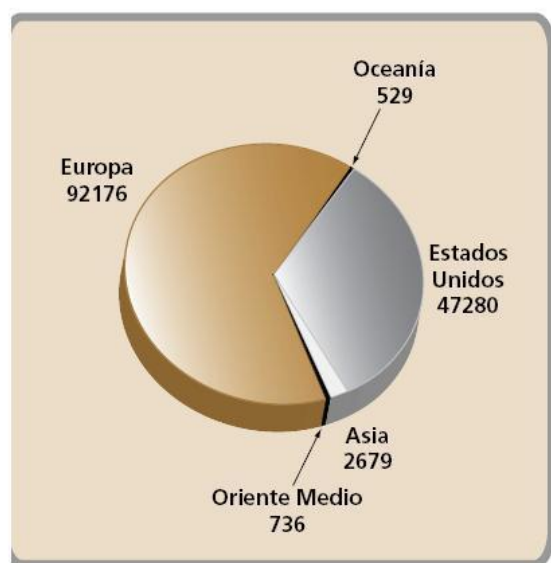
Ecuador y Perú presentan una gran variación en el panorama del Negocio Bananero, pues deben afrontar, entre otros inconvenientes, los nuevos precios por el traslado de sus mercancías a través del Canal de Panamá, cambios en el clima y no tienen definido un acuerdo comercial con la Unión Europea, a diferencia de su competencia en el sector bananero, pues, aunque obtuvieron una reducción de los aranceles de \$US176 por tonelada a \$US148, Colombia reducirá aun más sus aranceles, creando una gran brecha a través de los años, a menos que firmen un tratado de libre comercio con Europa. Ambos países tienen un enorme potencial para suplir la demanda mundial de bananos a buen precio, ya que poseen grandes plantaciones orgánicas, pero en el presente los países de la ACP ofrecen mejores productos y a mejor precio.

En el gráfico No.17 y el cuadro No.6, se detallan las exportaciones ecuatorianas de banano orgánico hacia Europa, Asia, Oriente Medio, Oceanía y Estados Unidos y sus porcentajes totales, respectivamente.

En los siguientes gráficos se describen las exportaciones ecuatorianas de banano orgánico hacia Europa, Asia, Oriente Medio, Oceanía y Estados Unidos.

Gráfico No.17

GRAFICO17-EXPORTACIONES DE BANANO ORGANICO DEL ECUADOR,POR DESTINO(TON MTS) EN 2007



CUADRO 6 PORCENTAJE DE LAS EXPORTACIONES DE BANANO ORGANICO EN LAS EXPORTACIONES TOTALES DE BANANO DEL ECUADOR

	Exportaciones (toneladas)	Porcentaje de orgánico (%)
2004	35 085	0.8
2005	35 837	0.7
2006	78 284	1.7
2007	143 420	3.1

Fuente: AEBE , Notifax 2007

Otro problema técnico de la producción orgánica es el mantenimiento de la fertilidad del suelo. En algunos países escasean los fertilizantes orgánicos, como el estiércol o el compost. Por regla general, para obtener la certificación orgánica se requiere un período de conversión de tres años, durante el cual se emplean los métodos de producción orgánica sin recibir ningún sobreprecio. Los costos de producción iniciales pueden ser más elevados debido a las inversiones necesarias, por lo que el rendimiento suele bajar.

Asimismo, las distintas normas nacionales de los países importadores pueden exigir dos o tres inspecciones y certificaciones especiales. Estas inversiones pueden resultar excesivas para los agricultores con pocos recursos. Por lo que un sistema

de control interno reconocido podría reducir los costos de certificación de los pequeños propietarios.

Sin embargo, el principal riesgo comercial que la conversión a la producción orgánica comporta para los productores es la posibilidad de que bajen los precios en la explotación agrícola. Los productores no pueden estar seguros de que, tras una conversión de tres años, los sobrepuestos se mantendrán tan altos como cuando empezaron a invertir, de manera que es difícil saber si estas inversiones resultarán rentables.

2.7 Repercusiones para el Banano Orgánico y sus productos.

La producción de banano orgánico ha enfrentado muchos obstáculos que, a través del tiempo, han sido controlados y regularizados; entre los cuales, pueden señalarse:

- a) Exigencias de insumos de trabajo y el uso limitado de recursos no renovables.
- b) Presencia de la sigatoka negra en muchos países productores de banano.
- c) Manteniendo de la fertilidad del suelo.
- d) Normas nacionales que exigen inspecciones y certificaciones especiales que podrían aumentar los costos de producción.

Observando estas inquietudes, la Organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la Alimentación (FAO) en la República Dominicana y el Instituto Dominicano de Investigaciones agropecuarias y Forestales (IPIAF) acordaron apoyar el desarrollo tecnológico e impulsar la competitividad del banano en el país, dicho acuerdo persigue fortalecer la cadena de valor del banano, mediante el crecimiento del mercado inclusivo y ayudar a los pequeños productores mediante la implementación de mejores prácticas en su producción.

En este sentido, el representante de FAO para República Dominicana, Deep Ford, dice que “en la ejecución del programa participarán varias agencias del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUP) y que cuenta con el financiamiento de US\$ 4.7 millones, donados por el Fondo para los Objetivos del Milenio que es un mecanismo de Cooperación Internacional destinado a acelerar el progreso hacia el logro de los objetivos del Milenio en todo el mundo.

Por otra parte, la FAO y el Instituto de Innovación en Biotecnología e Industrial (IIBI) firmaron una carta de acuerdo para trabajar de manera conjunta en el programa “Fortalecimiento de la cadena del valor del Banano, mediante el crecimiento de mercados inclusivos.

En este proyecto, la FAO aprobará US \$ 50,000 dólares para obtener equipos para procesar los derivados del banano y entrenar a los pequeños productores en lo relativa a su procesamiento con el fin de incentivar el surgimiento de pequeñas empresa procesadoras en las principales zonas bananeras del país.

Dicho programa se establece para promover la factibilidad y contribución en la industrialización del banano en beneficio de los productores nacionales y responde a la priorización que el Estado Dominicano le ha dado para mejorar la competitividad, pues a través del mismo se busca desarrollar un Nuevo modelo económico social e institucional incluyente y sostenible que contribuya a la reducción de la pobreza de los pequeños productores de banana orgánico, todo lo cual contribuirá al desarrollo sostenido de la producción bananera dominicana.

2.7.1 Empresas innovadoras participantes en el Sector Bananero.

Tal como lo sostienen las modernas teorías del emprendedurismo, la innovación es una cultura. Las empresas exitosas desarrollan una cultura de innovación y todo el tiempo experimentan nuevas formas de hacer las cosas.

En un mundo cada vez más globalizado y donde cada país se concentra en desarrollar ventajas competitivas, el trabajo en cadenas productivas se vuelve esencial a la hora de innovar, pues las ganancias en productividad y competitividad son extraordinarias.

En República Dominicana, existen muchas empresas, asociaciones e instituciones relacionadas, directa o indirectamente, con el sector bananero en las que la cultura de la innovación forma parte de su visión y misión, constituyéndose en grandes impulsoras de la actividad productiva del país, entre las mismas merecen mención:

Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo

El Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (MESCYT)

Parque Cibernético de Santo Domingo

Instituto Tecnológico de las Américas (ITLA)

Tecnología Bananera, S. A.

Visión Mundial Internacional

Promoción del desarrollo rural. Capacitación agrícola

Certificación de productos orgánicos

Centro de Agricultura Orgánica con Tecnología Apropriada (CASTA)

Centro Regional de Estudios de Alternativas Rurales (CREAR)

2.8 PRODUCCIÓN ORGÁNICA.

En los últimos años se ha registrado un significativo incremento en la conciencia de la población mundial sobre el impacto que nuestros hábitos de vida ejercen sobre los niveles de contaminación del planeta, así como sobre nuestra propia salud. Como consecuencia, ha aumentado el nivel de participación de la sociedad civil en actividades que, de una u otra forma, permitan poner un alto al rápido deterioro del planeta, todo lo cual ha incidido de manera notoria en la producción y demanda de productos orgánicos.

Como respuesta ha esta inquietud generalizada, se ha desarrollado un mercado preferencial para productos y servicios que garanticen al consumidor que en su producción se protegió el ambiente o que tienen un nivel de contaminantes menor que el de los productos convencionales.

De ahí, la buena acogida, a nivel mundial, de los productos orgánicos, sobre todo en los países desarrollados, tomando en cuenta que ese modelo productivo se ha puesto en práctica en 121 naciones, cubriendo un área de 30.6 millones de hectáreas, lo que equivale a unas 633,891 fincas bajo manejo orgánico.

El reglamento de Agricultura Orgánica señala en su Artículo 1, que sólo podrán llevar una referencia a métodos de producción orgánica los productos de un sistema de agricultura que utilizan prácticas de gestión orientadas a mantener ecosistemas de productividad sostenibles y el combate de las malezas, plagas y enfermedades por medio de una mezcla de diversas formas de vida mutuamente interdependientes, todo lo cual debe ser acreditado por un organismo independiente.

Nadie puede alegar que es productor de orgánicos si no cuenta con una certificación, incluso, para que en el mercado exterior sean reconocidos como tal, requieren el acompañamiento de una serie de documentos. Esto así porque lo exigen tanto el importador como el consumidor final.

En tal sentido, la certificación tiene la ventaja de facilitar la comercialización de estos productos a través de la preferencia por el producto en el mercado o por la disposición de pagar un sobreprecio por los mismos. El sobreprecio que obtengan los productos al utilizar uno u otro sello va a depender, en gran medida, de la promoción y la confianza que se logre de los sellos a nivel internacional y específicamente en los sitios de venta.

Los objetivos de cada programa de certificación son diferentes y, por lo tanto, difieren en cuanto a los requisitos que el productor deberá cumplir para lograr su adquisición. Su costo dependerá de los tipos de cambios que el mismo tendrá que hacer y del programa elegido. En general, el costo se calcula en base al tiempo empleado por los inspectores que hacen la inspección (auditoría agrícola) y sus gastos de viaje.

Para estandarizar la certificación del banano orgánico se han creado parámetros que se deben cumplir para poder calificar dentro del género. El cuadro No.7 muestra estos estándares.

Cuadro No.7

Parámetro Físicos y Químicos Claves para la Estandarización de Enmiendas Orgánicas en el Cultivo de Banano en ALC.

MO = materia orgánica, AH= ácidos húmicos, Hum = Humedad y CE = Conductividad Eléctrica.

Enmienda	pH	C/N	MO	AH	Hum	CE	P	K
Unidades	-----	-----	%	%	%	Ns/CN	%	%
COMPOST	6.5— 8.5	20-30	< 60	5.0-15.0	>45	5-30	0.1- 1.3	15- 30
BOCASHI	4.0- 6.0	>30	> 60	1-5.0	➤ 45	5-20	0.1- 0.9	15-- 30

Fuente: CEI-RD

Hay diferentes sellos en el mercado para la producción y comercialización de banano, entre ellos los más importantes son creados para proteger los estándares ambientales y sociales para el comercio del banano en cuanto a cantidades certificadas, a saber la agricultura orgánica, el comercio justo, Rainforest Alliance, SA8000 e ISO 14001, sin embargo, a pesar de que se afirma que algunos de estos sistemas apuntan también a obtener mejoras ambientales y sociales, las mismas no constituyen su objetivo principal y adolecen todavía de la falta de pruebas más sistemáticas

2.8.1 ECO-OKo BETTER BANANAS.

El principal objetivo es modificar las acostumbradas practicas de agricultura para disminuir el impacto negativo al medio ambiente generado por el trabajo agrícola . Estas fueron desarrolladas por un conjunto de productores ,científicos, conservacionistas y representantes legales para usarse como los estándares generales alrededor de los grupos regionales adaptadas a las condiciones específicas de cada localidad y sus cultivos .Este sistema fue desarrollado por Rainforest Alliance para la conservación de los ecosistemas naturales y la prohibición de la deforestación. Pueden ocurrir desperfectos en los equipos de aplicación por lo cual se podría reducir la credibilidad de los consumidores del producto.

2.8.2 ISO 14000.

El papel principal de esta normativa es ayudar a la ejecución de la legislación creada en la región para proteger el medio ambiente con el establecimiento de niveles mínimos de contaminación que las empresas deberían cumplir , siendo una herramienta para hacer cumplir la ley de medio ambiente en cada país.

2.8.3 NUTRA CLEAN SYSTEMS

Este proceso consiste en enviar una muestra para analizar en los EE UU y si los resultados están por debajo de los límites de la Unión Europea se le otorga el sello. El mayor inconveniente es que no asegura el uso de agroquímicos utilizados en la plantación porque existen productos que no pueden ser detectados por los equipos usados en la actualidad.

2.8.4 CERTIFICACIÓN ORGÁNICA

El desarrollo de la agricultura orgánica trae consigo la aplicación de normas y el acceso a mercados certificados que impactan de manera compleja la economía en las plantaciones ya que afecta positiva o negativamente los costos de producción, los precios al productor y la productividad, los cuales deben ser estimados en conjunto. Además, los costos de inversión iniciales probablemente sean diferentes para cada plantación y pueden introducirse al sistema nuevos cultivos o nuevas actividades, lo que complica aún más el análisis de la relación costo-beneficio. Según la definición del Codex, "la agricultura orgánica es un sistema global de gestión de la producción que fomenta y realza la salud de los agroecosistemas e inclusive la diversidad biológica del suelo.

Una gran cantidad de países desarrollados han adoptado normas y reglamentaciones obligatorias que rigen la producción, el mercadeo y el etiquetado de los productos orgánicos, las cuales se presentan en el cuadro No.8

Cuadro No.8

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE DETERMINADOS SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN

Norma	Exportaciones mundiales estimadas	Porcentaje estimado de las exportaciones mundiales de bananos	Ventas estimadas en 2007
	<i>(Toneladas en 2007)</i>	<i>(Porcentaje en 2007)</i>	<i>(Millones de USD)</i>
Agricultura orgánica	310 000-330 000	2.2	800
Comercio justo	250 000-260 000	1.7	450
Rainforest Alliance	1 500 000-1 700 000	11	1 800
Total(*)	2 000 000-2 200 000	14.5	2 900-3 000

FAO 2009

Este método de captar ‘evidencias’ tiene dos riesgos: en primer lugar, sólo se informan los casos que se consideran positivos, pues fracasos de hecho son descalificados y, en segundo lugar, no se permite hacer una verificación de campo, ya que los datos vertidos en los informes fueron verificados con otras fuentes cuando ello fue posible; además, la mayoría de los casos documentados tuvieron apoyo de algún proyecto que contó con asistencia de un patrocinador, razón por la cual se dispone de poca información acerca de la aplicación de las normas SAN, SAI e ISO 14001, aunque también puede asumirse que las iniciativas privadas orgánicas están poco representadas.” El proceso de certificación orgánica no garantiza únicamente que el producto vaya libre de contaminantes, sino que en su proceso productivo no se contaminó el ambiente”.⁶

“Todo producto orgánico que se comercialice hoy en el mercado internacional debe ser certificado para poder llevar la palabra "orgánico" o "biológico" en su etiqueta”⁷

⁶ Coody, 1994. . Producción de banano organico y/o ambiente amigable

⁷ Riddle y Ford, 1995. Producción de banano organico y/o ambiente amigable

La comercialización de productos orgánicos en sus etapas iniciales se realizaba en forma local, donde el consumidor podía constatar en forma directa, a nivel de finca, el sistema de manejo de cultivo. Conforme la demanda del producto aumentó, la relación directa se fue eliminando y el vínculo de confianza sobre la integridad orgánica empezó a ser cuestionado

“Para que el sector agrícola pueda desarrollarse, es indispensable dotarlo de centros de investigación en capacidad de certificar la calidad de los productos ante los mercados internacionales. Sin la posibilidad de hacer investigaciones y certificar la calidad, no hay posibilidad de desarrollo agrícola”.⁸

Entre las agencias certificadoras que actualmente funcionan en el país, se encuentran, IMO Caribe, Suelo y Salud Dominicana y la BCS Dominicana.

La Secretaría de Agricultura cuenta con una oficina de Control de Productos Orgánicos, que es la encargada de registrar, autorizar, fiscalizar y evaluar técnicamente a los operadores y certificadoras que intervienen en la producción, procesamiento y comercialización de productos orgánicos

Estos sistemas son de vital importancia para las economías en desarrollo, ya que pueden contribuir a generar empleo, aumentar los ingresos de exportación, mejorar la seguridad alimentaria y la resistencia al cambio climático, preservar los recursos naturales, diversificar la economía local y desarrollar nuevos sistemas agrícolas que mejoren los cultivos.

⁸ Martínez Manzueta CEI-RD 2010, Dirección

Cuadro No.9

EXPORTACIONES Y VENTAS DE BANANOS CERTIFICADOS CON ARREGLO A DETERMINADO ESTÁNDARES DE AGRICULTURA SOSTENIBLE

			Aliance		
Número de estándares	> 10	> 4	1	1	1
Pertenencia	ONG, gobiernos	ONG, órganos de certificación	RA-SAN (ONG)	SAI (ONG)	ISO (Organización internacional)
Orientación del estándar	Ambiental	Equidad social	Ambiental	Condiciones de trabajo y derechos laborales	Sistema de ordenación ambiental
Países en los que se aplica	Todos	Países en desarrollo	Países en desarrollo	Todos	Todos
Certificación por	Órganos de certificación acreditados (OC)	FLO-Cert para el estándar de la red internacional FLO. OC para sus propios estándares	Certificación de fincas sostenibles	Órganos de certificación acreditados (OC)	Órganos de certificación acreditados (OC)
Principales beneficiarios	Todos los tipos de fincas	Todos los tipos de fincas	Fincas grandes	Fincas grandes y agroindustrias	Fincas grandes y agroindustrias

FAO 2009

Para el año 2007, las importaciones certificadas bajo uno de los tres estándares mencionados fueron calculadas en más de 2 millones de toneladas, lo que representa cerca del 15 por ciento de las exportaciones mundiales de bananos. El valor exacto de las ventas minoristas no se conoce debido a la falta de datos sobre los precios, pero es probable que en 2007 el valor mundial se haya acercado a los 3 mil millones de USD de acuerdo a la FAO

Capítulo III

3. Perfil de Mercado y Competitividad Exportadora del Banano Orgánico

Como ya se indicara anteriormente, actualmente República Dominicana se ha constituido como un exportador líder de banano convencional y orgánico, teniendo como destino principal mercados de la UE, especialmente Reino Unido y Alemania, entre otros países de la Unión. Para el 2009, el área sembrada era de más de 180,000 hectáreas, donde el 64% era orgánico y el 33%, convencional.

La gran popularidad y demanda que ha adquirido este rubro en los últimos años, ha estimulado un incremento sostenido de su producción, siendo consumido tanto verde (víveres) como maduro (fruta). La producción promedio anual del año 2003 al 2009 fue de más 21 millones de racimos. Este nivel de producción fue la mayor de la década, superando en el año 2009 con más de 3 millones de racimos (16%) el promedio anual de producción del período completo el cual fue de unos 23.7 millones de racimos.

La República Dominicana, por sus condiciones internas y su ubicación geográfica como región del trópico, tiene amplias perspectivas de futuro para los productos orgánicos. Su evidente potencialidad en productos generados de manera natural u orgánica, la ubican en una posición privilegiada para colocar estos productos en el mercado internacional.

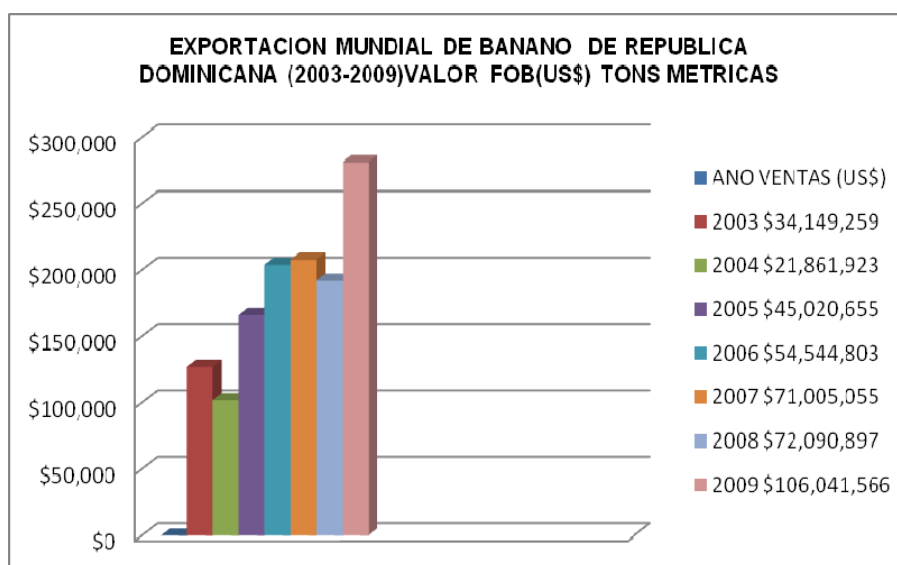
3.1 Dinámica Productiva y Exportadora

Los productos agropecuarios procedentes de la República Dominicana hacia los mercados internacionales han venido mejorando su participación a través de los años, ya que en el período comprendido entre 2004-2007 las exportaciones de estos productos reflejaron un magnifico crecimiento promedio anual de 33.36%, al pasar de US \$66.82 millones en 2004 a US \$158.41 millones en 2007, como monto por valor exportado, y para el periodo del 2009 superó los US \$212.5 millones de dólares; sin embargo, para el 2004 tuvieron una caída de 41.38% ,debido a fenómenos meteorológicos, pero después de este acentuado decrecimiento, ya

para el 2007 registraron un incremento de un 32.28%, con respecto al 2006, el cual siguió su ritmo ascendente en los años subsiguientes, debido a una mayor siembra de sepas y a una mejor gerencia de mercado al exportador.

El comportamiento de crecimiento sostenido en los productos agropecuarios y agroindustriales muestra la recuperación en la dinámica de los productos no tradicionales y la preponderancia adquirida. Según el Centro de Exportación e Inversión de República Dominicana (CEI-RD) en los primeros siete meses de 2010, el país envió a los mercados externos el equivalente en productos orgánicos a 97.2 millones de kilogramos por un valor de US\$77.9 millones. Esos números arrojan un aumento absoluto de US\$32.3 millones (70.8%), si se comparan con los rubros orgánicos exportados para igual período del 2009.

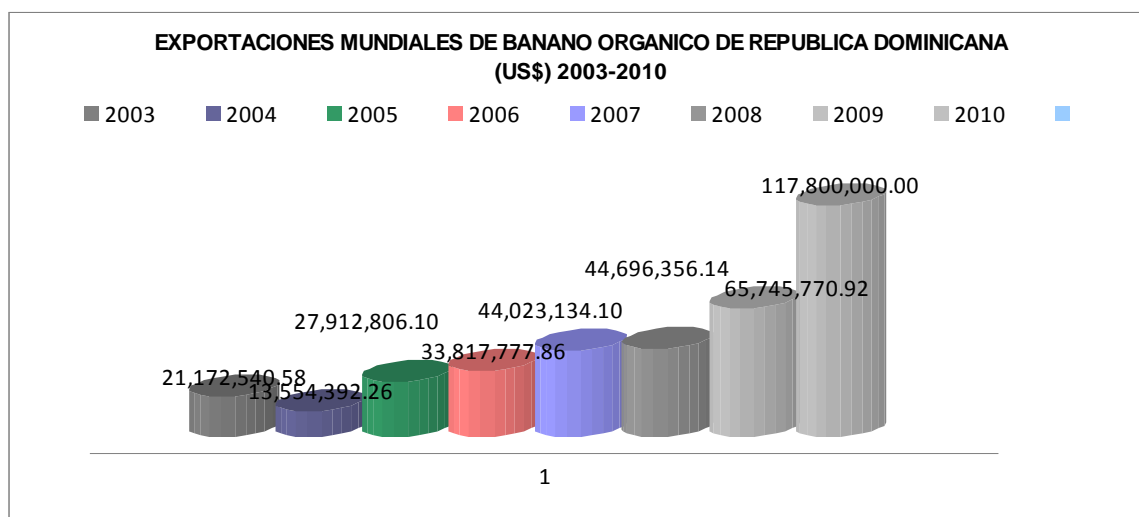
Gráfico No.18
Exportaciones Dominicanas de Banano por TM (Valor FOB en US\$)



FUENTE: CEI-RD 2009

Para el 2009, las exportaciones de banano orgánico conformaban el 60% de las exportaciones del banano y para el 2010, aproximadamente 190 millones de dólares, las ventas del banano orgánico están obteniendo resultados muy positivos lo que es representado el grafico No.19.

Gráfico No.19



FUENTE:CEI-RD 2010,Ministerio de Agricultura

Los productos orgánicos dominicanos (vegetales orientales, bananos, cacao, entre otros), como oferta exportable tienen espacio y resultan competitivos en el mercado internacional. Éste es un factor importante relacionado con la dinámica de crecimiento sostenido de las exportaciones nacionales.

Las exportaciones son un componente importante en el PIB y mantienen su cuota de participación con altas tasas de crecimiento para la economía dominicana. El sector exportador da muestras de confianza en las medidas de política económica adoptadas por las autoridades y que se relacionan con los acuerdos firmados por el país en el marco de la nueva estructura del comercio internacional.

