



PERÚ

Ministerio  
de Desarrollo Agrario  
y Riego



BICENTENARIO  
DEL PERÚ  
2021 - 2024

# Perfil de mercado del Baby Banano

2017 – 2022



**sierra y selva  
exportadora**

Unidad de Inteligencia Comercial



PERÚ

Ministerio  
de Desarrollo Agrario  
y Riego



## ÍNDICE

Resumen ejecutivo.....	4
<b>1. Descripción del producto.....</b>	<b>5</b>
1.1. Generalidades del producto.....	5
1.1.1. Origen y descripción del producto.....	5
1.1.1.1. Plátano y banano.....	5
1.1.1.2. Baby banano.....	9
1.1.1.2.1. Valor nutricional.....	9
1.1.1.2.2. Aplicaciones.....	9
<b>2. Panorama Internacional.....</b>	<b>9</b>
2.1. Producción.....	9
2.1.1. Ecuador.....	9
2.1.2. Colombia.....	10
2.2. Exportación.....	12
2.2.1. Panorama mundial del banano.....	12
2.2.2. Exportaciones del baby banano.....	15
2.2.2.1. Ecuador.....	15
2.2.2.2. Colombia.....	17
2.3. Importación.....	18
<b>3. Panorama nacional.....</b>	<b>20</b>
3.1. Producción.....	20
3.2. Exportación.....	22
<b>4. Comercio del banano.....</b>	<b>25</b>
4.1. Estados Unidos.....	26
4.2. Unión Europea.....	29
<b>5. Comercio del baby banano.....</b>	<b>31</b>
5.1. Consumo 'on the go'.....	38
<b>6. Conclusiones.....</b>	<b>39</b>
<b>7. Recomendaciones.....</b>	<b>39</b>
<b>8. Bibliografía.....</b>	<b>40</b>

## ÍNDICE

### INDICE DE CUADROS

- Cuadro 1. Comparación de valores nutritivos por 100 gramos de porción comestible.....7
- Cuadro 2. Principales países exportadores de banano.....15
- Cuadro 3. Ecuador: Exportación del banano por tipo.....16
- Cuadro 4. Ecuador: Exportación del baby banano por principales países de destino.....16
- Cuadro 5. Ecuador: Evolución de las exportaciones de banano.....17
- Cuadro 6. Colombia: Exportación del banano por tipo.....18
- Cuadro 7. Colombia: Exportación de baby banano por principales países de destino.....18
- Cuadro 8. Principales países importadores de banano.....19
- Cuadro 9. Estados Unidos: Evolución de las importaciones del banano orgánico.....20
- Cuadro 10. Evolución de los indicadores de producción del banano/plátano en la provincia de Leoncio Prado - Huánuco.....21
- Cuadro 11. Perú: Exportación del banano por tipo.....22
- Cuadro 12. Perú: Evolución de las exportaciones de baby banano.....22
- Cuadro 13. Comercio mundial de frutas frescas 2020.....25

### INDICE DE GRÁFICOS

- Gráfico 1. Ecuador: Zonas de producción bananera.....8
- Gráfico 2. Colombia: % distribución del banano de exportación según departamento.....11
- Gráfico 3. Exportación mundial de banana (2017-2021).....12
- Gráfico 4. Perú: Estacionalidad de la producción del banano/plátano en la selva.....21
- Gráfico 5. Nivel de participación de ingreso de plátanos según variedad – Mercado mayorista de frutas No. 2 (Agosto).....23
- Gráfico 6. Estados Unidos: Ventas y nivel de crecimiento de los productos orgánicos.....26
- Gráfico 7. Estados Unidos: Ventas y volumen de productos frescos orgánicos.....26
- Gráfico 8. Estados Unidos: Ventas del top 10 productos orgánicos frescos en valor.....27
- Gráfico 9. Estados Unidos: Ventas del top 10 productos orgánicos frescos en volumen.....28
- Gráfico 10. Evolución del consumo del mercado orgánico en la Unión Europea.....29

## INDICE DE FIGURAS

• Figura 1. Taxonomía de las musáceas.....	6
• Figura 2. Manos del baby banano.....	8
• Figura 3. Precios del baby banano en supermercados.....	24
• Figura 4. Una muestra de bananas pequeñas en un supermercado de Brooklyn, Nueva York .....	32
• Figura 5. Dole Food Co.: Promoción de los baby bananos.....	33
• Figura 6. Baby banana en Fruit Logistica, 2019.....	34
• Figura 7. Presentaciones de banana baby.....	35
• Figura 8. Baby banano fresco.....	35
• Figura 9. Baby banano en purés, yogurt y galletas.....	36
• Figura 10. Baby banano deshidratado y cubierto en chocolates.....	37
• Figura 11. Packet de productos ‘on the go’ incluyendo el baby banano.....	38

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Hoy en día vivimos en un entorno, dinámico donde las necesidades de las personas cambian constantemente y, por ende, la oferta se adapta a esas exigencias, situación que se ha acentuado aún más por la pandemia Covid-19, donde el cuidado por la salud y el bienestar se vuelve prioritario.

Si una persona cuenta con suficientes alimentos saludables y nutritivos que satisfagan sus preferencias y necesidades alimentarias se dice que tiene seguridad alimentaria y la inocuidad de los alimentos es parte de toda la cadena, desde la siembra, cosecha, procesamiento, almacenamiento, distribución y consumo final.

Productos nativos que se trasladan a mercados lejanos al origen de estos, causan curiosidad en la persona que lo ve por primera vez, con el interés de saber de dónde provienen, cómo se puede consumir y qué aportes nutricionales y propiedades tiene. Estos nuevos productos encajan en mercados nichos o especializados y en consumidores que están ávidos por experimentar algo nuevo y que satisfaga sus necesidades y gustos.

Uno de los frutos que llama la atención por su tamaño y color intenso en su cáscara es el baby banano - proveniente de América, Asia y África, con una oferta menor si la comparamos con el banano convencional-; su aceptación en mercados europeos y estadounidenses se va acentuando progresivamente en nichos de mercado como el supermercado o tiendas especializadas y está dirigido especialmente al segmento niños para el acompañamiento en sus loncheras, aunque ciertos deportistas lo consumen, por su tamaño y contenido calórico.

Dos países latinoamericanos, Ecuador y Colombia que son primero y quinto exportadores de banano a nivel mundial respectivamente, son los principales comercializadores del baby banano. Perú comenzó a exportar este fruto a partir del 2019, aunque en menor proporción y con poca diversificación en los destinos de exportación. Factores externos asociados con la pandemia COVID-19, exigencias fitosanitarias y del consumidor final hacen que este producto de nicho se refuerce de estrategias de promoción e identificación de nuevos canales y perfiles de consumidor.

El presente trabajo busca realizar un análisis cuantitativo y cualitativo basado en fuentes secundarias, del comportamiento comercial del banano en el mercado internacional y cómo intervienen los ofertantes y demandantes, cuyas acciones también se ven reflejadas o repercuten en la comercialización del baby banano, cuál es la situación actual de nuestros competidores y cuáles son las oportunidades de mercado del baby banano peruano a mediano y largo plazo.

## 1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

### 1.1. Generalidades del producto

#### 1.1.1. Origen y descripción del producto

##### 1.1.1.1. Plátano y Banano

Las musáceas incluyen las especies alimenticias que comúnmente denominamos plátanos y bananos, catalogados en muchas ocasiones como plantas de gran tamaño. Sharrock (1997) y Karamura (1999)<sup>1</sup>, indican que esta familia se encuentra conformada por los géneros *Musa* y *Ensete*<sup>2</sup>.

El género *Musa* tiene la característica de ser una planta herbácea perenne, generalmente de gran tamaño, a veces parcialmente leñosa. Tallo subterráneo rizomatoso del que parten sus grandes hojas, cuyas vainas están dispuestas en espiral fuertemente apretadas unas a otras, constituyendo el falso tronco. Este género cuenta con decenas de híbridos, entre los cuales están: *Musa Acuminata*, *Musa Balbisiana* y *Musa x Paradisiaca* (híbrido de los dos anteriores).

Cabe señalar que los híbridos son convencionalmente designados con letras que simbolizan al genotipo (A para la *Musa Acuminata* y B para la *Musa Balbisiana*); por lo tanto, un híbrido diploide se denominará AB, triploide con tres letras, AAB y ABB, y tetraploide, AAAB, AABB, ABBB<sup>3</sup>. Donde prevalece la carga genética de la *Acuminata* (A), generalmente los frutos son aptos para el consumo fresco; donde prevalece el de la *Balbisiana* (B), el consumo es con previa cocción, por la presencia del almidón que sólo en mínima parte se transforma en azúcar en su madurez.

Las especies y las variedades donde está presente sólo el genotipo A, o predominante, son cultivables en las zonas tropicales en pleno sol sobre tierras fértiles, drenantes, subácidas o neutras, ricas en potasio y magnesio, fertilizadas periódicamente y con regular y/o abundante aporte de agua, siendo muy sensibles al déficit hídrico; por lo tanto, donde las lluvias son insuficientes es necesario intervenir con los riegos.

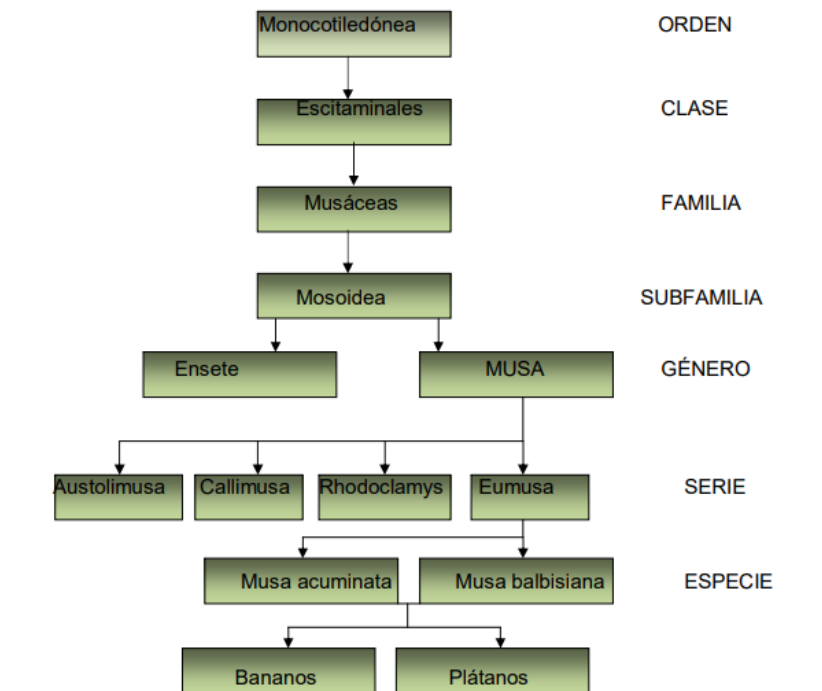
El plátano es del tipo *Musa Balbisiana*, mientras que el banano es del tipo *Acuminata*. Por lo tanto, al tener distinta constitución genómica presentan diferencias.

El plátano tiene mayor genética de *Musa Balbisiana*, que, por su mayor contenido de fécula, debe ser consumida cocida, asada o frita; mientras que el banano con un mayor contenido genético de *Musa Acuminata*, es consumido en la mayoría de los casos como fruto para postre.

