



# ULACIT

UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

---

*Facultad de Ciencias Empresariales  
Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial*

*Programa de Licenciatura en Mercadeo  
Artículo Científico*

***Estrategias de Comercialización para el Sector  
Bananero de Costa Rica frente al Tratado de Libre  
Comercio con los Estados Unidos***

*Profesora: MBA. Kathia Chacón*

*Elaborado por:  
Ivannia González Zumbado  
1-1079-0929*

*San José, Costa Rica  
Diciembre, 2005*

## **Agradecimiento**

A Dios quién es la luz que me ha guiado, mi fuerza para seguir perseverando y poder cumplir mis metas.

## **Dedicatoria**

A mis padres, hermanos y todos aquellos que me han apoyado para realizar este trabajo.

## ÍNDICE

	<b>Página</b>
Agradecimiento .....	ii
Dedicatoria .....	iii
Justificación.....	vii
Objetivo General .....	viii
Objetivos Específicos .....	viii
Metodología.....	ix
Estrategias de comercialización para el sector Bananero de Costa Rica frente al Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos	
Resumen.....	12
Palabras claves:.....	14
Strategies of Marketing for the Banana Sector of Costa Rica to confront the Free Trade Agreement (CAFTA) with The United States of North America	
Abstract .....	14
Key words:.....	16
Estrategias de Comercialización para el Sector Bananero de Costa Rica frente al Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos	
Introducción.....	16
Comercialización del Sector Bananero .....	17
Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y los Estados Unidos	
Concepto.....	24
Perspectivas del sector sobre el Tratado de Libre Comercio .....	27

Estrategias de comercialización para el sector bananero frente al Tratado de libre Comercio.....	32
Aplicación del mercadeo .....	35
Conclusiones.....	38
Recomendación .....	40
Bibliografía .....	42
Anexos .....	43

## Introducción

Costa Rica es un país en vías de desarrollo, cuya economía depende básicamente de sus exportaciones las cuáles, a su vez son consideradas por muchos como “exportaciones de postres”. Y es que en nuestro país, las principales exportaciones agrícolas las constituyen el banano y el café.

No ha sido la simple casualidad la que ha ubicado a Costa Rica como el segundo productor de banano a nivel mundial, precedido únicamente por Ecuador. Nuestro país, desde hace ya bastante tiempo inició su actividad bananera, gozando de privilegio en la escala de países exportadores de banano, en sus primeros años de exportación de la fruta.

La actividad bananera costarricense comenzó hace ya bastantes años atrás. “El día 7 de febrero de 1880 zarpó de Puerto Limón, con rumbo a Nueva York, el vapor noruego “Earnholm” llevando el primer cargamento de bananos en cantidad de trescientos sesenta racimos; y desde esa fecha, la fruta en referencia ha venido constituyendo una de las industrias esenciales para la economía de la mayor parte de los países del Caribe.” (Corbana, 2005).

Desde entonces y hasta la fecha, Costa Rica ha exportado el banano, con altos y bajos en su cantidad.

Nos preocupa el que no se analice realmente cuál es el tipo, la causa y la forma de aceptación de todas y cada una de las cláusulas ante la apertura del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos dentro del sector bananero, es por ello que la elaboración de este artículo científico se encuentra constantemente sujeto a cambios en el mercado y su objetivo es resumir, analizar y evaluar toda aquella información que esté disponible sobre este tema.

## **Justificación**

El cultivo de banano, ya sea con métodos tradicionales o con métodos sostenibles, es de gran importancia para la economía de muchos países latinoamericanos. Para que sea exitoso en la producción y comercialización de banano, es necesario comprender características de los principales mercados para así tomar buenas decisiones de negocios. En este artículo se presenta un análisis del mercado de Costa Rica frente al Tratado de libre Comercio, TLC, con los Estados Unidos.

El estudio brinda al lector un entendimiento del mercado global de banano más profundo del mercado frente a la apertura del TLC, y las estrategias por seguir para poder competir dentro de los mercados de Estados Unidos y Europa.

Este documento se divide en tres secciones principales. Primero se analiza la producción y los mercados mundiales, segundo se analiza el mercado de EEUU respecto del posicionamiento que ocupa esta fruta en ese mercado y, por último, se toma en cuenta la opinión de productores de banano en Costa Rica.

Esto con el fin de poder analizar brevemente sus tendencias, y crear estrategias para enfrentar la apertura del TLC, con bases firmes y herramientas eficientes tanto para los productores como para las comercializadoras de este producto.

## **OBJETIVO GENERAL**

- Analizar el mercado costarricense en el sector bananero frente a la apertura del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos, TLC y así poder crear estrategias de comercialización para enfrentar dicho mercado.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar la situación actual del Sector Bananero Costarricense respecto de los mercados a nivel mundial.
- Justificar la opinión de los productores bananeros frente a la apertura del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos.
- Desarrollar un plan de alternativas y estrategias de comercialización para el Sector Bananero Costarricense.



## METODOLOGÍA

El primer paso o fase en la investigación es especificar los objetivos de la investigación. Esta fase consiste en tratar de plantear el problema de toma de decisiones como una pregunta que ha de ser contestada al final de la investigación. La segunda fase será establecer las exigencias de información. En ésta se suele elaborar un listado de la información relevante necesaria para cumplir o satisfacer los objetivos que se han establecido en la etapa anterior.

La tercera fase consiste en el valor estimado de la información por obtener, y decidir si el costo que tiene la información es menor o no que el valor que ésta nos aporta. La cuarta fase será definir el enfoque de la investigación, es decir, a qué fuentes de información se van a acudir: primaria o secundaria. La quinta fase es el desarrollo específico del enfoque de investigación.

**Investigación exploratoria:** Según Aaker A, David (2001) esta investigación se define como "Aquella investigación que se emplea cuando un conocimiento más profundo sobre la naturaleza general de un problema, las posibles alternativas de decisión y las variables pertinentes que necesitan considerarse" (página 170).

Los métodos de investigación son sumamente flexibles, no están estructurados y son cualitativos, ya que el investigador comienza sin concepciones previamente firmes acerca de lo que se encontrará. La ausencia de una estructura permite una persuasión completa de ideas y pistas interesantes sobre la situación del problema.

Las hipótesis de la investigación exploratoria son vagas, o están mal definidas, o no existen en absoluto, además es útil para establecer prioridades entre las preguntas de la investigación y para conocer acerca de problemas prácticos en la realización de la investigación.

Para el desarrollo de este artículo científico nos basamos en los métodos cualitativos ya que nos permite descubrir qué hay en la mente de un consumidor y poder tener acceso a la perspectiva de la persona y a la vez formarse una idea aproximada de la misma. Por lo tanto, el investigador puede orientarse en la gama y complejidad de las actividades e intereses de los consumidores. Los datos cualitativos se recopilan para conocer más acerca de cosas que no se pueden observar y medir directamente.

Las fuentes de información utilizadas para conocer algunos aspectos relacionados con esta investigación y con el fin de obtener bases teóricas para la elaboración del mismo, son las siguientes:

- ❖ Fuentes Bibliográficas: libros, revistas, tesis, periódicos,
- ❖ Documentos Especializados: revistas, periódicos, etc.
- ❖ Medios Masivos de Comunicación: Todos los medios de comunicación que tienen mucho alcance y circulación, Radio, Televisión, Prensa e Internet.
- ❖ Entrevistas a expertos: Esta se define como una conversación entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados).
- ❖ Observación: Es una técnica de recolección de datos que tiene como propósito explorar y describir ambientes.

La Metodología para la realización de esta investigación consiste en la recolección de información, por medio de una entrevista al conjunto investigado, que consiste en un cuestionario de seis interrogantes tanto abiertas como cerradas en la cual su objetivo es poder conocer la opinión de los productores bananeros con

respecto a la percepción que tienen frente a la apertura del Tratado de Libre Comercio, sus beneficios y desventajas para el sector bananero.

Esta encuesta aplicada a una muestra estadística compuesta por productores del Sector Bananero se realizó vía Internet debido a que los productores se encuentran ubicados en distintas zonas de la provincia de Limón, y la recolección de información fue más accesible por este medio tanto para el investigador como para los encuestados.

