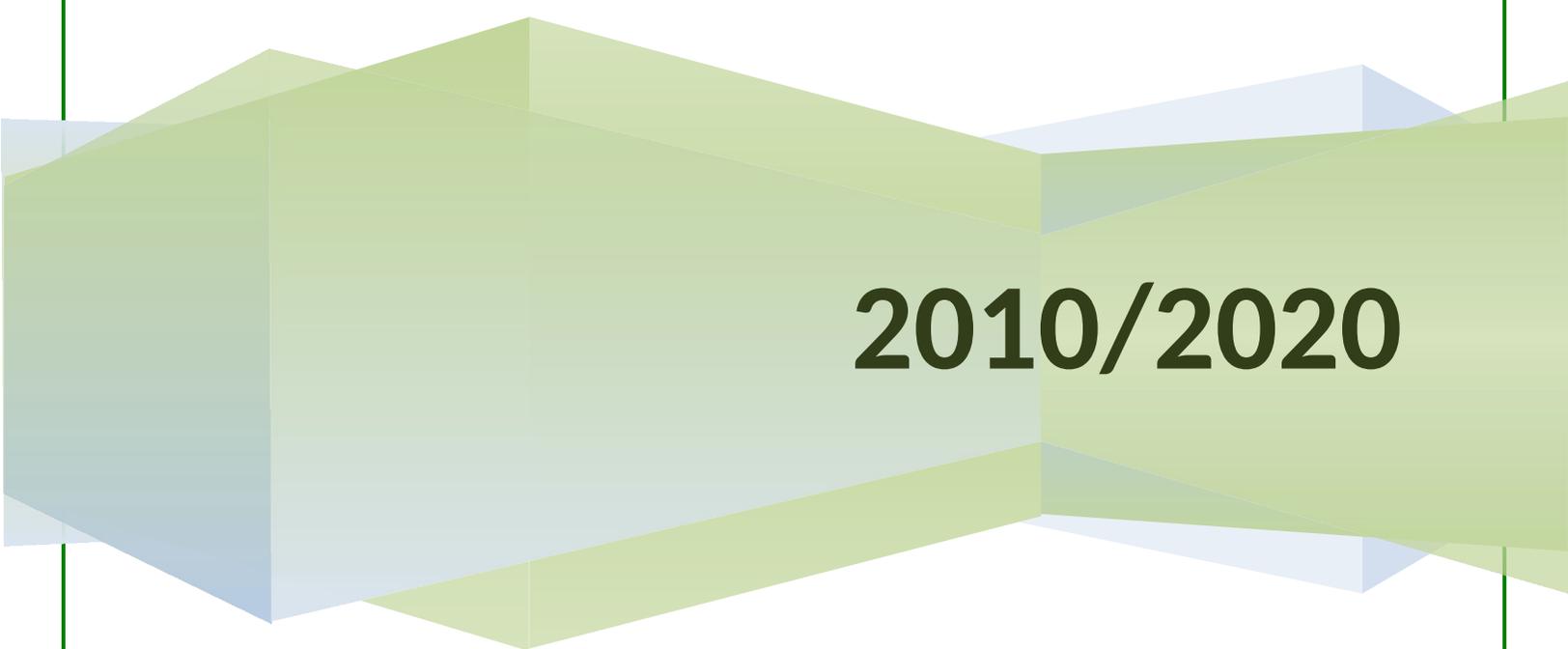


# **Acuerdo de Competitividad Cadena Productiva de Plátano.**

**Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.**

## **Consejo Nacional de la Cadena de Plátano -CNCP-.**

**Armenia, Noviembre 2010.**



**2010/2020**

## **PRESENTACIÓN.-**

**El Ministerio de Agricultura y desarrollo rural MADR, a través de la dirección de cadenas productivas y su estrategia de encadenamientos, presenta al país la actualización del documento marco de competitividad firmado en el año 2000.**

**Este trabajo que presentamos bajo el liderazgo del Consejo Nacional de la cadena de Plátano CNCP, es el esfuerzo colectivo de todos los actores que componen este encadenamiento, convencidos que bajo este esquema es posible materializar este espacio como mecanismo de diálogo y concertación entre productores, comercializadores, industrializadores y distribuidores.**