El principal mercado de exportación de bananos orgánicos lo es el Reino Unido, hacia donde se exportó para el 2010 un valor de US \$ 82.73 millones, representando el 78% del total exportado de este producto, con US \$ 71.28 millones y un crecimiento de más de un 200% en comparación con el periodo del 2005.

Cuadro No.10

Exportaciones del Banano Orgánico Dominicano en Millones de US\$ y de Kilogramos,

	1999		2000		2001		2002	
País	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
Reino Unido	28.4	8.1	18.1	6.2	25.8	8.5	23.7	9.8
Bélgica	10.5	3.2	12.2	3.6	19.4	5.7	19.9	6.5
Alemania	5.6	1.6	3.5	1.1	5.4	1.8	7.3	2.2
Suiza	-----	-----	61,560	25,920	1.1	423,151	2.1	0.8
Estados Unidos	2.5	4.7	5.5	1.1	7.7	1.7	3.3	5.6
Otros	4.9	1.5	6.1	1.7	7.6	2.0	7.4	1.7
Total	28.4	8.1	45.6	13.8	66.9	20.2	63.8	21.7

Fuente: CEI-RD

Observando el desarrollo del banano orgánico para el periodo 1999-2002 y comparándolo con el periodo 2008-2010, se observa un notable incremento en su demanda. La razón fundamental de dicho incremento radica en su gran calidad y contenido vitamínico.

Cuadro No.11

Exportaciones de la República Dominicana por Producto País

CENTRO DE EXPORTACIÓN E INVERSIÓN DE LA REPÚBLICA DOMINICANA

Valores en Millones de US\$

Enero - Julio 2008 - 2009

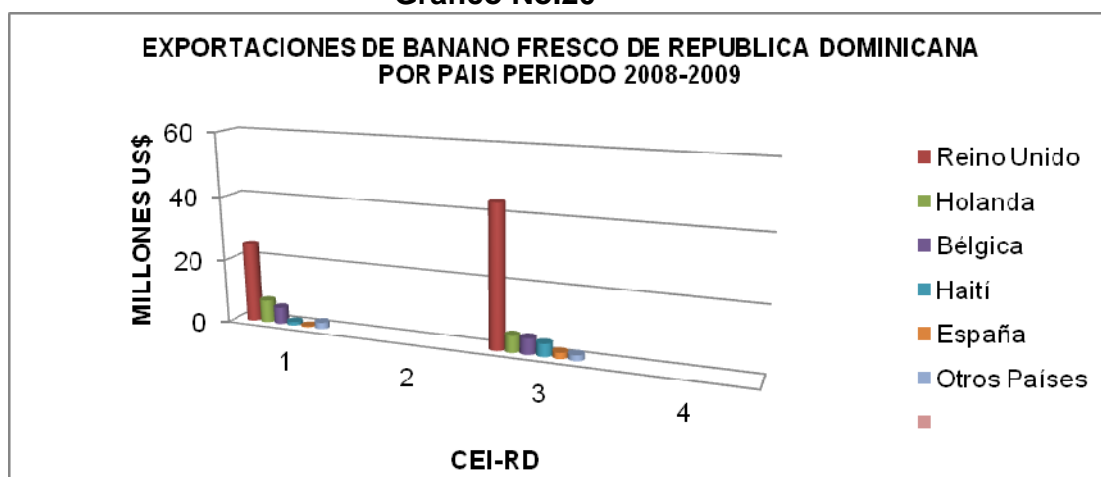
Producto/ País	2008		2009*		Variación		PARTICIPACIÓN
	kilogramo	Valor FOB US\$	Kilogramo	Valor FOB US\$	Absoluta US\$	Porcentual	
Total General	2,981.39	3,436.34	3,191.95	3,973.03	536.69	15.62	100.00
Bananos Frescos (Guineos)	115.63	40.76	149.21	61.90	21.14	51.86	1.56
Reino Unido	71.12	24.99	104.10	44.05	19.06	76.27	71.16
Holanda	16.82	7.07	11.40	5.24	-1.83	-25.88	8.47
Bélgica	15.87	5.25	14.36	5.05	-0.20	-3.81	8.16
Haití	5.54	1.13	11.50	3.97	2.84	251.33	6.41
España	0.88	0.34	4.11	1.86	1.52	447.06	3.00
Sub-Total	110.23	38.78	145.47	60.17	21.39	55.16	97.21
Otros	5.40	1.98	3.74	1.73	-0.25	-12.63	2.79

Países

Fuente: CEI – RD

Del cuadro anterior, se puede observar el crecimiento enorme que han experimentado las exportaciones dominicanas de banano fresco y sus proyecciones promisorias.

Gráfico No.20



Como se desprende del grafico anterior, el Reino Unido es el mayor receptor de las exportaciones dominicanas de banano fresco, estimando su participación en, aproximadamente, 40 millones de dólares, casi el doble del año anterior.

3.2 Dinámica Productiva Nacional de Bananos

Los principales productos exportados son los bananos y el cacao frescos (Cuadro No.11). Sin embargo, el número de los productos comercializados cada año ha ido aumentando constantemente, y se supone que esta tendencia continuará, particularmente con las frutas tropicales. Cabe señalar también que algunos productos se comercializan en forma semielaborada como la pulpa y el

zumo concentrado de mango. En base a las cifras de Savid S.A., el valor de algunos productos puede ser de hecho muy superior al indicado por CEDOPEX ⁹

En los últimos 10 años la oferta nacional de plátanos y bananos se incrementó en 6,9% (promedio anual) en línea con el rendimiento promedio nacional (3,2%). Las variedades de mayor producción para exportación de banano en la República Dominicana son el Gran Enano, y el Williams, Gigante y Robusta Valery. Las primeras dos son variedades del grupo Cavendish. Del Gran Enano se produce el 85% del total de banano producido y su cosecha se realiza todo el año pero la mayor producción se concentra entre enero y abril, según el Instituto Dominicano de Investigaciones Agropecuarias y Forestales (IDIAF).

Cuadro No.12

Productos tradicionales y no tradicionales Cantidades Exportadas (2008-2009)

Cultivo	Año 2008		Año 2009	
	Toneladas	Valor FOB (miles de dólares EE.UU.)	Toneladas	Valor FOB (miles de dólares EE.UU.)
Coco seco	139	24	110	22
Bananos	191885	72,090.90	281823	106,040.55
Piñas	465.2	349.88	1970.8	1,239.25
Café verde	2403	8,353.56	2513	8,299.06
Azúcar	293000	109,660.	304070	122,510
Cacao en grano	31472	92,166.38	37621	95,313.5
Mango fresco	4749	4,694	4524	4,076.82
Tabaco	776	2606.53	266	994.51
Total	544,889.2	289,945.17	632,897.8	338,495.69

Fuente: CEDOPEX y FOB actual

⁹ Jetta van den Berg pers. comm).

La República Dominicana se consolida como una potencia en cultivos agrícolas orgánicos, que aportan más de 200 millones de dólares cada año y que generan cerca de 325 mil empleos directos e indirectos, informó la Secretaría de Agricultura. Entre los productos que aportan más del 80% de las divisas recibidas están el banano, café, cacao en todas sus variedades, aguacate, mango, naranja, plátano, zapote y la yuca, utilizada para la elaboración de casabe. Estos rubros, producidos especialmente en las regionales Noroeste, Norte, Norcentral y Nordeste, generan más del 50 % de los empleos rurales, lo cual contribuye grandemente a disminuir la pobreza extrema, que es uno de los Objetivos del Milenio.

Otra zona productora de productos orgánicos es la regional Norte donde se cultivan cacao, limón, aguacate y café; como en Navarrete, Moca y Puerto Plata, con 11 mil 449 hectáreas, que genera unos 35 millones de dólares y alrededor de tres mil empleos.

En La Vega, Jarabacoa y Bonao, de la región Norcentral, se produce el café orgánico, vegetales y limón, generando 20 millones de dólares y dos mil empleos.

En San Francisco de Macorís, Nagua y Sánchez, de la Región Nordeste, así como Gaspar Hernández y Cotuí, en el Cibao, se cosechan cacao, coco, café, aguacate, limón, plátano y zapote en un área 30 mil 647 hectáreas, las cuales generan 50 millones de dólares al año más de 10 mil empleos rurales.

En Baní, San Cristóbal, Villa Altagracia y Monte Plata, pertenecientes a la Región Central, se siembran unas 24 mil 12 hectáreas de productos orgánicos, los cuales generan a la zona unos 25 millones de dólares y 2 mil 500 empleos. Asimismo, en Hato Mayor e Higüey, Región Este, se producen coco y limón orgánicos, que generan 10 millones divisas por 10 millones de dólares y 500 empleos.

De acuerdo al Ministerio de Agricultura, la República Dominicana “se consolida líder regional en la producción de rubros orgánicos”, y sustenta esta afirmación describiendo la dinámica productiva en las diferentes regiones del país como se cita a continuación: “ La regional Noroeste produce banano orgánico, limón, mango, coco y yuca amarga, específicamente en Montecristi, Santiago Rodríguez, así como Mao y Esperanza, en la provincia Valverde, en una extensión de siete mil 434 hectáreas, que aportan 130 millones de dólares de divisas y 19 mil 500 empleos.

En tanto, en San Juan de la Maguana y Elías Piña, de la región Suroeste, se cosechan mango, banano, café y aguacate orgánicos. En el Sur, específicamente en Barahona y Neyba, se produce café y banano orgánicos, con mil 500 empleos generados.

Para el periodo 2008-2009, el país contaba con 98,110.23 hectáreas sembradas de productos orgánicos, repartidas entre más de 14,600 productores, lo que representa el 5.4%del área total agropecuaria del país. Así se puede observar el crecimiento de las exportaciones en el mundo para el banano orgánico dominicano en el Cuadro No.13.

Cuadro No.13

Exportaciones de República Dominicana del Banano Orgánico (CEI-RD)							
Exportaciones de Republica Dominicana del BANANOS Y SUS DERIVADOS							
Enero-Septiembre, 2008-2009							
Valores en millones de FOB US\$							
Producto	2008		2009*		Variación		Participa
	kilogra	Valor	kilogra	Valo	Absolu	Relativa	
Total General	209.28	78.40	257.11	113.	35.42	45.18	100.00
Banano	115.59	40.74	149.06	61.8	21.06	51.69	54.30
Banano	93.10	37.39	107.41	51.7	14.33	38.33	45.44
otros	0.59	0.27	0.64	0.30	0.03	11.11	0.26

*Cifras Sujeta a rectificación Fuente: Estadística DGA y CEI-RD (15-Octubre- 2010)

Cuadro No.14

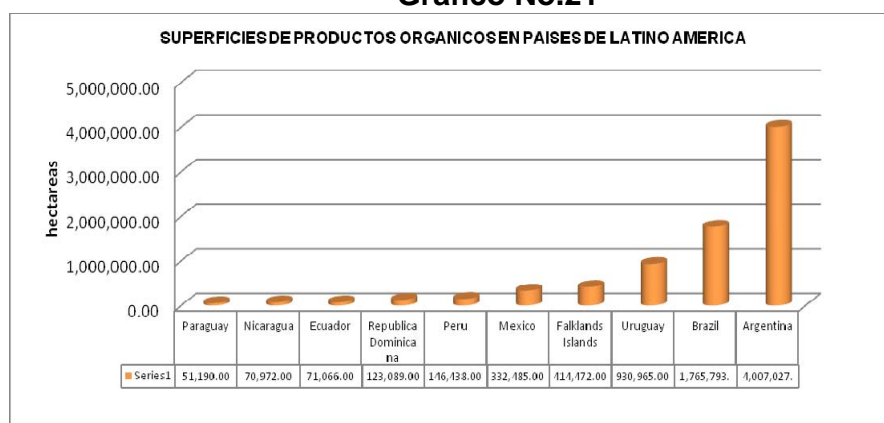
Superficie de Productos Orgánicos en Países de América Latina

País	Números	Su	Porci
Argentina	1,779	2,9	1.70
Bolivia	6,560	364	1.04
Brasil	19,003	841	0.24
Chile	300	285	2.50
Colombia	4,500	33,	0.24
Costa Rica	5,222	10,	0.16
Guatemala	2,850	14,	0.33
México	53,577	215	0.20
Perú	23,057	130	0.42
Uruguay	500	760	4.00
República	9,442	71,	6.00
Total	126,790	5,6	

Fuente: El Mundo de la Agricultura Orgánica 2002

Según IFOAM (Federación Internacional de Movimientos por la Agricultura Orgánica), la superficie mundial dedicada a la producción orgánica alcanza las 22.811.267 hectáreas, de las cuales el 21.4 % se encuentra en América Latina, con un total estimado en 4.886.967 has. El aumento de los terrenos para la agricultura orgánica es de un 16 % anual, como se muestra en el cuadro 14.

Gráfico No.21



Fuentes Investigación FIBL 2010

Estas informaciones fueron obtenidas en el año 2008 por lo que ya, para el 2009 y 2010, muchos países han incrementado su superficie productiva a causa de la gran demanda que han experimentado los productos orgánicos y al incentivo de los gobiernos para cumplir con el Objetivo del Milenio de disminución de la pobreza extrema, pues mientras más personas trabajan en la agricultura, más mano de obra indirecta irá surgiendo de estos incrementos.

3.3 Costos de Producción de Banano Orgánico

A través de esta investigación, se pudo determinar que no todos los productores tienen conocimiento de los costos de producción que manejan. Una de las razones de tal desconocimiento es que las asociaciones realizan las compras conjuntas de los insumos de todos sus asociados, lo que les permite satisfacer sus necesidades básicas, pero les incapacita para conocer los costes de producción, lo que limita considerablemente su desarrollo; sin embargo, “El 74% de los encuestados que conocen con exactitud los costos en los que incurre su producción, los conocen porque son ellos mismos quienes realizan las compras de los insumos que necesitan para el desarrollo de sus actividades”,¹⁰ Insumos como el estiércol vacuno, biotierra (compost), abono verde; residuos de plátano y de la industria de cítricos, representan el 43% anual del total de los costos de producción, mientras que el costo de la mano de obra representa el 33%. El jornal por mano de obra promedio es de RD \$1800.00 pesos/semana.

En tal sentido, la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), a través del Proyecto de Diversificación Económica Rural, capacitó a unos 400 productores, en la elaboración y manejo de abono y fertilizantes orgánicos. Gracias a esta iniciativa, se prevé un significativo incremento en la producción y exportación de bananos orgánicos hacia Europa y Estados Unidos.

¹⁰ Flores-Llanos, K.(2010) .Asociatividad de los productores y cadena productiva del banano orgánico

Para la República Dominicana el costo de producción y mantenimiento de una hectárea de banano fue en 2008 de US \$2,402.00 y para el año 2009 se incrementó a US\$2,570.00, según el Ministerio de Agricultura y el Departamento de Economía Agropecuaria y División Administrativa Rural (2010). Adicionalmente, la competencia más próxima es Perú donde el costo de producción y mantenimiento de una hectárea del fruto se estima en alrededor de US\$ 4,000/año

La zona bananera de República Dominicana es un 71% árida lo que evita la propagación de la sigatoka negra y permite al país obtener productos de mejor calidad y más nutritivos que los producidos en otros países exportadores de la región; sin embargo, la productividad de los bananeros dominicanos es crítica, pues solo producen dos kilogramos de guineo por tarea, mientras que los países de la competencia, como Perú y Ecuador, producen 3.5 kilogramos en esa misma extensión, aunque de menor calidad y nivel proteínico.

Observando estos costos, se puede concluir que es más rentable producir en la República Dominicana, pero deberán determinarse otros factores (logísticas, transportación, etc.) que podrían cambiar el panorama.

Otra condición favorable es que el banano dominicano no deberá pasar por controles oficiales en los puntos de entrada designados en la Unión Europea de acuerdo al Reglamento (CE) 669/2009 del 24 de Julio de 2009 y que entró en vigencia a partir del 25 de enero de 2010.

Cuadro No.15

Distribución del Tamaño de las Granjas que Producen Bananos Orgánicos

<i>EMPRESAS PRODUCTORES</i>	<i>Y/O</i>	<i>CANTIDAD PRODUCTORES</i>	<i>AREA ORGANICA (TAS)</i>	<i>AREA CONVENCIONAL (TAS)</i>	<i>AREA TOTAL (TAREAS)</i>
1. GRUPO SAVID					
1.1 ASOBANU		262	13,007	14,059	30,066
1.2 EKOBAN		61	15,371	10,842	26,213
1.3 ASOARAC		59		3,775	3,775
1.4 SAVID DOMINICANA		1	4,480		4,480
1.5 RAY BOWN FARM		1		6,400	6,400
1.6 GUIDOM		1		4,800	4,800
1.7 AGRICOLA JA JA		1		3,840	3,800
1.8 AZUA FRUIT(Azua)		10	3,588		3,588
1.9 FINCA 6 (Azua)		268	2,360		2,360
1.10 AZUABANA		20	9,800		9,800
2. GRUPO PLANTACIONES DEL					

NORTE				
2.1 BANELINO	273	9,102	8,563	17,665
2.2 PLANTACIONES DE NORTE	22	13,953	9,447	23,400
3. BANAMIEL	23		12,800	12,800
4. HORIZONTES ORGANICOS	16	6,560		6,560
5. GRUPO ALMONTE- DURAN	1	5,060		5,060
6. COOPROBATA	185	3200		3200
TOTALES	1,028	83,221	74,576	157,797

Fuente :SEA –Secretaría de Estado de Agricultura 2007

En la investigación realizada algunos pequeños productores pronunciaban retirarse de producir bananos si los países de la Zona dólar le reducían sus aranceles y se debe aconsejar que siempre el banano del país será rentable.

En cuanto a sus condiciones infraestructurales, la mayoría de las granjas reflejan graves problemas, tales como un sistema de riego ligeramente deteriorado, una estructura de drenaje insuficiente, lo que incide en el encharcamiento de agua en algunas zonas en épocas de lluvia, afectando la calidad de la fruta. En cuanto a la infraestructura vial, las vías a los centros de producción y empaque están en un estado deplorable, siendo afectadas principalmente en épocas de lluvia (enero-marzo).

Los principales productos de exportación son los bananos, el café, el cacao, el mango, el coco, el azúcar, mientras que las verduras son particularmente importantes para el mercado interno. Los detalles sobre estos productos figuran en el cuadro 3.2.4. El crecimiento de los bananos orgánicos como producto de exportación ha sido especialmente notable, habiéndose multiplicado por 10 desde 1997 al 2010 con una producción que supera las 300,000 toneladas métricas. Así se observa en la Cuadro No.16.

Cuadro No.16

Los Principales Cultivos Orgánicos Producidos en la República Dominicana

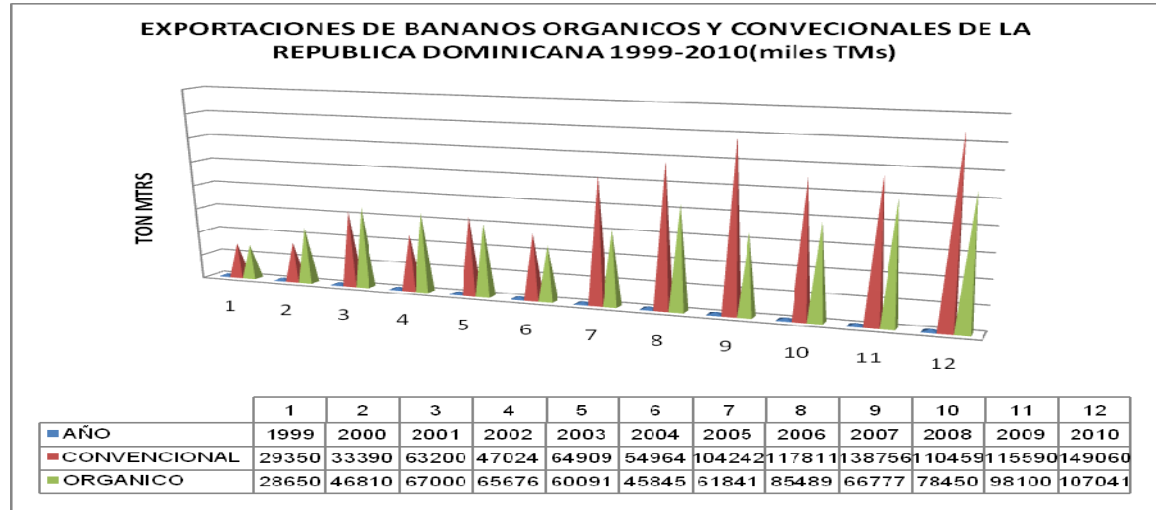
Cultivo	Superficie	Número de agricultores	Notas
Banano	1 125 ha	14985	Producido principalmente en las provincias de Azua, Valverde y Montecristi
Cacao	125 ha	500	Los dos tipos principales, Sánchez y Hispaniola, representan el 96 y 4 por ciento, respectivamente, de las exportaciones, 31 875 hectáreas y 8 500 productores. Se produce en nueve provincias.
Café	1 406 ha	1 500	Se producen dos variedades Typica y Caturra, que representan el 80 y 20 por ciento, respectivamente, de la producción. Comercializado principalmente por CONACADO, Horizontes Orgánicos, Horizontes, Mercantiles, Miguel Melo

			CxA y GRAN. Se produce en nueve provincias.
--	--	--	---

Fuente: BCS OKO

En el bienio 2005 -2006, las áreas sembradas de banano convencional y orgánico fueron 12,141 miles de has y 12,712 miles de has. La producción de Banano Convencional y Banano Orgánico en miles de TM en el bienio 2006 – Mayo 2008 para exportación, fue de 203,300 y 188,909 toneladas métricas como se muestra en Gráfico No.22.

Gráfico No.22



Fuente: Ministerio de Agricultura, CEI-RD

Según estimaciones de la FAO, las exportaciones de banano orgánico para la República Dominicana deberá ser de 101,000 toneladas métricas, pero las informaciones ofrecidas por CEI-RD superan dichas expectativas, pues se proyectan 180,000 toneladas métricas, es decir, que las sobrepasan en más de un 57%(Ver Cuadro No.17).

Cuadro No.17

	EFECTIVAS		PREVISTAS		TASAS DE CRECIMIENTO	
	Promedio 1988-1990	Promedio* 1998-2000	2005	2010	1990 a 2000	2000 a 2010
	<i>miles de toneladas</i>				<i>porcentaje anual</i>	
MUNDO	7 849	11 654	13 093	14 930	4,0	2,5
AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE	6 648	9 695	10 931	12 528	3,8	2,6
Ecuador	1 791	3 911	4 888	5 770	8,1	4,0
Costa Rica	1 326	2 032	2 248	2 512	4,4	2,1
Colombia	975	1 536	1 843	2 072	4,6	3,0
OTROS PAÍSES						
LATINOAMERICANOS	2 242	1 964	1 919	1 996	-1,3	0,2
Belice	29	65	50	83	8,5	2,6
Suriname	31	34	24	14	1,1	-8,5
Guatemala	327	739	1 082	1 126	8,5	4,3
Honduras	868	299	400	400	-10,1	3,0
México	114	98	42	42	-1,6	-8,1
Nicaragua	68	55	51	47	-2,0	-1,6
Panamá	720	532	200	214	-3,0	-8,7
Brasil	71	74	70	69	0,4	-0,6
Venezuela	14	61			15,7	-33,0
CARIBE	314	252	262	175	-2,2	-3,6
República Dominicana	4	68	84	101	33,3	4,1
Jamaica	45	52	50	21	1,6	-8,7
Ex Islas Windward	266	133	128	54	-6,7	-8,7
Dominica	59	28	27	11	-7,3	-8,5
Granada	8	1	1		-24,6	-9,1
Santa Lucía	129	64	60	25	-6,8	-8,9
San Vicente y Granadinas	69	41	40	17	-5,1	-8,5
LEJANO ORIENTE	974	1 525	1 679	1 953	4,6	2,5
Filipinas	853	1 356	1 679	1 953	4,8	3,7
ÁFRICA	226	433	484	449	6,7	0,4
Camerún	56	178	220	196	12,3	0,9
Côte d'Ivoire	90	210	230	215	8,9	0,3

* Cifras ligeramente subestimadas debido a exportaciones no declaradas

3.4 Costo de Cosecha y Logística del Banano Orgánico

“Habitualmente el consumidor se pregunta por qué debe pagar un sobreprecio por un producto que demandó menos insumos, sin embargo, el productor se ve precisado a compensar costos diferenciales, ya que debe cambiar algunas estructuras de trabajo, maquinarias y técnicas para la recuperación de la fertilidad; además, existe un riesgo por posible fracaso de la producción especialmente en agricultura y por último el costo de la certificación que garantiza y posiciona diferencialmente a su producto para que sea reconocido y respetado como tal en el mercado nacional e internacional”, ¹¹

Para el año 2008, el costo de de producción y mantenimiento de una hectárea de banano, en la República Dominicana, era de US \$2,402.00 y para el 2009 se incrementó (7%) a US\$2,570.00, según el Ministerio de Agricultura, Departamento Economía Agropecuaria y División Administrativa Rural (2010), siendo Perú la competencia más próxima con un costo estimado en alrededor de US\$ 4,000/año. Estos costos no han cambiado mucho y serán diferentes de acuerdo al país analizado.