<sup>1</sup> Orden Zingiberales: las musáceas y su relación con plantas afines. Agronomía tropical. Maracay 2105. Estado Aragua. Venezuela

<sup>2</sup> <https://es.wikipedia.org/wiki/Musaceae>

<sup>3</sup> <https://www.monaconatureencyclopedia.com/musa-acuminata/?lang=es>

**FIGURA 1****Taxonomía de las musáceas**

Fuente: Estudio del mercado de la cadena del plátano. MIDAGRI

Además de estas diferencias, está el contenido de humedad: El plátano contiene un promedio de 65% de humedad y el banano, 74%. La hidrólisis, el proceso por el cual los almidones se convierten en azúcares, actúa con mayor rapidez en las frutas con un mayor contenido de humedad, los almidones se convierten en azúcares más rápido en los bananos que en los plátanos. Muchos bananos de cocción tienen contenidos de humedad que se encuentran entre los plátanos y bananos de postre. Estas variedades pueden ser cocinadas cuando no están completamente maduras, pero también se maduran suficientemente como para poder comerla cruda.

**CUADRO 1****Comparación de valores nutritivos por 100 gramos de  
porción comestible**

	Banano	Plátano
Agua	74,2 g	65,28 g
Energía	92 kcal	122 kcal
Grasa	0,48 g	0,37 g
Proteína	1,03 g	1,3 g
Hidratos de carbono	23,43 g	31,89 g
Potasio	396 mg	499 g
Hierro	0,31 mg	0,6 g
Sodio	1 mg	4 mg
Calcio	6 mg	3 mg
Vitamina C	9,1 mg	18,4 mg

Fuente: Consultoría Estudio de la Cadena del Plátano-Cárdenas Frida Liliana/DGCA  
Elaboración: DGPA-DEEIA/MINAGRI

**1.1.1.2. Baby banano.**

El baby banano, es una fruta de mesa, conocido también como bananito, bocadillo, lady's finger (EE.UU.), murrapo, banano bocadillo (Colombia), orito (Ecuador), pisang mas (Malasia), bizcocho ó moquicho (Perú), es un híbrido de la variedad *Musa Acuminata*, diploide AA.

Tiene aproximadamente entre 7 y 8 cm de largo y unos 3 cm. de diámetro; su piel es lisa y suave, más fina que la del plátano y banano, con un color verde al comienzo y cuando madura es amarilla, su pulpa es de textura suave: es la variedad de menor tamaño de las Cavendish. Se cultiva entre los 1,300 y 1,700 m.s.n.m., a temperaturas entre los 18 y 20 grados centígrados

Este fruto es muy dulce de sabor y único en su aspecto. Cuando está maduro, tiene una cáscara gruesa, de color amarillo brillante y una pulpa pálida, cremosa y densa. Se cultiva en los países tropicales de América del Sur, el Caribe, Asia y África.

Las plantas crecen rápidamente, y a menudo producen cosecha en los B

La vida útil del baby banano es de 3 a 4 años, dependiendo de su siembra, crecimiento y manejo agronómico. Para su buen cultivo, necesita estar libre de malezas, en su área de producción para que la planta se alimente mejor de agua, luz y nutrientes; así también, es necesario evitar la presencia de patógenos en la planta.



La forma cómo se desflorea predomina en la calidad del baby banano. Las plantas crecen rápidamente, y a menudo producen cosecha entre los 12 y 16 meses después de la siembra, dependiendo de la variedad y condiciones agroecológicas. La cosecha se debe realizar entre los 80 y 90 días después de la floración.

El cuidado y limpieza del baby banano es importante en la etapa de post cosecha, para llegar al mercado interno y especialmente externo en buenas condiciones, por lo que requiere mucho uso de mano de obra en este proceso.

Una de las mayores ventajas del baby banano es que produce frutos sucesivamente de forma indefinida sin discriminar las estaciones, estando disponible en todos los meses del año.

Esta musácea ofrece un conjunto de bananos o racimos, denominado 'manos'. Cada mano puede contener entre 10 y 12 bananos, y los frutos individuales se llaman dedos. Los bananos se cosechan y se envían cuando aún están verdes, lo que permite al consumidor decidir el nivel de madurez que desea para su consumo.

## **FIGURA 2**

### **Manos del Baby Banano**



Fuente: Alamy

### **1.1.1.2.1. Valor nutricional**

Los baby bananos contienen poca o ninguna grasa y son bajos en calorías. Tienen un alto contenido en vitamina B6 y contienen el aminoácido triptófano, que ayuda al cuerpo humano a producir serotonina, que mejora el estado de ánimo. También son ricos en fibra y potasio. Poseen una buena cantidad de fósforo, magnesio, selenio, cobre, zinc, hierro y calcio. Contienen vitaminas A, B1, B2, C, E, K, niacina y ácido pantoténico. Se diferencia del banano tradicional por su gran sabor, más dulce y es agradable al paladar. Aporta un promedio de 110 calorías a la persona cuando lo consume.

Por sus valores nutricionales, el baby banano es muy apetecida por los deportistas, ciclistas y fisiculturistas; la gran cantidad de sales minerales como el potasio, ayuda a controlar los calambres a nivel del cuerpo. También es recomendable para las personas que sufren de hipertensión y problemas renales, ya que el potasio contribuye a bajar el sodio en la sangre y disminuir los niveles de presión sanguínea en el cuerpo.

### **1.1.1.2.2. Aplicaciones**

Los baby bananos son la quinta esencia del banano para comer en fresco y también pueden utilizarse como postre, parte de las ensaladas de frutas. Su dulzura se presta a muchas recetas en diversas aplicaciones. Pueden ser un ingrediente principal en jugos, batidos, comida para bebés, pudding, pasteles, magdalenas, pan, galletas, helados y tartas.

## **2. PANORAMA INTERNACIONAL.**

### **2.1. PRODUCCIÓN.**

Tal como se mencionó anteriormente, el baby banano se cultiva en países tropicales de América del Sur, el Caribe, Asia y África.

En América del Sur, Ecuador y Colombia son los mayores productores de baby banano.

#### **2.1.1. Ecuador.**

El cultivo de musáceas, es la principal actividad agrícola, de suma importancia para la economía de este país, pues representa aproximadamente el 2% de su PBI y el 35% del PBI agrícola, su volumen de exportación está solamente superado por el del petróleo<sup>4</sup>.

Ecuador está dentro del top 10 mayores productores de banano en el mundo, cuya producción en el 2020 fue 6,023 toneladas, siendo los cultivares predominantes en la exportación el Cavendish y el banano orito ó sugar baby, como lo denominan al baby banano en este país.

El banano orito es un cultivo tradicional realizada por pequeños y medianos productores ubicados en los cantones de Pasaje, provincia de El Oro.

---

<sup>4</sup> Plan de exportación de banano orito de la hacienda María Elvira hacia mercado español. Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano - Honduras. Noviembre, 2019

Guayas, Azuay, Chimborazo y Bolívar (zona de Esmeralda) y del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi. Estas dos últimas son de mayor volumen de producción, teniendo una ventaja comparativa frente a otras zonas ya que se encuentran cerca a Guayaquil, cuyo puerto es la salida de todas las exportaciones ecuatorianas.

### GRÁFICO 1

#### Ecuador: Zonas de producción bananera



#### 2.1.2. Colombia.

El banano es una oportunidad para el desarrollo rural en Colombia, dada la aptitud de su producción en el trópico, el conocimiento del cultivo, el número de productores involucrados (en su mayoría campesinos y de elaboración familiar), la priorización del cultivo en los planes de desarrollo locales y regionales y la alta demanda de mercados sofisticados por productos naturales, autóctonos y con diversidad de sabores y texturas, atractivos para un mercado dinámico y creciente que debe buscar mayor participación en los beneficios generados por las cadenas de valor global (Carvajal-García et al., 2019: 1)

Colombia, por su ubicación geográfica, presenta ventajas para la producción y comercialización de diversos frutos que se articulan en diversos mercados internacionales, como es el caso del banano. La zona bananera más importante del país está situada en la región del Urabá y cuenta con una vasta área de cultivos, generando un impacto económico positivo tanto a nivel nacional como regional.

El sector bananero genera aproximadamente el 1.5 % del PIB agrícola y tradicionalmente ha sido uno de los productos bandera de las exportaciones de frutas.

El banano y el banano bocadillo o baby banano son productos de exportación, mientras que el banano criollo es para consumo interno.

Las dos regiones que producen banano para la exportación son el Urabá antioqueño (municipios de Apartadó, Carepa, Chigorodó y Turbo) y la región norte del departamento del Magdalena (municipios de Córdoba, Río Frío, Orihueca, Sevilla y Aracataca). El Departamento de Antioquia, específicamente la región de Urabá, participa en promedio con el 70% del total de la producción de banano de exportación de Colombia (Roldán et al., 2004: 12).

Apartadó es un municipio de Colombia, localizado en la subregión de Urabá en el departamento de Antioquia, y es el municipio más poblado de dicha región. Su nombre en dialecto indígena se traduce como Río del Plátano (Pata: Plátano, y Do: Río). Es considerado el municipio líder del Urabá antioqueño por su actividad comercial y su infraestructura. Está rodeado de inmensas plantaciones bananeras y plataneras, las mismas que representan el principal renglón de la economía de la región y que, en los últimos años, ha tenido un crecimiento acelerado hacia el agroturismo<sup>5</sup>

## GRÁFICO 2

### Colombia: % Distribución de la producción de banano de exportación según departamento



FUENTE: DANE-CNA 2014

ASPYS: Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina

Con respecto al banano bocadillo, tiene a los departamentos de Huila y de Tolima como los de mayor producción a nivel nacional. En Tolima, las zonas

<sup>5</sup> De La Fiesta del Banano en el Urabá colombiano: cultura y tradición --RIVAR (Santiago) vol.8 no.23 Santiago mayo 2021.

de mayfabor producción son Iconozo, Melgar, Cunday, Villa Rica y Fresno, logrando exportar más del 80% de su producción.

El banano bocadillo es un producto básico en la mayoría de las regiones. Su consumo per cápita es aproximadamente 68 kilogramos /persona/año, pero se diferencian según las zonas<sup>6</sup>:

- Zona rural cafetalera: 160 Kg/persona/año
- Zona urbana cafetalera: 80 Kg/persona/año
- Zona urbana nacional: 35 Kg/persona/año

Este fruto es muy popular y apetecido en Colombia por su sabor dulce y su reducido tamaño. Gracias a su abundancia y bajo precio, el banano bocadillo se encuentra en diferentes canales de ventas: Tiendas, supermercados y ventas ambulantes durante todo el año.

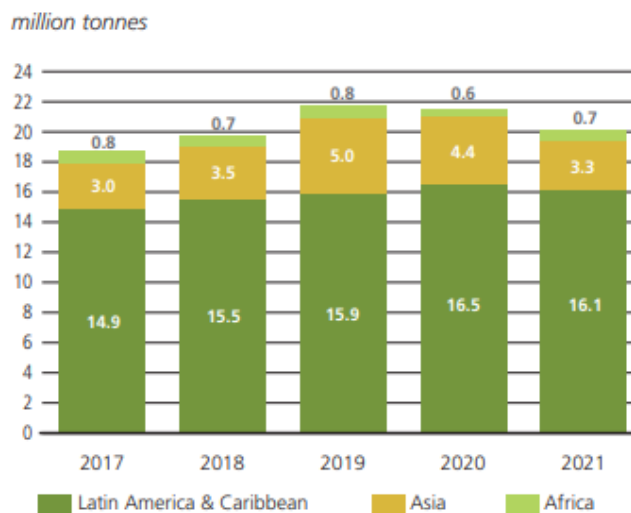
## 2.2. EXPORTACIÓN.

### 2.2.1. Panorama mundial del banano.

Las exportaciones mundiales de banano, excluidos los plátanos (bananos rosados o bananos machos), durante los últimos cinco años (2017-2021), tuvieron un crecimiento promedio anual del 4% y 5% en términos de volumen y valor respectivamente.

### GRÁFICO 3

#### Exportaciones mundiales de banano (2017-2021)



Source: FAO data, compiled from several sources as indicated in the note on methodology.