**Se mantiene el anterior esquema del documento, presentando una primera parte de diagnóstico estratégico, basado en la composición de la tenencia de la tierra por los productores, las principales regiones productoras por núcleos productivos y por departamentos, áreas sembradas, producción en toneladas y rendimiento por hectárea. Igualmente cómo ha evolucionado el mercado internacional tanto en importaciones como exportaciones de plátano, representado en volúmenes por toneladas y en producción de divisas para el país en dólares.**

**La segunda parte está destinada a construir la hoja de ruta del sector platanero para los próximos 10 años, producto de un trabajo juicio de los actores en planeación estratégica, que nos llevo a identificar con realismo el contexto tanto interno como externo y producir unas estrategias para lograr la productividad y competitividad del sector.**

**Esta hoja de ruta requiere de un compromiso integral de todos los actores, de las instituciones de apoyo y del gobierno, para evitar que se convierta en frustración para el sector platanero en Colombia.**

## **CONTENIDO**

## 1. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE LA CADENA DE PLÁTANO

### 1.1 Historia

### 1.2 Origen

### 1.3 Clasificación

### 1.4 Valor nutricional

### 1.5 Importancia Socio Cultural

### 1.6 Condiciones Agroecológicas

### 1.7 Producción Nacional

### 1.8 Estructura de Costos de Producción

### 1.9 La Calidad De La Producción Primaria

### 1.10 La Industria Para El Procesamiento Del Plátano

### 1.11 La Calidad En La Industria

## 2. COMERCIALIZACIÓN DE PLÁTANO FRESCO

### 2.1 Comercialización a escala industrial

### 2.2 Comercio Exterior

#### 2.2.1 Importaciones

#### 2.2.2 Exportaciones

### 2.3 Balanza Comercial

### 2.4 Cadena y las relaciones con la economía Internacional producción de plátano en el Mundo

#### 2.4.1 La demanda de plátano a escala internacional

#### 2.4.2 La oferta y los principales competidores

#### 2.4.3 Precios Internacionales

#### 2.4.4 La Oferta Y La Demanda De Plátano Procesado

#### 2.4.5 Normas técnicas y de calidad

#### 2.4.6 Diagnóstico tecnológico

## 3. PLAN ESTRATÉGICO DE LA CADENA DE PLÁTANO

### 3.1 Presentación

### 3.2 Visión y misión

#### 3.2.1 Visión

#### 3.2.2 Misión

### 3.3 Objetivos estratégicos

Cuadro 1. Composición química de la pulpa de plátano

Cuadro 2. Tamaño del área de exportación

Cuadro 3. Área sembrada por departamentos productivo 2005-2009

Cuadro 4. Área sembrada por núcleo productivo 2005-2009

Cuadro 5. Participación del cultivo del plátano en producción agrícola por departamento 2005 - 2010

Cuadro 6. Participación del cultivo del plátano en producción agrícola por Núcleos productivos 2005 - 2010

Cuadro 7. Rendimiento del cultivo de plátano (T. Ha) por departamento 2005-2010

Cuadro 8. Rendimiento del cultivo de plátano (Tn. Ha) por núcleos productivos 2005-2010

Cuadro 9. Costos de producción para exportación

Cuadro 10. Costos para plátano comercial.

Cuadro 11. Comercialización de plátano en Colombia

Cuadro 12. Cuadro 13. Importaciones de plátano de Colombia 2006-2009

Cuadro 13. Principales países importadores de plátano en el mundo

Cuadro 14. Principales Países Exportadores

Cuadro 15. Exportaciones plátano de Colombia

Cuadro 16. Participación De Exportación Por Comercializadora.