Por otra parte, es muy importante considerar el terreno para producir el banano orgánico, pues los hongos y bacterias pueden afectarlo grandemente, por lo que el terreno dominicano es muy propicio por ser árido (71%) lo que no permite el progreso de estos y, en consecuencia, disminuye el uso de plaguicidas que afecten el medio ambiente.

“Debe tenerse en cuenta, además, que los productos tradicionales no incorporan el "costo ambiental" ni la degradación del medio ambiental y social. Por otra parte debe considerar también la seguridad de tener alimentos sanos controlados en todas sus etapas de proceso, no perjudiciales para el medio

¹¹ CEI-RD, (2005).

ambiente, identificables, que respetan el ambiente y al hombre de campo”¹²,

A fin de fortalecer la producción y exportación de productos alimenticios, en el año 2010 se estableció el Centro Dominicano de Investigación Alimentaria (CEDIA), con una inversión inicial de dos millones de dólares donados por la embajada de Corea del Sur y donde se desarrollarán tecnologías para la obtención de nuevos productos y sistemas de empaque para las áreas alimenticias y de planificación. Entre cuyas funciones se encuentran: certificar los productos agrícolas antes de su exportación, realizar investigaciones sobre la producción agrícola y ofrecer servicios de laboratorio, técnicos, microbiológicos, físico-químicos a los productores, comercializadores y exportadores

“Sin la posibilidad de hacer investigaciones y certificar la calidad de nuestros productos, no hay posibilidad de desarrollo para nuestros productores agrícolas” señaló el director del Centro de Exportaciones e Inversión de la República Dominicana.”¹³

Según Andrés Van Der Horst Álvarez, Director ejecutivo del Consejo Nacional de Competitividad (CNC), “República Dominicana mejoró su posicionamiento en materia de competitividad de logística de comercio a nivel mundial al pasar del lugar 96 al 65, y encabeza a las naciones del Caribe, de acuerdo con el Índice de Logística 2010 del Banco Mundial donde se tomaron en consideración para su análisis: tiempos, costos y fiabilidad de la cadena de suministros de importación y exportación, calidad de la infraestructura, nivel de rendimiento de los servicios básicos, claridad y agilidad de los procedimientos de comercio exterior; factores asociados con la expansión comercial, diversificación de las exportaciones, capacidad para atraer inversiones y crecimiento económico y avanzó 8 posiciones en facilitación comercial, colocándose como la mejor en esa

¹² CEI-RD, (2009).03

¹³ (CEI-RD), Eddy Martínez Manzueta (Marzo 22 ,2010)

materia entre las naciones del Caribe, de acuerdo con el Reporte de Facilitación Comercial del Foro Económico Mundial 2010”¹⁴.

3.5 Dinámica exportadora Nacional de Banano

La producción de banano para exportación tiene una área sembrada aproximada a las 180 mil tareas, que incluye un 63% orgánicas y un 36% convencional, distribuidas como sigue: Santiago y Azua, 7%; Montecristi, 33%, y Valverde Mao, 60%, según cifras suministradas por la Asociación Dominicana de Exportadores de Banano (Adobanano), entidad que ejecuta un plan estratégico que busca ampliar el área sembrada a 200 mil tareas hasta el 2013. En el proyecto La Cruz de Manzanillo, en Montecristi, hay terrenos hábiles para ampliar el cultivo de banano para exportación, con lo que aumentaría el ingreso de divisas al país.

La industria local dominicana del banano genera unos 25 mil empleos (10 mil directos y 15 mil indirectos) y más de US\$100 millones anuales de las exportaciones, lo que combinado con obras sociales a partir del comercio justo, contribuye con la reducción de la pobreza nacional.

Para alcanzar gran parte de los Objetivo del Milenio, el Gobierno invertirá, a corto, mediano y largo plazos, más de RD\$16,000 millones en proyectos agropecuarios de alto valor agregado y en programas focalizados de lucha contra pobreza rural y se contempla invertir RD\$7,555 millones en proyectos de alta tecnología para la producción in-Vitro y la transferencia de tecnología de punta para hacer competitivos a miles de pequeños y medianos productores del país. Esa inversión incluye RD\$355 millones en la construcción del más moderno laboratorio del Caribe, en La Vega, que producirá 10 millones de plantas al año de alto valor genético y material genético de musáceas (plátanos, guineos y rulos), aguacate, mango, zapote, naranja, toronja, limón y mandarina, entre otros, para mejorar su

¹⁴ ”, CEI-RD, (2009).03

calidad y la producción de estos renglones agrícolas, anunció el Ministro de Agricultura, Salvador Jiménez.

Los precios FOB US \$ del banano han permanecido fijos en los últimos dos años con la diferencia de precios entre una caja de banano orgánico y convencional es US \$2, el primero cuesta US \$9, el segundo vale US \$7(2008). Según el presidente de la Asociación Dominicana de Productores de Bananos (Adobananos), Víctor Peña, el banano orgánico está US \$2.2 más caro que el convencional, ya que la caja de guineo orgánico de 18 kilogramos se vende a US \$8.75 y la del tipo convencional a US \$6.55. Ese es el precio al que los exportadores compran a los productores locales en la actualidad, pues antes de la crisis económica mundial, el banano orgánico tenía mayor demanda.

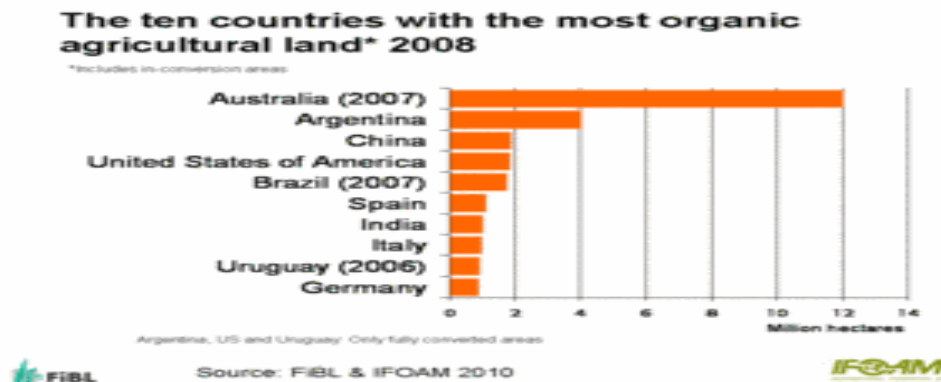
CAPITULO IV

4. Dinámica Mundial

A nivel mundial, cada día son más extensos los terrenos dedicados a la agricultura orgánica, mostrando un ritmo de expansión anual de aproximadamente un 0.45%. Esa tendencia creciente tiene como respuesta al gran auge en el consumo de productos orgánicos que experimentan los países desarrollados, es decir, “a mayor demanda, mayor oferta”. De mantenerse esta tendencia, para el corto o mediano plazo, la demanda de este tipo de productos será mucho mayor que la producción en cada uno de los países productores. Por lo que se augura un importante mercado para las exportaciones de productos orgánicos y, sobre todo, productos tropicales o de estacionalidad, en los cuales los países en desarrollo llevan gran ventaja comparativa.

Corroborando lo anterior, estudios realizados por la FiBL/IFOAM(*International Federation of Organic Agriculture Movement/s Research Institute of Organic Agriculture (FiBL)*) en el 2009-2010, indican que el consumo de productos orgánicos en países desarrollados crece cada vez más, así como la oferta por parte de los países productores que para el 2010 presentan grandes proyectos de expansión e inversiones (Canadá, India, Argentina, República Dominicana, entre otros) con el objetivo de suplir la demanda y al mismo tiempo cumplir con las prerrogativas de proteger el ecosistema y de reducir la pobreza. En dicho estudio se presentan las estadísticas de las informaciones recolectadas, tal como se presenta en los siguientes cuadros:

Grafico23



Cuadro No.18

Terrenos de Agricultura Organica por pais, Reparticion de terrenos de Agricultura Organica total 2005-2008

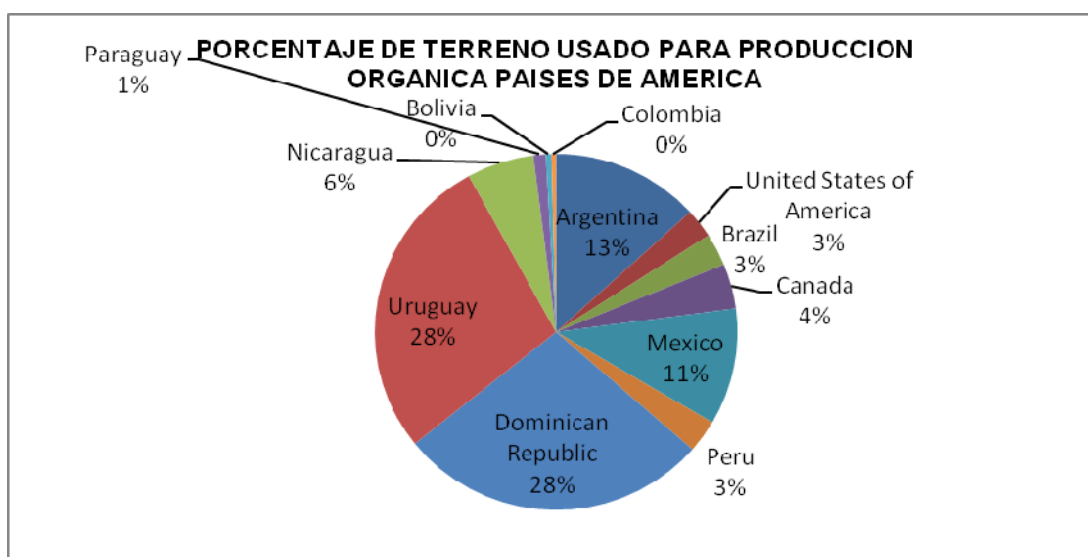
Mundo:								
	2008		2007		2006		2005	
País	orgánico	%orgánico	orgánico	%orgánico	orgánico	%orgánico	orgánico	%orgánico
Australia	12,023,135	2.88%	12,023,135	2.83%	12,345,314	2.84%	11,766,768	2.64%
Argentina	4,007,026	3.02%	2,777,959	2.08%	2,358,376	1.78%	2,682,268	2.04%
Brasil	1,765,793	0.67%	1,765,793	0.67%	880,000	0.33%	842,000	0.32%
Canadá	628,556	0.93%	556,273	0.82%	604,404	0.89%	578,874	0.86%
China	1,853,000	0.34%	1,553,000	0.28%	2,300,000	0.42%	2,300,000	0.42%
Islas Malvinas	414,474	36.88%	No data		No data		No data	
Francia	580,956	2.12%	557,133	2.02%	552,824	2.00%	550,488	2.00%
Alemania	907,786	5.35%	865,336	5.10%	825,539	4.85%	807,406	4.74%
India	1,018,470	0.57%	1,030,311	0.57%	432,259	0.24%	185,937	0.10%
Italia	1,002,414	7.87%	1,150,253	9.03%	1,148,162	9.04%	1,067,102	8.40%
España	1,129,844	4.54%	804,884	3.23%	736,939	2.96%	622,762	2.51%
Reino Unido	737,631	4.57%	682,196	4.23%	605,706	3.45%	612,996	3.84%
Estados Unidos de America	1,948,949	0.60%	1,736,084	0.54%	1,188,168	0.37%	1,640,769	0.51%

República Dominicana	123,089	6.33%	123,089	6.33%	85,212	4.38%	72,424	3.72%
Perú	146,438	0.68%	104,714	0.49%	101,677	0.48%	84,782	0.40%
Eslovaquia	140,755	7.27%	117,906	6.09%	120,410	5.71%	90,206	4.80%

Fuente: FiBL/IFOAM 2010

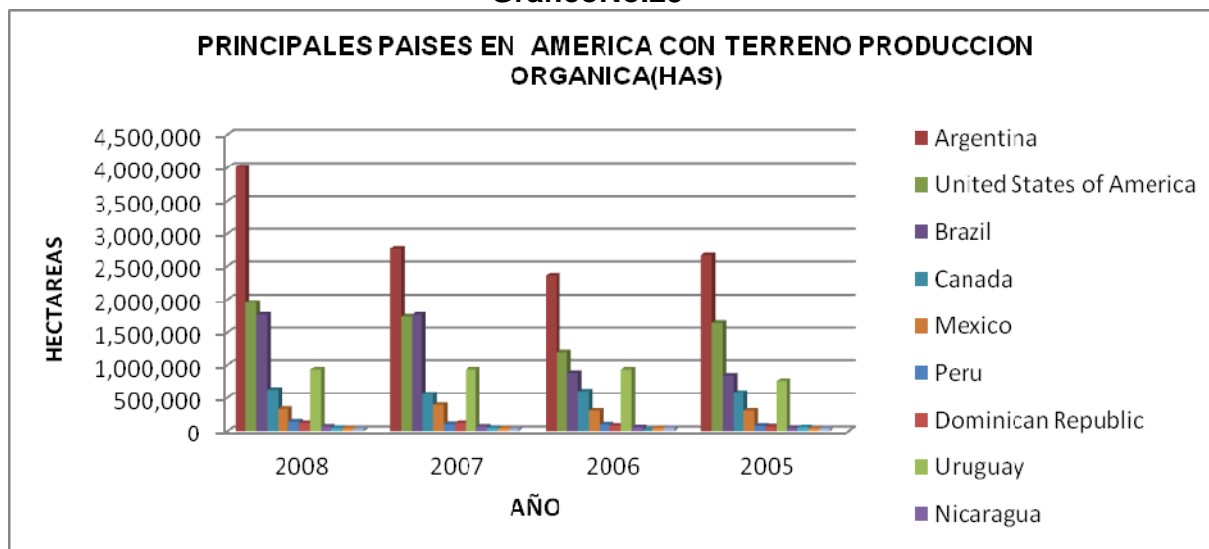
Observando los gráficos anteriores, se puede inferir que muchos países con gran disponibilidad de terrenos para la agricultura orgánica, no los están utilizando adecuadamente y, dado el aumento en la demanda de dichos productos, estos deberán desarrollar una reingeniería en el uso de terrenos que les permita implementar una producción a escala, tal y como ya está ocurriendo en muchos países que poseen tal capacidad, lo que redundaría en la reducción de los precios y en la atracción hacia este mercado.

Gráfico No.24



En América Latina, por igual, el uso de terreno en la Agricultura Orgánica ha ido en crecimiento en los últimos años, como se muestra en el Gráfico No.25.

GráficoNo.25



Fuente: FiBL/IFOAM 2010

Para los países americanos se observa un gran desarrollo en el uso de los terrenos para producción orgánica, entre los que se destacan República Dominicana y Uruguay, con un 28%, respectivamente, del suelo, seguido por Argentina, con un 13 %, y México, con un 11%. Para los Estados Unidos el valor de consumo del mercado de los productos orgánicamente certificados fue de más de 46 mil millones de dólares, obteniendo un crecimiento anual firme sostenido durante dos décadas con aumento del 10 por ciento hasta el 2009 antes de la crisis financiera mundial.

La demanda de productos orgánicos tiene su origen en la creciente preocupación de los ciudadanos de los países desarrollados por la salud y el medio ambiente, dado el alto índice de enfermedades de todo género relacionadas con el consumo de ciertos productos tóxicos contenidos en varios alimentos y el deterioro acelerado del medio ambiente.

De acuerdo a estimaciones recogidas de diversas investigaciones y fuentes industriales relacionadas con el mercado orgánico, las ventas mundiales, al por menor, de alimentos orgánicos se estimaron en 11 mil millones de USD en 1997 y ya para los años 2005 y 2006 crecieron de 34 a 40 mil millones de USD, respectivamente, lo que denota el gran dinamismo y vigor de este tipo de mercado, ya que, en menos de un decenio, han crecido en más de un 200 por ciento.

En La Unión Europea, el crecimiento de la demanda es impulsado por las considerables inversiones en la distribución de alimentos orgánicos de las cadenas de Supermercados del Reino Unido, desplazando a Alemania como el principal mercado de banano orgánico en Europa. En los EE.UU., el crecimiento de la demanda se mantiene en ascenso a través de importantes inversiones en las cadenas de supermercados, mediante contratos exclusivos con las importadoras Fresh Del Monte, Dole y Chiquita, quienes controlan la mayor parte del mercado bananero norteamericano y mundial.

4.1. Dinámica Productiva del Banano Orgánico

La demanda de productos orgánicos tiene su origen en la creciente preocupación de los ciudadanos de los países desarrollados por la salud y el medio ambiente, dado el alto índice de enfermedades de todo genero relacionadas con el consumo de ciertos productos tóxicos contenidos en varios alimentos y el deterioro acelerado del medio ambiente.

De acuerdo a estimaciones recogidas de diversas investigaciones y fuentes industriales relacionadas con el mercado orgánico, las ventas mundiales al por menor de alimentos orgánicos se estimaron en 11 mil millones de USD en 1997 y ya para los años 2005 y 2006 crecieron de 34 a 40 mil millones de USD, respectivamente, lo que denota el gran dinamismo y vigor de este tipo de mercado, ya que, en menos de un decenio, han aumentado en más de un 200 por ciento.

En La Unión Europea, el crecimiento de la demanda es impulsado por las considerables inversiones en la distribución de alimentos orgánicos de las cadenas de Supermercados del Reino Unido, desplazando a Alemania como el principal mercado de banano orgánico en Europa. En los EE.UU. el crecimiento de la demanda se mantiene en ascenso a través de importantes inversiones en las cadenas de supermercados, mediante contratos exclusivos con las importadoras Fresh Del Monte, Dole y Chiquita, quienes controlan la mayor parte del mercado bananero norteamericano.

Japón es otro gran importador de banano orgánico, recibiendo exportaciones desde Filipinas, Colombia, Perú, México y República Dominicana. Existen aproximadamente 80 supermercados grandes y medianos, así de 12 a 15 grandes tiendas departamentales, y minoristas independientes que transportan alimentos orgánicos en la zona de Tokio. Este mercado es de gran importancia para los proveedores de alimentos orgánicos, pero no se han podido obtener datos estadísticos al respecto y las informaciones referentes a ventas y consumo de alimentos orgánicos son escasas, por lo que partiendo de estimaciones, para el 2006 las ventas de alimentos orgánicos al detalle oscilaron entre 1 200 y 1 500 millones de USD., en tanto que el consumo, tomando como punto de referencia las ventas minoristas de los suplidores, se calcula en unos 50 millones de USD.

De acuerdo a un estudio realizado por la IFOAM, en nombre del Banco Mundial, para el 2002, Japón había importado, aproximadamente, 18, 000 toneladas de bananos Orgánicos. Sin embargo, de esa cantidad solo fueron acogidas en el puerto de entrada 9,000 toneladas, en tanto que el resto fue rechazado por no reunir los requisitos del sello orgánico (las frutas fumigadas pierden automáticamente su condición orgánica).

En lo relativo a las importaciones japonesas, estas están controladas por importantes empresas importadoras y mayoristas, tales como: la Hiro International Co. Ltd, que importa principalmente de Filipinas; la Daabon Organic Japan Co. Ltd, subsidiaria del Grupo colombiano Daabon, productor y exportador colombiano de bananos orgánicos y la Kyoko Foods, empresa mayorista que los adquiere de Hiro

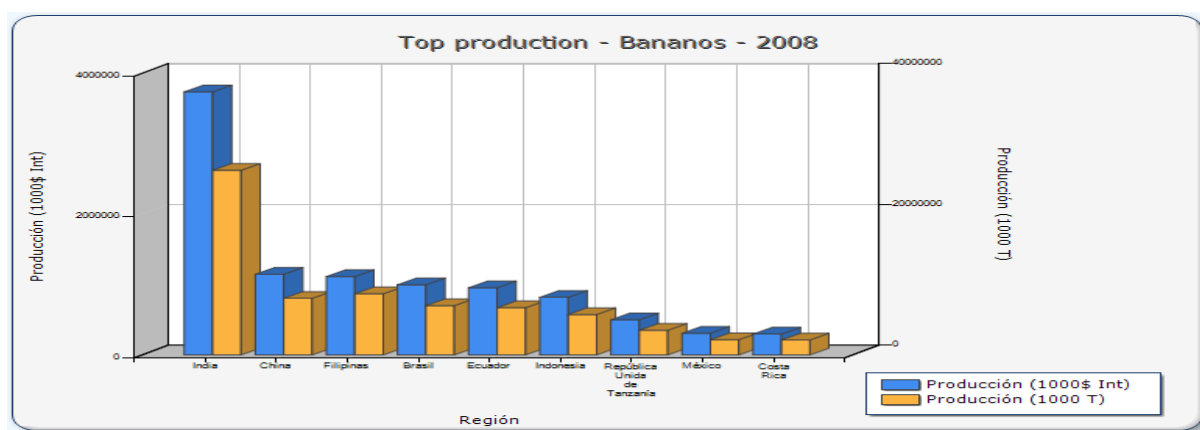
International, los que distribuyen bananos orgánicos a supermercados, tiendas minoristas de especialidad orgánica, cooperativas de consumidores y distribuidores especializados en productos orgánicos.

En 2004, Kyoko Foods declaró que manipulaba mensualmente bananos orgánicos de Filipinas por un valor promedio de 3,5 millones de JPY (precio al por mayor a los minoristas). En cantidad, había comprado 10, 000 toneladas a la Hiro International en 2002; 7, 410 toneladas, en 2001, y 6, 760 toneladas, en el 2000.

Para el periodo 2009-2010, las exportaciones mundiales de banano experimentaron un mayor crecimiento (estimado en 4%), pero no se tienen datos concretos, corroborados por organismos internacionales.

En la Gráfico No.26 se observa la producción de banano de los 20 principales países productores a nivel mundial para el 2008, expresada en toneladas métricas.

Gráfico No.26
Principales Productores Mundiales de Banano 2008, (En Toneladas mts)



Cuadro No.19

Posición	Región	Producción (1000\$ Int)	Símbolo	Producción (1000 T)	Símbolo
1	India	3736184	*	26217000	
2	China	1146165	*	8042702	
3	Filipinas	1114265	*	8687624	
4	Brasil	997306	*	6998150	
5	Ecuador	954980	*	6701146	
6	Indonesia	818200	*	5741352	
7	República Unida de Tanzania	498785	*	3500000	F
8	México	307718	*	2159280	
9	Costa Rica	295993	*	2127000	F
10	Colombia	283253	*	1987603	
11	Burundi	263643	*	1850000	F
12	Tailandia	219533	*	1540476	
13	Guatemala	216538	*	1569460	F
14	Vietnam	193101	*	1355000	F
15	Egipto	151410	*	1062453	
16	Bangladesh	124998	*	877123	
17	Papua Nueva Guinea	120563	*	940000	F
18	Camerún	116858	*	820000	F
19	Uganda	87643	*	615000	F
20	Malasia	85506	*	600000	F

* : Cifras no oficiales F :

[]: Datos oficiales

Estimación FAO

FAO.Stat 2009

Entre los países de América Latina que tuvieron mayor producción de banano para el año 2008, figuran: Brasil, con 6,998,150 toneladas; Ecuador, con 6,701,146; México, con 2,159,280, y Costa Rica, con 2,127,000 toneladas métricas, respectivamente. Se debe destacar que la República Dominicana registró, para el año 2008, un estimado de 439,569 toneladas métricas.

En tanto que entre los principales productores de banano a nivel mundial para el 2008 se encuentran: la India, China, Filipinas y Brasil, con el 52.55 % del total mundial. Les siguen, en orden de importancia: Ecuador, Indonesia, República Unida de Tanzania, México y Costa Rica, representando, en conjunto, el 13,5% total.

En cuanto a la dinámica de crecimiento de la producción y del rendimiento por hectárea, China, India, Ecuador y Costa Rica , ocupan las mejores posiciones, seguidas, en orden de importancia, por Filipinas e Indonesia y, en menor proporción, con crecimientos positivos, aunque marginales, Brasil y Tailandia.

En el cuadro19 se puede determinar un gran crecimiento en el área cosechada mundial. Dicho crecimiento obedece al gran aumento en la demanda de banano orgánico, lo que le exige al productor un mayor uso de terreno. Los datos obtenidos en los diferentes países productores son mayormente proyecciones, pues la FAO no presenta datos específicos al respecto, por lo cual solo se estimaría en función al porcentaje de banano producido en cada país.

Cuadro No.20

Área Cosechada Mundial 2001-2005. En Miles de Hectárea					
Año	2001	2002	2003	2004	2005
Mundo	4063.7	4221.9	4110.7	4104.8	4128.23
	4	8	7	3	

Fuente: FAOSTAT 2006

Las informaciones de áreas de banano cultivado a nivel mundial son escasas para los periodos investigados por lo cual deberá trabajarse con los países individualmente.

4.2 Dinámica Productiva del Banano Orgánico en República Dominicana

En la última década, la producción de banano orgánico, en todas las zonas productivas de la República Dominicana, ha mantenido un ritmo ascendente. Para mayo de 2010, en la provincia de Azua había cultivada un área de 2 mil 335 tareas de guineos orgánicos y en transición, cuyas proyecciones de siembra para el año 2014 son de 10 mil tareas. La Agencia Internacional Certificadora IMO-Caribe otorgó la certificación a los primeros treinta productores del proyecto, que representan unas 984 tareas bajo las normas de certificación, quedando 64 en el periodo de transición. Además, a fin de fortalecer la producción, se creó, bajo los auspicios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito, Servicios Múltiples de Productores, Campesinos y Microempresarios Azuanos (Coopfeproca) la Asociación de Productores de Banano Orgánico de Azua, quienes ya realizaron sus primeras exportaciones al mercado europeo y al sur de EE.UU. en el mes de marzo de 2010.