Además se tomaron en cuenta las llamadas telefónicas para conocer sobre sus opciones acerca de este tema se realizaron consultas a los Gerentes Generales de las Bananera el Indio S.A, Bananera Tamesis S.A., Bananeras Del Monte entre otras. Así como la consulta de fuentes bibliográficas y medios masivos como la Internet.

## **Estrategias de comercialización para el sector Bananero de Costa Rica frente al Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos**

<sup>1</sup>Autor: Ivannia González Zumbado.

### **Resumen**

El análisis de un tratado multilateral es un aspecto complicado ya que se atienden varios puntos de interés de una sociedad. Siempre existirá gente que lo apoye o que lo repudie, pero aún así, habrá gente que pretenda llegar a un acuerdo para recibir beneficio en toda la sociedad.

Los tratados de comercio internacional son un aspecto delicado, ya que depende del beneficio de la economía de un país en particular. Es complicado entender que en estos instantes se ha querido adoptar tal tratado como

un modelo de desarrollo en la sociedad costarricense, según menciona el Dr. Henry Mora, economista de la Universidad Nacional, “el país se ha mantenido en la periferia del comercio mundial desde sus inicios en el ámbito comercial, con tan solo las exportaciones del café y del banano...”(Conferencia “Estrategia de unidad contra el TLC”, realizada el día jueves 3 de marzo 2005), se debe tener cuidado con las personas negociadoras o con las que están influenciando este tipo de acciones, ya que en el pasado se mantuvo al margen por los intereses de las clases altas, que en ese entonces eran cafetaleros. Si los intereses actuales se están comportando como el pasado se está cayendo en el mismo error o como dicen “se está tropezando con la misma piedra”.

Según se dijo en la conferencia, el TLC es una renuncia al desarrollo, y en otras situaciones comenta el Ministerio de Comercio (COMEX), que el TLC es una oportunidad de desarrollo para el país.

---

<sup>1</sup> Autor: Ivannia González Zumbado.  
Bachiller en Planificación Económica y Social Universidad Nacional UNA.  
Candidato a la Licenciatura en Mercadeo de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología ULACIT. Correo electrónico: ivannia1115@hotmail.com

Por lo tanto ¿se llegará a un acuerdo en la sociedad sobre el rumbo del Tratado de Comercio o llegará a un desenlace en la que la sociedad se estanque en la oposición ha dicho tratado? Según lo que se ha podido hablar es utilizar la opción de un referéndum en el cual la comunidad decida dicho rumbo del tratado.

Mientras tanto este análisis brindará una opción de información y entendimiento de lo que se dará frente a la apertura del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos.

Este artículo científico se relaciona con la situación que afronta el Sector Agrícola Bananero en Costa Rica, frente a la posible aprobación de un Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de Norteamérica (EEUU). El fin es poder desarrollar las estrategias de comercialización necesarias para la sostenibilidad del Sector Bananero costarricense, mediante la creación,

desarrollo y aplicación de ventajas competitivas.

La investigación y el análisis sobre el impacto que se pueda dar en el Sector Bananero Costarricense se basaron en la documentación del TLC como lo es el fin que busca y los objetivos que se persiguen con su aprobación. De ahí la importancia de conocer el punto de vista de los productores bananeros, esto gracias a la entrevista que se les realizó en cuanto a su opinión sobre el mismo, su grado de conocimiento y su opinión al respecto; si lo aprobaban o no, y si han pensado en estrategias para afrontarlo.

Las estrategias aquí planteadas, son prácticas y muy factibles para la aplicación del sector bananero, con la confianza de que puedan ser llevadas a la práctica, con la fe de poder analizar la situación del Tratado de Libre Comercio y la apertura de nuevos mercados en nuestro país.

**Palabras claves:**

Bananos

Comercialización

Tratado de Libre Comercio

Exportaciones

Agro Negocios

**Strategies of Marketing for the Banana Sector of Costa Rica to confront the Free Trade Agreement (CAFTA) with The United States of North America.**

Author: Ivannia González.

**Abstract**

The analysis of a multilateral agreement it's a complicated aspect since it attends several points of interest of a society. There always will exist people who support it or repudiate it, but still there will be people who will try to come to an agreement to receive benefit in the entire society.

The agreements of international trade are a delicate aspect, since its benefit depends in the economy of a country in particular, it is

complicated to understand that in these instants there has been attempts to adopt such a agreement as a model of development in the Costa Rican society, as there mentions the Dr. Henry Mora, economist of the National University, "the country has been kept in the periphery of the world trade since its beginnings in the commercial area, with only the exportation of the coffee and of the banana ... " (Strategy of unit against the TLC conference)" which took place on Thursday March the 3<sup>rd</sup> 2005; care has to be taken for traders or those persons who are influencing this type of actions, since in the past it was kept to the margin for the interests of the high class people, which in this then were "cafetaleros". If the actual interests are behaving as in the past it is then falling in the same mistake or as they say " they are stumbling over the same stone ".

As it was said in the conference the TLC it's a resignation to the development, and in other situations the TLC is an opportunity of

development for the country.  
(Comments the Department of  
Trade COMEX)

Therefore, will it get to an  
agreement in the society about the  
course of the agreement of trade or  
will there be a conclusion in which  
the society will be stuck in the  
opposition to such an agreement?.

According to what has come near to  
speak it is to use the option of a  
referendum in which the community  
decides the above mentioned  
course of the agreement.

Meanwhile this analysis will offer an  
option of information and  
understanding of what will be met  
on the opening of the Agreement of  
Free Trade with The United States.

This scientific article it's related to  
the situation that confronts the  
agricultural banana sector in Costa  
Rica, referring to the possible  
approval of an Agreement of Free  
Trade with the United States of  
North America. The purpose is to be  
able of develop the required trade

strategies for the support of the  
Costa Rican banana sector by the  
creation, development and  
applications of such strategies.

The investigation and the analysis  
on the impact that could be  
generated over the Costa Rican  
banana sector was based on the  
documentation of the agreement of  
free trade as well as the purpose  
and objectives searched with its  
approval.

Therefore the importance of  
knowing the point of view of the  
banana producers and all of this  
thanks to the performed interview to  
them as well as its opinions and  
wide knowledge in the field, if they  
were agree or not and if they have  
thought about strategies to confront  
it.

The here raised strategies, are  
practical and very feasible for the  
application of the banana sector,  
being confident on what they could  
be taken to the practice, with the  
faith of seeing the situation of the  
Agreement of Free Trade and the

opening of new markets in our country.

**Key words:**

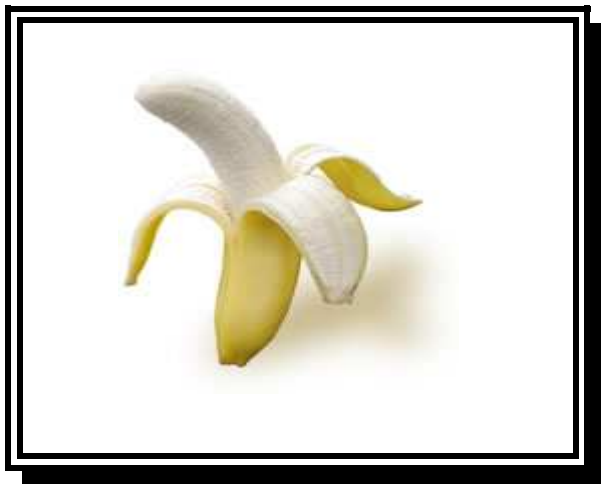
Bananas

Trading

Free Trade Agreement

Exportations

Agro business



***Estrategias de Comercialización para el Sector Bananero de Costa Rica frente al Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos***

**INTRODUCCIÓN**

El surgimiento de las primeras plantaciones bananeras en Costa

Rica estuvo ligado al desarrollo ferroviario. En el año 1870 el gobierno decidió construir una línea férrea desde el Valle Central hasta Limón en el mar Caribe. La idea original era darle una salida más expedita a la producción cafetalera que se estaba exportando hacia Inglaterra y Alemania especialmente. (CORBANA, 2005).