Sin embargo, el comercio mundial de banano en el 2021, se vio afectado por factores de oferta y demanda, por efectos de la pandemia COVID-19, condiciones meteorológicas, el empeoramiento de las enfermedades de las plantas, las regulaciones más estrictas sobre los niveles máximos de residuos

<sup>6</sup> El cultivo del bocadillo – Corporación para la promoción del desarrollo rural y agroindustrial de Tolima – PROHACIENDO - Ibagué 2001 - Colombia

en algunos mercados importantes, así como una demanda ligeramente inferior en varios mercados de importación. Todo esto trajo como consecuencia que las cantidades exportadas a nivel mundial se redujeran en unos 1.5 millones de toneladas en el 2021. Fuentes de la industria informaron, además, de graves dificultades derivadas de costes sustancialmente más elevados de insumos como los fertilizantes, cuyos precios aumentaron entre un 30% y un 45%, así como de los materiales de envasado, vitales para para el funcionamiento de la industria. Esta situación afectó la capacidad de los productores para suministrar bananos en cantidades adecuadas y con la calidad esperada en los mercados de exportación en todas las regiones, además de la escasez de contenedores frigoríficos para el transporte, con costes de envío sustancialmente más elevados de los exportadores para abastecer a los mercados internacionales<sup>7</sup>

Por ello, las exportaciones de América Latina y el Caribe (ALC), la principal región exportadora del mundo, disminuyeron, en el 2021, en casi 16 millones de toneladas - unas 400 000 toneladas menos que su nivel alcanzado en el 2020.

Ecuador, el mayor exportador de bananos en el mundo, registró una disminución del 3 por ciento en los envíos, hasta aproximadamente 226.4 miles de toneladas en el año 2021. Fuentes de la industria informaron que, además de los obstáculos mencionados anteriormente, la industria bananera de Ecuador se vio afectada por los mayores gastos derivados de la necesidad de mantener estrictas medidas de mitigación de la TR4, en vista de los brotes ocasionados en Colombia y Perú.

Además, el establecimiento de medidas de seguridad para combatir la introducción de sustancias en los contenedores de plátano, así como la nueva normativa sobre el nivel máximo de residuos en algunos mercados de destino clave, como el de Estados Unidos, repercutieron en los niveles de exportación.

Cabe señalar, que a Julio 2022, las exportaciones ecuatorianas del baby banano siguen con tendencia negativa, del orden del 8% (Ver cuadro 5), si lo comparamos con el mismo período del 2021, según cifras de la Asociación de Comercialización y Exportación de Banano de Ecuador, Acorbanec, a través del informe sobre la situación del banano en ese país, señalando que esta disminución se debió a los siguientes factores:

- Falta de fertilización en la producción, afectando en los pesos de los racimos, y desarrollo de nuevas unidades de producción (pariciones) por el incremento del precio de los fertilizantes.
- Mayor frecuencia de ciclos de producción, a cada 6 semanas u 8 semanas.
- Impacto de los límites máximos de residuos (LMR) establecidos por la Unión Europea, al eliminar moléculas químicas, como el Clorpirifos -que se cataloga como uno de los insecticidas más usados para tratar los plásticos que se emplean en la producción bananera (Memorias Expoagricultura, 2001)<sup>8</sup>-, generando incremento de merma por uso de

<sup>7</sup> International trade Banana. Market review- preliminary results 2021.FAO 2022.

<sup>8</sup> <http://www.scielo.org.co/pdf/luaz/n38/n38a12.pdf>

funda Biflex (cambio necesario para cumplir con las exigencias de la Unión Europea, acatando el no uso del clorpirifós).

- Factores climáticos, con altibajos de temperaturas. El frío afectó a los enfundes.
- La emisión foliar no ha mejorado, su desempeño sigue lento y consecuentemente el enfunde tampoco ha mejorado. La producción debido a factores climático, está inestable con comportamientos atípicos. No hay repuntes significativos de los enfundes, lo que se proyecta que para el segundo y tercer semestre no habrá picos de producción como en otros años<sup>9</sup>.

Países de Centro América como Costa Rica, Guatemala y Honduras, proveedores de banano a Estados Unidos y la Unión Europea, tuvieron disminución en sus embarques durante el 2021. Además de las dificultades relacionadas con la pandemia, está la recuperación de la producción, causada por los huracanes Eta e Iota, que pasaron por Centroamérica en noviembre del 2020, adicionando dificultades derivadas de los mayores costos de los insumos y el transporte y la necesidad de mantener estrictas y costosas medidas de mitigación de la TR4. La venta al por menor de los plátanos en la mayor parte de la Unión Europea mostró una tendencia a la baja en el 2021, lo que derivó a una elevada presión sobre los márgenes de la cadena de valor del banano en estos países.

En México, los daños causados por los huracanes y las graves inundaciones en zonas críticas de producción en el sur de este país en el 2021 afectaron negativamente al suministro del banano; sin embargo, sus niveles de exportación lograron incrementarse en ese año en 1% con respecto al año anterior. Cabe señalar que, aunque México se ha convertido en el segundo proveedor de plátanos orgánicos a los Estados Unidos en los últimos años, por detrás de Ecuador.

Las bananas procedentes de Colombia – quinto abastecedor en el mundo – tuvo un incremento durante los últimos cinco años, del 2 por ciento a nivel de valor y volumen exportado y este crecimiento se da en forma sostenida durante los años 2019 al 2021, siendo Estados Unidos el principal mercado de destino con el 16% de participación. El tipo Cavendish representa más del 90% dentro de las exportaciones totales de banano colombiano.

Con respecto a Filipinas, segundo país mayor exportador del mundo en bananos, y principal abastecedor para los países asiáticos – con casi el 90% de las exportaciones asiáticas de banano – durante el 2021, tuvo graves dificultades de producción, derivadas del impacto combinado de la pandemia COVID-19 y la propagación del TR4, así como los daños causados por los huracanes y los elevados costes de insumos. Estos factores afectaron en gran manera a los productores de banano de este país, en su mayoría pequeños productores, que tuvieron dificultades para adquirir los insumos agrícolas necesarios para cumplir con los requisitos de calidad de los mercados de exportación. Este país

---

<sup>9</sup> <https://www.portalfruticola.com/noticias/2022/08/30/exportaciones-de-bananos-ecuatorianos-de-enero-a-julio-2022-caen-y-las-proyecciones-nos-son-auspiciosas/>

tuvo un descenso considerable en sus exportaciones del 35% en el 2021 (aproximadamente 1.3 millones de toneladas).

## CUADRO 2

### Principales países exportadores de banano en el mundo (Toneladas)

Países exportadores	2017	2018	2019	2020	2021	% Partic. 2021	% var. 2021 vs 2020
Mundo	20,439,021	24,090,281	25,954,393	26,930,495	25,389,663		-6%
Ecuador	6,418,119	6,662,201	6,667,588	7,039,848	6,813,409	27%	-3%
Filipinas	0	3,387,887	4,351,353	3,725,081	2,425,858	10%	-35%
Guatemala	2,343,695	2,361,491	2,434,403	2,367,035	2,317,601	9%	-2%
Costa Rica	2,525,181	2,484,231	2,382,318	2,623,530	2,312,244	9%	-12%
Colombia	1,884,805	1,748,484	1,896,091	2,034,001	2,103,077	8%	3%
Bélgica	1,286,707	1,161,640	907,651	914,377	948,319	4%	4%
Países Bajos	549,789	639,977	788,053	792,245	829,050	3%	5%
Ghana	88,480	95,144	97,424	719,615	798,769	3%	11%
EE.UU.	594,271	580,246	593,810	592,463	584,693	2%	-1%
México	561,295	552,398	393,260	482,920	488,078	2%	1%
Panamá	4	298,144	642,371	699,802	464,792	2%	-34%
Côte d'Ivoire	387,137	377,150	411,444	388,843	452,965	2%	16%
Viet Nam	89,971	127,364	254,864	292,457	384,882	2%	32%
República Dominicana	327,191	124,896	393,517	268,738	357,802	1%	33%
Camboya	12,324	27,490	112,313	278,017	355,988	1%	28%
India	89,837	116,107	173,804	212,016	340,731	1%	61%
Alemania	343,364	247,650	282,848	301,735	338,655	1%	12%
Camerún	275,688	216,606	297,928	299,404	322,015	1%	8%
Honduras	648,518	633,446	593,402	541,912	318,351	1%	-41%
Francia	250,693	249,775	204,922	180,717	220,586	1%	22%
Perú	202,926	227,448	218,246	211,164	206,380	1%	-2%
Otros países	1,559,026	1,770,506	1,856,783	1,964,575	2,005,418	8%	2%

Fuente: Trademap-ITC

## 2.2.2. Exportaciones del baby banano.

### 2.2.2.1. Ecuador.

En el 2021, las exportaciones del baby banano representaron el 3.1% de las exportaciones totales de banano ecuatoriano, en términos de valor, año que decayó significativamente los embarques hacia el exterior en comparación a lo realizado el año anterior, con una disminución del 62%.

Cabe señalar que en los últimos cinco años (2017-2021), las exportaciones del baby banano han tenido un comportamiento irregular, siendo el 2020 el año donde Ecuador tuvo el mayor volumen de exportación de este fruto, pasando de 170 millones 265 mil toneladas en el 2019 a 465 millones.509 mil toneladas, cifra que superó a la obtenida en el 2017, a pesar de estar en pandemia COVID-19.

Estados Unidos es el país que representa casi el 70% de las exportaciones ecuatorianas del baby banano, teniendo también principales destinos mercados europeos como Rusia, Bulgaria, Bélgica y Países Bajos y China por el lado de Asia. (Ver cuadro 4 y 5)



### CUADRO 3

#### Ecuador: Exportaciones de banano por tipo

(Valor FOB – Miles US\$)

Partida arancelaria	Descripción del producto	2017	2018	2019	2020	2021	% Partic. 2021	% var. 2021 vs 2020
Total		2,953,744	3,134,735	3,185,475	3,577,050	3,393,034		-5.1%
'0803901190	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.): los demás	2,516,027	2,721,720	2,748,633	2,928,564	2,863,779	84.4%	-2.2%
'0803901110	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.): orgánico certificado	237,065	296,857	311,713	338,003	408,338	12.0%	20.8%
'0803901200	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.): bocadillo (manzanito, orito) (musa acuminata)	194,868	95,797	110,299	296,361	105,301	3.1%	-64.5%
'0803902000	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.): secos	1,827	13,294	11,568	10,595	11,610	0.3%	9.6%
'0803901900	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.): los demás	3,957	7,067	3,262	3,527	4,006	0.1%	13.6%

Fuente: Trademap-ITC

### CUADRO 4

#### Ecuador: Exportaciones del baby banano por principales países de destino (Toneladas)

Mercados destino	2017	2018	2019	2020	2021	% Partic. 2021	% var. 2021 vs 2020
	Total exportado	316,408	137,845	170,265	465,509		
EE.UU.	289,132	92,660	135,432	426,666	123,456	70%	-71%
Rusia	8,918	10,037	9,804	13,965	22,409	18%	60%
Bulgaria	241	552	60	37	7,015	4%	18859%
China	3,677	6,061	7,368	7,165	7,014	6%	-2%
Bélgica	3,346	6,802	2,895	2,805	4,755	3%	70%
Países Bajos	1,571	2,626	2,088	1,624	3,545	3%	118%
Colombia	5,318	3,350	1,905	3,006	2,554	1%	-15%
Italia	936	2,316	3,501	1,876	1,734	1%	-8%
Ucrania	141	451	464	944	1,452	1%	54%
Alemania	1,388	2,447	1,321	1,729	715	1%	-59%
Otros países	1,740	10,543	5,427	5,692	2,341	1%	-59%

Fuente: Trademap-ITC

**CUADRO 5****ECUADOR: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE BANANO (ENERO-JULIO)****(Valores expresados en cajas de 18.14 Kg.)**

Mes	2018	2019	2020	2021	2022
Enero	32,528.4	31,769.0	37,671.0	37,509.3	34,081.9
Febrero	28,317.9	29,598.3	33,649.6	31,763.1	33,098.6
Marzo	32,492.8	33,907.9	33,019.7	33,829.3	28,317.6
Abril	33,200.0	32,358.7	35,799.5	32,447.2	31,317.3
Mayo	29,615.3	30,694.9	35,663.7	33,347.4	31,342.8
Junio	24,994.4	29,060.3	28,164.9	27,169.7	22,140.3
Julio	27,091.9	25,688.7	28,433.4	27,547.0	25,504.3
<b>Total</b>	<b>208,240.8</b>	<b>213,077.9</b>	<b>232,401.8</b>	<b>223,613.0</b>	<b>205,802.8</b>
<b>Variación</b>		<b>2.3%</b>	<b>9.1%</b>	<b>-3.8%</b>	<b>-8.0%</b>

Fuente: ACORBANEC/DATACOMEX/BANASTAT

**2.2.2.2. Colombia.**

Las exportaciones colombianas de baby banano o el banano bocadillo representan sólo el 0.8 por ciento del total exportado en términos de valor, ya que casi la totalidad en sus embarques se dan en el banano tipo Cavendish Valery.