En Valverde Mao 1,000 agricultores administran 2,500 hectáreas de banano orgánico y convencional. En el municipio de Esperanza, esta actividad envuelve a casi la totalidad de la superficie cultivada, distribuida en parcelas de menos de 1.5 ha. que suman alrededor de 2,370 ha para un total de 3,244 ha (que incluye 874 ha de plátano), para un total de 2,048 agricultores.

Debe indicarse que el banano orgánico producido en Valverde Mao, Azua y Montecristi es reconocido como uno de los mejores del mundo, por lo que ha despertado el interés de empresas extranjeras, británicas y alemanas, que desean invertir allí, lo cual, de hacerse realidad, daría un gran impulso a los productores, ya que tendrían más opciones para realizar acuerdos comerciales más favorables, siempre y cuando se organicen.

Durante el periodo 2008-2010, la demanda mundial del banano orgánico ha experimentado un auge inusitado, lo que ha repercutido enormemente en el crecimiento de las ventas en, aproximadamente, un 100% con respecto al periodo 1988-1990, lo que representa un gran incentivo para los países exportadores.

Por otra parte, para el 2006 las exportaciones de bananos tipo Cavendish Valery ascendieron a la suma de US\$ 26.5 millones, el que refleja un notable incremento frente a los US\$ 6.8 millones que se exportaron en el 2003.

Cuadro No.21

CULTIVO DE BANANO: SUPERFICIE BAJO RIEGO SEGÚN TAMAÑO DE UNIDADES AGROPECUARIAS (DISTRITOS: Esperanza, Valverde Mao Y Montecristi)

Tamaño de espacio a cultivar	Esperanza		Valverde Mao		Montecristi	
	Has	%	Has	%	Has	%
MENOS DE 0.5	3.58	0.6	132.56	7.6	59.43	8.9
DE 05 - 49	515.40	83.0	1380.9	63.5	412.73	62.2
DE 5.0 - 19.9	34.80	5.6	6.0	10.2	43.75	6.6
DE 20.0 – 49.9	66.0	10.6	176.85	0.7	—	—
DE 50.0 ó Más	1.00	0.2	11.69	18.0	148.0	22.3
Total	620.78	10.00	1733.	100.00	663.91	100.00

Fuente: ASOBANU.

Para el banano orgánico es algo difícil determinar su rendimiento por lo cual se determinará su rendimiento estimando el porcentaje determinado en los cálculos de banano fresco mediante la ecuación:

$$\text{Rendimiento racimos producido} \div \text{tarefas cosechadas}$$

Cuadro 22
Producción y Rendimiento del Banano Orgánico en Republica Dominicana (2003-2009)

ANO	SUPERFICIE COSECHADAS	SUPERFICIE SEMBRADAS	PRODUCCION (RACIMOS)	RENDIMIENTO (racimo/tarea)
2003	258,126	36,503	21,023,354	81.45
2004	238,229	47,879	19,119,697	80.26
2005	282,238	59,644	22,200,593	78.66
2006	306,091	34,963	20,446,774	66.63
2007	310,116	38,893	20,236,534	65.25
2008	292,709	79,392	18,231,271	62.28
2009	287,200	54,288	24,070,508	83.81

Fuente: Ministerio de Agricultura: Departamento de Seguimiento, Control y Evaluación.

El cuadro 20 se observa una gran diferencia entre el área sembrada y área cosechada. se debe a que la mayoría de las plantaciones existentes prácticamente no hacen labores de siembra, sino que se limitan a ejecutar labores de mantenimiento a las plantas ya sembradas, por lo cual dichas áreas se contabilizan como áreas cosechadas. También se aclararse que el rendimiento del banano orgánico sería menor debido al mayor uso de terreno para su producción..

Por otra parte, para el 2006 las exportaciones de bananos tipo Cavendish Valery ascendieron a la suma de US\$ 26.5 millones, el que refleja un notable incremento frente a los US\$ 6.8 millones que se exportaron en el 2003.

4.3 Dinámica Productiva Mundial de Banano Orgánico y Convencional

La demanda mundial por los bananos orgánicos es diametralmente distinta a la de los convencionales. Mientras el mercado preferencial de los primeros manifiesta un ritmo creciente, los segundos pierden, cada día más, su popularidad, especialmente entre los consumidores de los países desarrollados.

En sus inicios, el cultivo del banano orgánico, a nivel mundial, era una labor propia de pequeños agricultores; sin embargo, en la actualidad, es una actividad en la que están involucrados los grandes capitales y empresas agrícolas. En los últimos 4 años, su mercado muestra un gran crecimiento con una tasa promedio anual de alrededor de un 50%. Para el año 2008, las exportaciones de dicho rublo estuvieron sobre 11, 080,500 toneladas métricas, representando el 2.2% de las exportaciones totales, lo que ha resultado en un gran atractivo para la incorporación de muchas fincas que estaban en transición hacia este mercado, motivadas, además, por sus precios más altos con respecto a los bananos convencionales.

República Dominicana, cuya producción total de banano al 2010 se estima en 300,000 TM, de las cuales el 60% es orgánico, ocupa en la actualidad el primer lugar como mayor productor y exportador de banano orgánico; en tanto, que el segundo lugar le corresponde a Perú seguido, en orden descendente, por Ecuador, Colombia, México, Honduras, Guatemala y las Islas Canarias.

Según documentos de la FAO, la producción de banano orgánico en el año 2009 experimentó un extraordinario crecimiento en relación con el inicio de la década, al pasar de 4, 681,000 TM en el año 2000, a 98, 100,000 TM; es decir, que aumentó más de veinte veces de un año a otro. También en torno a la demanda, ese año marcó un hito histórico, al alcanzar la cifra 13, 921.000 toneladas, equivalentes a 709 millones de cajas, siendo los países de mayor consumo: América del Norte (36 % de la producción mundial), Europa (58 %), Japón (7 %), y otros países (1%).

Una característica fundamental del comercio mundial del banano es su manifiesta estructura oligopolística, pues cinco compañías controlan el 75 % del

comercio mundial: Chiquita (26%) y Dole (25%) de Estados Unidos, Del Monte de México (8%), así como Noboa (8%) y Fyffes (8%) de Irlanda, tienen en sus manos el 75%. En la Unión Europea, el crecimiento de la demanda es impulsado por las considerables inversiones en la distribución de alimentos orgánicos de las cadenas de Supermercados del Reino Unido, desplazando a Alemania como el principal mercado de banano orgánico en Europa.

Entre el periodo 2004-2009, las ventas mundiales de banano orgánico crecieron en alrededor de un 79%. Este crecimiento se explica, principalmente, por el aumento de la demanda de la Unión Europea, en un 56%; de Estados Unidos, en un 36%; de Japón, en un 16%, y de Rusia y China, en un 15% y 30%, respectivamente, como resultado de la apertura de sus mercados.

Toda esa dinámica positiva entre oferta y demanda ha traído como consecuencia nuevos aumentos en la cuota de exportación hacia Europa a favor de gran parte de los países latinoamericanos, seguidos de variaciones en los niveles de precios de la Unión Europea y una redefinición de la demanda en el mundo.

La Unión Europea es el principal importador de banano de comercio justo. Para el año 2007 sus importaciones crecieron a 2,6000.00 TM y, se estima, que unas 52,000 TM tiene certificación orgánica.

A esto se debe sumar las nuevas regulaciones que están imponiendo la propia Unión Europea y los Estados Unidos, la primera con el denominado EUROGAP, exigencias de los supermercados europeos que obligan a los productores a disponer de una serie de medidas para precautelar los aspectos sanidad y de los trabajadores, así como aspectos de carácter social.

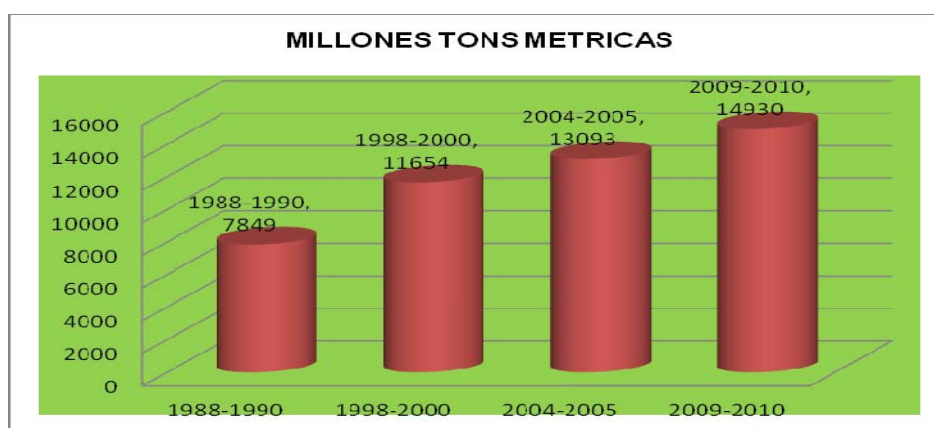
De acuerdo con la FAO, la producción de banano orgánico corresponde aproximadamente al 12 % del total de la fruta en el mundo en términos de volumen. Para el 2005 la superficie cultivada de banano en el mundo fue de alrededor de 4128.23 miles de hectáreas, con una producción de 6, 834,800 miles de toneladas. En el periodo comprendido entre 2001-2005 la

producción mundial de banano orgánico experimentó un incremento positivo de 1.20%, tal incremento es considerablemente pequeño si tenemos en cuenta que este producto es de vital importancia para el sector agropecuario dominicano.

De acuerdo a estimaciones, en 2006 las importaciones mundiales de bananos orgánicos frescos certificados oscilaron entre 4, 260,000 y 4, 270, 000 toneladas. Las estimaciones provisionales indican que en 2007 superaron los 4,800, 000 mil toneladas, lo que representa más del 2% de las exportaciones mundiales.

Como puede observarse en el gráfico 27 las exportaciones dominicanas se han multiplicado por 9 desde 1998, cuando se estimaron en 29, 000 toneladas (Savid, 1998). El aumento fue consistente entre 2004 y 2006, por dos razones: primero, porque en 2005 y 2006 la producción se recuperó de los daños causados por los fenómenos meteorológicos de 2004 y, en segundo lugar, porque en esos dos años Ecuador y Perú aumentaron notablemente sus exportaciones

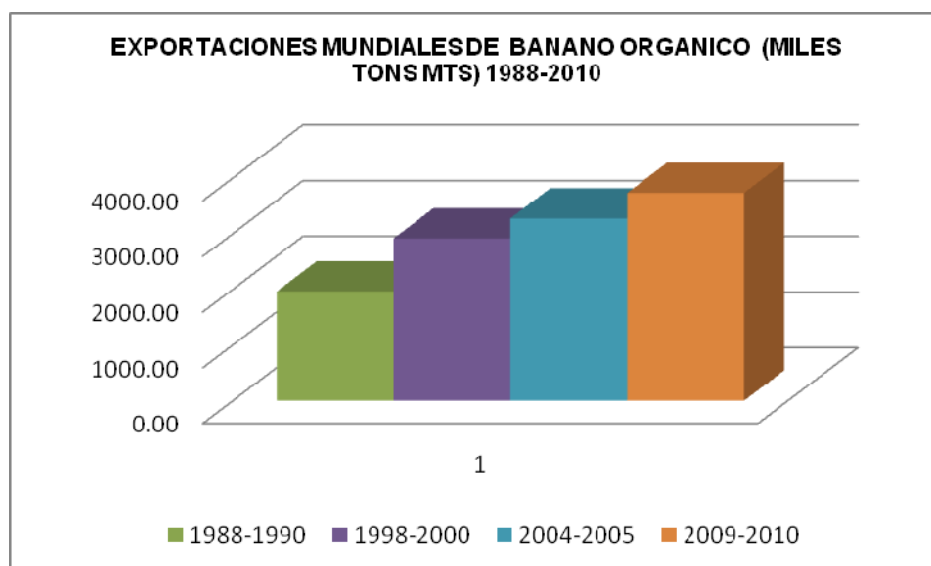
Gráfico No.27



Los cálculos para obtener la cantidad de banano orgánico exportado es un porcentaje del total de banano exportado así se obtiene el resultado en el cuadro No.28

Gráfico No. 28

Producción Mundial de Banano Orgánico 1988-2010



Fuente: FAOSTAT 2008

En lo relativo al consumo per- cápita mundial de banano, la tendencia es también es creciente. Para 1993 era de 3 Kg./persona/año; sin embargo, estudios recientes dan cuenta de un considerable aumento del mismo, al incrementarse a 9 Kg., tal como puede observarse en el siguiente cuadro.

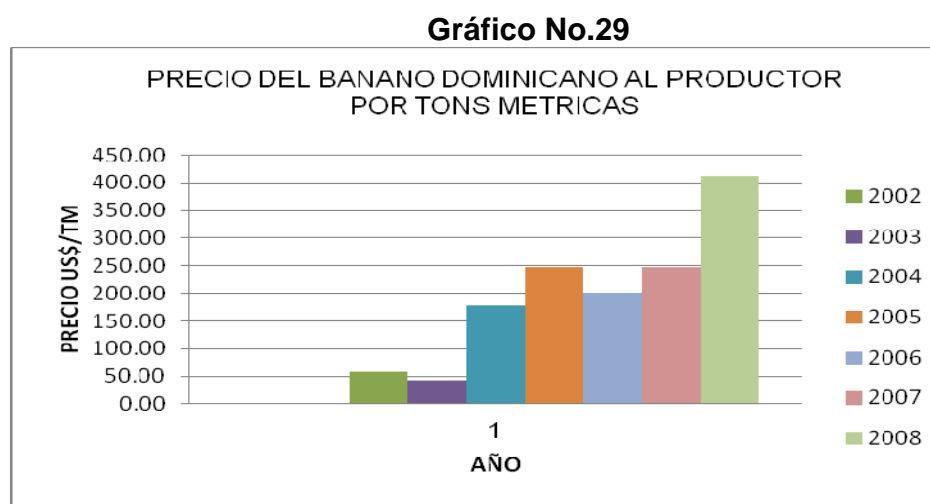
Cuadro No.23

Países	Kilogramo/persona
Brasil	35
México	23
Suecia	17
Portugal	17
Austria	15
Alemania	14
Estados Unidos	13
Australia	12
Indonesia	12
Bélgica	12
Reino Unido	11
España	11

Argentina	10
Nigeria	10
Bélgica	12

Por su parte, Centroamérica registró los más altos índices de rendimientos en toneladas métricas por hectárea de América latina, dada su alta inversión en tecnología avanzada, modernos sistemas de riego e insumos, tales como Guatemala, Nicaragua y Costa Rica, quienes experimentaron un crecimiento de 49,4 TM/ha, 48,5 TM/ha y 15,6 TM/ha, lo cual las coloca por encima del promedio mundial.

Para el 2007, el precio al productor del banano dominicano fue de US \$ 242.20, en tanto que para el 2008 casi duplica esa cifra al colocarse a US \$413.1. Este incremento en los costos de producción podría tener efectos negativos para las futuras exportaciones, pues la depreciación del dólar en el mercado internacional conllevaría, inexorablemente, al sobreprecio del banano orgánico, ya que superaría en US\$1.50 al banano convencional, cuyo precio es de US \$ 2.00. Ver Grafico 28



FAOSTAT 2010

4.4 Dinámica Exportadora Mundial del Banano Orgánico

Para el año 2010 la exportación mundial de banano orgánico alcanzará a más de 8,945 TM, siendo República Dominicana el principal exportador, quien exportará 189,000 TM. Otros destacados exportadores son Perú, Colombia y Ecuador, mientras que Perú recientemente ha incrementado en forma sustancial sus exportaciones.

Observando el área de producción orgánica, considerada por porcentaje del total de superficie agropecuaria orgánica, República Dominicana y Uruguay ocupan el primer puesto en el continente americano para el 2008 con un 28%. Luego Argentina con el 13% ocupa la segunda posición, seguida por México con un 11% y Nicaragua con el 6%; en tanto que Australia y China son los países con mayor posesión de terreno para la agricultura orgánica y que están en crecimiento por lo que deberá observarse las condiciones climáticas de ellos para ser considerados como una posible competencia.

El informe 2008 de IFOAM(International Federation of Organic Agriculture Movements) indica que la mayor superficie orgánica en América se encuentra en Argentina, seguida por EE.UU., Brasil y Canadá. En los cuatro casos, la mayor parte del área no está dedicada a la agricultura orgánica. La superficie en varios países es mayor si se incorporan las áreas donde se recolectan plantas silvestres, estimadas en más de 10 millones de hectáreas. Ese tipo de recolección sustentable, especialmente en países como Brasil o Bolivia, tiene lugar en amplias superficies, ocupa a muchas personas y provee importantes productos para la comercialización.

América Latina posee más de 4,5 millones de hectáreas bajo producción orgánica, superando a la Unión Europea (que presenta poco menos de 4,5 de hectáreas), y también es mayor a la suma de Canadá y Estados Unidos. Si se comparan los grandes bloques comerciales, es evidente una gran potencialidad en el caso del MERCOSUR, cuya superficie orgánica está apenas por debajo de la Unión Europea, y muy por arriba del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

El mercado de productos orgánicos representa una pequeña proporción del mercado total en alimentos (los niveles más altos son del orden del 2% en Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, y Canadá). Pero, a pesar de ello, las cifras involucradas son enormes; la estimación de IFOAM alcanza un total de 23.000 a 25.000 millones de dólares para 2003. Aproximadamente, la mitad se encuentra en Europa (10.000 a 11.000 millones de euros), donde el más importante es en Alemania (2.800 a 3.100 millones de euros), seguidos por el Reino Unido, Italia y Francia. El otro gran mercado es el de Estados Unidos, de 10.000 a 11.000 millones de dólares, seguido por Canadá.

El siguiente cuadro reúne datos oficiales recopilados por la FAO (2008) en el que se muestran las exportaciones de Banano fresco Mundial para los principales exportadores del rubro registradas para ese año.

Cuadro No.24

Exportaciones del Banano Fresco Mundial 2008

Posición	Región	Cantidad (tonnes)	Símbolo	Valor (1000\$)	Símbolo	Valor unitario (\$/tonne)
1	Ecuador	5270690		1626170		309
2	Costa Rica	2052640		703031		343
3	Filipinas	1906780	R	1084260	R	569
4	Colombia	1696510		615689		363
5	Guatemala	1390740		317058		228
6	Bélgica	1322840		1510460		1142
7	Honduras	605685		170056		281
8	Estados Unidos de América	524592		344114		656
9	Alemania	439019		525243		1196
10	Panamá	366357		98748		270
11	Camerún	280760	R	251591	R	896
12	Côte d'Ivoire	264344		119140		451
13	Francia	212468		177707		836

14	República Dominicana	192363		71152		370
15	Brasil	130888		35658		272
16	Italia	106866		107813		1009
17	Países Bajos	91809		83495		909
18	México	88004		43310		492
19	Bolivia (Estado Plurinacional de)	85889		11664		136
20	Yemen	80077		21666		271

FAO.STAT 2008

Para el año 2008, la oferta mundial del banano orgánico se estimaba en 23, 819,408 toneladas, equivalentes a 1, 294, 584,825 millones de cajas. En ese periodo, según la FAO, los principales exportadores fueron: Ecuador, con el 22% de la oferta mundial; Costa Rica, con el 12%; Filipinas, con el 11%; Colombia, con el 9%, y Guatemala, con el 5.3%; sin embargo, en la actualidad, ese sitio ha pasado a ser ocupado por República Dominicana.

Pueden enumerarse múltiples factores internos y externos que han coadyuvado directa o indirectamente con este crecimiento sostenido de la producción bananera dominicana, entre los que merecen mención, y que están citados por la FAO, se pueden señalar:

- La disponibilidad y alta demanda de mercado, particularmente en Europa;
- Los sobreprecios altos;
- Las preocupaciones ambientales;
- La disponibilidad de recursos de la comunidad internacional para las ONG;

- La escasa presión de la sigatoka negra en el caso de los bananos; y
- La escasa utilización de insumos.

Estos factores han sido determinantes para explicar el boom experimentado por el mercado bananero dominicano y su posición líder; por lo tanto, mantener una constante observación del comportamiento de los consumidores y exportadores es de vital importancia para formular políticas que permitan aumentar sus exportaciones, manteniendo niveles de precios rentables y asequibles para el consumidor.

Cuadro No.25

Exportación del Banano Convencional (Bananos Frescos) de la República Dominicana Valores en Millones de US\$

País	Kg.	2008	Kg	2009
		Valor FOB US\$		Valor US\$
Reino Unido	33.36	18.98	82.74	49.55
Holanda	11.31	4.98	10.32	4.77
Bélgica	12.84	4.21	11.33	4.03
España	0.19	0.07	3.15	1.48
Total	58.10	28.24	107.54	59.83

Fuente: CEI- RD. Enero – Julio 2009-2010.

Como puede observarse en el cuadro anterior, para el 2009 las exportaciones totales de banano convencional hacia la UE (específicamente, Reino Unido, Holanda, Bélgica y España) se estimaron en 58.10 Kg., en tanto, que las ejecutadas en el año 2010 aumentaron a casi el doble al colocarse a 107.54 Kg., lo que constituye una prueba fehaciente del dinamismo productivo del país; así como de la creciente aceptación que va adquiriendo el banano dominicano en los mercados internacionales.

4.5 Dinámica del consumo de Banano Orgánico

“La ciencia y la tecnología modernas trabajan para utilizar las experiencias ancestrales en el mejoramiento de las prácticas actuales de agricultura orgánica y dictar normas tecnológicas apropiadas para volver atractivos y rentables a este tipo de cultivos que garantizan la producción de alimentos inocuos y la conservación de la naturaleza y sus recursos.”¹⁵

Las prácticas agrícolas empleadas en el pasado, y que se suponían ya superadas o que habían perdido vigencia, hoy son valoradas e implementadas a nivel mundial porque garantizan una producción de alimentos saludables, a la vez de que ayudan a preservar el medio ambiente; contrario a la agricultura llamada “moderna”, la cual ha contribuido grandemente con la contaminación ambiental y con la aparición de enfermedades catastróficas al utilizar como insumos fundamentales sustancias altamente contaminantes y dañinas al medio ambiente.

De acuerdo con el Ministro de Industria y Comercio de la República Dominicana “Con la firma del Acuerdo de Asociación Económica con la Unión Europea, el banano se convierte es una real alternativa para un programa de reconversión de cultivos, ya que este producto no solo tiene actualmente mayor rentabilidad, sino cuenta con una infraestructura de soporte que permite su cada vez mayor crecimiento.”

En tal sentido, el Acuerdo de Asociación Económica (AAE) entre República Dominicana y la Unión Europea es una oportunidad para los agricultores del país, pues en el mercado europeo la demanda es cada vez mayor; sin embargo, todo acuerdo comercial o de cualquier otra índole tiene un carácter vinculante, dado el hecho de que obliga a las partes al estricto cumplimiento de una serie de reglas y

¹⁵ Ing. Manuel Suquiland, <http://inforganic.com>)

compromisos que, de ser violados, podrían llevar a su consiguiente anulación, lo cual, en el caso en cuestión, constituiría un duro revés para la producción agrícola del país, en general, y de los productores, en particular.

Se debe tomar en cuenta que el Acuerdo de Asociación Económica con la UE “no es un simple acuerdo comercial que rebaja o elimina aranceles, incluye un conglomerado de reglas destinadas a estimular el comercio, la inversión y la innovación, con el objetivo promover el desarrollo sostenible, crear un mercado regional entre los países caribeños y contribuir a eliminar la pobreza.”¹⁶

Como se infiere de la cita anterior, las implicaciones del AAE conllevan profundas transformaciones en la infraestructura socioeconómica de los países signatarios, pues no se limita, pura y simplemente, al intercambio de bienes y servicios o a la reducción o eliminación de aranceles, sino que envuelve una serie de reglas dirigidas a la integración a nivel interno y externo que tienen como objetivo fundamental la reducción o eliminación de la pobreza, el cuidado del medio ambiente y el crecimiento sostenido.

“La producción de banano orgánico es una oportunidad para los pequeños productores que no pueden competir con las ventajas de las economías de escala de las grandes plantaciones de banano convencional. Dado el tamaño de sus parcelas, los pequeños productores pueden responder a la mayor demanda de mano de obra que exige la tecnología orgánica, con la oferta familiar disponible y puede incluir a la mujer en el manejo de esta pues ella posee esa virtud innata para conducir la agricultura por buenos senderos.”¹⁷

¹⁶ (<http://www.aeih.org.do/dicoex/preguntas.html>)

¹⁷ Martha Huamán Garibay(eumed.net/libros/2009)

La creciente preocupación de las personas por consumir productos saludables y preservar el medio ambiente, especialmente en los países desarrollados, tiene una enorme incidencia en el incremento tanto de los precios como de la demanda. Tal escenario, necesariamente, debe conducir a un sostenido incremento de la producción, a fin de satisfacer sus expectativas.

4.6 Zonas de Producción de Banano y Tendencia del Consumo Mundial del Banano Orgánico .

La producción de banano a nivel mundial se agrupa en dos grandes zonas: Zona Dólar y Zona ACP/Europa, conformadas por países con características y circunstancias muy diferenciadas.