La construcción de la obra estuvo a cargo de un estadounidense llamado MINOR COOPER KEITH<sup>2</sup>, quien finalmente obtuvo una concesión para la explotación de la línea férrea. El ingeniero Keith pronto descubrió que la vida del tren dependía de la existencia de carga continua, algo que el café no ofrecía por ser una cosecha estacional.

Para entonces ya existían algunas plantaciones de banano en las Islas del Caribe y en Panamá, de donde finalmente el señor Keith trajo las

---

<sup>2</sup> Foráneo que llegó a nuestro país en 1871, a raíz de que la construcción del ferrocarril de Limón Cartago, San José Heredia y Alajuela, le fue contratada a su tío JUAN MEIGGS, quien a su vez delegó dicha construcción al hermano de MINOR COOPER KEITH, llamado HENRY MEIGGS KEITH.



primeras semillas que se plantaron en el Litoral Caribe, a lo largo de la línea férrea. En febrero de 1880 se registró la primera exportación de bananos (360 racimos), su destino fue New York, Estados Unidos. Desde aquella fecha la producción y exportación de bananos no ha cesado, por el contrario, la actividad se ha mantenido entre las primeras en importancia económica, tanto por la generación de empleo como por las divisas que aporta al país. (CORBANA, 2005). Costa Rica cumple 125 años de experiencia en la producción y exportación de bananos. En este periodo la capacidad instalada de hectáreas en producción ha ido aumentando de una manera agresiva y descontrolada, en 1883 había 1600 hectáreas hoy en día hay 42182 hectáreas, con una producción de trescientos sesenta racimos exportados a New Cork, en 1880 por primera vez a 88.9 millones de cajas exportadas en el 2004.

## **Comercialización del Sector Bananero**

El crecimiento del mercado ha tenido épocas de crisis periódicas en los mercados internacionales debido a la sobreoferta de la fruta a nivel mundial, ha sido mucho mayor que la demanda localizada en Europa, un 41.8%, Estados Unidos un 32%. (Sánchez, O.2005).

En muchos países latinoamericanos (entre ellos Colombia, Honduras, Guatemala, Ecuador, El Salvador, Panamá, México) son controlados por las pocas compañías multinacionales (Dole, Del Monte, Chiquita) las cuales son las que estandarizan los niveles de calidad de fruta, producción, mercadeo y negociación para la exportación de este.

**Cuadro # 1**

<b>EXPORTACIÓN TOTAL DE BANANO POR PAIS PRODUCTOR PRIMER SEMESTRE 2004-2005 (MILLONES DE CAJAS)</b>				
<b>País</b>	<b>Acumulado</b>		<b>Variación</b>	
	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>cajas</b>	<b>%</b>
Ecuador	114,0	121,1	7,1	6,2%
Filipinas	45,9	50,9	5,0	11,0%
			-	-
Costa Rica	49,7	42,8	6,8	13,7%
Colombia	35,2	42,2	7,1	20,1%
Guatemala	25,0	28,4	3,5	13,9%
Honduras	14,9	15,3	0,5	3,1%
África	8,3	10,9	2,6	31,1%
			-	-
Panamá	10,8	9,8	0,9	-8,7%
			-	-
Caribe	9,7	8,5	1,2	12,8%
Varios	4,7	5,6	0,9	19,0%
México	1,0	1,2	0,2	21,9%
<b>TOTAL</b>	<b>319,0</b>	<b>336,9</b>	<b>17,9</b>	<b>5,6%</b>

Fuente: Revista Entorno Bananero 2005 N. 18

Dole, que en algunos países opera bajo el nombre Standard Fruit Company, es ahora la empresa productora y comercializadora de fruta fresca más grande del mundo con un poco más de un cuarto del mercado mundial de banano. Produce banano en plantaciones completamente de su propiedad o en parte en Costa Rica, Guatemala, Honduras, Ecuador, Colombia, Camerún, Costa de Marfil y las Filipinas. Dole también compra de los productores nacionales en Ecuador, Costa Rica, Guatemala,

Honduras y las Filipinas. En el Reino Unido, Dole tiene una parte en la empresa JP Fruit que vende banano de Jamaica y Costa Rica. (DOLE 2005).

Del Monte Fresh Produce es una empresa líder a nivel mundial dentro del segmento de productores verticalmente integrados, vendedores y distribuidores de alta calidad en sus productos que se caracterizan por ser productos frescos tanto en sus frutas como en las verduras, así como empresa de muy alto reconocimiento es la distribuidora de fruta lista y verduras, bananos, jugos, bebidas, bocados, y postres en Europa, el Oriente Medio y África. Del fresco la Empresa de Productos de Monte Fresh pone en venta sus productos frescos por todo el mundo bajo Del Monte ® la marca (clase), un símbolo de calidad de producto, frescura y fiabilidad desde 1892. (Del Monte, 2005).

Durante más de 100 años, Chiquita Marca Internacional ha sido un líder

en el negocio del plátano. Para nosotros esto significa más que el justo ofrecimiento de los mejores productos de calidad, además de la protección de la tierra que cultivamos y la calidad de vida de nuestros trabajadores y sus comunidades. El compromiso de Chiquita con el ambiente y la gente de América Latina viene de una creencia simple pero poderosa queremos hacer siempre lo mejor posible. Por esta razón abrazamos las Alianzas de Selva tropical el Mejor Proyecto de Plátano, el estándar internacional para la protección de medio ambiente y para la salud de trabajador y la seguridad por nuestras granjas de banano. (CHIQUITA, 2005).

CORBANA fue creada mediante ley de la República en el año 1971. Es una entidad pública no estatal. Por delegación, es la entidad rectora de la industria bananera en Costa Rica; su misión es “servir al productor nacional” y su capital accionario con derecho a voto está compuesto en partes iguales por el Gobierno Central, los Bancos del

Estado (tres) y todos los productores bananeros.

**Cuadro # 2**

<b>EXPORTACIÓN BANANERA MUNDIAL POR COMERCIALIZADORA PRIMER SEMESTRE 2004-2005 (MILLONES DE CAJAS)</b>				
<b>Compañía</b>	<b>Acumulado</b>		<b>Variación</b>	
	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>Cajas</b>	<b>%</b>
CHIQUITA	69,4	75,4	6,0	8,7%
DOLE	67,3	67,6	0,3	0,5%
DEL MONTE	49,6	47,2	2,4	-4,9%
NOBOA	23,4	24,4	1,0	4,5%
FYFFES	13,6	13,8	0,2	1,2%
FAVORITA	11,3	4,4	6,8	60,7%
TURBANA	6,3	8,0	1,7	27,5%
OTRAS	78,1	96,0	17,9	22,9%
<b>TOTAL</b>	<b>319,0</b>	<b>336,9</b>	<b>17,9</b>	<b>5,6%</b>

Fuente: Revista Entorno Bananero 2005 N. 18

Las exportaciones de banano representan un significativo aporte a la economía de nuestro país<sup>3</sup>. La

<sup>3</sup> Sobre el particular: BARQUERO S: (Desempleo ronda en Bananeras). En Periódico **La Nación**. 31 de Julio de 1999. pág: 24-A, quien señala: “El cultivo del banano no solo es el principal generador de divisas del sector agropecuario y el cuarto en importancia del país –detrás de microprocesadores, turismo y textiles-, sino que es uno de los principales generadores de empleo.

□ En 1990 generó \$ 338.27 millones, por la venta de 74.13 millones de cajas de 18.14

actividad se realiza de dos formas distintas, en una de ellas participa una sola persona: la compañía comercializadora, quien produce la fruta y a la vez la comercializa en el exterior; en la otra intervienen dos sujetos: el productor y la comercializadora, en cuyo caso el primero realiza la etapa de producción y la segunda la comercializa en el extranjero.