Gráfica 1. Comportamiento del precio mayorista de plátano 2008 - 2010/ (Valor \$)

Gráfica 2. Oferta y demanda del plátano en Bogotá y Medellín (Valor \$)

Gráfica 3. Balanza Comercial

Gráfica 4. Producción Mundial

# 1-DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE LA CADENA PRODUCTIVA DE PLÁTANO

## 1.1 Historia

Parece probable que el hombre haya utilizado el plátano a lo largo de su historia en el Asia Sudoriental. Este uso estuvo basado en plátanos muy antiguos, diploides comestibles de la *Musa acuminata*. El primero y decisivo paso en la evolución del plátano comestible fue el origen de la partenocarpia y desaparición de la semilla de la *Musa acuminata*. Los cambios posteriores se basaron en la hibridación de *M. acuminata* con *M. balbisiana* y la aparición de caracteres triploides y tetraploides entre los productos.

En términos generales parece ser que los grupos híbridos se originaron alrededor del área principal de evolución. Así, los plátanos AB, AAB, y ABB son característicos de la India y parece existir un segundo centro de diversificación de los tipos AAB y ABB en las Filipinas. Esto pareciera indicar que en estos países los grupos híbridos se originaron mediante cruzamientos de la *Musa balbisiana* local con linajes comestibles de *Musa acuminata* traídos de fuera. El cuadro general, indica una migración hacia el exterior de las formas comestibles de *Musa acuminata* desde un centro, en alguna parte de Malasia, acompañada de hibridación y de la aparición de caracteres poliploides.

Las más antiguas referencias relativas al cultivo de plátano proceden de la India, donde aparecen citas en la poesía épica del budismo primitivo de los años 500-600 AC. Otra referencia encontrada en los escritos del budismo Jataka, hacia el año 350 AC sugiere la existencia, hace 2000 años, de un clon mutante muy parecido al Curraré, pues, habla de una fruta tan grande como “colmillo de elefante”. En el Mediterráneo de los tiempos clásicos, el plátano sólo se conocía de oídas; fue descrito por Megástenes, Teofrasto y Plinio. Todos los autores parecen convenir que la planta llegó al Mediterráneo después de la conquista de los árabes en el año 650 D.C.

En el África fue llevado de la India, a través de Arabia, y luego rumbo al sur, atravesando Etiopía hasta el norte de Uganda aproximadamente en el año 1.300 D.C., aunque no es del todo satisfactoria esta opinión., pues, hay evidencias de que hubo un contacto bastante prolongado con la fuente original de los clones, por lo que su presencia es más antigua en el continente africano.

El plátano fue llevado a las Islas Canarias por los portugueses poco después de 1.402 y de ahí pasó al Nuevo Mundo, iniciándose en 1.516 una serie de introducciones de este cultivo. La posibilidad de la presencia precolombina del plátano en América ha sido sugerida, pero no se tienen pruebas directas de

ello. Linneo basó sus estudios en las especies *Musa paradisíaca* y *Musa sapientum* que corresponden a una variedad de Curraré el primero y a una variedad de dominico el segundo, que existían en las Antillas en el Siglo XVII. Los bananos son una introducción más reciente hecha a principios del Siglo XIX y que marcó el inicio del imperio bananero de la United Fruit Co. (Mamita Yunai).

## 1.2 Origen

Como se dijo anteriormente, las musáceas tienen su origen en el Asia Sudoriental. La *Musa acuminata* tuvo su origen en la península de Malasia o islas cercanas, de donde fue llevada a otros lugares como las Filipinas y la India, donde se mezcló con ejemplares de *Musa balbisiana* dando origen a grupos híbridos de los cuales se derivan los plátanos y guineos. Prácticamente desconocidas en América aún a finales del siglo pasado, eran consideradas frutas exóticas.

### 1.3 Clasificación

Según Simmonds, el plátano es un híbrido que debe ser clasificado de la siguiente manera:

Familia: Musáceas

Género: *Musa*

Serie: Eumusa

Cruce: *Musa acuminata* x *Musa balbisiana*

En la serie Eumusa se distinguen los cultivares triploides derivados del cruce entre *Musa acuminata* (AA) y *Musa balbisiana* (BB) que dan origen a las musáceas comestibles más importantes:

AAA Bananos como Cavendish y Gros Michel (no hubo hibridación)

AAB Plátanos como Curraré y Dominico

ABB Guineos como Cuadrado y Pelipita

### 1.4 Valor Nutricional

Es importante señalar su valor nutricional alto en vitaminas A y C, fósforo y potasio, aunque contiene en pequeñas cantidades otros minerales y vitaminas. Su valor calórico es alto.