Dentro del primer grupo se encuentran aquellos países en los que tradicionalmente su industria bananera ha estado asociada con las compañías multinacionales con sede en los Estados Unidos y que controlan directa o indirectamente más del 60% de sus exportaciones bananeras, integrada, fundamentalmente, por países centro y sudamericanos, con una producción muy eficiente, en grandes explotaciones, con bajos costos de producción y uso abundante de fertilizantes y pesticidas para aumentar el rendimiento; conformados, en orden descendente, según el banano exportado por Ecuador, Costa Rica, Colombia, Guatemala, Panamá, Honduras y Nicaragua

El segundo, cuya producción esta orientada hacia el mercado europeo, está constituido por los países ACP (África, Caribe y el Pacífico), con pequeñas explotaciones, métodos de explotación tradicionales y altos costos de producción.

En el año 2009, la FAO pronosticó en su informe que” los bananos resistirán el impacto de la crisis económica mundial mejor que otros productos básicos agrícolas”; sin embargo, para ese mismo año la ONU anticipó que las importaciones de banano descenderían ligeramente hasta 13,8 millones de toneladas, cerca de un 3,3% menos que en 2007. Las importaciones de banano de la Unión Europea, EE.UU. y otros países desarrollados concentran la mayor parte de este descenso, con bajadas del 4,1%, 5,5% y el 3,2%, respectivamente”.

De acuerdo al mismo informe, “el comercio combinado del banano y las frutas tropicales supone en la actualidad más del 40 por ciento de todo el mercado frutícola mundial. El 20% de la producción mundial de banano se destina al comercio mundial, lo que convierte al banano junto con las manzanas, las uvas y los cítricos, en el conjunto más importante de productos frutícolas comercializados en el mundo.

Actualmente la producción de bananos de comercio justo es mayor que la demanda, planteando límites al crecimiento de proveedores de dicho mercado. El efecto sobre las importaciones depende del nivel del arancel establecido para los bananos procedentes de países que no sean se ACPs. La FAO estima que si el arancel actual (75 euros/tonelada) se mantiene, las importaciones de bananos en la CE aumentarían en un 25% hasta llegar a 3,9 millones en el 2010 y los precios disminuirían en 20% para mantenerse estable en los siguientes años. Si el arancel aumenta a 200 euros por tonelada se prevé un discreto crecimiento de 3% de las importaciones y una caída de 10% de los precios en el 2007 para mantenerse en los siguientes años.

Para el año 2009, cuando entra en vigencia el AAE con los países ACP, surgió la guerra de precios para ventas por lo que para Agosto de 2010, mediante el acuerdo de Ginebra, los países de Latinoamérica que hayan firmado el AAE con la UE obtendrán una reducción escalonada anual de sus aranceles desde 176 euros/TM hasta llegar a 75euros /TM hasta el año 2020, lo cual preocupa grandemente a los países ACP por las razones antes expuestas.

4.7 Dinámica de la Oferta Mundial del Banano Orgánico

La oferta mundial del banano, según la FAO, en el año 2002 fue de 14'620.000 toneladas, equivalentes a, aproximadamente, unas 806 millones de cajas. Los principales productores en el mundo eran India con el 23.7% de la producción mundial, Ecuador con el 9.5%, Brasil con el 9%, China 7.6% y Filipinas con el 7.3%. Por su consumo interno, muchos de los grandes

productores no son a la vez los grandes exportadores. Se estima que el autoconsumo puede llegar a un 78 % del total producido mundialmente. El resto, cerca de un 23 %, es objeto del comercio internacional.

Para el 2008 la oferta mundial de banano fresco aumentó hasta de 23, 819,408 toneladas métricas, para un aumento de 9.2 millones, creando grandes expectativas para el sector exportador mundial y mejores alternativas para los productores agrícolas.

Según la FAO, hasta 1999, la producción orgánica provenía casi exclusivamente de pequeños agricultores. En los últimos años varias plantaciones en gran escala han comenzado a exportar banano orgánico y, tras varios años de pruebas piloto, Dole y Fyffes ha entrado en el mercado orgánico en el 2001 para el mercado norteamericano y Chiquita realiza ensayos.

El etiquetado de comercio equitativo existe en 14 países europeos, Canadá, Estados Unidos y Japón. El FLO establece un sistema de control de flujo de mercancías de Comercio Justo que permita certificar que los productos comercio comprados por los consumidores están efectivamente producidos y comercializados bajo esas normas.

En tal sentido, la Organización Internacional de Etiquetado de Comercio Equitativo (FLO), desempeña una función de coordinación a nivel internacional y mantiene el registro de los productores certificados para cada tipo de producto. Todos los bananos que pretenden ser vendidos bajo la etiqueta de Comercio Justo, deben ser comprados directamente, en lo posible, de productores con certificación de Comercio Justo por parte Fairtrade Labelling Organizations(FLO).

Para las asociaciones y cooperativas de productores, el FLO fija criterios de medición de la participación de los miembros que las integran. Para las plantaciones y fábricas, fija normas laborales y derecho a la sindicalización, sueldos y alojamiento, seguridad e higiene en el trabajo, inexistencia del trabajo infantil o forzoso. Dentro de sus normas ambientales está la prohibición del uso de herbicidas.

La variedad de exportación es Cavendish, la cual representa el 43% de la producción mundial. Ecuador es el más grande exportador, con el 34%; seguido de Costa Rica, con el 16%; Filipinas, con el 14%; Colombia, con el 13%, y Guatemala, con el 7%. Se estima que entre 2002 y 2008 la oferta ha crecido en aproximadamente un 120%.

El banano orgánico es producido principalmente por pequeños agricultores, a nivel mundial. Su mercado muestra un gran crecimiento, ya que en los últimos 4 años su tasa promedio anual ha sido de 50%. En el año 2008 las exportaciones fueron de, aproximadamente, 2, 858,329 toneladas métricas, representando el 11.9% de las exportaciones totales del rubro. Este crecimiento se explica por la incorporación de muchas fincas que estaban en transición hacia la producción orgánica, motivados por los precios más altos respecto a los convencionales.

El mayor productor y exportador de banano orgánico es República Dominicana, cuya producción total al 2010 se estima en 300,000 TM, de las cuales el 70% son exportadas como orgánicos. El segundo mayor productor es Ecuador, seguido por México, Colombia, Honduras, Guatemala y las Islas canarias. Es destacado el crecimiento de las exportaciones peruanas, de 900 TM en el año 2000 a 130,000 TM en el año 2008 y para el 2009 se posicionó como el mayor exportador del producto.

4.8 Amenaza de la Competencia en Banano Convencional

Para el año 2010, la República Dominicana pasa a ocupar una posición privilegiada, a nivel mundial, como país exportador de banano orgánico, a pesar de la ardua competencia ejercida por países como Ecuador y Perú, los cuales realizaron grandes exportaciones en el 2009.

Esta posición privilegiada se debe, en gran medida, a las condiciones de suelo, seco y árido, que permite obtener un banano de buena calidad y altos nutrientes; así como por el bajo riesgo de desarrollar enfermedades, tales como la temida sigatoka negra (*Mycosphaerella fijiensis* Morelet), la cual, en varios países latinoamericanos (Guatemala, Belice, sur de México, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia) es una de las principales amenazas fitosanitarias para la producción de esta fuente de alimentos y divisas.

Además, dos factores que han contribuido son el gran apoyo que ha recibido, tanto del gobierno como de la banca privada, en cuanto a logística y facilidades tecnológicas de entrenamiento para el agricultor, y el Acuerdo de Asociación Económica AAE entre la UE y los países ACP (África, Caribe y Pacífico).

Sin embargo, de acuerdo a los conceptos fundamentales de Economía, el aumento del comercio internacional conlleva a un incremento de las riquezas de un país, pero siempre que se ejecute una liberación gradual y significativa del comercio, añadido a políticas de promoción de las exportaciones. Esto llevaría a un incremento de la renta per cápita del país que cumpla con esta doctrina haciéndolo más competitivo y disminuyendo la pobreza en su territorio.

En tal sentido, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), en su Informe sobre Comercio y Desarrollo 2007, analiza la creciente ola de TLCs Norte-Sur y sus implicaciones para los países en desarrollo. Entre otras conclusiones, el informe apunta que:

➤ La reciprocidad y el trato nacional (la obligación de otorgar a los bienes, servicios y operadores económicos extranjeros el mismo trato que a los nacionales) fuerzan a los países en desarrollo a implementar una amplia liberalización en el acceso a sus mercados (para bienes, servicios y contratación pública), lo cual podría acarrear aumentos perjudiciales de las importaciones; es más, el desmantelamiento arancelario, además de privar a las arcas públicas de estos países de ingresos, elimina instrumentos poderosos para llevar a cabo políticas agrícolas e industriales a fin de proteger a sus industrias nacientes.

➤ El acceso a los mercados de países avanzados que los países en desarrollo ganan al firmar un TLC puede verse severamente limitado si las naciones ricas no reducen sus subsidios agrícolas. Normas de origen restrictivas, barreras técnicas al comercio (BTCs), tales como estándares de calidad, y limitaciones en el lado de la oferta disminuyen también los potenciales beneficios de un mayor acceso a los mercados de países desarrollados.

➤ Reducción del margen de maniobra político para los países en desarrollo, pues muchas de las cuestiones incluidas en los TLCs actuales “reducen o eliminan por completo las opciones e instrumentos de que disponen los países menos adelantados para llevar a cabo sus programas de desarrollo” (UNCTAD, 2007).

Para los países en desarrollo el principal objetivo es alcanzar una mayor liberación del comercio en productos agrícolas y acelerar las reformas de los subsidios de la agricultura en los países desarrollados para así obtener mayor seguridad y beneficios.

La agricultura representa una gran proporción del PIB y del empleo en muchos países en desarrollo, de modo que un mayor acceso al mercado europeo para sus bienes agrícolas es una manera obvia de promover su desarrollo económico. No obstante, dichos países perciben que los beneficios obtenidos de una mayor introducción al mercado continuarán siendo limitados mientras la UE

continúe asignado enormes sumas de dinero para subsidiar su agricultura, lo que impiden a los productos de los países en desarrollo competir con los mismos.

En adición, crea un exceso de oferta de productos agrícolas que se venden después en el Tercer Mundo a precios más bajos que los domésticos, por lo que la apertura de sus mercados a los productos agrícolas europeos podría tener consecuencias dañinas para los agricultores de los países en desarrollo alimentaria.

"Si los países en desarrollo se especializan en la agricultura, una actividad sujeta a rendimientos decrecientes (situación que se da en la producción de un bien cuando, más allá de cierto punto, al añadir más cantidad de un factor productivo, se obtienen crecimientos menos que proporcionales en la cantidad producida), acabarían especializándose en seguir siendo pobres"¹⁸.

Por otro lado se observa que para la UE el objetivo principal es crear mercados y, por consiguiente, lo más importante es conseguir reforzar la integración regional y mejorar el clima empresarial de los países en vía de desarrollo dentro del acuerdo para beneficiarse.

" Si la respuesta a sus problemas fuera simplemente el libre comercio, hace tiempo que los países en desarrollo habrían abierto sus mercados unilateralmente. Ningún país se desarrolló jamás simplemente abriéndose al exterior; más bien, todos los países que hoy son ricos utilizaron el proteccionismo y los subsidios, mientras aplicaban medidas discriminatorias contra los inversores extranjeros"¹⁹

Si la liberalización del comercio no se lleva con cautela, podría terminar siendo una catástrofe para los países en desarrollo (Chang, 2005), ya que, en muchos casos, los sectores productivos de estos países no son lo suficientemente maduros para hacer frente a la competencia internacional. Aunque los principales

¹⁸ (Reinert, 2007 Reinert, Erik (2007), "How Rich Countries Got Rich ... and Why Poor Countries Stay Poor

¹⁹Chang, 2007)". -Chang, Ha-Joon (2007), "Bad Samaritans - Rich Nations, Poor Policies and the Threat to the Developing World", Random House business Books, Londres Barcelona, España

esfuerzos de los países en desarrollo en las negociaciones comerciales han estado normalmente dirigidos a la reducción de los aranceles y subsidios agrícolas (un sector en el que estos países tienen una clara ventaja comparativa) es indudable que a largo plazo tendrán que diversificar su producción e industrializarse.

En fin, aun subsiste el temor de que las industrias y establecimientos agrícolas locales se lesionen porque los EPA les exigen reducir sus aranceles a cero para el ochenta por ciento de sus importaciones de la Unión Europea, lo que traería como consecuencia que muchos productos locales no sobrevivan o pierdan su cuota en el mercado frente a las importaciones europeas más baratas.

Además, la apertura de las compras del sector público a las empresas extranjeras para que sean tratadas en igualdad de condiciones que las nacionales, afectaría la capacidad de los gobiernos de dar preferencia a las empresas locales o de impulsar la economía nacional.

4.9 Análisis FODA

FORTALEZAS:

- Existen organizaciones nacionales e internacionales con experiencia acreditada en el comercio exterior de banano

orgánico Nivel de calidad de producción para exportación demostrada. Disponibilidad de mano de obra.

- Mejor color y sabor, considerado como uno de los mejores del mundo alto nivel nutritivo (B y C).
- Clima apropiado para el cultivo, al impedir la presencia de la Sigatoka Negra

- Suelo apto, rico en nutrientes orgánicos, cuyas áreas han sido certificadas parcialmente.
- Presencia de una cadena productiva eficiente, pero que aún necesita fortalecerse.

b) OPORTUNIDADES:

- TLC con USA y AAE con UE
- Cooperación Nacional e Internacional interesada en promover el cultivo favorece el acceso a fuentes de financiamiento: SNV, DPA, CEDEPAS , Banco Agrícola ,ADEMI
- Articulación interregional
- Fruta tropical de mayor importancia en el comercio internacional de frutas frescas.
- Demanda permanente con tendencia creciente, para el caso del banano orgánico, apoyados por detallistas especializados en alimentos biológicos.
- Presencia de comercio equitativo que favorece a los pequeños productores con certificación orgánica. Certificación "Fair Trade". Presencia de nuevas empresas exportadoras con tratativas para

- Acceder al comercio justo o equitativo

c) DEBILIDADES;

- Inadecuadas vías de comunicación en algunos sectores
- Escaso capital de acopio, insuficiente acceso al mercado financiero
- Baja productividad
- Falta de conocimiento del mercado por parte de los productores Débiles organizaciones de productores, expuestos al fijarse precios con a los acopiadores rurales y las empresas exportadoras
- Vías de acceso en mal estado en algunos sectores
- Alta presencia de minifundismo.
- Dispersión de las unidades agropecuarias que impide un desarrollo uniforme de las plantaciones y una mejor utilización de empacadoras.
- Debilidad de la Mesa de Trabajo de Banano

Orgánico, para promocionar la exportación

- Limitado apoyo del Estado
- Dificultades para asociarse y trabajar en equipo
- Mínimos estímulos a la investigación científica y a la asistencia técnica.
- Insuficiente abastecimiento de abonos orgánicos

d) AMENAZAS:

- Problemas entre los productores y algunos exportadores Fenómenos climáticos adversos: El Fenómeno del niño, Inundaciones, ciclones
- Presencia de enfermedades.
- La Unión Europea no sostiene sus políticas para las importaciones de banano.
- Hay Aumento de la oferta del banano.
- Presencia de nuevos competidores
Variabilidad de precios internacionales

Capítulo V

5. Procesos de Compras Internacionales y Determinación de Costos y Precios de Ventas de los Bananos Orgánicos que se Comercializa en República Dominicana.

En esta sección se analizan los diferentes documentos que usualmente se requieren en los procesos de compras internacionales y a la vez cómo los

importadores pueden determinar los costos y precios de ventas de los bananos orgánicos a sus clientes.

5.1 Contratación internacional de los productos

El entorno legal de la contratación internacional no se caracteriza por un derecho uniforme internacional, es decir, existe pluralidad de ordenamientos jurídicos que regulan, cada uno de ellos, distintos tipos de contratos, principios generales de contratación, evidentemente las distintas regulaciones no tienen porqué coincidir”,²⁰ Nin Camps. E., (2004). Por otra parte los esfuerzos uniformadores (convenios, tratados, usos) no cubren todos los ámbitos.

Las partes gozan de la llamada autonomía material, es decir, pueden dotar su relación legal/comercial de los pactos que crean oportunos, así como de la llamada autonomía conflictual, es decir, elección de una ley nacional que sirva de marco de interpretación, integración y cumplimiento del contrato. Es aconsejable hacer uso de esa autonomía conflictual de forma expresa, es decir mediante cláusula contractual de elección de ley, toda vez que en cualquier caso siempre deberá existir un ordenamiento nacional de referencia, que se haya previsto contractualmente o no.

En materia de contratación internacional se deben tener presente los Principios de *UNIDROIT*.

“Los citados ‘Principios de *UNIDROIT*’ no son más que una guía auspiciada por la organización internacional del mismo nombre que sin ser Derecho, pueden

²⁰ Nin Camps, E. 2004 La Unificación del Derecho Privado

servir de referencia e intenta conciliar las distintas tendencias legales en unas pautas uniformadoras”,.

El contrato se forma cuando una de las partes presenta una oferta suficientemente precisa y la otra contesta con una aceptación incondicional, es decir, cuando puede considerarse que existe acuerdo”, Nin Camps. E., (2004).

Existen muchas posibilidades que pueden ir desde la conversación telefónica informal a ofertas vinculantes pormenorizadas. De los contactos iniciales pueden derivarse largas negociaciones sobre distintos aspectos, y las declaraciones hechas por las partes a lo largo de aquellas pueden ser vinculantes o no.

En general, las declaraciones efectuadas en el curso de la negociación no son vinculantes contractualmente, existe una cierta libertad para negociar sin que se incurra en responsabilidades precontractuales aunque pueden existir excepciones.

Al respecto es posible enunciar un principio jurídico único aplicable en todas las jurisdicciones; sin embargo, los principios de UNIDROIT, sobre los contratos comerciales internacionales, establecen:

- Art. 2.15** (1) Cualquiera de las partes es libre de establecer negociaciones y no incurre en responsabilidad en el supuesto de que estas no culminen en acuerdo.
- (2) Sin embargo, la parte que ha negociado, o ha interrumpido las negociaciones con mala fe será responsable por los daños causados a la otra parte.
- (3) En especial, se considera mala fe el entrar en negociaciones o continuarlas con la intención de no llegar a un acuerdo”.

5.1.1 Oferta.

Una oferta, en el comercio internacional es toda comunicación suficientemente precisa en la que se incluyen por lo general el producto, el precio y las condiciones de pago y entrega –que el oferente envía a un destinatario concreto, con la intención de formar un contrato vinculante si el destinatario acepta”, Nin Camps. E., (2004). Es básico valorar la intención de quedar obligado al hacer la oferta, una mera invitación para iniciar negociaciones no puede ser considerada oferta.

Los ordenamientos jurídicos anglosajones admiten revocabilidad de la oferta, mientras que los ordenamientos jurídicos llamados civilistas, en principio no la admiten.

Art. 2.2 “Toda propuesta de celebrar un contrato constituye una oferta, si es suficientemente precisa e indica la intención del oferente de quedar vinculado en caso de aceptación”.

Evidentemente sigue existiendo el problema, reconocimiento de esa intención del oferente, para ello es importante considerar la concreción de la oferta y del destinatario.

- Art. 2.4** (1) Cualquier oferta puede ser revocada hasta que el contrato se celebre, si la comunicación de su revocación llega al destinatario antes de que esta haya enviado la aceptación.
- (2) En todo caso, la oferta no podrá revocarse:
- (a) Si en ella se indica que es irrevocable, ya sea señalando un plazo fijo para su aceptación o por darlo a entender de alguna otra manera.
 - (b) Si el destinatario pudo considerar razonablemente que la oferta era irrevocable y ha procedido de acuerdo con dicha oferta.

En definitiva, la relevancia del tema de la revocación radica en los eventuales gastos (u otras actuaciones) en que haya podido incurrir el destinatario de la oferta guiado por las expectativas a que la mera oferta hayan llevado antes de ser conocedor de la revocación.

5.1.2 Aceptación.

En general, para formar un contrato vinculante, la aceptación del destinatario debe ser incondicional, de lo contrario puede considerarse un rechazo de la oferta y una contraoferta que deja en manos del oferente la decisión de aceptar las nuevas condiciones propuestas”, Nin Camps, E., (2004).

- Art. 2.1.6** (1) Constituye aceptación toda declaración o cualquier otro acto del destinatario que indique su asentimiento a una oferta. El silencio o la inacción, por sí solos, no constituyen aceptación.
- (2) La aceptación de la oferta produce efectos cuando la manifestación de asentimiento llega al oferente.

(3) No obstante, si en virtud de la oferta o como resultado de las prácticas que las partes hayan establecido entre ellas o de los usos, el destinatario manifestará su asentimiento ejecutando un acto sin comunicárselo al oferente, la aceptación producirá efectos cuando dicho acto fuere ejecutado.

Art. 2.11 “La respuesta a una oferta hecha en términos de aceptación, pero con adicciones, limitaciones u otras modificaciones, se considerará como un rechazo de la oferta y constituirá contraoferta”.

Es evidente que las partes deben asegurarse que ambas han pactado los mismos términos y condiciones, porque sería aconsejable estipular en la oferta que la aceptación ha de ser expresa y qué tipos de modificaciones se permiten, es decir, que no afectan al carácter de la aceptación. Sin embargo, en muchas ocasiones, llevadas por el propio ritmo del comercio internacional, no pocas empresas actúan sin detenerse a ser tan rigurosas.

5.1.3 Cartas de intenciones y otros acuerdos preliminares.

En algunas operaciones complejas es posible que se desee llegar a un acuerdo preliminar, puede tomar la forma de carta de intenciones, memorándum de acuerdo, preámbulo de acuerdo, acuerdo con condiciones abiertas, carta de compromiso... muchas veces disponer de un documento preliminar de este tipo puede ser útil para que un banco empiece a estudiar la posibilidad de conceder financiación o estudiar algún tipo de operación relacionada. También puede darse que las empresas utilicen el acuerdo preliminar para solucionar algunos aspectos básicos mientras continúan negociando otros asuntos más complicados.

Una manera de evitar riesgos en esta fase consiste en incluir en el acuerdo un texto que expresamente indique que la finalidad del documento no es formalizar un contrato vinculante o que con el documento las partes expresan única y exclusivamente su deseo de negociar.

Es decir, en definitiva, se debe tener claro que deben usarse con prudencia los documentos que instrumentan las negociaciones previas al eventual contrato, y para evitar que una ley (o juez) que nos es ajena, acabe por considerar las negociaciones vinculantes, o tener que interpretar si ha existido mala fe o no, es aconsejable que no haya duda al respecto y ello se refleje en el propio documento. Una medida también recomendable es abstenerse de firmar acuerdos preliminares si realmente no se está dispuesto a llegar a un acuerdo vinculante.

5.2 Contrato de compraventa internacional de mercancías.

La compraventa internacional es un acuerdo entre operadores económicos que residen en países distintos mediante el cual, una parte (vendedor – exportador) se compromete a entregar a la otra (comprador – importador) unas mercancías en un lugar convenido en un plazo determinado y bajo un precio pactado”, Nin Camps, E. (2004).

El contrato de compraventa internacional es, para muchos, el acuerdo principal en las operaciones de comercio internacional.

Es decir, el contrato de compraventa internacional se rige, en primer lugar por la autonomía material, o sea, aquellos pactos que las partes tengan por convenientes. Es siempre aconsejable “agotar” este recurso dado que nadie mejor que las propias partes para saber qué quieren y cómo lo quieren.

Asimismo, las partes tienen también a su alcance el ejercicio de la autonomía conflictual, es decir, elegir ley aplicable al contrato, con las funciones que ya se conocen: interpretación de cláusulas, integración de lagunas...etc., se tratará de leyes nacionales, que pueden ser la de cualquiera de las partes, o una especializada en el objeto del contrato de compraventa, o una neutral...etc., en cualquier caso, se tratará de una ley nacional aplicable a un contrato internacional, con las disfunciones que ello pueda plantear.

El ámbito de la compraventa internacional de mercancías cuenta con un derecho uniforme: el Convenio de Viena de 1980 sobre los contratos de compraventa internacional de mercaderías que constituye Derecho internacional uniforme en su ámbito de aplicación. Es evidente la ventaja de contar con este Convenio dado que ya nace con vocación internacional, cosa que no ocurre con las leyes internacionales que las partes puedan elegir o a las que lleve la aplicación de una norma de conflicto, y por lo tanto regula aspectos propios del escenario internacional.

5.3 Elementos esenciales y las cláusulas que deben estar presentes en el contrato de compraventa.

a) Elementos básicos:

El punto de partida para la final conclusión de un contrato de compraventa es una oferta, que debería incluir: la descripción clara de la mercancía, el precio y las condiciones de pago, las condiciones de entrega en las que se incluye el embalaje, la facturación, el transporte y las instrucciones del seguro. Todo ello acabará reflejándose en el contrato.

Ahora bien, es importante tener en cuenta que, como ya se ha dicho, siendo estos los elementos básicos de una oferta la suficiencia de la misma y, por tanto, el hecho de que su aceptación implique contrato vinculante dependerá de la ley aplicable y de las circunstancias del caso.