- 
- kilos. Durante 1998 la exportación produjo \$ 662.89 millones por la venta de 115.82 millones de cajas de 18.14 Kilos.
- El pago de impuestos por esta actividad fue en 1990 de \$ 26.75 millones. El año anterior produjo \$ 36.53 millones.
  - El área ponderada en producción era de 28.926 hectáreas en 1990 y subió a 46.968 hectáreas en 1998.
  - La productividad promedio de Costa Rica era de 2.620 cajas de 18.14 Kilos por hectárea al año en 1990, bajo a 1960 cajas en 1994 pero se volvió a incrementar hasta 22.466 cajas al año de 1998.
  - El sector empleaba a 18.845 trabajadores en 1990. Incrementó el empleo hasta 35.3344
  - En 1994 y se ubicó en 31.469 puestos el año pasado.
  - La principal empresa exportadora en 1998 fue Standard Fruit Company, que envió al mercado 38.09 millones de cajas de 18.14 Kilos, que correspondieron al 32.89 por ciento del total nacional. Banana Development Corporation (Bandeco) comercializó un 29.43 por ciento, esto es 34.08 millones de bultos, y en el tercer lugar se ubicó la Compañía Bananera Atlántica (Cobal), subsidiaria de Chiquita Brands, con 20.89 millones de cajas (18.04 por ciento).
  - Un 43.2 por ciento de las fincas en producción son propiedad de compañías comercializadoras; el 56.80 por ciento está en manos de productores independientes que venden la fruta a las transnacionales.”

Se considero que las estrategias de comercialización frente al TLC es un tema que debe interesarnos en virtud de la importancia de la actividad bananera para nuestro país, y fundamentalmente tomando en consideración que el número de productores independientes es bastante considerable.

Este estudio se limitará al ámbito nacional, se referirá a todos los temas de comercialización de banano, así como la propuesta de estrategias para el sector bananero y sus productores en la actualidad en Costa Rica. Para llevarlo a cabo, centraremos nuestra atención en aspectos tanto del presente, como en aquellos hechos y vivencias determinantes en la producción bananera del pasado, incluso aquellos referentes a los inicios de la actividad bananera que nos permitan comprender aún más los orígenes de esta actividad.

El área de plantación para diciembre del año 2002, Costa Rica contaba con 42182 hectáreas de plantación bananera, esta cifra ha

venido disminuyendo desde 1994, cuando el país llegó a tener 53000 hectáreas de banano.

La exportación por área según el cantón productor es el siguiente: Sarapiquí 6111 hectáreas, Pococí 9168 hectáreas, Guácimo 3324 hectáreas, Siquirres 7323 hectáreas, Matina 9680 hectáreas, Limón 3375 hectáreas, Talamanca 2902 hectáreas, Corredores 300 hectáreas. (CORBANA, 2002)

Debido al sobre-oferta de fruta y los bajos precios de la misma, los productores han concentrado la producción en aquellos suelos más aptos para el cultivo, abandonando los menos productivos. Otras áreas, como el sur del país, ha dejado de producir debido a desventajas geográficas que encarecen el transporte y provoca que fruta sea menos competitiva.

En Costa Rica el cálculo de la productividad es el resultado aritmético de dividir el volumen de exportación entre las hectáreas de

plantación (se ignora la producción no exportada). Costa Rica ha sido líder a nivel mundial en materia de productividad bananera a pesar de que, por razones climáticas y problemas de mercado, este parámetro ha disminuido considerablemente. En diciembre del año 2002 la productividad bananera nacional alcanzó un valor de 2.107 cajas por hectárea. (CORBANA, 2003).

La importancia relativa de las divisas bananeras ha disminuido en forma significativa en los últimos años, debido al impulso que los diversos gobiernos han dado a un nuevo modelo económico, basado en la atracción de inversiones en el campo industrial y de alta tecnología.

Históricamente la producción bananera costarricense se ha destinado al mercado de los Estados Unidos y a la Unión Europea. En el año 2002 las condiciones no fueron diferentes, el primero de los destinos consumió 50% y la Unión Europea 43% del total de la exportación bananera

costarricense. Apenas un 7% de la exportación se destinó a otros mercados, especialmente a Europa del Este.

No ha sido la simple casualidad la que ha ubicado a Costa Rica como el segundo productor de banano a nivel mundial,<sup>4</sup> precedido únicamente por Ecuador, un país que se ha destacado por la participación dentro del comercio mundial de banano y que viene

creciendo. En las décadas de los 70 y 80 el 18 por ciento del comercio provenía de Ecuador; en la década de los 90 fue del 30%; en la actualidad se encuentra en el 34%. Este incremento tiene origen en ampliación de áreas. En la década de los 90, se creció a un ritmo del 2.6% anual, pese a que el valor de las exportaciones cayó un 4% anual. El rendimiento por hectárea mejoró aproximadamente en un 4 por ciento anual. (Sánchez, O.2004)

---

<sup>4</sup> Sobre el particular, las estadísticas demuestran la posición de nuestro país en cuanto a las exportaciones mundiales de banano, según se desprende de lo señalado en: CORBANA: **(Exportación Bananera Mundial)**. En **Noti FAX**. Semana 42. 25 de octubre del 2000, que señala literalmente: "A la semana 39, Ecuador continúa como principal exportador, con volumen de 150 millones de cajas de 18.17 Kg, consiguiendo el 35% del total. La cifra representa 3.6 millones adicionales al año 1999. Le sigue Costa Rica con 75 millones de cajas menos que el año anterior. Colombia alcanzó una exportación de 62 millones de cajas que representa el 14% de la exportación total, y 4.3 millones de cajas menos que el año anterior.

Filipinas se ubica en el cuarto lugar con 50 millones de cajas exportadas y el 11% del total, comercializando hasta ahora 7.0 millones adicionales de cajas en comparación con la misma fecha de 1999.

El resto se lo distribuyen los países ACP (África, Caribe y Pacífico) con 32 millones de cajas. Panamá con 22.6 millones de unidades. Guatemala cuya exportación totalizó 20.8 millones de cajas y Honduras con 14.5 millones de bultos. La exportación mundial asciende a 437.3 millones de cajas, un 2.5% más con respecto al acumulado de 1999."

En los Estados Unidos, por razones geográficas, la mayor parte de la fruta costarricense se importa a través de los puertos del sector este del país. En la Unión Europea la mayor parte de la fruta se descarga en puertos de Bélgica, Inglaterra y Alemania, siendo los principales consumidores, Bélgica, Holanda, Inglaterra y Alemania.

La industria bananera es la principal fuente de empleo agrícola y, en conjunto, el principal empleador del país. La importancia de la industria bananera es

particularmente marcada en la zona caribeña costarricense, cifras oficiales muestran que de cada 100 trabajadores de esa región económica, 91 están ligados directa o indirectamente con la producción de banano.

El empleo bananero en Costa Rica tiene como una de sus grandes ventajas que el salario promedio es casi el doble del mínimo legal establecido por el Gobierno de Costa Rica. Es además, el salario más alto del sector agrícola costarricense. Por otra parte, es un empleo permanente, ya que la recolección de la fruta y el mantenimiento general de las plantaciones se realiza todas las semanas, lo que le permite al obrero bananero permanecer empleado todo el año; a diferencia de otras industrias como la caña o el café, en la que contratación es temporal, debido a la estacionalidad de la cosecha.

En Costa Rica se utilizan en promedio 0.75 trabajadores directos por hectárea de

plantación, es decir, tres trabajadores por cada cuatro hectáreas de banano. Este es uno de los índices de ocupación laboral más altos de toda la industria agrícola. (CORBANA, 2004).

La industria bananera costarricense cuenta con dos organizaciones gremiales que agrupan a la mayor parte de los productores bananeros costarricenses. ANAPROBAN es la Cámara de Productores Bananeros Independientes, que agrupa especialmente a aquellos productores de capital costarricense.

CANABA, Cámara Nacional de Bananeros, es también una entidad gremial que agrupa a gran parte de productores bananeros, tanto de capital nacional, como de capital extranjero, como es el caso de las fincas propiedad de las grandes compañías comercializadoras. (CORBANA, 2005).

Hoy en día la exportación bananera alcanza un promedio de 100 millones de cajas anuales (1.8 millones de tm), volumen que ubica a Costa Rica como el segundo exportador mundial de la fruta. Este producto se ha convertido en un artículo de venta popular y su consumo está creciendo día con día. De hecho, es posible asegurar que su consumo per cápita es ligeramente inferior a los niveles observados hace diez años.

## **Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y los Estados Unidos**

### **Concepto**

Un tratado de libre comercio es un acuerdo comercial entre dos o más países que, gracias a un proceso estratégico de negociación conjunta, buscan obtener los mayores beneficios para cada una de las partes sus distintos sectores económicos.