**Cuadro 1. Composición Química de la Pulpa del Plátano.**

COMPONENTES	UNIDAD	VALORES
Energía	Kcal	122
Agua	%	65,6
Carbohidratos	%	32,3
Proteína	%	1
Fibra	%	0,5
Grasa	%	0,3
Cenizas	%	0,8
Calcio	ppm	310
Fósforo	ppm	340
Hiero	ppm	8
Potacio	ppm	0
B- Caroteno (Vitamina A)	ppm	1,75
Tiamina (vitamina B1)	ppm	0,6
Riboflavina (vitamina B2)	ppm	0,4
Piridoxina (vitamina B6)	ppm	0
Niacina	ppm	6
Ácido Ascórbico (vitamina c)	ppm	200

Fuente: *Ministerio de Agricultura y Ganadería - (Costa Rica)*

Desde el punto de vista culinario se considera más una verdura que una fruta y es parte fundamental de la dieta de los colombianos donde se consume en decenas de diferentes platillos tanto verde como maduro.

### 1.1.1 Importancia Socio-económica del plátano en Colombia

La producción del plátano es una de las actividades de mayor generación de ingreso y empleo para el país. Desde el inicio de la actividad exportadora contribuye también en la generación de divisas. El plátano es uno de los principales productos de la canasta familiar y se utiliza en la agroindustria para la producción de harina y de alimentos concentrados para alimentación animal, así como para la producción de plátano procesado.

El cultivo del plátano está localizado en zonas con climas, templado y cálido, y es una actividad desarrollada por pequeños productores para quienes la actividad es su sustento y la de su familia. Quienes se han dedicado a la producción de plátano en su gran mayoría son campesinos pobres su distribución por tamaño de predios permite establecer que el 85% cuenta con áreas entre 1 y 5 hectáreas, el 10% con parcelas entre 5 y 15 hectáreas y con el 5% cuentan con fincas productoras de más de 15 hectáreas.

La caracterización socio-económica indica que el sector platanero en Colombia es un sector pobre. En muchas regiones es el prototipo del minifundio porque un productor no alcanza a tener 4 hectáreas. El 75% se encuentra en estrato 1 y 2, el 70% no posee servicios públicos y saneamiento básico, el 65% tienen vivienda en madera o cartón y el nivel educativo, el 80% tiene primaria o primaria incompleta. Ante esta realidad se necesitan aliados de todo tipo para ir mitigando esta realidad que se tiene en el sector.

Se tiene estimado que en la región de Urabá 15.000 familias dependen directamente de la exportación de plátano de las cuales el 90% son empresas familiares y fincas con un tamaño entre 1 y 4 hectáreas. En los Llanos orientales el 75% de los cultivos de plátano cuentan con una extensión de 1 a 5 hectáreas y el 80% de los cultivos están bajo la modalidad el monocultivo, el 20% restante se encuentra asociado con yuca, cacao, maíz y frutales. Para la zona rural de pie del monte llanero se estima que 20.000 mil familias dependen directamente del cultivo del plátano según Corpoica.

## Cuadro 2.- Tamaño Del Área De Explotación

Clase	Tamaño de exportación	Porcentajes
Pequeño	1 a 5 Hectáreas	85%
Mediano	5 a 15 Hectáreas	10%
Grande	Más 15 Hectáreas	5%

Fuente: Consejo Nacional Cadena de Plátano (CNCP)

Se estima que en la actualidad el cultivo de plátano genera aproximadamente 175.362 empleos permanentes por año, es decir que se ocupan alrededor de 43.840 familias en promedio destinadas a las labores del cultivo en todo el país. (CUADRO DE EMPLEOS DIRECTOS)

Igualmente la actividad del cultivo genera 526.086 empleos indirectos, lo que significa que 131.521 familias encuentran su sustento en labores complementarias. (CUADRO EMPLEOS INDIRECTOS).