Por otra parte, señalar que la oferta vinculante la pueden llevar a cabo tanto el vendedor como comprador, es decir, por ejemplo, un vendedor puede responder con una oferta a la consulta de un probable comprador sólo con el fin de incitar a la contratación sin constituir oferta vinculante. En este caso, la orden de compra del comprador constituye la oferta vinculante, que será aceptada por el vendedor con una confirmación.

b) Relación de cláusula clave.

A modo de check list, se pueden establecer una serie de cláusulas que de estar presentes en el contrato evitan las lagunas más importantes.

Estas son: preámbulo, conceptos, identificación de las partes, descripción de la mercancía, precio y condiciones de pago, plazos y condiciones de entrega, inspección de la mercancía – obligaciones y limitaciones, variación de la cantidad y calidad de los productos entregados, reserva de dominio y transmisión de los derechos de propiedad, transmisión de riesgo, garantías, cesión de derechos, cláusula de fuerza mayor, solicitud de correcciones y modificaciones por escrito, elección del idioma, elección de ley aplicable, elección del mecanismo de resolución de conflictos, disposiciones varias, domicilio para notificaciones, anexos.

De ellos se destacan:

1. Preámbulo:

Aquí se debe hacer referencia a las gestiones que han precedido al contrato, los motivos que han impulsado a las partes a tomar parte en el contrato y, eventualmente, a la conexión y origen del contrato con el principal, de haberlo, o con otros subcontratos. Se trata de reflejar aquellas expectativas de las partes que las han llevado a contratar. En caso de incumplimiento suele ser relevante en la medida en que puede valorarse la trascendencia de este, según implica o no la frustración total o parcial de dichas expectativas. En el peor de los casos, en sede de conflicto, puede incluso ayudar al juez.

2. Concepto.

Se trata de dar unas definiciones precisas de los términos y conceptos que se utilizan en el contrato con objeto de evitar repeticiones, equívocas, interpretaciones sesgadas...la ventaja de su uso evidente. En cierta medida evitan

el recurso a la ley aplicable para la interpretación de términos en los que podría haber distintas interpretaciones de las partes.

3. Partes.

Es importante que las partes, su denominación jurídica, estén exactamente

4. Obligaciones del vendedor.

Las obligaciones del vendedor son, y así lo establece el convenio de Viena:

- la entrega de la mercancía pactada
- la transmisión de su propiedad
- la entrega de documentos relacionados con ellas.

5. Entrega de la mercancía.

Se trata de la obligación principal del vendedor, y la que caracteriza el contrato de compraventa. Normalmente las partes regulan, o deberían hacerlo, este tema de forma detallada, haciendo referencia a usos en vigor.

La entrega debe ser de la mercancía pactada, es decir, aquella por la que el comprador está dispuesto a pagar y no otra. De ahí la gran importancia de la descripción que de la mercancía se haga en el contrato.

También es importante destacar el peligro para el vendedor de una descripción excesivamente meticulosa en relación al medio de pago escogido en el contrato.

Desde la perspectiva del comprador, el consejo debería de conseguir una descripción que identifique la mercancía con suficiente precisión, para evitar que la empresa vendedora pueda aprovechar el margen de no concreción en su favor.

Es frecuente en los contratos de compraventa internacional que el vendedor quiera disponer en el contrato (o en sus condiciones generales de venta) que las variaciones de mínima importancia en calidad o cantidad no ocasionarán la rescisión del contrato.

Es también habitual que se acuerde una reducción en el precio cuando los defectos menores no impiden que el comprador utilice el producto más o menos como pretendía, pero este es de calidad inferior al pactado. Se aconseja pues concretar en el contrato el alcance de esta variación para delimitar el ámbito de lo que ya puede considerarse incumplimiento.

La entrega es la principal obligación del vendedor, pero debe ser además entrega en un lugar concreto acordado.

6. Transmisión de propiedad, cláusula de reserva de dominio.

La transmisión de la propiedad sobre las mercancías no la contempla ni el Convenio de Viena ni los Incoterms, es pues una cuestión que se regulará por la ley aplicable al contrato.

Existe una cláusula de uso común en el comercio internacional, la cláusula de reserva de dominio, por la que la propiedad de la mercancía vendida permanece en manos del vendedor hasta que el comprador no haya satisfecho el importe total del precio pactado.

7. Entrega de otros documentos relacionados.

El vendedor está obligado a la entrega de toda documentación necesaria para que la mercancía cumpla con la finalidad para la que fue adquirida.

8. Obligaciones del comprador.

Las dos obligaciones básicas del comprador son:

- **Recepción:** La obligación de recepción consiste en realizar todos los actos necesarios para facilitar la entrega y en hacerse cargo de las mercaderías. Ello es especialmente relevante cuando va directamente relacionado con el nacimiento del derecho al cobro por parte del vendedor.
- **Pago del precio:** El Convenio de Viena establece que el precio se debe pagar sin necesidad de requerimiento ni de ninguna otra formalidad

en la fecha convenida siempre que se haya fijado tal fecha o que esta sea determinable según los términos contractuales.

La obligación de pagar el precio comprende que se adopten las medidas y se cumplan los requisitos que fijen las leyes para que sea posible el pago, esto tiene gran relevancia en el comercio internacional dada la existencia en algunas jurisdicciones de la necesidad de autorizaciones en sede de control de cambios.

Se trata de prever tanto la voluntad como la posibilidad de pagar.

- **Precio:** la determinación específica del precio es esencial. Su ausencia en el clausulado del contrato puede implicar su ineficacia o nulidad.

Se han de tener presentes los gastos de seguros, transporte, documentación, aduanas y embalajes. Como ya se ha señalado los Incoterms tienen gran importancia reguladora, por lo que de nuevo, es aconsejable su uso.

Es aconsejable para los vendedores tener en cuenta la posibilidad de incluir cláusulas de ajuste de los precios o de adaptación, tanto si el contrato es de larga duración como si las circunstancias de inflación, fluctuación de divisas u otras lo aconsejan.

Condiciones de pago: esta cláusula regula la forma de hacer el pago, al contado o a plazo, debe hacerse constar la moneda (si es el caso hacer mención al eventual seguro de cambio que se suscriba); el medio de pago elegido, billetes,

cheque personal o bancario, orden de pago simple o documentaria, remesa simple o documentación o crédito documentario.

9. Garantías.

Las partes pueden acordar la recepción de garantías, preferentemente bancarias, que respondan de los posibles incumplimientos. En el contrato se pueden pactar qué tipo de garantía cubrirá las obligaciones de las partes, y es aconsejable que el modelo y contenido conste en un anexo, con independencia de que la ley aplicable al contrato no sea la que rige la garantía, pero se trata de acordar que será ese y no otro el texto a emitir.

10. Incumplimiento de las obligaciones de las partes. Cláusulas de penalización.

Evidentemente las partes pueden dotarse de los pactos que al respecto les parezcan oportunos, en defecto de estos dependerá de la ley que rija el contrato.

El Convenio de Viena diferencia claramente los efectos y consecuencias derivados del incumplimiento contractual del comprador por una parte, y del vendedor, por otra.

También distingue entre incumplimiento que cause a la otra parte un perjuicio tal que le prive sustancialmente de lo que tenía derecho a esperar en virtud del contrato.

Para el caso de incumplimiento del vendedor, el comprador tiene derecho a:

- Exigir la ejecución del contrato, ya sea vía reparación o vía sustitución.
- Invocar la resolución del contrato, solo para casos de incumplimiento esencial.
- Obtener la reducción del precio.

Para el caso de incumplimiento del comprador, el vendedor tiene derecho a:

- La ejecución forzosa del contrato que se traduce en fijar un plazo para la ejecución del contrato, tras el cual se solicita la resolución del contrato o se acude a los tribunales de justicia.
- Resolución del contrato, si se trata de un incumplimiento esencial.

En el contrato puede disponerse que la parte que incumpla sus obligaciones o lo haga con demora pague una suma determinada.

11. Cláusulas de adaptación y de exoneración.

Las primeras son indicadas especialmente para contratos a largo plazo; las segundas, son de adaptación automática al suspender las obligaciones contractuales ante ciertos acontecimientos.

Es aconsejable para el vendedor que incluya una cláusula de demoras justificables, en la que se contemplen aspectos como las dificultades para conseguir permisos gubernamentales, los cambios en los reglamentos y derechos de aduanas, las fluctuaciones relevantes en los costos laborales, los precios de los materiales, energía; sin embargo, es importante que el comprador tenga en cuenta la naturaleza de las mercancías, y por lo tanto, las consecuencias de un retraso antes de ceder ante esta cláusula.

12. Idioma:

En esta cláusula se determina en qué idioma debe ser escrita, leída e interpretada toda la documentación y el contrato. Para el caso que el contrato vaya redactado en varios idiomas o existan versiones en distintos idiomas, esta cláusula indica qué idioma prevalece en caso de discrepancia.

13. Ley aplicable:

Siempre habrá de indicarse una ley aplicable que, como ya se ha dicho, será el referente legal para interpretar cláusulas que lo precisen, para integrar lagunas, y, especialmente en este caso, dado que como se ha visto, a pesar de que la Convención de Viena se le de aplicación, no cubre algunos aspectos importantes; por lo que, para evitar la puesta en marcha de sistemas de normas de conflicto con eventuales resultados inesperados, es totalmente aconsejable contar con esta cláusula.

14. Resolución de conflictos:

Es conveniente contar con esta cláusula a fin de que en el peor de los casos, es decir, en caso de conflicto entre las partes este lo sea solo sobre una cuestión de fondo, no existiendo ya conflicto en la determinación de qué órgano debe conocer del tema, lo cual alejaría de forma determinante la solución final.

Se trata en definitiva de una sumisión expresa mediante una cláusula de prorrogación de foro que evite que una de las partes quede de alguna forma, en manos de la jurisdicción que elija de tal forma que resulte competente, la otra parte demandante.

Existe también la posibilidad pactar el arbitraje, como forma de resolución de los conflictos entre las partes, en este caso, la llamada cláusula compromisoria debe ser expresa y clara, para evitar que llegado el caso una de las partes pueda alegar su nulidad.

15 Envío de comunicaciones:

El hecho de que las partes hagan constar un domicilio (fax, teléfono, e-mail) a efectos de comunicaciones, tiene en el ámbito internacional gran importancia y debe acordarse expresamente que cualquier cambio en estos datos deberá ser comunicado de inmediato y no se considerará efectivo hasta que la otra parte haya acusado recibo a tal modificación.

16. La Fianza:

La fianza es el tipo contractual básico de las garantías personales. El fiador garantiza siempre una deuda ajena, obligándose personalmente frente al acreedor de la misma, ante el que responde. Sus caracteres fundamentales son la accesoriedad, subsidiariedad y la interpretación restrictiva.

a) **La Accesoriedad:** es la consecuencia de la función auxiliar que la fianza cumple en relación con la obligación garantizada, obligación principal.

b) **Subsidiariedad:** el garante solo estará obligado a cumplir su obligación si el deudor garantizado incumple la suya.

c) **La interpretación restrictiva:** no posibilidad de presunción de la fianza.

17. Las Garantías autónomas:

Estas garantías son, con mucho, las más relevantes y usadas. Son fruto directo de las necesidades del comercio internacional. En ellas se distinguen las llamadas garantías a primer requerimiento y las conocidas como stand-by letters of credit.

a) Garantías a primera demanda:

Es evidente que para el beneficiario de este tipo de garantías, se eliminan de una forma clara los riesgos de incumplimiento de la otra parte del contrato principal, descansando estos en la obligación de una entidad bancaria, dado que dicha entidad asume una obligación propia, distinta e independiente de la contraída por la otra parte, ordenante de la garantía, a favor del beneficiario.

b) Stand-by letters of credit (créditos contingentes):

Son instrumentos que a pesar de su denominación tienen vocación y función de garantías a primer requerimiento. En definitiva se usa la estructura del crédito documentario no solo como instrumento de pago, sino también para garantizar pagos.

18. Confort letter:

Es el documento, la mayoría en forma de carta, que una sociedad matriz dirige normalmente a una entidad bancaria, con una serie de informaciones y declaraciones respecto de una sociedad filial, y de la relación que con esta se

mantiene, al objeto de alentar a dicha entidad bancaria acerca del buen fin de la operación que la sociedad filial solicita.

Existen cartas de patrocinio fuertes y débiles, según el mayor o menor compromiso que la declarante, sociedad matriz, asume en sus declaraciones ante la entidad bancaria destinataria de dicha carta.

5.4 Logística de Transporte.

Proceso por el cual la empresa logra un movimiento estratégico de su materia prima y sus productos ya terminados.

5.4.1 Logística como variable competitiva.

La logística es el proceso de gestionar estratégicamente la obtención, movimiento y almacenamiento de materias primas, componentes y existencias terminadas (y los flujos de información relacionada) a través de la organización y sus canales de marketing de tal forma que la rentabilidad futura se vea maximizada a través del cumplimiento efectivo de los pedidos en relación con los costos.

La adecuada gestión de la logística de la empresa es una fuente de ventajas competitivas. La ventaja competitiva se basa en, primero, la habilidad de la organización de diferenciarse, a los ojos del cliente, de su competencia, y segundo, en actuar a un costo inferior en consecuencia con su beneficio mayor. Simplificando podemos decir que el éxito comercial deriva o bien de una ventaja en

costo o de una ventaja en el valor, o idealmente en ambas. La adecuada gestión de la logística empresarial ayuda a mejorar ambos aspectos.

5.4.2 El Sistema logístico.

“La logística es el proceso estratégico por el cual la empresa organiza y mantiene su actividad. Determina y gestiona los flujos de materiales y de información internos y externos, tratando de casar la oferta de la empresa con la demanda del mercado en condiciones de optimalidad”,²¹

El sistema logístico de una empresa puede ser dividido en tres subsistemas:

- Subsistema de aprovisionamiento,
- Subsistema de producción, y,
- Subsistema de distribución física.

Cada uno de estos subsistemas tiene sus propios objetivos, aunque todos han de contribuir a la consecución del objetivo global: satisfacer la demanda al menor costo.

²¹ Ministerio de transportes, turismo y comunicaciones (1989). *Prácticas Logísticas Empresariales y Zonas de Actividades en España*.

El subsistema de aprovisionamiento incluye los diferentes proveedores y comprende todas aquellas operaciones efectuadas para colocar a disposición del subsistema de producción las materias primas y materiales necesarios para iniciar el proceso de producción.

En el subsistema de producción se transforman los materiales, se almacenan y se ponen a disposición del subsistema de distribución física.

El subsistema encargado de satisfacer las necesidades de los clientes es el subsistema de distribución. La logística de la distribución física se encarga de elaborar y administrar sistemas que controlan el flujo de materias primas y de productos terminados.

5.4.3 Logística de la distribución física.

La logística de la distribución física comprende la elaboración y administración de los sistemas que controlan el flujo de materias primas y de productos terminados, es decir, comprende la extensa variedad de actividades relacionadas con el movimiento de los productos terminados desde el final de la fabricación hasta el consumidor y el traslado de materias primas desde las fuentes de suministro hasta la línea de producción. Estas actividades comprenden transportes, almacenamiento, manejo, embalaje, control de inventarios, localización del almacén o fábrica, proceso de pedidos, previsiones de mercados y servicio al consumidor.

“ Los gastos totales de las actividades logísticas en una empresa suelen variar entre el 20 y el 50% del producto bruto de las ventas ”,²². La logística de la distribución física presenta unas perspectivas halagüeñas de reducción de costos, de ahí que el estudio realizado se centró en el análisis de los diferentes medios de transporte e infraestructuras (ZAL, CIM, Zonas Francas, etc.) creadas para reducir los costos de distribución.

Sin embargo, la importancia dada a estos nuevos centros de distribución no se ha de basar exclusivamente en su contribución a la reducción de costos.

Para que los productos lleguen al punto de entrega en las condiciones de calidad definidas en el contrato de compraventa es imprescindible proteger las mercancías.

5.4.4 La protección física de la mercadería.

5.4.4.1 Generalidades.

Para cumplir adecuadamente con el contrato de compraventa, es necesario situar las mercancías objeto del mismo en el punto de entrega en las condiciones de calidad definidas en dicho contrato. Por ello, es imprescindible proteger las mercancías en las fases de preparación y transporte.

A continuación procederemos a analizar los aspectos más importantes en relación a la protección física de la mercancía:

²² Bowersox, D. et al (1992). Bowersox, D. et al (1992). *Dirección de la distribución física*, Ediciones Ciencias Empresariales, España

- Envase y embalaje,
- Manipulación,
- Estiba,
- Almacenamiento.

5.4.4.2 Envase y embalaje.

El envase, recipiente o vaso en que se conserva una cierta mercancía tiene como objetivo fundamental la venta del producto. Por ello, la presentación, la dosificación y la compatibilidad entre el producto y el recipiente son los factores fundamentales. Mientras que, el embalaje, es o bien el conjunto de acciones que consiguen para la mercancía una cobertura exterior que la proteja y la haga fácilmente manejable e identificable, o bien el resultado de esa técnica (caja, saco, contenedor, etc.). A diferencia del envase, aquí el objetivo fundamental es la protección de la mercancía para el proceso de transporte.

En consecuencia, el embalaje busca:

- Proteger la mercancía contra los riesgos del transporte,
- Facilitar la manipulación y la recepción, al concebir el embalaje de forma que la mercancía puede ser manejada con los medios normales.
- Equilibrar el costo de la protección con la calidad de la misma.

- Facilitar la inspección aduanera mediante cajetines adosados, facilitando la toma de muestras, etc.
- Disminuir los riesgos para las personas, evitando desplazamientos interiores eliminando aristas vivos, etc.
- Permitir la fácil identificación de la mercancía, remitente y destinatario, así como sus características esenciales, mediante su marcado y rotulación según normas internacionales.

5.4.4.3 Criterios de selección.

Utilizaremos un tipo de envase y embalaje en función de los siguientes aspectos:

- Características físicas y químicas de la mercancía (estado físico, peligrosidad, pulverulencia, etc.).
- Materiales de envase y embalaje disponibles: compatibilidad recíproca de mercancía y materiales.
- Medios de transporte que van a ser utilizados y duración del mismo.
- Almacenamiento intermedio y en su destino.
- Controles aduaneros.
- Disposiciones legales (fitosanitarias, mercancías peligrosas, etc.).
- Coeficiente de estiba o relación peso/volumen.

Tener en cuenta las exigencias de las normas legales en el país del importador al cual llegará esa mercadería a la aduana.

5.4.4.4 Principales materiales de envase y embalaje.

Es importante para el usuario tener un conocimiento mínimo de los principales rasgos de los materiales de uso más frecuente en los materiales de envase y embalaje.

5.4.4.4.1 Madera:

Deberá tener sus fibras rectas y carecer de nudos y podredumbre. Su grado de humedad no deberá superar el 20% (hay criterios más estrictos del 12%).

Los principales tipos de embalajes de madera son:

1. **Caja:** Paralelepípedo de tableros reforzados con listones.
2. **Caja de testeros reforzados:** Los testeros (lados más pequeños) se refuerzan con listones.

3. **Caja de una/dos cintura/s:** Se refuerzan con cintura/s de barrotes en fondo, tapa y lados.

4. **Cesto:** constituidos por mimbres pequeños entrelazados.

5. **Jaula:** Abiertas al paso de aire. Muy adecuada para productos perecederos y animales vivos.

5.4.4.2 Papel y cartón:

El papel es una hoja de fibras celulósicas y afieltradas. Sus características fundamentales son las siguientes:

- a) **Gramajes:** Peso en gramos/m² (del papel o cartón)
- b) **Grueso:** Espesor en milésimas de milímetro.

Los cartones son el resultado de la agravación y encolado de papeles y entre ellos tenemos:

- a) **Compacto:** Formado por un conjunto de hojas encoladas con una cubierta de papel “kraft”.
- b) **Sólido:** cartón compacto de gramaje superior a 1,000.
- c) **Ondulado:** construido por una o varias hojas de papel acanalado, encoladas sobre una o varias hojas de cartón plano. Es muy resistente al aplastamiento.

5.4.4.3 Materiales plásticos.

Son derivados de los hidrocarburos, y como tales plantean serios problemas de combustibilidad y reciclado. Los principales tipos son:

1. **Polietileno:** Utilizado en bolsas y para el enfundado de paletas.
2. **Porexpan:** También llamado corcho blanco. Muy utilizado como material de amortiguamiento o calce.
3. **Poliuretano:** Excelente aislante. Utilizado en las cajas de carga de los vehículos y en la fabricación de contenedores para transporte bajo temperatura controlada.

5.4.4.4 Materiales metálicos:

- **Acero:** Utilizado en bidones y, sobre todo, en el embalaje más importante del transporte: contenedores.
- **Aluminio:** Se usa con frecuencia en el transporte aéreo.

5.4.4.5 Los embalajes del transporte multimodal.

El transporte multimodal se basa en el concepto de agrupamiento de la mercancía en unas “unidades superiores de cargo”, creadas exclusivamente a efectos de transporte, a fin de abaratar la manipulación gracias al manejo de unidades normalizadas, disminuir los posibles daños (robos, roturas, etc.) y facilitar el traslado de mercancías, evitando la llamada “rotura de carga”.

Aunque se considere al contenedor el embalaje clásico del transporte multimodal, se cree que, por responder al mismo concepto, pueden incluirse también en este epígrafe tanto la plataforma de carga o paleta como el contenedor flexible o big-bag.

5.4.4.5.1 Paleta:

Del inglés ‘pallet’ se trata de una plataforma, generalmente, de madera, constituida por dos pisos unidos por largueros, que puede ser manipulada por carretillas elevadoras de horquillas (forklifts) o transpaletas, y que permite el agrupamiento de mercancías sobre él, constituyendo así una unidad de carga.

5.4.4.5.1.1 Tipos de paletas:

Los tipos normalizados más frecuentes de paletas son;

- **Universal:** 1,200 x 1,000 mm, muy utilizada en países de habla inglesa.
- **Europaleta:** 1,200 x 800 mm, habitual en los circuitos de distribución europeos.
- **Sin denominación específica:** La de 1,000 x 800 mm.

La paleta es uno de los eslabones clave en la logística, ya que frecuentemente al terminar el proceso de producción, las mercancías se agrupan sobre paletas por procedimientos automáticos o manuales, para luego ser enfundadas con láminas de polietileno termorretráctil o estirable, con el fin de impedir la entrada del polvo, agua, etc.

5.4.4.5.1.2 Contenedor:

Un contenedor es un instrumento del transporte, de carácter permanente, concebido para facilitar el transporte de mercancías sin rotura de carga por uno o varios medios de transporte, dotado de dispositivos que hagan que su manejo sea sencillo, ideado de forma que resulte fácil de cargar y descargar, y con un volumen interior de 1 m³ por lo menos.

Es decir, en la práctica, un contenedor es un gran cajón de dimensiones normalizadas, que por ello simplifica enormemente las operaciones de carga,

descarga y transbordo, disminuye los robos y da una mayor protección a la mercancía durante el transporte.

5.4.4.6 Normalización, certificación y homologación de embalajes.

Es frecuente, en el comercio internacional, que tanto las mercancías como sus envases y embalajes deban cumplir regulaciones técnicas específicas para ser aceptadas en su introducción y venta en los países receptores.

Esas regulaciones deben clasificarse en tres áreas:

a) Normalización:

Es una actividad que aporta soluciones para aplicaciones técnicas y científicas de carácter repetitivo, mediante el establecimiento de especificaciones técnicas que definen las características que requieren de un producto o servicio. La normalización puede ser facultativa (Norma) u obligatoria (reglamento) y tiene que ser efectuada por un organismo cuya actividad en este campo esté reconocida por ley.

b) Certificación:

Es la acción que tiene por objeto aseverar que un producto o servicio cumple determinadas normas o especificaciones técnicas.

c) Homologación:

Es la aprobación oficial de un producto, proceso o servicio efectuado por un organismo – oficial o privado – que tenga concedida esa facultad por disposición reglamentaria.

5.4.4.7 Manipulación y estiba de mercancías.

Para que la mercancía llegue a su destino en las condiciones de calidad definidas en el contrato de compraventa, no basta con efectuar un embalaje adecuado. La manipulación en los centros de carga (puertos, aeropuertos y terminales ferroviarias o de carreteras) y la estiba o colocación de la mercancía en el interior de los vehículos de transporte pueden tener tanta o más influencia en el resultado de la operación que el embalaje propiamente dicho.

5.4.4.7.1 Manipulación.

Cada una de la mercancía requiere formas y medios acordes con su naturaleza. Entre las herramientas más utilizadas para manipular las mercancías están:

1. **Carretillas de uñas “forklifts”:** son carretillas dotadas de unas uñas alargadas que se introducen bajo las cajas o paletas, permitiendo su izado.

2. **Transpaletas:** similares a las anteriores, pero generalmente de accionamiento manual.

3. **Straddle – carries:** son torres móviles para el traslado e izado de contenedores en las terminales.

4. **Rotopalas:** son grandes ruedas giratorias que, combinadas con cintas mecánicas, sirven para el manejo de grandes minerales como el carbón.

5. **Cintas mecánicas:** utilizadas para carga y descarga de cereales y minerales.

6. **Chuponas neumáticas:** se usan para efectuar la descarga de minerales ligeros y cereales mediante succión por vacío.

7. **Bombas de impulsión:** para carga de todo tipo de líquidos, como petróleo, productos, químicos, comestibles, etc.