Según Alfaro Acuña (2005, pág 40).

*“La entrada en vigencia del CAFTA generará costos y beneficios; por consiguiente, el establecimiento de medidas y acciones para enfrentar estos efectos es prioritario. Ello implica una serie de reformas y procesos de transferencia productiva con miras a los impactos sociales y políticos de la apertura comercial se minimicen”.*

El Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y los Estados Unidos ha generado gran debate e interés para todos los sectores por realizarse con el principal socio comercial de la región; surgen así dos sectores. Para algunos representa una oportunidad para aumentar la producción nacional e iniciar economías de escala al aumentar el tamaño del mercado posible, para otros, su posible ratificación significa una amenaza relacionada con una oleada de importaciones de productos norteamericanos y la destrucción de sectores vulnerables.



El Tratado de Libre Comercio (TLC) es un acuerdo comercial que tiene dos partes: una de normas y otra de acceso a mercados. La normativa contiene las reglas comunes que regulan el comercio entre los países.

La parte de acceso a mercados contiene los compromisos que ambos países adquieren para la eliminación gradual de los impuestos y las restricciones al comercio mutuo de bienes y servicios.

En el caso de los productos o bienes, se trata de acordar los plazos en que los impuestos al comercio o aranceles se van a eliminar, y puede ser de manera inmediata. Este caso es el del banano, con la entrada en vigencia del acuerdo, o hasta los diez o quince años, como es el caso de los productos agrícolas como grasas y aceites vegetales o animales.

El sector bananero costarricense dentro del mercado estadounidense ocupa una posición privilegiada

para satisfacer esas demandas esto a que en 1999 el precio promedio al detalle de una libra de bananos era de \$0.49. Comparativamente, el precio promedio ponderado al detalle para todas las frutas frescas en los Estados Unidos para ese mismo año era de \$0.71 por libra<sup>5</sup>.

Los precios al detalle del banano se han mantenido estables en la última década y ha variado solamente alrededor de 2 centavos por libra en el precio anual, o cerca del 2% por encima o por debajo del promedio anual. Al detalle bajó alrededor de un 2% en comparación con el 2003. (COMEX, 2003).

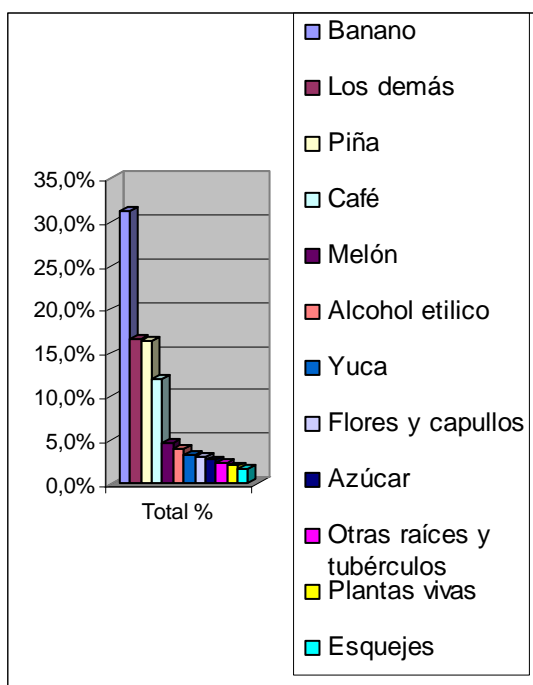
La calidad de la fruta fresca es muy importante para su venta y consumo. La calidad uniforme le dará al banano una ventaja competitiva cuando otros productos agrícolas no puedan satisfacer las expectativas del consumidor en cuanto a calidad. En pocas palabras, el mercado del banano en los Estados Unidos, EEUU, sigue

---

<sup>5</sup> USDA ERS "How much do Americans pay for fruits and vegetables" July 2004

enfrentando una fuerte competencia, tanto dentro como fuera de la sección de productos agrícolas.

**Gráfico # 1**  
**Costa Rica: Exportaciones agrícolas a Estados Unidos**



Fuente: Comex con base en datos de Procomer, 2004.

Actualmente se ofrece a los Estadounidenses productos alimentarios más innovadores y con valor agregado, así como establecimientos que ofrecen este tipo de alimentos, en respuesta a intereses y estilos de vida cambiantes. La tarea de obtener un

mayor consumo de banano podría verse apoyada por la creciente demanda de consumidores por alimentos de fácil preparación y uso, de calidad, nutritivos, de bajo costo y gran sabor, las cuáles son propiedades que posee el banano.

La fruta predilecta de los consumidores tiene campo para crecer en cuanto a consumos y tal crecimiento podría ocurrir gradualmente como resulta de tendencias favorables en cuanto a nutrición sana, crecimiento de la población, cambios demográficos y la sistemática provisión de banano de alta calidad.

El TLC tiene como objetivos de negociación en materia de acceso de bienes al mercado para el sector agrícola los siguientes:

- Indagar la eliminación de los derechos arancelarios y otros derechos y cargas que afecten las exportaciones de Centroamérica a los Estados Unidos, a través de la consolidación y expansión de

los beneficios comerciales establecidos en la iniciativa para la Cuenca del Caribe y en el Sistema Generalizado de Preferencias.

- Investigar la eliminación de barreras no arancelarias y otras mediadas que restringen las exportaciones de los países de Centroamérica a los Estados Unidos.
- Averiguar el establecimiento de mecanismos apropiados que permitan atender cuando corresponda las sensibilidades de importación de los países centroamericanos, asegurando a la vez que los mismos no se conviertan en obstáculos indebidos al comercio. (Comex, 2004).

La perspectiva actual en el consumo de banano en los EE.UU. permanecerá estable. Los desafíos de la competencia intensa de alimentos y hábitos alimentarios cambiantes del consumidor seguirán siendo factores

importantes del mercado. Sin embargo, existen ciertas tendencias en los EE.UU. que podrían alentar a los consumidores de banano.

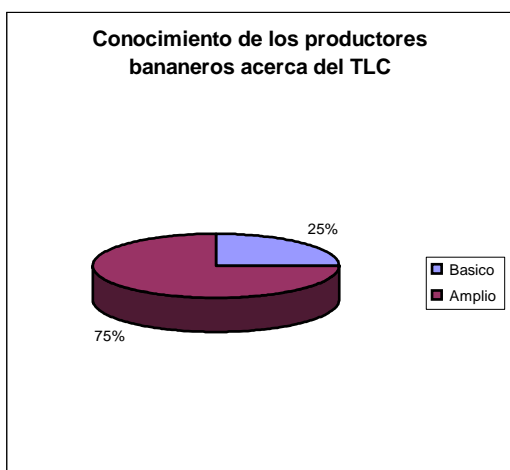
### **Perspectivas del sector sobre el Tratado de Libre Comercio (TLC)**

Para conocer las perspectivas y puntos de vista del sector bananero se decidió realizar una entrevista (con una selección de muestra por conveniencia, con características de variables cuantitativas, discretas, por el número de productores de banano, (según Gómez 1999) a 20 productores nacionales, ubicados en zona Atlántica del país, donde un 100% de los mismos, sí conoce acerca de la existencia del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos, al profundizar en la pregunta se cuestiona ¿qué conocen acerca del TLC?.

Un grupo de productores tiene una visión básica que explica de una forma muy general, un 25% correspondiente a este grupo, los cuales manejan información de lo que han escuchado por los medios de comunicación, mientras un 75%

tiene un conocimiento más amplio de las implicaciones del tratado para su sector, así como en aspectos generales como lo es medidas sanitarias y fitosanitarias, comercio transfronterizo; telecomunicaciones, derecho de propiedad intelectual, laboral, ambiental y solución de controversias, entre otras.

**Gráfico # 2**



**Fuente: Entrevista realizada a productores bananeros, 2005.**

Para la segunda pregunta, cuando se les cuestiono si apoyaban la aprobación del TLC en Costa Rica, el total para un 100% de los productores indicó estar de acuerdo con la apertura del TLC esto a que dentro del ambiente en que nos ubicamos ellos lo ven

como la única forma de subsistir en el mercado, ya que la mayor parte de sus exportaciones y gran volumen se dirigen asía los Estados Unidos.