La generación de empleo del cultivo depende del sistema de producción en el pie del monte llanero se calculan 60.5 jornales por hectárea y en la zona de Urabá 122 jornales.

### 1.1.2 Condiciones Agroecológicas para el Cultivo.

El plátano es cultivado en diferentes zonas agroecológicas desde el nivel del mar hasta los 2.000 mts de altura y dentro de un rango de temperatura de 17 a 35° centígrados. En Colombia se cultivan y se cosechan 5 variedades de plátano: Dominico, Dominico Hartón, Hartón, Cachaco o Popocho y Pelipita. Predominando la variedad Hartón.

El cultivo del plátano abarca rangos extremos de tolerancia desde condiciones del Bosque Húmedo Templado (12-18 °C; 1000-1200 mm de precipitación), hasta condiciones del Bosque Muy Seco Tropical (más de 24°C; 4000-8000 mm de precipitación). Es cultivado en Africa, India, Centro y Sur América, con condiciones de temperatura ideal entre 25-30°C, la mínima no debe ser inferior a los 15°C, ni la máxima superior a 35°C.

La composición química del plátano caracterizada por la presencia de almidones y escasez de ácidos, lo hace un producto extremadamente sensible al oxígeno al igual que al calor.

Las frutas que son inapropiadas para los muy exactos estándares del mercado de exportación pueden ser procesadas en diferentes formas. Se puede utilizar en su estado verde o maduro, de ahí la importancia de promocionar sus características culinarias a los comerciantes para educar al consumidor y evitar su confusión con los bananos.

Los principales centros productores de plátano que se dirige al consumo interno se encuentran concentrados en las zonas cafeteras de la Región Andina, la Orinoquia, la Región Pacífica, el Caribe y la Amazonia.

Por su parte el plátano de exportación se cultiva principalmente en la zona de Urabá, y con menor participación el Eje Cafetero y el Suroeste del Magdalena en donde se siembra fundamentalmente la variedad Hartón. Los destinos de esta fruta son los EE.UU y la Unión Europea y es comercializada principalmente por las comercializadoras Internacionales, Banacol, Uniban y Del Monte.

### 1.1.3 Producción Nacional.

El mayor núcleo productor de plátano en Colombia en la actualidad es el de Urabá y Norte de Antioquia con un área de 63.733 hectáreas, seguido por Caldas y Risaralda con 46.700 hectáreas, seguidos en su orden por el Quindío y el norte del Valle del Cauca con 40.800 hectáreas, sur del Valle del Cauca, Cauca y Nariño con 37.000 hectáreas, Meta y Arauca con 29.000 hectáreas. Córdoba y la costa atlántica con 27.500 hectáreas y los demás departamentos productores encabezados por el Chocó, Tolima, Huila y otros con 165,235 hectáreas. Es decir, a junio de 2010 según los reportes al MADR tenemos un área total en Colombia de 409.968, que equivale a una participan del 17.85% del total nacional de producción agrícola.

### Cuadro 3.- Área Sembrada Por Departamentos Productivo 2005-2009 (Ha).

DEPARTAMENTOS PRODUCTIVOS	2005	2006	2007	2008	2009
---------------------------	------	------	------	------	------

Antioquia	44.065	41.363	41.038	39.894	40.763
Arauca	8.960	9.399	11.444	15.007	17.830
Caldas	17.825	15.432	15.757	15.705	16.631
Cauca	12.452	13.515	13.090	10.570	9.295
Córdoba	27.144	26.820	25.231	17.416	17.787
Meta	15.297	15.276	16.798	17.644	14.471
Nariño	21.404	18.425	22.306	22.467	15.835
Quindío	34.644	34.988	34.622	34.272	34.132
Risaralda	17.717	20.536	20.222	19.499	20.553
Valle del Cauca	15.621	16.120	15.622	16.569	21.376
<b>Otros</b>	<b>151.50</b>	<b>150.68</b>	<b>155.91</b>	<b>135.59</b>	<b>126.553</b>
	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	
<b>Totales</b>	<b>366.63</b>	<b>362.55</b>	<b>362.04</b>	<b>343.63</b>	<b>335.226</b>
	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	

Fuente: Anuario Estadístico MADR y Reportes de Producción Secretarías de Agricultura.