5.4.4.7.2 Estiba:

Esta operación consiste en la colocación de la mercancía en el interior de los vehículos.

Sus objetivos son:

- Evitar daños tanto a la propia mercancía como al vehículo así como a otras mercancías que comparten con ellas el transporte.
- Facilitar las descargas parciales, evitando las remociones de carga, siempre costosas.

- Aumentar la seguridad del transporte mediante trincado, o sujeción de la mercancía a elemento resistente del vehículo (vigas, carteles, cuadernos, ganchos, etc.), y al estudio racional de la estabilidad.
- Aprovechar al máximo el espacio disponible.

5.4.4.8 Almacenamiento.

En todas las fases del transporte, bien sean iniciales, finales o intermedias, se planea la necesidad de almacenar la mercancía por períodos más o menos largos. Ello obliga a tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Costo adicional: Deben programarse las entregas reduciendo estos períodos al mínimo.
2. Un almacenamiento prolongado aumenta los riesgos de robo, mermas, derrames, roedores, etc.
3. Muchas mercancías no soportan el almacenaje a la intemperie.
4. Los almacenes mecanizados ofrecen mayor garantía del buen trato a la mercancía.
5. La mercancía de alto valor deberá almacenarse en recintos especiales con vigilancia reforzada.
6. Una preparación defectuosa de la documentación de embarque puede significar un almacenamiento indeseado (y oneroso) en la aduana del país de destino.

5.4.4.9 Identificación electrónica de embalajes.

El desarrollo de la electrónica y, como consecuencia, de la robótica y la informática íntimamente ligadas a ella, ha permitido incorporar al control de envases y embalajes técnicas inimaginables hace pocos años.

5.4.4.10 Determinación y casuística del valor en aduana.

Para la aplicación del sistema de valoración aduanera, la República Dominicana se rige por el Reglamento vigente por lo dispuesto en el texto del Acuerdo relativo a la aplicación del artículo VII del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, que en lo adelante se denominará Acuerdo del Valor del Gatt de 1994.

a) Valor en aduana

Dentro de la normativa aduanera, el valor en aduana de las mercancías tiene una trascendencia especial, por cuanto es la base para la aplicación de los aranceles que, actualmente son “Ad Valorem” de forma generalizada. En la República Dominicana, el AD-VALOREM se determina aplicándole el tipo de cambio del dólar (US\$) que determina el Banco Central, el cual este valor se convierte en peso dominicano (RD\$), lo que servirá como base para el cálculo de los impuestos aduanales en el país.

b) Valor de transacción:

Es la primera base para la determinación del valor en aduana de conformidad con el Acuerdo Relativo a la Aplicación del Artículo VII del Acuerdo Generales Aduaneros y Comercio de 1994, (GATT). Es decir, son las partes del precio pagado o por pagar y que se ajusta añadiendo o restando unos conceptos definidos y concretos, obteniéndose así el valor de transacción o valor en aduana.

El valor en aduana y valor de transacción son sinónimos en este caso, según el artículo 8 del (Acuerdo VII del Gatt) para determinar el valor en aduana por este método, se sumarán al precio efectivamente pagado o por pagar por las mercancías importadas:

1. Para determinar el valor en aduana de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1, se añadirán al precio realmente pagado o por pagar por las mercancías importadas:

a) Los siguientes elementos, en la medida en que corran a cargo del comprador y no estén incluidos en el precio realmente pagado o por pagar de las mercancías:

- Las comisiones y los gastos de corretaje, salvo las comisiones de compra;
- El costo de los envases o embalajes que, a efectos aduaneros, se consideren como formando un todo con las mercancías de que se trate;

- Los gastos de embalaje, tanto por concepto de mano de obra como de materiales;

b) El valor, debidamente repartido, de los siguientes bienes y servicios, siempre que el comprador, de manera directa o indirecta, los haya suministrado gratuitamente o a precios reducidos para que se utilicen en la producción y venta para la exportación de las mercancías importadas y en la medida en que dicho valor no esté incluido en el precio realmente pagado o por pagar:

- Los materiales, piezas y elementos, partes y artículos análogos incorporados a las mercancías importadas;

- Las herramientas, matrices, moldes y elementos análogos utilizados para la producción de las mercancías importadas;

- Los materiales consumidos en la producción de las mercancías importadas;

- Ingeniería, creación y perfeccionamiento, trabajos artísticos, diseños, y planos y croquis realizados fuera del país de importación y necesarios para la producción de las mercancías importadas;

c) Los cánones y derechos de licencia relacionados con las mercancías objeto de valoración que el comprador tenga que pagar directa o indirectamente como condición de venta de dichas mercancías, en la medida en que los mencionados cánones no estén incluidos en el precio realmente pagado o por pagar;

d) El valor de cualquier parte del producto de la reventa, cesión o utilización posterior de las mercancías importadas que revierta directa o indirectamente al vendedor.

2. En la elaboración de su legislación cada Miembro dispondrá que se incluya en el valor en aduana, o se excluya del mismo, la totalidad o una parte de los elementos siguientes:

a) Los gastos de transporte de las mercancías importadas hasta el puerto o lugar de importación;

b) Los gastos de carga, descarga y manipulación ocasionados por el transporte de las mercancías importadas hasta el puerto o lugar de importación; y

c) El costo del seguro.

3. Las adiciones al precio realmente pagado o por pagar previstas en el presente artículo sólo podrán hacerse sobre la base de datos objetivos y cuantificables.

4. Para la determinación del valor en aduana, el precio realmente pagado o por pagar únicamente podrá incrementarse de conformidad con lo dispuesto en el presente artículo.

5.5 Impacto del tipo de cambio de la moneda a usar en los costos de los productos.

Durante los meses de enero- agosto del año 2010, el tipo de cambio del dólar estadounidense ha oscilado entre RD\$35.60 - RD\$36.75 por 1 US\$, haciendo una franja de RD\$1.15, entre el nivel de abajo y el nivel de arriba esto se debe a que los comerciantes de nuestro país utilizan en cierta época del año, suficiente dólares para sus compras en el exterior como son marzo-mayo y agosto-octubre. Esto hace que el tipo de cambio se incremente independientemente de la política económica que esté implementando el Estado Dominicano y el Banco Central, con relación a las políticas fiscales, monetarias y de comercio exterior. Para evitar el riesgo cambiario, el importador debe utilizar el tipo de cambio más alto, es decir, él debe utilizar el valor mayor de la tasa de cambio para calcular el precio final del producto que llegará al cliente.

5.6 Determinación del costo y el precio de venta del banano orgánico exportado desde la República Dominicana bajo el Acuerdo de Asociación Económica con la UE.

El Centro de Exportaciones e Inversión (CEI-RD) reportó que el banano orgánico generó ingresos por US\$42.46 millones en el 2008 y que el país sule el 85% del producto a la Unión Europea. Más de 20,000 productores agrícolas participan en las exportaciones dominicanas de productos orgánicos y suplen sus cosechas a las 28 empresas del Clúster Orgánico, gremio agroempresarial que sirve de asociación para los que compiten en el mercado exterior de alimentos.

b) Determinación del precio de ventas

El precio de los bananos en República Dominicana está dado en base a dos categorías como son: banano orgánico y banano convencional donde existe una brecha entre uno y otro de alrededor de un 30% promedio, lo que significa que el banano orgánico es más caro. El orgánico US\$9.00 y el Convencional US\$7.00 por caja.

La estrategia competitiva que se utiliza en estos segmentos de mercado es de liderazgo en costo, ya que están muy poco diferenciados y el precio es excelente para mantener el producto competitivo, a medida que las empresas puedan bajar los costos del producto en esa misma medida las empresas serán más competitivas. Estos productos tendrán ventajas en costos en relación a productos importados de Centro América, América del Sur, y África .

“Los productores y las comercializadoras acuerdan semestralmente los precios de la caja de banano. Por lo general, los precios son más elevados en el primer semestre, ya que a partir de la semana 26 de cada año, entran al mercado de los países templados (Europa, Norteamérica y Japón) frutas de cosecha como manzanas, peras y duraznos, entre otras, lo cual reduce la demanda por bananos. Los precios pactados incluyen los costos de empaque, carga en el buque y trámites de exportación ²³”

En el mercado internacional, los precios FOB y CIF expresados en valores nominales, han permanecido estables a lo largo de los años. En Europa el precio CIF es de €17/caja. Para el primer trimestre de 2003, CIMS notificó unos precios FOB situados entre US \$5,4 y 8,5/caja, dependiendo del origen, y observó un sobrepeso de los productos orgánicos de US \$1/caja, frente al precio de los bananos convencionales del mismo origen. Los precios FOB registrados en el Perú pasaron de US \$5,5/caja en 2001 a US \$6 dólares/caja en 2002. En dicho año los precios al productor para el banano orgánico en el Perú

²³ Martínez et al., 2005. Martínez, Christian. . Mercado Mundial de Alimentos Orgánicos. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos. Argentina

fueron tan sólo de US \$ 2,3/caja .

En un análisis de la estructura de costos realizado por INIBAP se muestra que los precios al detallista es 2.05 veces respecto a los registrados en el puerto de llegada (CIF) para el banano convencional y de 3.7 veces para el banano orgánico. Ello se explica por los costos de transporte, descarte y márgenes de comercialización.

El sobreprecio del banano orgánico es de aproximadamente 20% sobre el precio del convencional. Hay sin embargo tendencia decreciente de dicho margen. En 1999 la brecha era de 40%, en el 2000 de 30%, en el 2001 entre 25 al 30%, en el 2002 de 20%.

1. Determinación del costo de producción e inversiones

De acuerdo con el Plan de Inversión para la Producción y Exportación del Banano Orgánico desde República Dominicana, elaborado por los productores del Cibao, los costos anuales de producción del banano orgánico por Ha (Hectáreas). son significativos, llegando a un total de S/. 8 931.72. En los cuales se incluyen los jornales, fertilizantes, asistencia técnica y riego.

Cuadro No.26

ESTRUCTURA DE COSTOS ANUALES DE PRODUCCIÓN DE BANANO

COSTO DE PRODUCCIÓN	S/. Ha	%
Jornales	4 392.00	49.2
Fertilizantes	3 310.20	37.1
Asistencia Técnica	1 057.52	11.8
Riego	172.00	1.9
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	8931.72	100.0
Costo Mensual (Soles /Ha.)	7 44.31	
Rendimiento Mensual (Millares/Ha.)	22.7	
Costo Unitario (Soles /Ha.)	626.17	

Fuente: Plan de Inversión – ASOBANU: 2010.(Elaboración Propia)

Cuadro No.27

ESTRUCTURA DE INVERSIÓN DE EMPRESARIOS PRODUCTORES DE BANANO ORGÁNICO (INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO)

TIPO DE INVERSIÓN	VALOR POR HA.(Hectárea)	CANTIDAD	VALOR TOTAL
ACTIVO FIJO			
Tangible	10562.4	334.06	3528475.34
Intangible			70300.00
Total Activo Fijo			3,598,775.34
CAPITAL DE TRABAJO			
Costos Directos	7807.4	334.06	2608140.04
Costos Indirectos	546.52	334.06	182569.80
Total Capital de Trabajo			2790709.84
INVERSIÓN TOTAL			6,389,485.19

Fuente: Plan de Inversión – ASOBANU

Los costos de insumos también se han incrementado como consecuencia de la reevaluación del peso y del precio del petróleo. Se observa un incremento significativo en el precio de petróleo, el cual influye a la vez en el alza de los fletes internacionales e insumos (plásticos y agroquímicos). El precio de los fertilizantes se incrementó entre 25% y 45% en 2007 (Dinero, 2008).

En la República Dominicana, los costos de producción de banano son determinados, en gran medida, por el riego, la fertilización y el control de la sigatoka negra. Para evitar esta enfermedad, un bananero debe fumigar unas 36 veces en el año y así mantener la calidad del banano.

Las principales enfermedades del banano son la sigatoka negra, el moko,

los nematodos y el moquillo. Estas enfermedades atacan las hojas, el pseudotallo, las raíces y el fruto del banano respectivamente. La sigatoka negra es la más peligrosa, ya que puede causar pérdidas en el rendimiento y madurez prematura de la fruta, situación que dificulta su exportación. Por lo general la sigatoka negra se controla a través de fumigación aérea, la cual resulta muy costosa, en especial para los pequeños bananeros. Los fertilizantes y fungicidas contienen insumos importados derivados del petróleo, que han incrementado su valor en los últimos años de manera desproporcionada.

Así mismo, se estima que” las inversiones en riego pueden aumentar la productividad bananera hasta en un 25% por hectárea, pero la crisis del sector ha llevado a que los pequeños y medianos bananeros no adelanten esta clase de proyectos por falta de recursos “²⁴

Un estudio del Banco Agrícola estimó para principios del 2008 los costos de producción, los ingresos y la productividad del banano orgánico en República Dominicana: los costos son del orden de 16,000 pesos por hectárea, la producción promedio de 20 toneladas por hectárea (1.103 cajas/Ha./año), mientras el costo por tonelada era de 778 mil pesos.

Cuadro No.28

Actividades		Ban
Costos	directos	\$11.
Costos	indirectos	\$
Costos	totales	\$15.
Precio	promedio	\$
Producción	Prom.	20,0
Punto	equilibrio	22,8

²⁴ Revista de economía y negocios, Dinero.com

Costo Tonelada \$

Fuente: Banco Agrícola,

Para llegar a su punto de equilibrio, los cálculos del Banco Agrario estiman que la unidad productiva debe producir 22,8 ton./Ha. (1.257 cajas/Ha./año). Al consultar con los bananeros y técnicos de la en las diferentes zonas bananeras, se encontraron rentabilidades muy diferentes entre los grandes y pequeños productores, así como entre las subregiones bananeras. Algunos conocedores del sector estiman que para ser rentable en banano lo mínimo que se debe producir es 2.600 cajas/Ha./año. Desde la teoría de la organización industrial se puede argumentar que en la Zona Bananera del existen unos pocos grandes productores y muchos pequeños bananeros. En este mercado, los grandes productores sacan provecho de sus economías de escala, mientras los segundos deben unirse para sobrevivir con mayor productividad, o reproducir la pobreza o desaparecer, para darle espacio a otras actividades productivas del sector agrícola.

Los grandes productores de banano tienen una productividad muy superior a la media, lo que los hace competitivos, a pesar de las dificultades que implica la revaluación del peso y el aumento de los precios de los insumos agrícolas, muchos de los cuales utilizan derivados del petróleo.

Los pequeños productores, por lo general de menor productividad, tienen rendimientos que en algunos casos desciende a 1.000 cajas/Ha./año, indicador con el que sólo logran reproducir la pobreza. En este sentido, son unidades productivas de bajo nivel tecnológico y competitivo. Los pequeños productores han dejado de exportar, no tienen a quien venderle la fruta por no cumplir con las especificaciones técnicas exigidas en el mercado internacional. Esto los ha obligado a vender el banano en el mercado local, a precios muy reducidos, si se comparan con los de exportación. Algunas de estas fincas de menor productividad han salido del mercado, de las cuales unas han sido abandonadas y otras han sido convertidas en cultivos de palma. Como puede verse en el cuadro 11, los

costos de producir palma son menores, representando apenas el 37% de los costos del banano por hectárea.

El anterior problema de baja productividad tiene el agravante de que los pequeños productores de banano, con fincas menores de 5 hectáreas, representan el 66% de los propietarios y concentran el 10% de las hectáreas cultivadas. Al abandonar sus propiedades, se generan problemas de índole económico, social y fitosanitario como desempleo, inseguridad y pobreza, además de perder el control sobre enfermedades como la sigatoka negra.

2. Costo unitario del producto

El costo total del producto asciende a RD\$2, 207,394 y la cantidad de artículo importado que son 125 unidades representando un costo unitario de RD \$2, 207,394 /125 unidades = **RD \$17,659**.

Hay que señalar que para poder determinar el costo del producto para el empresario, éste ajusta el tipo de cambio al nivel de arriba a que llega la fluctuación, por esa razón, considera una prima de riesgo cambiario entre el valor considerado en aduana para el ad-valorem y el nivel de arriba de la fluctuación. Aduana considera un tipo de cambio de ad-valorem de RD\$31.10 por US \$ y el empresario RD \$31.20 por US \$, creándose una prima por riesgo de RD \$0.10 sobre el valor CIF de la materia.

Cuadro No.29

ESTRUCTURA DE INVERSIÓN DE EMPRESARIOS EXPORTADORES DE BANANO ORGÁNICO

TIPO DE INVERSIÓN	VALOR POR HA.	CANTIDAD	VALOR TOTAL
ACTIVO FIJO			
Tangible	26292.59	27.00	709900.05
Intangible			11000.00
Total Activo Fijo			720900.05
CAPITAL DE TRABAJO			
Costos Directos	15178.06	417.58	6337978.40
Costos Indirectos	12179.58	417.58	5085889.51
Total Capital de Trabajo			11423867.91
INVERSIÓN TOTAL (pesos)			12,144,767.97

Fuente: ASOBANU: Asociación de Bananeros Unidos de la Línea Noroeste. 2010.

Las ventajas de consumir alimentos biológicos han obligado a muchos consumidores de los mismos a estar dispuestos a pagar hasta un 20 por ciento más que por los productos convencionales. Apoyados por las significativas inversiones

en distribución de las grandes cadenas de supermercados que incrementaron las ventas de banano biológico en los países importadores.

Nota:

El Centro de Exportaciones e Inversión (CEI-RD) reportó que el banano orgánico generó ingresos por US \$42.46 millones en el 2008 y que el país suple el 85% del producto a la Unión Europea. Más de 20,000 productores agrícolas participan en las exportaciones dominicanas de productos orgánicos y suplen sus cosechas a las 28 empresas del Clúster Orgánico, gremio agroempresarial que sirve de asociación para los que compiten en el mercado exterior de alimentos. Cifras del CEI-RD indican que entre enero y agosto de 2008 por el cacao orgánico las exportaciones generaron US \$44.67 millones. El café orgánico y los mangos orgánicos también tienen participación. Canadá y la Unión Europea adquieren el 85% de los productos orgánicos producidos en República Dominicana. El acceso al mercado estadounidense lo limita el precio, los europeos y canadienses prefieren frutas pequeñas pero buenas y pagan más, el consumidor de Estados Unidos busca en el supermercado frutas grandes y baratas. Por ejemplo, en el banano, la diferencia de precios entre una caja de banano orgánico y convencional es US \$ 2, el primero cuesta US \$ 9.00, el segundo vale U S \$ 7.00.

Cuadro No.30

PRECIO ESTIMADO PARA BANANO ORGÁNICO (US\$/TON).

Precio al productor

PAISES	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ESTADOS UNIDOS	386.10	417.45	412.92	411.58	1080	904	1014
ALEMANIA	599.16	638.22	666.35	733.57			1196

JAPON	627.69	633.85	640.06	733.57			
BELGICA	490.05	540.42	586.38	584.65			1142
RUSIA	418.83	436.09	445.82	477.5			
ITALIA	568.14	589.42	598.04	638.97			1009
REINO UNIDO	623.62	653.5	681.16	727.65			1198
CHINA	417.81	423.66	429.19	485.09	407.6	431.3	598.7
FRANCIA	623.55	694.9	732.24	817.93			836.0

FAO.STAT 2008

Los precios del banano orgánico son determinados por el precio del banano convencional y como se observa en el cuadro No.30 siguen en aumento cada año. Dicho cuadro muestra la ausencia de datos oficiales de muchos países consumidores por lo cual deberá buscarse en las fuentes de estos. Para la obtención del precio unitario se realiza el siguiente cálculo:

$$\text{Precio/Tons} \div \text{Ton/Kg} = \text{Precio unitario/ kg}$$

Así se observa que el país que pagó mas caro el banano es de los países desarrollados es Reino Unido a un valor unitario de 1.20 USD \$ /kg y el más bajo fue China con un valor de 0.60 USD \$ / kg . Por lo cual Republica Dominicana tiene sus mercados dirigidos hacia el país que mas valora el producto orgánico y debe hacer sus mayores esfuerzos para no perder ese mercado tan valioso.

5.7 Procedimientos para la transportación, empaque, embalaje y almacenamiento del banano orgánico dominicano.

El banano orgánico, por su naturaleza, conlleva un conjunto de requerimientos y medidas que se realizan desde su corte hasta su almacenamiento.

Después del corte los racimos son transportados a la sala de empaque a través de garfios enganchados en roldanas que se deslizan sobre cuerdas (cordeles), o los garfios de enganche se sujetan en los carriles para transportar.

Una vez colocados en el área de empaque se cortan y se escogen las mejores trazas para introducirlas en sal aluminosa, extracto de naranja o limón para ser desinfectadas y prevenidas las partes cortadas con vinagre. Después se procede al embalaje de las porciones cortadas, cumpliendo con todas las regulaciones de calidad y sanitarias, en cajas de cartón Standard de 20 Kg., y cubiertas con una envoltura de polietileno.

Los materiales destinados al uso en el interior del embalaje deberán ser nuevos, limpios y de tal calidad que no causen daños externos ni internos en los productos.

Está permitido el empleo de papel, etiquetas autocolantes o de materiales que contengan datos sobre la empresa, siempre que en su impresión o en sus etiquetas no se hayan empleado colores ni pegamentos venenosos.

La siguiente operación consiste en llevar las cajas empacadas a instalaciones frigoríficas para controlar el proceso de maduración con temperaturas oscilantes entre 12 y 15 grados centígrados. Es importante que la bodega o almacén donde se coloque el producto se le controle el nivel de oxígeno para evitar una maduración prematura.

Capítulo VI.

Efecto del acuerdo de libre comercio entre la Unión Europea y la República Dominicana en la obtención de ventajas competitivas en el sector Bananero.

El acuerdo de libre comercio con la Unión Europea abre totalmente ese mercado a la República Dominicana sin cuotas ni aranceles, y con reglas compatibles con la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Mediante su puesta en marcha, el sector bananero dominicano será altamente beneficiado, pues tendrá acceso, libre de aranceles, a más de 480 millones de consumidores. El acceso sin restricciones al mercado europeo es uno de los logros más significativos de dicho acuerdo, así como la conformación de una estructura legal e institucional para facilitar los flujos de inversión extranjera directa hacia la República Dominicana, lo que motivará a que inversionistas europeos vengan a invertir en el área orgánica, tomando en consideración la ubicación geográfica privilegiada del país.

Para la República Dominicana se puede inducir que con la entrada de los países de Perú, Ecuador, Colombia y Centro América y manteniendo los valores iniciales estadísticos de precio, cajas por tarea mantendría sus precios competitivos por lo

que la entrada en vigor del AAE, más que beneficiar a los países, beneficiará a los consumidores del rubro pues podrán obtenerlo a un menor precio .

El desarrollo de esta afirmación se presenta a continuación:

La Republica Dominicana produce dos cajas por tarea mientras que el más eficiente de los países citados produce 3.5 cajas promedio por tarea , por lo cual el precio para el banano dominicano será de 500.00euros/TM mientras el banano del otro país será de 421.00 euros/TM sin los aranceles del 2010. Añadiendo los aranceles del 2010 seria 421.00 euros +148euros (aranceles) = **569.00 euros**. Considerando el 2017 como el momento crítico el costo de exportación será de 421.00 +114.00= **535.00 euros** mientras Republica Dominicana se mantendría con el costo de 500.00 euros + 0 (aranceles)= **500.00 euros**. Estas estimaciones demuestran que para La Republica Dominicana, el mayor exportador de banano orgánico, es positivo el ingreso al AAE y que se presenta un futuro promisorio pues el país está siendo mejorado en todo su entorno y que la eficiencia de las fincas bananeras está aumentando con los esfuerzos del gobierno, los organismos para el desarrollo y los productores del rubro. El cálculo para la tonelada métrica para la Republica Dominicana se obtiene a continuación:

1 tonelada métrica es igual a 50 cajas de 40 libras o 18.14 kg.

1 cajas de 40 libra = a 10 euros x 50 cajas = 500 + 00 de impuestos

Esto es igual a 500 euros la tonelada métrica

En este desenlace de tratados y convenios quienes saldrían mas perjudicados son las islas barlovento del Caribe y para aliviar este problema la EU lanzara un paquete de ayuda de 4 millones de dólares a los países de ACP afectados por un periodo de cuatro años.

Sin embargo, dicho sector deberá esforzarse para poder aprovechar las nuevas oportunidades que se abren y enfrentar sus desafíos a través de la introducción de nuevas estrategias de producción y mejorando su competitividad, a través de iniciativas emprendedoras e innovadoras. Para ello, será imprescindible que haga fuertes inversiones en mejorar su entorno competitivo, el cual abarca,

entre otros aspectos, infraestructura, condiciones sanitarias y fitosanitarias, capacitación de sus recursos humanos y salud, pasando por una reingeniería total del sector.

Según Friedrich List, destacado economista alemán del siglo XIX, “la libre competencia entre dos naciones es mutuamente beneficiosa si ambas se encuentran a un nivel casi igual de desarrollo industrial, pero cualquier nación que esté menos desarrollada que otras debe antes de nada fortalecerse hasta que esté preparada para la libre competencia con naciones más avanzadas”.