Otro punto que los encuestados mencionaron es que se necesita de más dinero de inversionistas en Costa Rica para que el país tenga mayores fuentes de empleo.

Para muchos la apertura del TLC va crear un marco de regulaciones comerciales donde quedan plasmadas las reglas de juego para ambos países. Desafortunadamente no todas las reglas nos favorecen como quisiéramos debido a que es una especie de machote y no necesariamente es 100% aplicable efectivamente en todos los países; pero este tratado es mejor que no tener las reglas claras.

Además lo consideran como una herramienta para mejorar la competitividad de las industrias bananeras y en general.

En la tercera pregunta se quiere dar a conocer la opinión de los

productores en cuanto a si la aprobación beneficia o afecta al sector bananero costarricense para ellos este es un tema donde el sector bananero se ve afectado indirectamente por ciertas reglas del tratado que facilita las relaciones económicas, ejemplo, en lo referente a la apertura de telecomunicaciones, seguros, etc. Esta apertura ayudará a reducir los costos de operación a largo plazo.

El sector bananero desde hace muchos años tiene convenios, tratados comerciales y manejo del negocio a nivel mundial; por lo que se ha generado la experiencia necesaria para enfrentar aspectos de trazabilidad, idoneidad, propiedad intelectual, estándares de calidad mundial, competencia global. Por ello, no se vislumbra un efecto negativo directo como sí se palpa para otro tipo de organizaciones acostumbradas a realizar su negocio en régimen de protección o de monopolio por ejemplo el caso del Instituto nacional de electricidad ICE, Instituto Nacional de Seguros INS y la Caja Costarricense de Seguro Social,

CCSS. Además los beneficia en el sentido que tanto el banano como productos derivados del mismo, podrían ser comercializados en ese país con la posibilidad de mejorar los costos de artículos de uso en banano que ayuda al costo de producción.

¿Se siente capacitado para afrontar el TLC? está fue la pregunta número cuatro de la entrevista en su gran mayoría para un 85% de los productores consideran sí estar bien capacitados esto debido a que para ellos desde hace un tiempo han tenido que capacitarse para que sus compañías puedan entrar a competir en el mercado con altos estándares de calidad y exigencias de mercado que hasta el momento se han mantenido y puede competir en Estados Unidos y Europa.

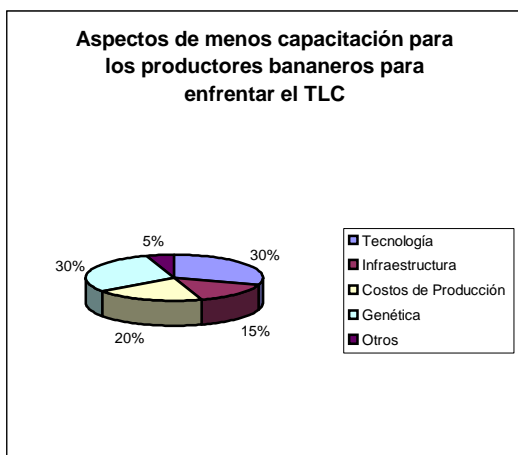
Mientras que un 15% consideran que deberá mejorar sus sistemas de control de costos para no tener que recurrir a la compra y manejo de productos que no tienen una clara

identificación de origen o de propiedad intelectual.

Es el caso de los productos genéricos cuando no están correctamente registrados en el país de origen o de uso. Por ejemplo, el uso de productos que vienen de India o China sin marca clara y sin características bien documentadas y son copias de otros.

En la quinta pregunta se les indicó mencionar en cuáles campos se sentían menos capacitados para afrontar el TLC los datos se pueden apreciar en el siguiente gráfico:

**Gráfico # 3**



**Fuente: Entrevista realizada a productores bananeros, 2005.**

Ellos nos revelan que en general nuestro país está pasando por una

etapa donde no solo en esos aspectos se ve la falta de capacitación además es notable ver una falta de comunicación e impulso a nivel nacional para agilizar el transporte (infraestructura aérea, marítima y terrestre). Carreteras en mal estado, muelles subutilizados y “copados” por intereses personales sobre los intereses nacionales. Mal manejo de la infraestructura y tramitación en transporte aéreo (filas en los aeropuertos, muelles y oficinas gubernamentales). Falta de control y de agilizar los trámites burocráticos que facilitan el pago de favores por debajo de la mesa (llamado comúnmente “chorizo”).

Estos son solo algunos de los síntomas que provocan que ciertos costos ocultos favorezcan a unos que generan sus utilidades a costa del país.

Dentro de las estrategias para afrontar el TLC como se les cuestionó en la sexta pregunta los encuestados mencionaron algunas tales como:

- Honestidad política y económica.

Esto es un reflejo cultural de una sociedad acostumbrada a poner la mano antes que trabajar; a influir por medio de un primo, amigo o conocido para brincarse la fila; para no pagar lo correcto; para meter de contrabando “x” o “y” cosa; que cuando se ven regulada por un sistema de reglas claras y no controladas por ellos; se sienten amenazados.

Veamos con seriedad los síntomas de los grandes opositores al TLC: Sindicatos de organizaciones que forzados a competir deberá “mejorar” en sus costos de operación y tal vez ya no tengan espacio para llevar tanto lastre. Cuando trabajadores del ICE se necesitan para hacer el trabajo que hacen los productores de banano. Cuántas veces su señal de celular le dice que el teléfono que usted está llamando se encuentra apagado o está fuera de cobertura; cuando lo tienes a la par y está encendido.

¿Cuántas filas hay que hacer en la CCSS por hacerse un examen que en un laboratorio privado los haces en 20 minutos? Qué es más caro. Por su puesto. El laboratorio privado funciona con personal que muchas veces está contratado en la CCSS y saben cuánto duraría usted en la CCSS y te cobran esa diferencia.

Pongamos esa misma situación, pero con laboratorios privados donde el paciente tiene el derecho de ir al laboratorio que él disponga y que la CCSS “pague” con la plata que cada uno de nosotros le damos a la CCSS. ¿Usted no cree que los precios y los tiempos “bajarían” para buscar atraer a más clientes?

¿Como opinan los productores bananeros?

EL TLC no es la maravilla del mundo. Ni siquiera se puede decir que es un buen tratado para nosotros. Es un tratado en que el más fuerte trata de ganar la mayor parte, es un negocio entre unos

“microbios” y un gigante. ¿Advine quién tiene las de ganar?

Sin embargo, no es cierto que sea el esquema normal de las relaciones económicas, sociales, ambientales.

Pongámonos en términos de fútbol. Costa Rica clasificó al Mundial de fútbol.

¡Cuando inicie las competencias; esperaríamos que cuando se juegue contra Francia, Brasil, Argentina, etc, empecemos ganando uno a cero porque ellos tienen un mejor equipo! ¡O podríamos decirles que “pongan” a jugar a cinco de sus mejores jugadores desde el principio; y que los pueden “meter” pero solo cuando falta 15 minutos del 2do tiempo!

Saque sus conclusiones y se dará cuenta que la ley del pobrecito ya no funciona.

Para ganar hay que esforzarse hay que mejorar, ser más inteligente, más rápido, más agresivo, más

vivaz. Ver oportunidad donde otros ven fracaso. Ver alternativas donde otros se sienten atrapados.

Los esquemas mundiales de competitividad son globales, son mundiales ya no es suficiente ser el mejor del barrio. No, ahora es “ser el mejor de la red mundial” ya que se compite globalmente.

### **Estrategias de comercialización para el sector bananero frente al TLC.**

*“Don José yo entiendo el esfuerzo que usted realiza para producir banano en condiciones sociales y ambientalmente amigables, pero aquí, en el mercado, un banano producido por usted es igual al de cualquier otro, y en consecuencia no podemos hablar de pagarle un mayor precio que pagó al resto de productores de cualquier parte de mundo” (Zúñiga, 2005).*

Con esa simple frase nos podemos dar cuenta que ante la apertura del TLC los productores bananeros deben estar conscientes de que el



mercado cada vez exige más y con ello son mayores las responsabilidades y controles para permanecer dentro del mercado.