2017 y 2019 fueron los años de mayor volumen de exportación para el baby banano colombiano con aproximadamente 10,000 toneladas. Los dos años posteriores, cayeron los volúmenes embarcados, principalmente al mercado estadounidense. En el 2021 el gremio bananero enfrentó dificultades como consecuencia de la pandemia del COVID-19, debido al encarecimiento de sus materias primas, la problemática mundial de los contenedores y la presencia del hongo Fusarium Raza 4 Tropical.<sup>10</sup>

Sin embargo, cabe destacar los crecimientos significativos en las exportaciones hacia diversos países de Europa, tales como Francia, Suiza, Países Bajos; diversificando sus destinos a partir del 2020 hacia países del Medio Oriente: Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Qatar. (Ver cuadro 6 y 7)

<sup>10</sup> <https://www.portalfruticola.com/noticias/2022/04/27/las-exportaciones-de-banano-de-colombia/#:~:text=Las%20exportaciones%20de%20banano%20de,viernes%20la%20agremiaci%C3%B3n%20del%20sector.>

### CUADRO 6

#### Colombia: Exportaciones de banano por tipo (Valor FOB – Miles US\$)

Partida arancelaria	Descripción del producto	2017	2018	2019	2020	2021	% Partic. 2021	% var. 2021 vs 2020
<b>Total</b>		<b>857,286</b>	<b>809,776</b>	<b>870,675</b>	<b>913,467</b>	<b>935,861</b>		<b>2.5%</b>
'0803901100	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.): frescos: tipo «cavendish valery»	849,057	800,812	862,144	905,351	927,452	99.1%	2.4%
'0803901200	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.): frescos: bocadillo (manzanito orito) (musa acuminata)	7,765	8,421	8,021	7,292	7,532	0.8%	3.3%
'0803902000	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.): secos	195	413	502	509	611	0.1%	20.0%
'0803901900	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.): frescos: los demás	269	130	8	315	266	0.0%	-15.6%

Fuente: Trademap-ITC

### CUADRO 7

#### Colombia: Exportaciones de baby banano por principales países de destino (Toneladas)

Mercados destino	2017	2018	2019	2020	2021	% Partic. 2021	% var. 2021 vs 2020
<b>Total exportado</b>	<b>10,709</b>	<b>9,857</b>	<b>10,043</b>	<b>9,659</b>	<b>9,465</b>		<b>-2.0%</b>
EE.UU.	9,668	8,883	9,356	9,041	8,691	92%	-4%
Francia	482	670	350	256	367	4%	43%
Países Bajos	54	24	8	41	118	1%	189%
Suiza	58	74	94	80	101	1%	26%
Bélgica	168	1	8	88	63	1%	-28%
Italia	129	130	174	109	61	1%	-44%
Emiratos Árabes Unidos	0	0	0	4	24	0%	542%
España	18	22	18	21	17	0%	-20%
Kuwait	0	0	0	2	11	0%	439%
Qatar	0	0	0	2	4	0%	77%
Otros países	133	54	36	14	7	0%	-49%

Fuente: Trademap-ITC

## 2.3. IMPORTACIÓN

Durante el período 2017-2021, las importaciones globales de banano tuvieron un incremento del 2.3% y 1.3% en volumen y valor respectivamente, sustentado por una mayor demanda en países como Trinidad y Tobago, China, Japón, Países Bajos, Francia, Polonia, Ucrania y Burkina Faso. Este último con aumentos significativos en sus importaciones desde el 2020. Factores como la

preocupación por la salud relacionada con la pandemia COVID-19 y la concientización de los consumidores por una alimentación sana, contribuyeron al aumento de la demanda del banano.

En el año 2021, hubo una ligera reducción en los volúmenes importados de bananos, de casi 69.5 toneladas, afectadas por tensiones en las cadenas de suministro, así como la disminución de las importaciones en varios países de destino, principalmente en mercados emergentes, como Arabia Saudita, Turquía, Irán e Irak. Sin embargo, en países de Europa, Asia e inclusive Estados Unidos las importaciones de banano fueron positivas (estos mercados representan aproximadamente el 70% de las importaciones totales).

Asimismo, hay una contracción de los precios importados US\$/Kg. Desde del 2017, factores externos han ocasionado esta caída, acentuándose aún más en el 2021 por el alza de los costos de producción, los fletes marítimos por la disponibilidad y precios de los contenedores, complementando la inflación y los costos de energía a nivel global.

Aun así, hay que señalar, que el sector alimentario orgánico tiene un comportamiento muy dinámico en estos últimos años y el banano orgánico es parte de él. Europa y Estados Unidos son los mercados de mayor consumo. El análisis de estos mercados se hará en los siguientes capítulos.

## **CUADRO 8**

### **Principales países importadores de banano**

Países importadores	2017	2018	2019	2020	2021	% Partic. 2021	% variac. prom. anual (2017-2021)	% var. 2021 vs 2020
	31,050,094	32,486,699	34,019,698	34,834,370	34,764,961		2.3%	-0.2%
Trinidad y Tobago	9,736,316	10,592,955	11,638,250	11,491,066	11,226,642	32%	3%	-2%
EE.UU.	4,814,494	4,778,118	4,676,574	4,671,100	4,635,391	13%	-1%	-1%
China	1,039,138	1,544,606	1,939,946	1,763,863	1,863,625	5%	12%	6%
Rusia	1,544,057	1,556,675	1,512,443	1,515,712	1,460,428	4%	-1%	-4%
Alemania	1,418,228	1,258,084	1,331,112	1,346,651	1,411,320	4%	0%	5%
Países Bajos	650,846	801,829	961,712	988,973	1,114,370	3%	11%	13%
Japón	985,634	1,002,879	1,045,127	1,067,866	1,108,554	3%	2%	4%
Bélgica	1,406,563	1,326,570	1,148,461	1,168,217	1,079,774	3%	-5%	-8%
Reino Unido	1,161,837	1,095,139	1,022,950	979,810	916,019	3%	-5%	-7%
Italia	758,006	777,341	730,543	770,946	776,771	2%	0%	1%
Francia	670,192	725,787	672,488	703,158	762,458	2%	3%	8%
Burkina Faso	461	930	683	614,500	690,500	2%	332%	12%
Canadá	578,688	577,413	580,736	591,464	586,520	2%	0%	-1%
Polonia	431,773	459,535	443,808	558,853	514,216	1%	4%	-8%
Argentina	488,115	449,498	433,273	468,049	480,058	1%	0%	3%
España	309,069	365,728	361,315	324,373	369,838	1%	4%	14%
Corea del Sur	437,380	427,150	368,338	351,994	351,903	1%	-4%	0%
Ucrania	238,281	250,923	281,189	325,645	327,647	1%	7%	1%
Türkiye	207,573	155,427	372,833	373,434	283,856	1%	6%	-24%
Chile	222,273	233,221	245,610	246,297	258,191	1%	3%	5%
Iraq	259,760	306,270	301,161	364,459	234,618	1%	-2%	-36%
Otros países	3,691,410	3,800,621	3,951,146	4,147,940	4,312,262	12%	3%	4%

Fuente: Trademap-ITC

**CUADRO 9****Estados Unidos: Evolución de las importaciones de banano orgánico**

Variable	2017	2018	2019	2020	2021	% var.prom.anual (2017-2021)
Volumen (toneladas)	431,485	571,406	462,514	529,579	555,223	5.2%
Valor (miles US\$)	290,479	369,736	311,081	371,975	378,718	5.4%

Fuente: Trademap-ITC

**3. PANORAMA NACIONAL****3.1. Producción.**

El cultivo del plátano y banano, que comúnmente en el Perú se le denomina sólo plátano, es de gran importancia social y económica en el país, por ser uno de los productos básicos de la canasta familiar, en especial para los consumidores de la selva del Perú; además, es generador de ingresos para miles de agricultores pertenecientes a la agricultura familiar.

Perú se encuentra dentro del top 15 principales productores de banano y es el tercer productor de banano orgánico a nivel mundial.

La producción se concentra en más del 70% en la selva norte y central (San Martín, Loreto, Amazonas, Huánuco Junín, Cusco, Ayacucho, Cerro de Pasco) y el porcentaje restante se da en la costa, principalmente en la zona norte (Tumbes, Piura y Lambayeque). Es un cultivo de gran importancia social y económica, por ser uno de los productos básicos de la canasta familiar, en especial para los consumidores de la selva y generador de ingresos para miles de agricultores pertenecientes a la agricultura familiar.

Las especies que se producen en la selva son: Seda (Cavendish Valery), manzano, baby banano (o moquicho o bizcocho), palillo y bellaco o Harton.

Con respecto al baby banano, no se tienen estadísticas de producción desagregadas por cultivares de banano; sin embargo, podemos mencionar que se concentra en la selva central del país, zona del Alto Huallaga, también se produce desde Tingo María (Huánuco) hasta Tocache (San Martín)<sup>11</sup>, predominando su producción en la provincia de Leoncio Prado (Huánuco).<sup>12</sup>.

En esta provincia, la evolución de la producción del banano / plátano ha sido positiva durante estos últimos cinco años, representando el 46% de la producción total de este cultivo en Huánuco, otorgando un aporte económico y social significativo para la zona.

Cabe señalar que, la provincia de Leoncio Prado se encuentra ubicada en la zona central del Perú, es una de las once provincias de la Región Huánuco.

<sup>11</sup> <https://www.redagricola.com/pe/baby-banano-una-fruta-pequena-con-un-gran-futuro/#:~:text=Actualmente%20existen%20menos%20de%20200,0%20pl%C3%A1tano%20bellaco%20o%20Hart%C3%B3n.>

<sup>12</sup> Estudio del mercado de la cadena del plátano – MIDAGRI.

Desde el punto de vista orgánico, en relación a las zonas de “vida natural” y en base a la clasificación de “HOLDRIDGE”<sup>13</sup>, la provincia de Leoncio Prado está constituida por un bosque muy húmedo subtropical y su clima es cálido y húmedo. con temperaturas medias anuales entre 22 °C y 36°C. Con intensas precipitaciones fluviales estacionales, cuya frecuencia es mayor durante los meses de diciembre a abril y menor entre los de mayo a setiembre. El promedio anual de precipitación pluvial es mayor a los 1,000 mm.