En tal sentido, deberá tenerse mucha precaución en el desarrollo del mismo, pues, para que sea beneficioso, el país deberá alcanzar un mayor nivel de desarrollo en políticas macroeconómicas que garanticen la estabilidad, políticas industriales coherentes con su nivel de desarrollo y un buen clima de inversión

Conclusiones

Al finalizar la presente investigación sobre la Incidencia del Tratado del Libre Comercio entre República Dominicana y la Unión Europea en la Comercialización del Banano Orgánico, se pudo arribar a las siguientes conclusiones:

1. Para el año 2010 la República Dominicana experimentará en sus exportaciones hacia Europa un incremento significativo en relación al 2009, debido

al aumento de la demanda por parte de nuevos países integrantes de la Unión Europea, lo que permitirá al país innovar su producción e implementar nuevas estrategias competitivas.

2. Las exportaciones dominicanas de banano orgánico hacia la UE continuarán su ritmo ascendente y el consumidor europeo lo recibirá a menor precio, al pagar menos gravámenes, sin embargo, deberán trazarse nuevas regulaciones que controlen la entrada de los productos europeos al país, pues podría desembocar en una competencia desigual que a la larga afectaría la producción local.

3. El Tratado de libre comercio entre Europa y nuestro país, conducirá, necesariamente, a la reducción de la corrupción y a un mejor manejo de la política monetaria, lo que redundará en un mayor clima de confianza entre los inversionistas nacionales y extranjeros y al consiguiente incremento de la producción.

4. La República Dominicana deberá fomentar una cultura innovadora, a fin de modernizar su entorno institucional, desde sus marcos regulatorios hasta sus normativas laborales y ambientales, lo que conducirá a mejores niveles de competitividad.

5. Las autoridades gubernamentales deben implementar, a escala nacional, la formación y capacitación de los productores agrícolas, mediante el fomento de la relación Universidad-Empresa, así como crear una infraestructura que incluya centros de investigación, capacitación e incorporación de la herramienta tecnológica, donde se desarrollen vínculos de interrelación de las empresas con las universidades e institutos técnicos de forma tal que la investigación esté directamente relacionada con el sector productivo, todo lo cual, a mediano y largo plazo, se reflejara en el incremento de la capacidad productiva nacional.

6. El Estado deberá diseñar y fomentar medidas protectoras de la industria local (subsidios, aranceles, controles de capital, incentivos y facilidades

para la adquisición de maquinarias y tecnologías, etc.) para así poder hacer frente a la poderosa maquinaria productiva de la Unión Europea, cuyos agricultores reciben enormes subsidios a diferencia de los nacionales

La República Dominicana debe concretar planes efectivos de desarrollo, pues en lo adelante, su futuro dependerá de trazar, innovar y planificar por adelantado, diseñando primero sus propias estrategias de desarrollo e identificando después de qué modo el AAE puede servir de catalizador en el proceso.

VII. Referencias Bibliográficas

1. Banana Link. Página electrónica: www.bananalink.org.uk
- 2-Bananodominicano Link . Pagina Electronica www.bananodominicano.com
- 3-<http://www.aeih.org.do/dicoex/preguntas.html>
- 4-CEPAL (2008). **República Dominicana 2030** (2008-1)
- 5-Comisión Económica para América Latina y El Caribe - CEPAL. (1993)
- 6-Análisis de las cadenas agroindustriales en Ecuador y Perú. Estudios e Informes - Naciones Unidas. Chile.
7. Comisión Económica para América Latina y El Caribe - CEPAL. (1993). Tendencias y perspectivas de las exportaciones de banano de América Latina y El Caribe. Chile.
- 8 FAOSTAT. Base estadística de producción mundial, rendimiento, exportaciones e importaciones. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).
9. Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2002). Elaboración de un Plan Estratégico: Cluster de Banano. Ecuador
10. Corporación Colombia Internacional. (2000). Perfil de Producto: Banano. N° 7. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural-Sistema de Inteligencia de Mercados (SIM). Colombia.
11. MINAG-OIA. Base estadística de producción, rendimiento y siembras. Ministerio de Agricultura. Lima
- Secretaría de Estado de Agricultura (SEA)
- 12- Instituto Agrario Dominicano (IAD)
- 13• Secretaría de Estado de Economía, Planificación y Desarrollo (SEEPYD).
- 14• Secretaría de Estado de Medio Ambiente
- 15• Banco de Desarrollo Agrícola de la República Dominicana
- 16• Consejo Nacional de Competitividad (CNC)
17. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación – FAO. (2001). Mercado del banano biológico y de comercio equitativo. Comité de Problemas de Productos Básicos – Grupo Intergubernamental sobre el Banano y las Frutas Tropicales. Australia, 1999 - Costa Rica.
- 18-inisterio de Transporte, Turismo y Comunicación (1989). *Prácticas Logísticas Empresariales y Zonas de Actividades en España*
- 19-CEI-RD). Centro de investigación de Republica Dominicana
20. Armendáriz, Oscar. (2002). *Visión Macro del Sector Bananero. Superintendencia de Bancos y Seguros-Dirección Nacional de Estudios y Estadísticas*. Ecuador.
21. Asociación Naturland. (2001). *Agricultura Orgánica en el Trópico y Subtrópico: Banano* (2º Edición). Naturland. Alemania.
22. Castillo, Marlene. (1998). *Ruralidad en el ámbito de las cuencas de los ríos Chira y Piura (Costa del Departamento de Piura): Enfoque y diagnóstico*. Tesis de Postgrado - Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima.

23. Martínez, Christian. (2002). Mercado Mundial de Alimentos Orgánicos. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos. Argentina. MINAG-DGPA. (2003). Programa Nacional de Banano Orgánico. Ministerio de Agricultura. Lima.

.

24. Paz, Eduardo. Un cluster bananero: propuesta de desarrollo (Valle del Chira). Lima.

25. Riveros, Hernando. (2000). Oportunidades y desafíos para las agroempresas rurales derivadas de las tendencias de los mercados de alimentos. PRODAR.

26. Roldán, D., Salazar, M. & González, F. (2002). La Cadena de Banano en Colombia. Observatorio Agrocadenas Colombia-Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Documento de Trabajo N° 17.

27. Rosales, F. Tripon S. & Cerna J. (1998). Producción de banano orgánico y/o ambientalmente amigable. Memorias del taller internacional realizado en la EARTH. INIBAP. Costa Rica.

28. Servicio Holandés de Corporación al Desarrollo. (2003). Diagnostico de la Cadena de Exportación de Bananas Orgánicas desde Piura- Perú. SNV. Ecuador.

29. UN Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade). Base Estadística de importaciones y exportaciones.

30. Tugores, J. (1999). *Economía Internacional e Integración Económica*. Tercera Edición, México..

31. Hopenhayn, B. y Vanoli, A. (2002). *La Globalización Financiera. Génesis, auge, crisis y reformas. Fondo de cultura económica*. Primera Edición, España.

32. Eiteman, D. et al (2000). *Las Finanzas en las Empresas Multinacionales*. Prentice Hall. Octava Edición, Bogota, Colombia,

33. Madura J. (2001). *Administración Financiera Internacional. Soluciones Empresariales*. Sexta Edición, México.

34. Krugman, P. Y Obstfeld, M. (2001). *Economía Internacional. Teoría y Política*. Addison Wesley. 5ta. Edición, Chile.

35. Rugman, A. y Hodgetts, R. (1997). *Negocios Internacionales. Un enfoque de Administración Estratégica*. McGraw-Hill, España.

36. Levi, M. (1997). *Finanzas Internacionales*. McGraw-Hill. Tercera Edición, México.

37. Miller, A. et al (2002). *Economía Hoy*. Addison Wesley. Edición 3era., México.

38. Fabozzi, F. et al (1996). *Mercados e Instituciones Financieras*. Prentice Hall. Primera Edición, España.

39. Van Horne, J. (1995). *Administración Financiera*. Prentice Hall. Décima Edición, Brasil.

40. Arese, H. (1999). *Comercio y Marketing Internacional. Modelo para el diseño estratégico*. Grupo Editorial Norma. Bogota, Colombia.

41. Czinkota, M. et al (2002). *Marketing Internacional*. Prentice Hall. Sexta edición, México.
42. Porter E., M. (1999). *Ventaja Competitiva. Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior*, Mc Graw Hill, México.
43. Bowersox, D. et al (1992). *Dirección de la distribución física*, Ediciones Ciencias Empresariales, España.
44. Aramayo García, A. (2000). *Organización y estrategia de la empresa hacia la gestión de la empresa en Internet, Medios de pagos internacionales*, Universidad de Barcelona, España.
45. Jaramillo, R. (1987). La red internacional para el mejoramiento de bananos y plátanos (INIBAP). *Asbana* 11(27): 21-22
- 46-Smith, Adam (1776, 1976), "The Wealth of Nations", University of Chicago press, Chicago.
- 47-Chang, Ha-Joon (2007), "Bad Samaritans - Rich Nations, Poor Policies and the Threat to the Developing World", Random House business Books, Londres Barcelona, España.
48. Merlen-Ponty, M. (1993). *Fenomenología de la percepción*, España, Planeta Agostini.
49. Fisher, R. et al (1996). *Si de Acuerdo*, Colombia, Editora Norma.
50. Lambín, J. (1987). *Marketing Estratégico*, Madrid, Mc.Graw Hill, México.
51. Brey, M. (2003). *Crédito Documentario*, Universidad de Barcelona, España.
52. Brey, M, (2004).
- 53- OMC (2008), "International Trade Statistics 2008", Ginebra
- 54-Reinert, Erik (2007), "How Rich Countries Got Rich ... and Why Poor Countries Stay Poor"-
- 55-Martha Huamán Garibay(eumed.net/libros/2009
- 56-Ing. Manuel Suquiland, <http://inforganic.com>
- 58Coody, 1994. . Producción de banano organico y/o ambiente amigable
- 59 Riddle y Ford, 1995. Producción de banano organico y/o ambiente amigable
- 60 Flores-Llanos, K.(2010) .Asociatividad de los productores y cadena productiva del banano orgánico
- 61-García, D. 2004 . Plan Nacional de Desarrollo. Estado Comunitario
- 62-Comisión Europea (2008), "Europe in figures, Eurostat yearbook 2008", Eurostat, Luxemburgo.
- 63-Comisión Europea (2006), "Global Europe: competing in the World. A Contribution to the EU's
- 64-Undermine Free Trade", Oxford University Press, Nueva York.
- Chang, Ha-Joon (2002), "Kicking Away the Ladder: Policies and Institutions for Economic

VIII.- CRONOGRAMA

Actividades	Ene-10	Feb-10	Mar-10	Abr-10	May-10	Jun-10	Jul-10	Ago-10	Sep-10	Oct-10	Nov-10	Dic-10
Investigación y recolección de información												
Análisis y organización de las informaciones												
Elaboración del Segundo Informe												
Presentación Segundo Informe												
Corrección Segundo Informe												
Presentación Tercer Informe												
Elaboración Informe Final												
Desarrollo Tesina												
Envío Tesina												

IX.-Anexos:

ANEXO No.1.

Empresas involucradas en la exportación y elaboración de algunos productos orgánicos en República Dominicana

Empresa	Producto
Américo Melo & Co. C.X.A	Café
Caribbean fruit	Bananos
Caribex Dominicana	Puré de mango
Confederación Nacional de	Café, mantequilla de cacao
Ecofair S.A. Y/O Supliban S.A.	Bananos
Grupo de Desarrollo Rural	Café verde
Grupo de Desarrollo Rural Nacional,	Café
Horizontes Orgánicos C.X.A	Bananos, aceite de coco, mangos, café,
Plantaciones del Norte	Bananos, piñas
Procesadora de Caña Orgánica, Cruz	Jarabe de azúcar, azúcar, melazas
Reno, S.A.	Piñas frescas
Savid S.A.	Bananos, mangos, cocos
Banelino	Bananos
Banama	Bananos
Ekobananeras	Bananos
CONACADO	Cacao
APROCACI	Cacao
CAFIESA RD, Inc	Cacao
Comercial Roig C.X.A	Cacao
Nazario Risek, C.X.A	Cacao, Café, Limón Persia
Ramírez & Co	Café
Américo Melo & Co	Café
Fénix Trading	Frutas y Vegetales Frescos
Bioberg	Bananos
Eko-Bio Dominicana	Café, Azúcar
ADOCAFES	Café
Wellington Liriano	Aguacate, Piña, Passion Fruit
Comercial Agrícola FMD	Aguacates, Plátanos y Naranjas
Bon Agro-Industrial	Pulpa de Mango

ANEXO No.2.**Organismos Involucrados en la Producción Orgánica en la República Dominicana**

Organismo	Tipo de organismo	Actividad
Organismos locales		
JAD	ONG	Investigación y extensión
CEDAF	ONG	Investigación, extensión, coordinación
GRAN	ONG	Extensión, comercialización, finanzas
ADAO	ONG	Coordinación, apoyo a las políticas
FAMA	ONG	Capacitación
Universidades locales	Públicas/privadas	Creación de capacidad
Organismos		
JICA	Asistencia para el desarrollo	Investigación, extensión, finanzas, comercialización
HELVETAS	Asistencia para el desarrollo	Creación de capacidad

Fuente: FAO "Mercados Mundiales de Frutas y Verduras Orgánicas".

ANEXO No.3.**Principales Empresas Productoras de Productos Orgánicos Cantidad, Área y Superficie**

Nombre	Cultivos	Cantidad En: Ton, Unidad, Caja /Año	Área Certificada
Horizontes Orgánicos	Guineo, Mango, coco	3,282 Tn	213 Ha
Américo Melo, CxA	Café	2,394 Sacos -200	244 Ha
Banana, S. A.	Banano, Coco, Limón y Mango		68.6 Ha
Flaquer & Cia., S.A.	Coco	2,488 TN	267 Ha
Conacado	Cacao	16,000 Tn	
Aprocaci	Cacao	400 Tn	573 Ha
Nazario Rizek Cxa	Cacao, Limón, Coco y Plátano	1,279 Tn	1,846 Ha
Comercial Roig Cxa	Cacao, Plátano y Guineo	1,542 Tn	2,965 Ha
Bio Cafcao,S.A	Cacao	3,267 Tn	7,041 Ha
Ecocibao	Abono Orgánico	1,057 Tn	819.75 Ha
Terra Orgánica Sa.	Abono Orgánico	200 Q/Día	80 Tn
Plantaciones Del Norte	Banano		1.61 Ha
Munne&Cia Cxa	Cacao		
Gran	Café	154 Tn	57252 Tn
David Herrera-Fénix Trading	Limón, Mango Y Jengibre		246.4 Ha
José Paiewonsky E Hijos, Cxa	Cacao	370.6 Tn	887.3 Ha
Savid Dominicana Cxa	Banano, Coco, Limón y Mango		1320 Ha
Red De Com. Loma Guaconejo	Cacao		
Munne&Co. C. Por A.	Cacao y Noni		
Consorcio Cítrico Dominicano C. Por A.	Mango y Cítrico	240 TN	

Fuente: Secretaria de Estado de Agricultura

ANEXO No 4.

Productos, superficies y productores orgánicos certificados, según decreto RD.

820, UE 2092/91 por las certificadoras B C S, IMO, SKAL, SUELO y SALUD

Cultivo	Número de productores	Superficies /ha	Productos TM
Aguacates	81	225	
Arroz	1	38	646
Bananos	790	3,952	100,166
Cacao	6742	30,902	9,237
Caña de azúcar	203	3.241	145,000
Coco	30	1,705	4,690
Jengibre	96	68	528
Lechosa	2	16	1,229
Limón(persa, criílo)	11	545	3,035
Mango	19	324	3,533
Tabaco	1	14	0
Tierra sin cultivar	4	5,341	0
Vegetales	1	17	0
Yuca amarga	73	149	1,087
Café	6702	19,186.85 ha	979.14
Total	14,933	68,289 HA	

Fuente: Secretaría de Estado de Agricultura

Anexo N05

UE: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, República Checa, Chipre, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Polonia, Portugal, Reino Unido, Rumania, Suecia

ACP: Angola, Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados, Belize, Benin, Botswana, Burkina Faso, Burundi, Camerún, Cabo Verde, República Centroafricana, Chad, Comoros, Congo (Brazzaville), Congo (Kinshasa), Islas Cook, Costa de Marfil, Djibouti, Dominica, Republica Dominicana, Guinea Ecuatorial, Eritrea, Etiopia, Fiji, Gabon, Gambia, Ghana, Grenada, Guinea, Guinea-Bissau, Guyana, Haití, Jamaica, Kenia, Kiribati, Lesotho, Liberia, Madagascar, Malawi, Mali, Islas Marshall, Mauritania, Mauricio, Micronesia, Mozambique, Namibia, Nauru, Níger, Nigeria, Niue, Palau, Papua Nueva Guinea, Ruanda, Saint Kitts y Nevis, Saint Lucia, Saint Vincent y las Grenadines, Samoa, Santo Tome y Príncipe, Senegal, Seychelles, Sierra Leona, Islas Solomon, Somalia, Sudan, Suriname, Swazilandia, Tanzania, Togo, Tonga, Trinidad y Tobago, Tuvalu, Uganda, Vanuatu, Zambia, Zimbabwe

Comunidad Andina: Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú

ASEAN: Brunei, Cambodia, Indonesia, Laos, Malasia, Myanmar, Filipinas, Singapur, Tailandia, Vietnam

América Central: Costa Rica, Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Panamá

CCG: Bahrain, Kuwait, Omán, Qatar, Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos
MERCOSUR: Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Venezuela
Euromed: Algeria, Egipto, Gaza y Jericó, Israel, Jordania, Líbano, Marruecos, Siria, Túnez

Anexo 6

AA Acuerdo de Asociación
AAE Acuerdo de Asociación Económica
ACP África, Caribe y Pacífico
AOD Asistencia Oficial al Desarrollo
ASEAN Asociación de Naciones del Sudeste Asiático
BTCs Barreras Técnicas al Comercio
CA Centroamérica
CAFTA Tratado de Libre Comercio entre EEUU, Centroamérica y República Dominicana
CAN Comunidad Andina de Naciones
CCG Consejo de Cooperación del Golfo
GATT Acuerdo General de Aranceles y Comercio
IED Inversión Extranjera Directa
FMI Fondo Monetario Internacional
DPI Derechos de Propiedad Intelectual
MERCOSUR Mercado Común del Sur
NMF Nación Más Favorecida
OMC Organización Mundial de Comercio
PAC Política Agrícola Común
PIB Producto Interior Bruto
PMDs Países Menos Desarrollados
PPA Paridad de Poder Adquisitivo
RDD Ronda de Doha para el Desarrollo
SPG Sistema de Preferencias Arancelarias Generalizadas
TDCA Tratado de Comercio, Desarrollo y Cooperación
TLC Tratado de Libre Comercio
UE Unión Europea
UNCTAD Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

ANEXO No7

WT/L/784

15 de diciembre de 2009

Consejo General

17-18 de diciembre de 2009 Original: inglés

ACUERDO DE GINEBRA SOBRE EL COMERCIO DE BANANOS

Comunicación del Brasil, Colombia, Costa Rica, el Ecuador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, el Perú, la República Bolivariana de Venezuela y la Unión Europea

Se ha recibido de la delegación de la Unión Europea la siguiente comunicación, de fecha 15 de diciembre de 2009, con la petición de que sea distribuida a los Miembros.

15 de diciembre de 2009

Acuerdo de Ginebra sobre el comercio de bananos

1. El presente Acuerdo se concierta entre la Unión Europea (en adelante la "UE") de un lado, y el Brasil, Colombia, Costa Rica, el Ecuador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, el Perú y Venezuela (en adelante "los proveedores latinoamericanos de banano NMF", de otro) en relación con la estructura y funcionamiento del régimen comercial de la UE para los bananos frescos, con exclusión de los plátanos, clasificados en la línea arancelaria 0803.00.19 del SA (en adelante "bananos") y las condiciones aplicables al mismo.
2. El presente Acuerdo se entiende sin perjuicio de los derechos y obligaciones en el marco de la OMC de todos sus signatarios, a reserva de lo dispuesto en los párrafos 3 a 8 *infra*.
3. La UE conviene en lo siguiente:
 - a) Sin perjuicio de lo estipulado en el apartado b) *infra*, la UE aplicará a los bananos aranceles no superiores a los que a continuación se indican²⁵:

- del 15 de diciembre de 2009 al 31 de diciembre de 2010	148 euros/tm
- 1º de enero 2011	143 euros/tm
- 1º de enero 2012	136 euros/tm
- 1º de enero 2013	132 euros/tm
- 1º de enero 2014	127 euros/tm
- 1º de enero 2015	122 euros/tm
- 1º de enero 2016	117 euros/tm

39

²⁵ A la firma del presente Acuerdo, la UE aplicará retroactivamente el (los) arancel(es) indicado(s) en el párrafo 3 a) durante el período comprendido entre el 15 de diciembre de 2009 y la fecha de la firma. Las autoridades aduaneras competentes, previa petición, reembolsarán los derechos pagados en exceso de la cuantía estipulada en la presente disposición.

- 1º de enero 2017 114 euros/tm
- b) Si al 31 de diciembre de 2013 no se hubieran establecido las Modalidades de Doha²⁶, los recortes arancelarios previstos en el párrafo 3 a) *supra* se aplazarán hasta su establecimiento. En ningún caso ese aplazamiento se prolongará más allá del 31 de diciembre de 2015. El tipo arancelario aplicable durante ese aplazamiento será de 132 euros/tm. Una vez que haya expirado el plazo de dos años, o inmediatamente después de que se hayan establecido las Modalidades de Doha, si se establecen antes, el tipo arancelario será de 127 euros/tm. Los aranceles aplicables durante los tres años siguientes, a partir del 1º de enero de cada año, no serán superiores a 122 euros/tm, 117 euros/tm y 114 euros/tm, respectivamente.
- c) La UE mantendrá un régimen basado exclusivamente en derechos NMF para la importación de bananos.²⁷
- 4. a) La UE consolidará los recortes arancelarios previstos en el párrafo 3. a tal fin, el presente Acuerdo se incorporará a la Lista de la UE anexa al Acuerdo sobre la OMC mediante certificación²⁸ de conformidad con la Decisión de 26 de marzo de 1980 sobre los Procedimientos para la modificación o rectificación de las listas de concesiones arancelarias (L/4962).
- b) A la entrada en vigor del presente Acuerdo, la UE remitirá al Director General para su certificación un proyecto de Lista relativa a los bananos que incorpore el texto del presente Acuerdo.
- c) Las partes en el presente Acuerdo acuerdan no plantear objeciones a la certificación de la Lista modificada, siempre que en la notificación se refleje correctamente el presente Acuerdo.
- 5. Desde el momento de la certificación, las diferencias pendientes WT/DS27; WT/DS361; WT/DS364; WT/DS16; WT/DS105; WT/DS158; WT/L/616;

²⁶ A efectos del presente Acuerdo, las Modalidades de Doha suponen que se haya alcanzado en el Comité de Negociaciones Comerciales un consenso para proceder a la consignación en listas en las negociaciones sobre la agricultura y el acceso a los mercados de los productos no agrícolas.

²⁷ No se interpretará que esta disposición autoriza la aplicación a los bananos de medidas no arancelarias incompatibles con las obligaciones de la UE en el marco de los Acuerdos de la OMC.

²⁸ La fecha de la certificación será aquella en que el Director General certifique que las modificaciones de la Lista de la UE han pasado a ser una certificación de conformidad con la Decisión de 26 de marzo de 1980 sobre los Procedimientos para la modificación o rectificación de las listas de concesiones arancelarias (documento correspondiente de la serie WT/LET).

WT/L/625, así como todas las reclamaciones presentadas hasta la fecha por todos y cada uno de los proveedores latinoamericanos de banano NMF con arreglo a los procedimientos de los artículos XXIV y XXVIII del GATT de 1994 con respecto al régimen comercial de la UE para el banano (con inclusión de G/SECRET/22, partida 0803.00.19 y G/SECRET/22/Add.1; G/SECRET/20 y G/SECRET/20/Add.1; y G/SECRET/26) quedarán resueltas.²⁹ Dentro de las dos semanas siguientes a la certificación, las partes pertinentes en el presente Acuerdo notificarán conjuntamente al OSD que han llegado a una solución mutuamente convenida conforme a la cual han acordado poner fin a esas diferencias.³⁰

6. Sin perjuicio de los derechos que les corresponden en virtud del Acuerdo de la OMC, incluidos los derivados de las diferencias y reclamaciones a que se hace referencia en el párrafo 5, los proveedores latinoamericanos de banano NMF se comprometen además a no adoptar ninguna otra medida con respecto a esas diferencias y reclamaciones a que se hace referencia en el párrafo 5 en el período comprendido entre el 15 de diciembre de 2009 y la certificación, siempre que la UE cumpla lo dispuesto en el párrafo 3 y en los apartados b) y c) del párrafo 4.
7. Los proveedores latinoamericanos de banano NMF convienen en que el presente Acuerdo constituirá el compromiso final de la UE en materia de acceso a los mercados para los bananos que se incluirá en los resultados finales de la próxima negociación multilateral sobre acceso a los mercados para los productos agrícolas concluida satisfactoria

²⁹ La fecha de resolución será la fecha de certificación (documento correspondiente de la serie WT/LET).

³⁰ La resolución de esas diferencias no afecta al derecho de cualquier parte a iniciar un nuevo procedimiento de solución de diferencias en el marco del ESD ni a los derechos futuros en el marco de los procedimientos de los artículos XXIV y XXVIII del GATT de 1994.