La producción bananera en nuestro país al ser un producto que ya desde hace mucho tiempo se encuentra posicionado en los Estados Unidos es notable ver que ante la apertura del TLC no tendrá mayores dificultades para seguir comercializándose, pero sí será necesario mejorar las herramientas y capacitaciones de aquellos productores independientes esto a que cada vez son más las certificaciones que se solicitan para poder colocar nuestra fruta dentro de estos mercados.

Las respuestas a estas interrogantes sobre la producción y comercialización bananera no son fáciles de plantear, pero algunos elementos pueden ayudarnos a intentar esbozar el futuro de de la producción porque ante todos estos cambios tanto a nivel de responsabilidad social como

ambiental está pasando a ser llamada “fruta responsable”.

En primer lugar hay que distinguir cuáles serán los objetivos comerciales de cada productor independiente. El primero debe ser obtener un precio mejorado en comparación con los demás mercados de competencia y, el segundo es alcanzar una preferencia de mercado el cual implica que, aunque no se reciba un sobre precio, la fruta debe contar con los mejores sistemas de control esto debido a que el ideal para el productor será poder alcanzar ambas cosas pero muchas veces la coyuntura del mercado no lo permite.

Un segundo elemento que hay que reconocer es que mientras el mercado bananero esté sobre abastecido, será más difícil lograr el reconocimiento para la fruta, ello por cuanto la competencia en un mercado con esa característica tiende a centrarse más en el precio que en cualquier atributo del producto, convirtiéndose muchas

veces la estrategia de negocio, en una simple capacidad para aguantar una guerra de precios. Esto se da comúnmente o particularmente en aquellos productos básicos que en este caso incluye la exportación agropecuaria.

La buena práctica y la manipulación de la fruta hace que nuestros productos puedan competir hacia los mercados internacionales esto se da a través de las certificaciones ambientales que ya en nuestro país son un requisito para dichos mercados.

Esto provoca que la visión de aquellos productores bananeros que impulsaron y siguen realizando controles hacia las buenas prácticas ambientales en sus fincas y sus respectivas certificaciones, no están equivocados sobre sus criterios y disposiciones ya a que el mundo va para allá y ellos ya llegaron; cuentan con una ventaja sobre los que aún no han empezado y esto se le puede llamar contar con una buena ventaja competitiva.

Si bien es cierto nuestro país se caracteriza por contar con mano de obra calificada y estar al día con las disposiciones que nos proponen los mercados extranjeros, no solo por este hecho debemos despreocuparnos, esto es una labor del día a día.

Los Estados Unidos caminan a una gran velocidad y no cabe duda que las certificaciones son ahora un elemento muy importante para poder vender nuestra fruta en este mercado.

Es por ello que los productores bananeros deben estar conscientes que el estar capacitados y contar con altos estándares de calidad son un requisito indispensable para la globalización a la cual nos acercamos.

Don José, puede dormir tranquilo ahora, seguramente no recibirá todavía un mejor precio que sus competidores pero aquel importador con quién discutió preferirá su fruta de mayor calidad por encima incluso, de aquellos que producen con costos más bajos que él.

## **Aplicación del mercadeo**

Tomando el mercadeo según Lambin (1995):

*“El mercadeo es el proceso social, orientado hacia la satisfacción de las necesidades y deseos de los individuos y organizaciones, por la creación y proceso voluntario y competitivo de productos y servicios generadores de utilidades”.*

Con los puntos tocados anteriormente surge así la necesidad de que los productores bananeros costarricenses evoquen sus esfuerzos en la aplicación de una estrategia dirigida hacia la conservación del ambiente y así lograr el equilibrio entre las buenas prácticas de la agro- industria y el medio.

Enfocando el mercadeo en la satisfacción de necesidades del consumidor, se promueve la protección y conservación del ambiente fundamentalmente a través de la observación y

aplicación de la respectiva legislación de cada uno de los países. Esto pues dentro del TLC se establece un capítulo en el cual se firma que los Estados se comprometen a aplicar efectivamente su propia legislación ambiental. En consecuencia, se reconoce el derecho soberano que tienen los Estados de establecer, modificar o derogar sus propias normas, estándares y políticas en materia ambiental, siempre proporcionando y estimulando altos niveles de protección ambiental. Por otro lado, las Partes se comprometen a otorgar a los ciudadanos en sus territorios una serie de garantías procesales, se establece un procedimiento de comunicaciones con el público y se crea un mecanismo de cooperación entre las Partes para el desarrollo de proyectos de interés mutuo en el área ambiental.

La industria bananera puede desarrollar proyectos de conservación ambiental por medio de programas en los que se dé el rescate cultural de la zona a través

de la siembra de árboles y especies esto con el fin de embellecer nuestro paisaje natural y contribuir con la conservación ambiental, y realzar la belleza escénica de la región. Así como el uso adecuado de la manipulación de desechos y la conservación de las fuentes acuíferas.

Otra alternativa para los productores bananeros es la búsqueda se una segunda alternativa que no sea solo la producción de la fruta para la exportación de la planeamiento y la toma de decisiones empresariales enfocadas a la ciencia de la mercadotecnia se propone crear un valor agregado al banano de desecho o fruta no calificada para la exportación históricamente dentro de la producción bananera nacional entre un 15% y un 25% de la producción corresponde a esta categoría Para muchos productores no genera ningún tipo de rentabilidad este banano de desecho puede ser desarrollado en la creación de nuevos productos

pero siempre teniendo en cuenta las nuevas tendencias del mercado.

Estas tendencias responden al deseo de los clientes de productos naturales, más frescos, menos procesados, con menos adictivos y preservantes que conserven lo más posible las cualidades nutricionales y sensoriales de las materias primas que le dan origen, que les faciliten labores de preparación y por sobretodo, que sean nutritivos y seguros.

El banano es mundialmente apreciado por su exquisito sabor, aroma y por su composición química: su contenido de potasio, fósforo, de hierro 100% biodisponible, vitaminas C y del complejo B, azúcares, fibra y compuestos fenólicos, que lo hacen una materia prima interesante para el desarrollo de nuevos productos. (Viquez Floribeth, 2005)

Se procedió a identificar las diversas alternativas de aprovechamiento del banano de

rechazo. Entre éstas podemos mencionar las siguientes:

1. **Licor de banano:** El mismo se produciría a partir de banano maduro, cultivado en la zona Atlántica de Costa Rica. Este licor se obtendría de un jugo fermentable que se logra por molienda, coagulación y filtración del banano; Siendo sus propiedades físicas y químicas las que caracterizan a un destilado de alta calidad.
2. **Confitura de banano:** Confitura tipo cuerito “fruit leather”. La fórmula seleccionada contiene un 60% de banano y un 25% a base de otras frutas y un 15% de azúcar. Es un producto natural al que no se le adicionan preservantes, colorantes ni saborizantes artificiales. Su fórmula le confiere características adecuadas para su

conservación en el almacenamiento.

3. **Mezcla para batidos:** Se obtiene a través de la aplicación de un tratamiento térmico por 15 minutos y la adición de 1% de ácido ascórbico con lo cual se logra obtener una pulpa de banano con características adecuadas para el proceso. Otros ingredientes requeridos para esta mezcla son: goma, agua y azúcar. La mezcla resultante contiene los atributos requeridos por los consumidores, a saber, dulzor, espumosisidad y sabor.
4. **Materia prima para obtener Biogás:** Se utilizan los residuos orgánicos del banano como suministro y/o materia prima, la cual se convierte en biomasa por fermentación para generadores o biodigestores anaeróbicos. El biogás producido se compone principalmente de metano

(70%, resultando apto como combustible) y el resto de dióxido de carbono, lo que lo convierte en una sustancia bastante similar al gas de uso doméstico, aunque con un poco menos de eficiencia en las kilocalorías que produce. La gran diferencia radica en que el biogás es una energía renovable y limpia.

Muchos de estos productos que he mencionado se pueden lograr posicionar dentro del mercado nacional e internacional. Lo que va a permitir generar nuevos empleos y agregar valor a una de las actividades más importantes de nuestro país.