El banano/plátano y el cacao en esta provincia son los cultivos que más aportan al valor bruto de producción agrícola para Huánuco; en el 2021, sus aportes fueron del 27.87% y 25.5% respectivamente.

### **CUADRO 10**

#### **EVOLUCIÓN DE LOS INDICADORES DE PRODUCCIÓN DE BANANO/PLATANO EN LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO - HUÁNUCO**

Indicadores	2017	2018	2019	2020	2021	%var.prom.anual (2017-2021)
<b>Producción (t)</b>	99,653	103,181	109,365	109,552	111,432	<b>2.3%</b>
<b>Superficie cosechada(ha.)</b>	8,686	8,925	9,459	9,416	9,451	<b>1.7%</b>
<b>% Rendimiento</b>	11.5	11.6	11.6	11.6	11.8	<b>0.5%</b>
<b>No. De productores</b>	5,911	5,911	5,911	5,911	5,911	

Total Huánuco	2017	2018	2019	2020	2021	%var.prom.anual (2017-2021)
<b>Producción (t)</b>	211,631	220,091	227,037	228,144	229,767	1.7%
<b>% producción Leoncio Prado</b>	<b>47.1%</b>	<b>46.9%</b>	<b>48.2%</b>	<b>48.0%</b>	<b>48.5%</b>	




Fuente: SIEA - MIDAGRI

La producción del banano y plátano en el Perú es permanente, durante todo el año. Sin embargo, debemos analizar la época de cosecha teniendo en cuenta la región donde se cultivan. En selva peruana, el período de mayor cosecha se da en épocas lluviosas; es decir, entre los meses de octubre a marzo de cada año. Los meses de mayor producción se dan entre octubre y enero del siguiente año. Moderada producción entre agosto y setiembre y entre febrero y marzo. Menor producción entre los meses de abril a julio.

### **GRÁFICO 4**

#### **Perú: Estacionalidad de la producción del banano/plátano en la selva**

Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic

	Meses de alta producción
	Meses de moderada producción
	Meses de baja producción

Fuente: Informe El Banano Peruano - Producto estrella de exportación - MIDAGRI

<sup>13</sup> [https://es.wikipedia.org/wiki/Sistema\\_de\\_clasificaci%C3%B3n\\_de\\_zonas\\_de\\_vida\\_de\\_Holdridge](https://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_clasificaci%C3%B3n_de_zonas_de_vida_de_Holdridge)

### 3.2. Exportación.

Las exportaciones peruanas de baby banano representan sólo el 0.3% de las exportaciones totales de banano, en términos de valor, prevaleciendo los embarques en plátano tipo Cavendish Valery, que representan el 99% en participación.

**CUADRO 11**  
**Perú: Exportaciones de banano por tipo**  
**(Valor FOB – Miles US\$)**

Partida arancelaria	Descripción del producto	2017	2018	2019	2020	2021	% Partic. 2021	% var. 2021 vs 2020
<b>Total</b>		<b>149,331</b>	<b>165,318</b>	<b>151,227</b>	<b>148,425</b>	<b>144,819</b>		<b>-2.4%</b>
'0803901100	Bananas incluidos los platanos tipo "cavendish valery" frescos	148,557	163,680	149,913	147,686	143,413	99.0%	-2.9%
'0803902000	Los demas bananas o platanos secos	520	1,218	810	342	611	0.4%	78.7%
'0803901200	Bananas incluidos los platanos tipo bocadillo (manzanito, orito) (musa acuminata)	3	2	3	93	459	0.3%	393.5%
'0803901900	Los demas bananas o platanos frescos	251	418	501	304	336	0.2%	10.5%

Fuente: Trademap-ITC

A pesar que el desenvolvimiento histórico de nuestras exportaciones de baby banano ha tenido un comportamiento no homogéneo durante los años 2017 al 2019, destacamos las tendencias crecientes y significativas de los embarques realizados a partir del 2020.

Nuestras exportaciones son orgánicas al 100%; sin embargo, sólo tenemos a Italia como mercado de destino, teniendo como único proveedor a Ctm Agrofair Italia, dedicada a la importación y venta al por mayor de frutas y hortalizas frescas procedentes de productores de comercio justo, así como la realización de iniciativas de difusión e información sobre los problemas de desarrollo de los países del Sur. empresa dedicada a la distribución de frutas y hortalizas. Cabe señalar, que a Julio de este año 2022, las tendencias siguen crecientes, llegando a tener embarques a la empresa italiana mayores al 50%.

**CUADRO 12**  
**Perú: Evolución de las exportaciones de baby banano**

	2017	2018	2019	2020	2021	% var. Anual (2017-2021)
<b>Volumen (Kg.)</b>	479	532	392	32,033	144,612	<b>213%</b>
<b>Valor (US\$)</b>	626	881	683	91,692	466,580	<b>275%</b>

Fuente: Veritrade

### CUADRO 13

#### Perú: Evolución de las exportaciones de baby banano (enero - julio)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	% var. 2022/2021
Volumen (Kg.)	279	490	269	12,012	81,744	128,888	57.7%
Valor (US\$)	302	812	455	33,820	270,953	415,441	53.3%

Fuente: Veritrade

Cabe señalar que la industria del baby banano en el Perú es muy joven, por lo que es necesario aún buscar oportunidades en canales especializados y mercados donde haya mayor preferencia hacia productos orgánicos, sea en Europa, Asia y Medio Oriente y poder diversificar nuestras exportaciones.

### 3.3. Comercialización.

Al baby banano, conocido también como plátano bizcocho, bizcochito o moquicho en el Perú, se comercializa mercados locales/regionales; sin embargo, la mayor distribución se da en los mercados mayoristas de Lima: Mercado mayorista de frutas No. 2 y el mercado mayorista Túpac Amaru.

Los volúmenes mensuales del baby banano que entra al mercado mayorista de frutas No. 2 es de casi 3 toneladas en promedio, a un precio de S/ 1.10 el kilo, con un precio de venta al consumidor final de S/. 3.50 el kilo.

### FIGURA 3

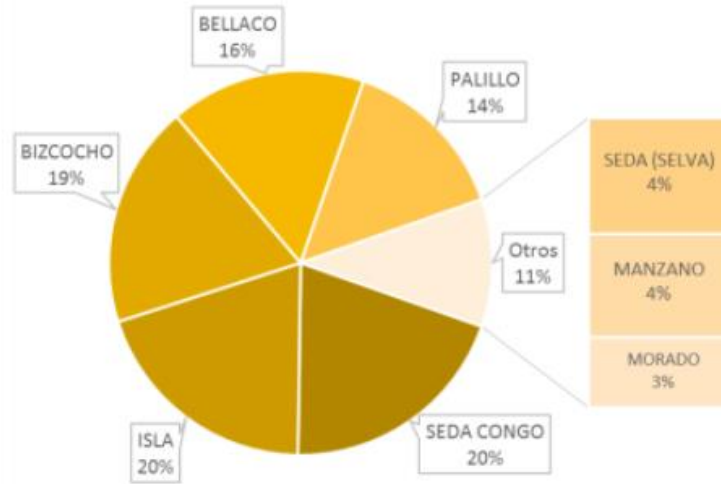


De acuerdo al reporte de abastecimiento y precios mayoristas del mercado mayorista de frutas No.2 del mes de agosto 2022, manifiesta que la oferta del plátano es buena, siendo las principales variedades: Seda congo, de la isla, bizcocho, bellaco y palillo. Los ingresos de plátano proceden de los departamentos de: Huánuco (30%); Junín (24%); San Martín (24%) y Piura (16%), principalmente.



**GRAFICO 5**

**Nivel de participación de ingreso de plátanos según variedad – Mercado mayorista de frutas No. 2 (agosto 2022)**



Fuente: Boletín Abastecimiento y precios mayoristas. SISAP-MIDAGRI – agosto 2022

Aparte de comercializarse en canales tradicionales como mercados de abasto y bodegas, también ha aumentado el nivel de penetración en los supermercados, donde el precio fluctúa entre S/ 4.5 a S/. 6.5 el kilo.

**FIGURA 3**

**PRECIOS DEL BABY BANANO EN SUPERMERCADOS**

plazavea	Wona	TOTTUS	Cornershop by Uber
<p>BELL'S</p> <p><b>Plátano Bizcochito BELL'S</b></p> <p>Presentación 1kg aprox.</p> <p>Precio Online <b>S/ 5.99 x kg</b></p>	<p><b>Plátano Bizcocho Tipo Exportación x kg</b></p> <p>GENÉRICO</p> <p>Online Todo medio de pago <b>S/4.95 x kg</b></p> <p>Regular <b>S/6.19 x kg</b></p>	<p><b>Plátano Biscocho Tottus</b></p> <p>TOTTUS-FRUTAS - Por kg</p> <p><b>s/ 5.5 KG</b></p> <p>Tipo de entrega: Despacho a domicilio, Retiro en tienda</p>	<p><b>Plátano Bizcocho Precio por kg, unidad: 1.2 kg aprox La Florencia</b></p> <p>Producto sin stock</p> <p>Información: Precio desde S/ 5.49, Formato Precio por kg, unidad: 1.2 kg aprox, Marca La Florencia</p>

#### 4. COMERCIO DEL BANANO

El banano se encuentra en la primera posición del comercio mundial de frutas frescas en el mundo, en términos de volumen y de valor.

#### CUADRO 13

##### Comercio mundial de frutas frescas 2020(\*)

Pos.	Volumen (Mill. Ton.)		%	Pos.	Valor (Mill. Ton.)		%
	Total	69.4			Total	85.0	
1	Banana	21.4	31%	1	Banana	13.8	16%
2	Manzana	7.6	11%	2	Uva	8.5	10%
3	Naranjas	6.1	9%	3	Manzana	7.6	9%
4	Mandarinas	4.4	6%	4	Palta	6.6	8%
5	Uva	4.1	6%	5	Naranja	5.3	6%
6	Piña	3.0	4%	6	Cereza	4.6	5%
7	Pera	2.7	4%	7	Arándanos	4.4	5%
8	Palta	2.5	4%	8	Mangos	3.6	4%
9	Otros	17.6	25%	9	Otros	30.6	36%

(\*) Volúmenes importación/exportación(-) producc. Vendita mcdo locales

Fuente: CIRAD

Este fruto que además es el cuarto producto más consumido en el mundo después del arroz, trigo y el maíz, está incluido en los productos básicos de consumo de todo hogar, por sus aportes nutricionales y además de su precio, comparándolo con otra fruta fresca de similar característica. Todos estos factores hacen que los indicadores de comercio se mantuvieran o crecieran en el tiempo; sin embargo, debido a la emergencia sanitaria causada por la pandemia COVID-19 más las condiciones climatológicas adversas de algunos países originaron efectos colaterales en la oferta y demanda del banano, afectando en los volúmenes y precios del comercio internacional.

A pesar de estas situaciones adversas surgidas a raíz de la pandemia, podemos señalar que el mercado de bananos orgánicos ha tenido un comportamiento positivo.

Según lo publicado por la revista *FruiTrop*<sup>14</sup>, el comercio mundial de banano orgánico para el 2021 se estima en casi 1'350,000 toneladas, cuyos mercados de consumo son la Unión Europea + Reino Unido (60%) y Estados Unidos (40%). Se detalla a continuación, el comportamiento de ambos mercados.