Los esfuerzos por desarrollar estas nuevas opciones para enfrentar y poder sobrevivir o competir dentro del mercado serán los esfuerzos de cada uno de los productores bananeros nacionales en la búsqueda constante de la viabilidad, esfuerzo y astucia para enfrentar los

nuevos cambios que están por venir.

## **Conclusiones**

El TLC, como instrumento comercial que promueve las exportaciones y la competitividad del sector productivo, incide positivamente en la creación de empleos. El que los productos costarricenses tengan asegurado el poder de entrar a los Estados Unidos sin pagar impuestos de importación, estimula la creación de más empresas exportadoras y la ampliación de las ya existentes y, con ello, de más fuentes de trabajo. No sólo quienes venden directamente productos costarricenses en el exterior se benefician de la exportación.

También se benefician las empresas que producen los bienes que luego se exportan y serán comercializados, así como las empresas que venden a estas otras sus insumos, servicios y materias primas. Así, por ejemplo, las exportaciones de banano benefician no sólo a las empresas que ponen

el producto en el barco, sino a los miles de costarricenses que participan en todo el proceso. Lo mismo es cierto para todos los productos de exportación. Además, como el valor agregado que generan las exportaciones es muy grande, con ello se benefician también pulperías, restaurantes, profesionales, empresas de transportes y todo tipo de empresas nacionales que necesitan que los costarricenses tengan ingresos para que puedan comprarles.

Igualmente, la eliminación de barreras al comercio entre los países del acuerdo, brinda a su vez nuevas opciones a los consumidores. Todos estos elementos son claves para lograr un mayor desarrollo económico y un mejor nivel de vida para los costarricenses.

En este momento, cuando la apertura comercial toca las puertas de todas las naciones y para el sector bananero es un hecho relevante que este atraviesa

momentos difíciles debido a precios bajos y disminución de la demanda.

Es por esto que la introducción de nuevas alternativas de producción debe ser un tomado como un plan B, esto a que hoy en día existen más productos al alcance de los consumidores que compiten con el banano, como lo es una gran variedad de frutas frescas importadas de primera calidad.

Las importaciones de frutas se han ampliado y la gama de proveedores y operaciones a fin de suministrar productos de primera calidad a los estadounidenses los 365 días del año con lo que reduce la ventaja tradicional que tenía el banano sobre competidores estacionales.

Además cabe destacar que las dietas y patrones alimentarios de los consumidores han cambiado considerablemente. Muchas de las dietas presentan un bajo porcentaje en carbohidratos lo que desalienta el consumo de banano.

Aproximadamente un 44% de las personas que practican una dieta baja en carbohidratos había eliminado o disminuido el consumo de fruta fresca desde que iniciaron su dieta. Estas dietas ganaron popularidad al inicio de la década del 2000, pero para finales del 2004 habían demostrado ser una novedad fugaz.

Para los productores de banano está es una situación que debe ser considerada ya que como es posible considerar actualmente los consumidores estadounidenses buscan productos alimentarios más innovador y con un valor agregado.

La fruta predilecta de estos consumidores tiene campo para crecer en cuanto a consumo y tal crecimiento podría ocurrir gradualmente como resultado de tendencias favorables en cuánto a nutrición sana crecimiento de la población, cambios demográficos y la sistemática provisión de banano de alta calidad.

Los productores bananeros deben enfrentar la apertura del TLC, no solo como un proyecto en el cual se debe estar preparado para el cambio, sino como un reto en el que deben estar conscientes que no es una tarea fácil pero sí debemos contar con una mentalidad positiva de que los cambios que se acercan será una meta donde debemos contar con los mejores instrumentos para poder sobrevivir y superarnos en el mercado y así lograr ventajas competitivas para nuestras compañías.

### **Recomendación**

Se ha mencionado que el TLC se tiene que tratar como un instrumento de desarrollo, por otra parte ningún país se ha hecho rico por tener libre comercio entre varias naciones. Se debe manejar con cuidado este tema, ya que no se debe solo considerar los tratados como modelos de desarrollo, sino se tiene que buscar alternativas de desarrollo como infraestructura adecuada, como puertos adecuados y carreteras en buen estado, además se debe fomentar la



investigación tecnológica, capacitaciones para tener bases adecuadas de desarrollo.

El año 2005 ha sido un reto para muchos productores bananeros debido a que se han presentado detalles novedosos que podrían dejar huella tanto en las regiones productoras de banano, como en los mercados de destino. Tres de esos elementos que dejarán un impacto en la industria bananera son la definición del nuevo régimen en la UE, la apertura del TLC, y el nivel de precios por caja de banano, que inició el año con valores sorprendentemente altos. En ambos temas la coordinación de políticas entre los principales países productores de Latinoamérica será fundamental.

Los países latinos han mostrado interés al enfrentar estos temas en forma conjunta, un camino que no se ve fácil de transitar, según la propia historia lo evidencia, pero bien vale la pena intentarlo, considerando que están en juego no solo los productores, sino

especialmente, miles de trabajadores cuyas familias dependen completamente del cultivo de banano.

El reto latinoamericano no debe limitarse entonces a la lucha de nuevos regimenes; este es solo uno más entre los muchos elementos que demandan trabajo conjunto para alcanzar una industria más estable. La sobreoferta es un fantasma cuya sombra no se esfuma todavía, una nueva alianza y proyectos inteligentes entre los países podrían se la luz que la ahuyente en forma definitiva.

## Bibliografía

Acuña Alfaro, Jairo (2005). "Reformas para aprovechar el CAFTA". Revista Actualidad Económica.

Aaker A, David (2001). "Investigación de mercados". Cuarta edición. Editorial LIMUSA WILEY. Mexico.

Comex, Mayo (2004). "Elementos Guía de la posición de Costa Rica en materia de acceso de bienes de mercado". Primera. Edición: San José, Costa Rica.

Corporación Bananera Nacional. "Costa Rica informe anual de Estadísticas de Exportación de Banano". San José, CORNANA, 2002.

Exportación Bananera Mundial. En Notifax semana 42, 25 de octubre del 2000. Notifax. Semana 41, 18 de octubre del 2000.

Gómez, Barrantes Miguel (1999). "Elementos de Estadística Descriptiva". Quinta reimpresión de la tercera edición. Editorial UNED: San José, Costa Rica.

Lambin Jean, Jaques (1995) "Marketing Estrategico". Editorial McGrawHill. Interamericana: España.

Sánchez, Oscar (2004). "La economía mundial del banano 1985 -2002". Revista Entorno Bananero, Número 15, 10-14.

Sánchez, Oscar (2005). "La coyuntura nacional". Revista Entorno Bananero, Número 18, 8-10.

Viquez Floribeth (2005). "Alternativas de procesamiento agroindustrial a partir del aprovechamiento del fruto de banano." Número 16, 18-19.

### Referencias electrónicas

CORBANA: [www.corbana.co.cr](http://www.corbana.co.cr). Historia, 29 de septiembre 2005.

DOLE: [www.dole.com](http://www.dole.com). Historia, 29 de septiembre 2005.

DEL MONTE: [www.freshdelmonte.com](http://www.freshdelmonte.com). Our company, 29 de septiembre 2005.

CHIQUITA: [www.chiquita.com](http://www.chiquita.com). Our World. 29 de septiembre.

## Anexo

**Buenas, soy estudiante de licenciatura en mercadeo de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología ULACIT.**

**Con está entrevista buscamos determinar los factores en que se basa su opinión con el fin de conocer la percepción que tiene usted ante la apertura del tratado de Libre comercio con Estados Unidos y el sector bananero.**

1) Conoce usted acerca del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Qué conoce?

2) ¿Apoya su aprobación en Costa Rica?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por qué?

3) ¿Cree usted que beneficia o afecta al sector bananero costarricense? Explique ampliamente.

4) ¿Se siente como productor capacitado para afrontar el TLC? Explique ampliamente y de ejemplos.

5) ¿En cuál de los siguientes campos se siente menos capacitado para el TLC?

(Puede marcar más de una opción, si lo considera necesario.)

- ----- Tecnología
- ----- Infraestructura
- ----- Costos de producción
- ----- Genética
- -----Otro, especifique:

¿Por qué?

6) ¿Tiene usted alguna(s) estrategia(s) para afrontar el TLC?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Cuáles y por qué?

¡Muchas Gracias!