<sup>14</sup> <https://www.fruitrop.com/en/media/Publications/FruiTrop-Magazine/2022/fruitrop-281>

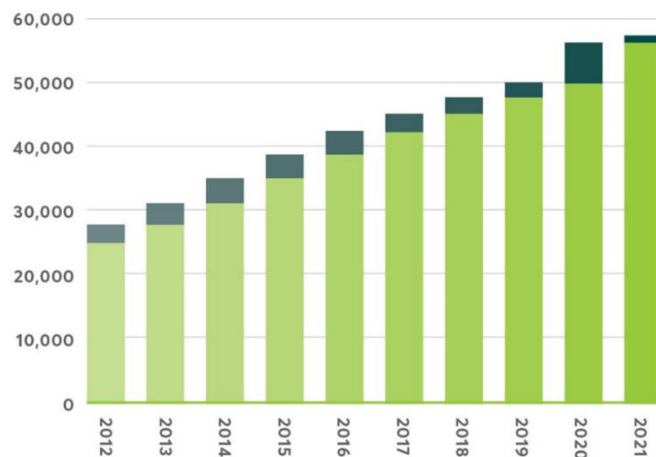
#### 4.1. Estados Unidos

Las ventas estadounidenses de productos frescos orgánicos superaron los 9,000 millones de dólares para el 2021; sin embargo, esta cifra no igualó la ganancia de dos dígitos del año anterior.

#### GRÁFICO 6

#### Estados Unidos: Ventas y nivel de crecimiento de los productos orgánicos

U.S. Organic Food Sales and Growth, 2012–2021

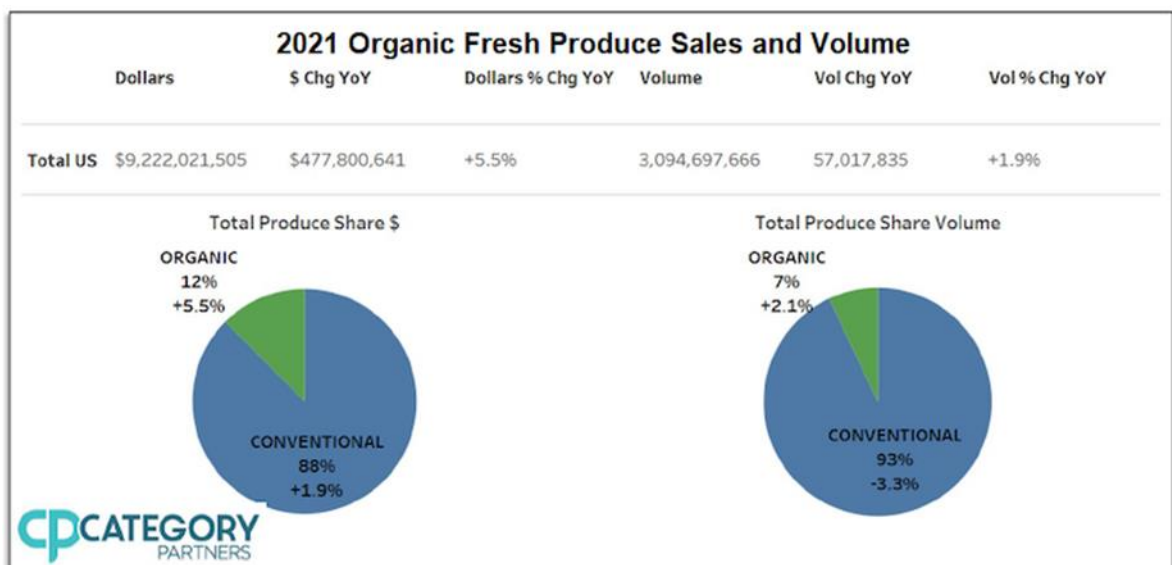


Source: Organic Trade Association's 2022 Organic Industry Survey conducted 2/4/2022–4/11/2022 (\$mil., consumer sales).

■ Sales ■ Incremental Growth

#### GRAFICO 7

#### Estados Unidos: Ventas y volumen de productos frescos orgánicos

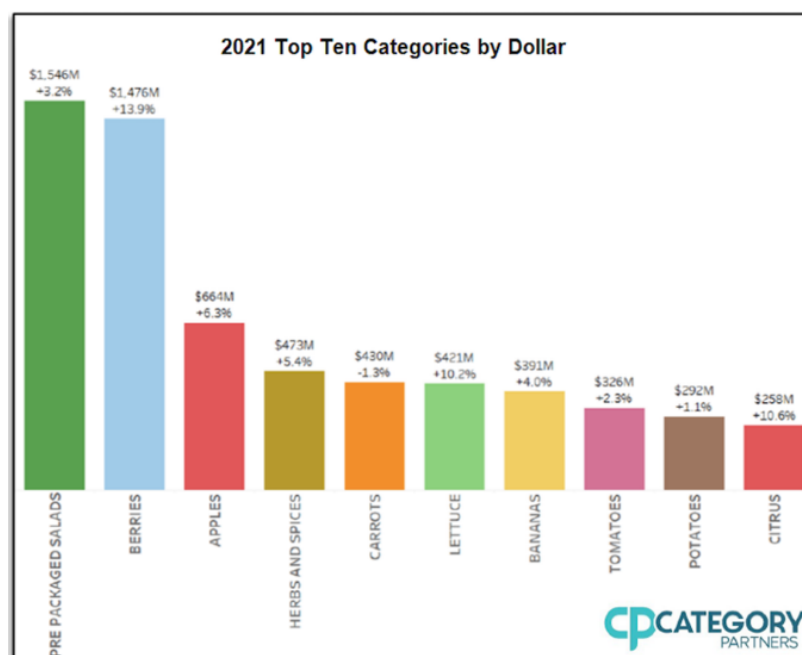


Fuente: Nielsen

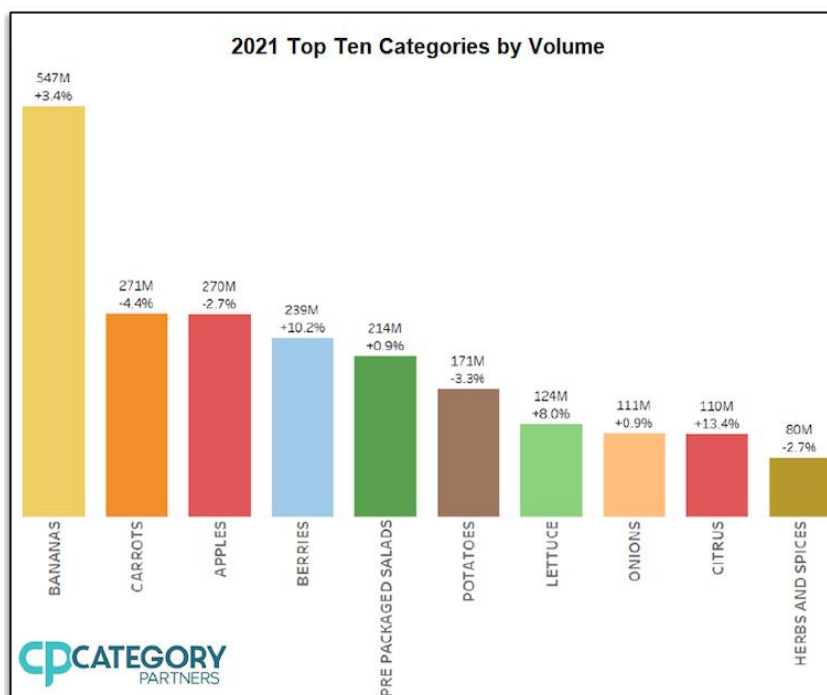
En 2021, tres categorías -ensaladas envasadas, berries y manzanas- representaron el 40% de las ventas en dólares y dos tercios de todo el crecimiento en dólares de los productos frescos orgánicos en Estados Unidos. Entre las 10 principales categorías, los berries, la lechuga y los cítricos registraron un crecimiento de dos dígitos en las ventas en dólares. Las uvas y las paltas se encontraban entre las 10 principales categorías en 2020, pero no en 2021, donde las zanahorias y la lechuga se encuentran dentro de los 10 productos más importantes. Las ensaladas envasadas volvieron a tener precios más altos para los productos orgánicos y por el contrario, las bananas tuvieron un diferencial muy pequeño de los orgánicos versus los convencionales, de 15 céntimos por libra<sup>15</sup>.

### GRÁFICO 8

Estados Unidos: Ventas del top 10 productos orgánicos frescos  
(En millones de dólares)



<sup>15</sup> <https://www.fooddive.com/news/organic-food-sales-growth-slows-2021/624994/#:~:text=Organic%20food%20sales%20rose%20about,a%204.6%25%20increase%20in%202019.>

**GRAFICO 9****Estados Unidos: Ventas del top 10 productos orgánicos frescos  
(En millones de libras)**

Por unidades vendidas, las principales categorías de productos frescos orgánicos en 2021 fueron los bananos, con 547 millones (+3,4%), las zanahorias, con 271 millones (-4,4%), las manzanas, con 270 millones (-2,7%), las bayas, con 239 millones (+10,2%) y las ensaladas envasadas, con 214 millones (+0,9%).

"Los bananos son una de las frutas orgánicas más baratas y presentan una brecha en precio muy pequeña frente a las convencionales. En el 2021, mientras casi todas las demás frutas orgánicas disminuyeron su volumen, los plátanos aumentaron tanto en dólares (+4,3%) como en volumen (+3.4%)", según se menciona en el informe de Organic Produce Network (OPN)/Category Partners. "Para los consumidores con presupuesto limitado que aún quieren comprar productos orgánicos, los bananos son una opción rentable. Los proveedores deben ser conscientes de los cambios en los factores de compra de los consumidores y desarrollar estrategias para que los compradores sigan comprando."<sup>16</sup>

<sup>16</sup> <https://www.supermarketnews.com/consumer-trends/organic-fresh-produce-feels-double-edged-sword-inflation>

## 4.2. Unión Europea (UE)

La UE tuvo casi 5,800 importadores orgánicos en el 2019. Alemania representó el 32% de los importadores orgánicos, muy por delante de Francia (11%), Italia (9%) y España (6%).

La UE tuvo más de 3,100 exportadores orgánicos en el 2019. Esta cifra está subestimada porque no se conoce el número de exportadores orgánicos de Francia. Alemania representó el 41% de los exportadores orgánicos identificados en la UE en 2019 e Italia el 24%.

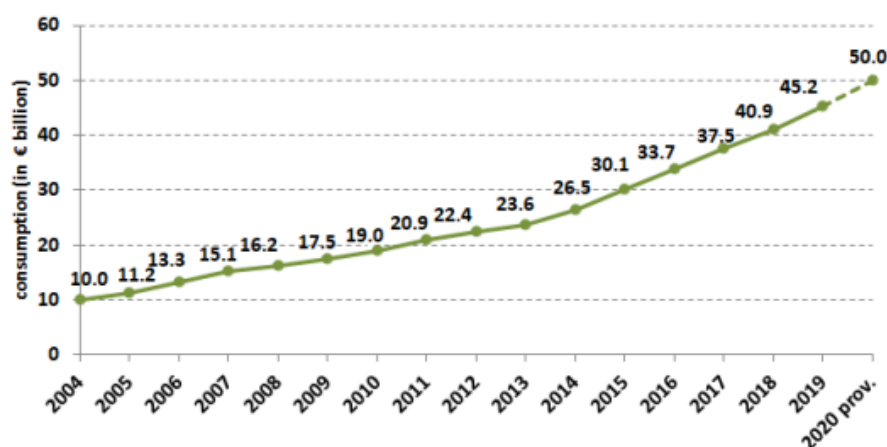
El consumo de productos orgánicos en la Unión Europea se estimó en casi 45,200 millones de euros para 2019, un aumento del 10.3% en comparación con el 2018. Se multiplicó por más de cuatro entre 2004 y 2019, con una perspectiva positiva hacia el 2020, de más de 50.000 millones de euros.

Las frutas tropicales, los frutos secos y las especias constituyeron la principal categoría de productos orgánicos importados con el 30% del volumen; es decir, 843,000 toneladas. Los bananos constituyeron la mayor parte de esta categoría (casi el 82%). En 2020, las importaciones de frutas tropicales/nueces/especias orgánicas aumentaron un 9% en comparación con el 2019.

Las frutas y verduras orgánicas frescas se encuentran entre los productos orgánicos más consumidos en la Unión Europea. Es la principal categoría de productos orgánicos vendidos en varios países de la UE, incluyendo más de un tercio del mercado orgánico irlandés, un tercio en Dinamarca, un cuarto en el Reino Unido y casi una quinta parte en Francia. Las frutas y verduras ecológicas más populares entre los consumidores de la UE son los bananos, las manzanas, las zanahorias y las papas.

### GRÁFICO 10

**Evolución del consumo del mercado orgánico en la Unión Europea  
(billones de euros)**



Source: Agence BIO/Many European sources

Algunos aspectos a tomar en cuenta:

- En Alemania, los productos orgánicos más comprados son los huevos, los productos lácteos, las verduras y las frutas. El banano orgánico es el favorito de los consumidores alemanes.
- El consumo del banano orgánico también es muy demandado en los mercados de Francia, Irlanda, Bulgaria, Austria, Polonia, Suecia al igual que en Italia.
- El cuidado por la salud es una de las principales razones para consumir productos orgánicos. También hay una creciente preocupación por la conservación del medio ambiente y el bienestar de los animales. La disminución del uso de los envases de los alimentos. Según informes de CBI, alrededor del 70% de los europeos cree que los productos orgánicos son más seguros. Casi el 80% de los europeos consideran que los alimentos orgánicos son mejores para el medio ambiente y se producen con un uso muy limitado de pesticidas.
- Los jóvenes, especialmente los de la Generación Y, consumen más productos orgánicos que sus mayores. Según un estudio de Mintel realizado entre agosto de 2018 y julio de 2019, los jóvenes son más sensibles a los productos orgánicos: Así, el 81% de los jóvenes franceses son propensos a comprar productos orgánicos, al igual que el 85% de los españoles, el 86% de los alemanes y el 87% de los italianos.
- El origen local es un criterio de selección muy importante que suele primar sobre orgánicos.
- Cada vez más consumidores son vegetarianos o veganos. En muchos países ha aumentado el número de personas que optan por una dieta vegana por razones medioambientales. Este aumento del vegetarianismo/veganismo puede tener una influencia positiva en el consumo orgánico, como en el Reino Unido, o, por el contrario, disminuir las ventas de productos orgánicos, como en Suecia.
- La etiqueta ecológica compite con muchas otras etiquetas de alimentos con atributos éticos o de sostenibilidad, atributos éticos o de sostenibilidad.

La pandemia y los cierres por emergencia sanitaria tuvieron varios efectos en la Unión Europea:

- ✓ Aceleración en la digitalización de la distribución y consumo de alimentos. Incremento de las ventas online.
- ✓ El sector de la hostelería se ha visto muy afectado por la situación. Algunos restaurantes han tenido incluso que cerrar sus puertas.
- ✓ El interés por los productos locales ha aumentado con la crisis sanitaria.
- ✓ La crisis sanitaria ha tenido muchas consecuencias económicas. Algunas personas en la UE han visto afectados en sus ingresos o han perdido su empleo. Esta reducción de su poder adquisitivo les hace más sensibles a los precios de los alimentos.

El futuro crecimiento del mercado orgánico de la UE dependerá del aumento de las superficies, la estructuración del sector, el desarrollo de herramientas de transformación dedicadas a los productos orgánicos,

El crecimiento de las zonas y el desarrollo posterior están fuertemente ligados a las políticas públicas que se aplicarán en los próximos años, ya sea a nivel de la UE o de cada país.

La promoción de los productos orgánicos seguirá siendo esencial para mejorar el nivel de conocimiento de los consumidores.

Según estudios de Mintel, para las generaciones más jóvenes, el impacto social y medioambiental del consumo es de gran importancia, lo que debería ayudar a impulsar el futuro crecimiento del sector orgánico.

## **5. COMERCIO DEL BABY BANANO**

Los baby bananos se consideran un producto exótico en los mercados europeo y estadounidense, y en los últimos años, la demanda de este producto nicho ha aumentado ligeramente.

Este fruto es especialmente popular entre los niños que lo llevan en su lonchera a la escuela y lo comen como snack, además también es consumido por personas que no desean consumir un banano Cavendish, por su tamaño y elevado contenido calórico. Es fácilmente digerible y se consume cada vez más como tentempié<sup>17</sup>.

En una entrevista realizada al director general de la empresa guatemalteca Caisa sobre el baby banano, manifiesta:

"Los baby bananos son un producto excelente. Tienen las mismas propiedades nutricionales que los plátanos tradicionales, pero saben mucho mejor, por lo que su potencial es enorme, especialmente para los niños. Son un tentempié saludable para llevar. Estamos muy ilusionados con la producción de baby bananos", explica Víctor Morales, director general de la empresa guatemalteca Caisa.

La empresa, fundada en 2006, produce baby bananos en Guatemala y exporta principalmente a multinacionales estadounidenses, pero recientemente ha empezado a exportar también a Europa, especialmente a Francia, donde el producto es poco conocido y hay bastante interés, aunque todavía se considera exótico, por lo que no se comercializa tan masivamente como los bananos tradicionales. El exportador señala que Europa suele importar baby bananos de Ecuador o Colombia, por lo que Guatemala es una nueva fuente para este producto en particular.

Morales explica que, en los últimos años, ha visto un crecimiento, aunque pequeño, ya que es un mercado de nicho y no hay mucha gente que conozca el producto o lo haya trabajado. Lo mismo ocurre en Estados Unidos, aunque tiene

---

<sup>17</sup> Ficha mercado producto – Bananos Frescos – MINCETUR-PROMPERÚ-OMIL  
<https://institucional.promperu.gob.pe/ContenidosFichas/europa/OMIL-Ficha-Mercado-Italia-Producto-Bananos-2021.pdf>



un mercado estable. "Creo que los baby bananos son más conocidos en Europa que en Estados Unidos", afirma Morales.

Los precios son bastante estables de un año a otro, y más altos que los de los plátanos convencionales, ya que se considera una fruta exótica. La empresa Caisa, cultiva baby bananos durante todo el año, pero durante el primer semestre la producción suele ser menor debido a las condiciones climáticas y a la naturaleza de la fruta. Además, Caisa y otra empresa son las únicas que cultivan baby bananos en Guatemala, por lo que se enfrentan a la competencia de otros países, como Ecuador o Colombia, principalmente<sup>18</sup>.

Esta fruta hoy en día se le puede encontrar en ferias, supermercados y tiendas especializadas de Estados Unidos.

En cadenas como Whole Foods, los gerentes piden bananas pequeñas de manera esporádica. En el supermercado Key Food, de Brooklyn, hay ciertos consumidores que las piden de manera sistemática. Su compra es para comerlo fresco, como postre o como acompañamiento, con helados, por ejemplo<sup>19</sup>.

#### **FIGURA 4**

**Una muestra de bananas pequeñas en un supermercado de Brooklyn, Nueva York.**



PHOTO: BARRY NEWMAN FOR THE WALL STREET JOURNAL

<sup>18</sup> <https://www.colsiba.org/las-bananas-baby-son-mas-conocidas-en-europa-que-en-ee-uu/>

<sup>19</sup> <https://www.wsj.com/articles/esta-ee-uu-preparado-para-una-banana-mas-pequena-1421109647>

La empresa americana Dole Food Co., con sede en Charlotte-Carolina del Norte, lanzó una promoción del baby banano al retorno de los estudiantes al colegio.

El director de comunicaciones corporativas de Dole, Bil Goldfield, manifestó<sup>20</sup>:

“.. los baby bananos son un tipo de plátano en particular que ha ganado fuerza promocional en los últimos años: Son el “alimento básico ideal” para la vuelta al cole”.

“No sólo es una fruta rica en nutrientes, que se puede llevar fácilmente en las bolsas y fiambreras de los niños, sino también en sándwiches, ensaladas y como tentempié para después del colegio”

### **FIGURA 5**

#### **DOLE FOOD CO.: PROMOCIÓN DE LOS BABY BANANOS**



Este tipo de promociones para el baby banano incluyen ensaladas y kits de comida dirigidos a estudiantes universitarios y padres que intentan adaptarse a la ajetreada rutina del otoño. Los artículos se promocionan como base para envoltorios, sándwiches y pequeños bocados en almuerzos para llevar.

"Lo que empezó en los restaurantes hace años -ofreciendo a los clientes la posibilidad de pedir ensaladas envueltas en varios tipos de tortillas- es ahora una tendencia dominante en casa", dijo Goldfield.

El enfoque de Dole para la vuelta al cole en general se ha ampliado a lo largo de los años más allá de la promoción de los plátanos y otras frutas enteras o cortadas como compañero perfecto del sándwich.

"Este año, más que nunca, hemos añadido un mayor enfoque en la transición de toda la familia al horario de otoño más ocupado, promoviendo

<sup>20</sup> <https://www.supermarketperimeter.com/articles/8597-baby-bananas-and-beyond-doles-back-to-school-promotions>

nuestros kits de ensalada como una base fácil y convincente para las comidas de la semana y como envolturas, sándwiches y bocadillos para la lonchera y después de la escuela.

También el baby banano estuvo presente en el evento de Fruit Logística en el 2019<sup>21</sup>, donde los productores llevaron frutas y verduras pequeñas para atraer a los consumidores que desean comodidad y menos residuos. La revista The Grocer seleccionó las principales tendencias que se ofrecían y en ellas rescató la de baby bananas:

“El banano es un banano y ya está, ¿verdad? No es así. No en todos los casos es así, la fruta se está convirtiendo en algo más. Los baby bananos para bebés, o "bananitos", están aumentando su popularidad como opción para los niños en Europa y Estados Unidos, según Fyffes Bananas.

### **FIGURA 6**

#### **Baby banana en Fruit Logística 2019**

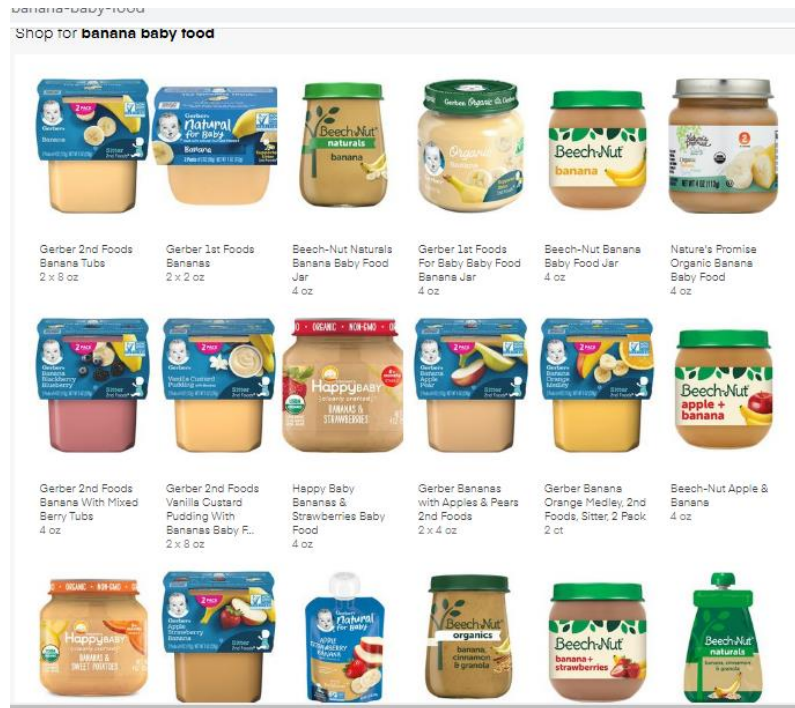


Además del baby banano fresco, también se pueden ver en diferentes mercados productos con valor agregado, como batidos y galletas.

<sup>21</sup> <https://www.thegrocer.co.uk/fruit-and-veg/from-baby-bananas-to-mango-plums-the-latest-trends-from-fruit-logistica/576442.article>

**FIGURA 7**

**Presentaciones de Banana Baby**



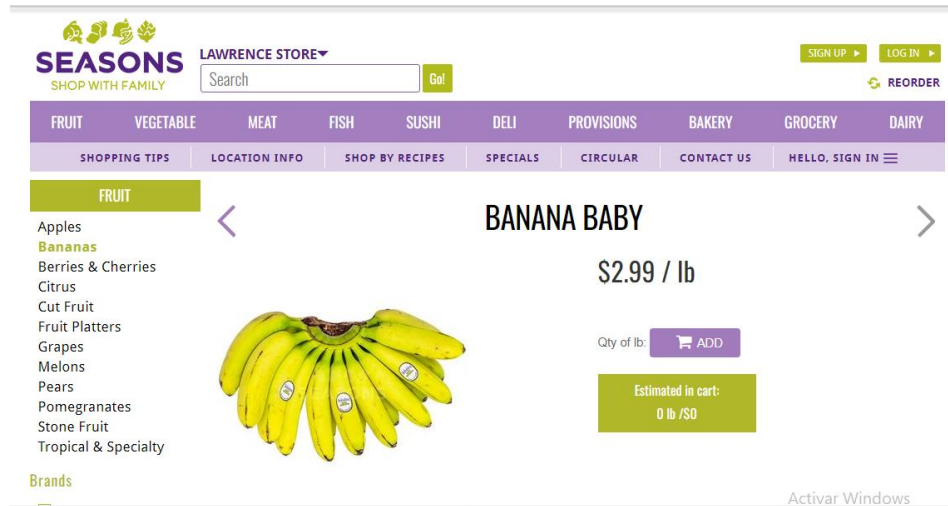
Fuente: <https://www.instacart.com/hannaford/banana-baby-food>

**FIGURA 8**

**BABY BANANO FRESCO**



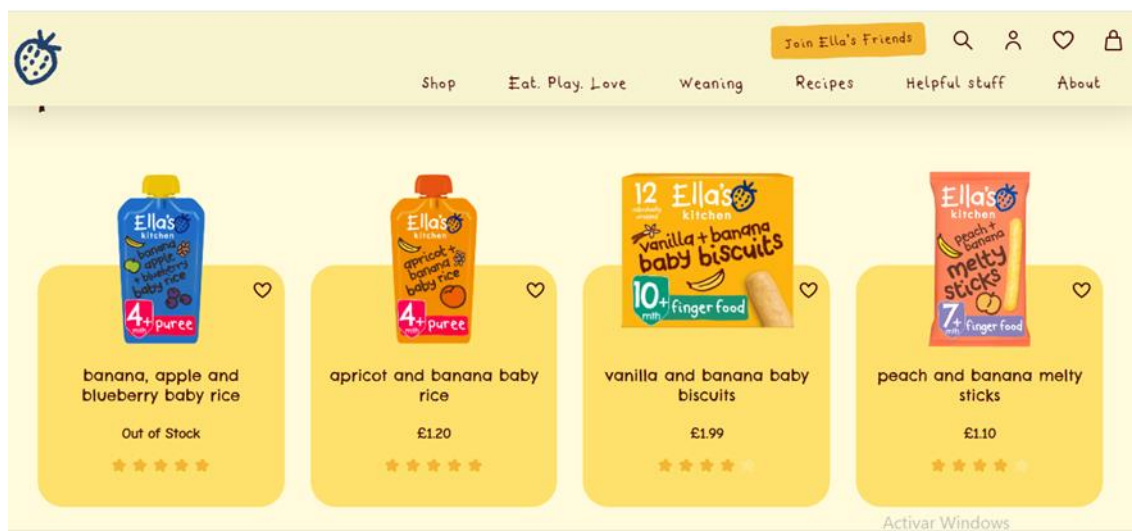
Fuente: <https://www.bigbasket.com/pd/40179390/fresho-baby-banana-robusta-1-kg/>



Fuente: <https://www.seasonskosher.com/lawrence/tips#!/hb/c/11001-0/c/11008-11001/m/000000/r/178450/he/kosher-bananas/kosher-fruit/>

### **FIGURA 9**

#### **Baby banano en purés, yogurt y galletas**



Fuente: <https://www.ellaskitchen.co.uk/search?q=BANANA%20BABY&pg=1>

Se comercializan además presentaciones deshidratadas, consideradas como snacks.

**FIGURA 10****Baby banano deshidratado y cubierto en chocolates**

Comida Gourmet y Alimentos &gt; Bocadillos y Dulces

**Trader Joe's Dried Baby Bananas**

Marca: Trader Joe's

★★★★☆ 17 calificaciones

US\$ 8.50 (US\$1.42 / Ounce)

Get \$50 off instantly. Pay \$0.00 upon approval for the Amazon Rewards Visa Card.

- Trader Joe's Dried Baby Bananas – 6.00 oz
- Estos plátanos de bebé son los más dulces, y lo admitamos, los más pequeños plátanos que puede llegar nunca. También se encuentran entre los más deliciosos y son del tamaño perfecto para aperitivos para manos pequeñas y grandes por igual.
- Nos parece que estos plátanos de bebé hacen un fabuloso aperitivo independiente, pero en realidad las posibilidades son infinitas. Añade un puñado a un cuenco de comida de la mañana. Utilízalos como una decoración para unas cuantas cucharas de helado de vainilla. O añádalos a tu combinación de trail favorita.
- Sin azúcar. Sin gluten. vegano
- Los productos de la marca Trader Joe no contienen colores sintéticos, sabores artificiales, conservantes artificiales, MSG, grasas añadidas, ingredientes lácteos, fuentes de RBST o ingredientes modificados genéticamente.

Activ  
Ve a C<https://traderjoesrants.com/2020/12/28/trader-joes-dried-baby-bananas/>

Así como otros tipos de snack, cubiertos con chocolates:

<https://www.facebook.com/grialfoodandkitchen>

### 5.1. Consumo 'on the go'.

El ritmo de vida 'acelerado', las nuevas dietas y hábitos de consumo de alimentos más saludables han provocado una 'nueva era' del snack, mucho más variado, en formatos, sabores e ingredientes. Esta tendencia es el denominado consumo 'on the go', que está presente en nuestros estilos de vida, en la cual entra a tallar los productos innovadores y fáciles de consumir para estilos de vida "acelerados".

Tradicionalmente, el término snack se asociaba a productos industrializados; sin embargo, la alimentación 'on the go' asocia una nueva forma de consumir snacks y frutos secos, asociado a una concepción mucho más sana y natural. Los productos tienen un formato individual y de fácil consumo; es decir, listos para consumir en cualquier momento y lugar.

El cambio en los estilos de vida, hábitos nutricionales, incremento de la obesidad o de enfermedades crónicas asociadas a ella, han propiciado que los consumidores se preocupen cada vez más por lo que comen, motivo por el cual los snacks saludables es cada vez mayor.

#### FIGURA 11

#### Packet de productos 'on the go' incluyendo el baby banano



## 6. CONCLUSIONES

- a) Dentro de la familia de las musáceas se encuentran los bananos y plátanos, siendo los primeros aptos para consumo fresco y el segundo su consumo es con previa cocción.
- b) El consumo del banano es el fruto más consumido en el mundo, primero a nivel de frutas frescas y cuarto después del arroz, trigo y maíz.
- c) América Latina y el Caribe es la principal región proveedora de banano en el mundo, representando más del 60% de las exportaciones totales en términos de volumen. Principales mercados de destino son Europa y Estados Unidos.
- d) Los indicadores de comercio exterior, exportaciones e importaciones del banano a nivel mundial, tuvieron un crecimiento significativo durante los últimos cinco años, del orden del 4% y 2% respectivamente. Sin embargo, factores adversos ocasionados por la pandemia, cierre por emergencias sanitarias, costos logísticos y de fertilizantes, aunado con malas condiciones climatológicas en países productores de banano, motivó que la oferta y demanda del producto en el mercado se vieran afectados.
- e) El nivel adquisitivo de la población ante la crisis de inflación que afecta globalmente hoy en día, hace que los consumidores de banano orgánico, adopten otras formas de consumo en algunas ciudades de Europa, optando por consumir bananos convencionales que tiene un diferencial de precios con respecto al orgánico, considerado un producto 'de lujo'.
- f) Las nuevas reglamentaciones de inocuidad alimentaria, requisitos de mínimo acceso a pesticidas, afectarían a productores, en busca de soluciones o alternativas para la articulación de sus productos a dichos mercados.
- g) Existencia de una polarización en Europa en el consumo de alimentos orgánicos, en términos de desarrollo económico, adopción de valores sobre el medio ambiente y la parte social. La aplicación de la 'granja a la mesa' opta por consumir productos locales en vez de los importados en algunas zonas.
- h) Baby banana es un fruto exótico, aún de nicho, siendo necesario primero fortalecer la cadena productiva y luego emprender estrategias comerciales y de marketing para lograr un mayor nivel de penetración en canales potenciales y/o consumidores target.

## 7. RECOMENDACIONES

- a) El desarrollo del mercado del baby banano en el Perú es necesario realizarlo partiendo del mejoramiento de la parte productiva, aplicación de un buen manejo agronómico, implementación de técnicas de manejo del cultivo (Fertilización, riego, podas formativas, tratamiento post-cosecha, etc.).
- b) Se debe realizar un análisis de prospección comercial para identificar las oportunidades de mercado, analizar los gustos del consumidor para ver la posibilidad de insertarnos en ella.
- c) Estas acciones apuntan a tener una oferta exportable sostenible y de calidad, además de mercados que nos ayuden a diversificar nuestras exportaciones, no



dejando de lado las promociones en el mercado nacional para la mejora del consumo per-cápita.

- d) La obtención de certificaciones de calidad: Global GAP, Comercio Justo ayudarán a poder articular con mejor dificultad a los diversos mercados externos, que hoy en día son más exigentes con respecto a la inocuidad alimentaria.
- e) Mantenernos en alerta ante los factores externos que puedan ser adversos en el flujo comercial de nuestras exportaciones.

## 8. BIBLIOGRAFIA

- a) World Food and Agriculture – Statistical yearbook – FAO 2021.
- b) Organic sector in the European Union – Agence BIO 2021.
- c) Global market report: Bananas – IFSD/SSI – Mayo 2020.
- d) Banana and plantain – INIBAP – Annual Report 1998.
- e) Banana industry in Latin America – Statista 2022.
- f) Bananas in North America. Statista 2022.
- g) New and alternative banana varieties designed to increase market growth. Horticulture Australia 2011.
- h) International trade banana. Market review preliminary results 2021 - FAO 2022.
- i) Ficha sectorial banana y plátano. Corporación Financiera Nacional – Ecuador. 2021.
- j) Bananas and plantains – OECD 2010.
- k) Informe sector bananero ecuatoriano 2017. Ministerio de Comercio Exterior – Ecuador 2018.
- l) Cifras sectoriales Colombia – 2021. Minagricultura – Colombia 2021.
- m) Análisis de la exportación y producción del sector bananero en Ecuador – período 2010-2020. Polo del conocimiento. Julio 2022.
- n) El banana peruano. Producto Estrella de exportación. Ministerio de Agricultura y Riego – Perú. 2014.
- o) Revista FruiTrop. Edición No. 281. Junio 2022.
- p) Alimentos on the go – Revista Hostel/Vending 2022.
- q) Fresh Plaza, noticias varias 2021 - 2022.