#### Cuadro 4.- Área Sembrada Por Núcleos Productivo 2005-2009 (Ha).

<b>NUCLEOS PRODUCTIVOS</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>JUNIO 2010.</b>
Urabá, Norte de Antioquia.	44.065	41.363	41.038	39.894	40.763	63.733
Caldas Risaralda	35.542	35.968	35.979	35.204	37.184	46.700
Quindío Valle del Cauca	50.265	51.108	40.244	49.841	55.508	40.800
Cauca, Nariño.	33.856	31.940	35.396	33.037	25.130	37.000
Meta y Arauca	24.257	24.675	28.242	32.651	32.301	29.000
Región Caribe	27.144	26.820	25.231	17.416	17.787	27.000
<b>Otros</b>	<b>225.66</b>	<b>150.68</b>	<b>155.91</b>	<b>135.59</b>	<b>126.55</b>	<b>165.235</b>
	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	
<b>Totales</b>	<b>440.79</b>	<b>362.55</b>	<b>362.04</b>	<b>343.63</b>	<b>335.22</b>	<b>409.968</b>
	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	

Fuente: Anuario Estadístico MADR y Reportes de Producción Secretarías de Agricultura.

Durante el periodo analizado 2005 - 2009, la tasa de crecimiento de la producción de los núcleos productivos es positiva en un 4.3%. En la mayoría de los casos, en especial en el núcleo productivo de Urabá y Norte de Antioquia, Caldas y Risaralda presentaron las mayores tasas de crecimiento anual promedio, de 21.6% y 15.8%, respectivamente. Esto, debido al estímulo que genera la actividad exportadora en el caso del Urabá antioqueño y en Caldas y Risaralda la altura a la que se siembra lo hace menos susceptible al ataque de enfermedades como la Sigatoka negra. Situación contraria se presentó en el núcleo del Valle del Cauca y Quindío, que redujo en más de 10 mil hectáreas en su área de producción durante el mismo periodo.

El mayor productor de la Costa Atlántica sigue siendo el departamento de Córdoba, que participa con 15.18% del volumen total del país, y que mostró una de las evoluciones más dinámicas del último año, con una tasa de crecimiento anual promedio de 20.7%. En el caso de los Llanos Orientales, Meta y

Casanare participan con 14.3%; en los departamentos de Arauca y Casanare los problemas sanitarios redujeron, tanto el área sembrada como la producción, lo que ha afectado tradicionales zonas productoras.

**Cuadro 5.- Participación del Cultivo del Plátano en Producción Agrícola por Departamento 2005 – 2010 (Ton).**

DEPARTAMENTOS PRODUCTIVOS	2005	2006	2007	2008	2009
Antioquia	206.206	247.427	248.220	249.823	247.491
Arauca	70.669	73.653	94.270	137.662	217.241
Caldas	170.835	159.368	167.359	170.036	189.452
Caquetá	92.604	81.107	80.132	84.400	77.444
Cauca	105.801	113.615	113.358	80.537	56.240
Córdoba	251.872	250.769	239.883	127.725	137.860
Meta	233.412	229.971	251.169	273.737	215.076
Nariño	139.459	124.232	142.931	134.369	88.662
Quindío	325.814	330.862	334.217	316.021	323.204
Risaralda	155.317	194.640	161.745	149.735	167.199
Valle del Cauca	143.510	153.562	152.991	136.540	163.173
<b>Otros</b>	<b>921.364</b>	<b>146.782</b>	<b>885.640</b>	<b>829.954</b>	<b>829.830</b>
<b>Totales</b>	<b>2.883.218</b>	<b>2.115.171</b>	<b>2.891.943</b>	<b>2.633.248</b>	<b>2.616.717</b>

Fuente: Anuario Estadístico MADR y Reportes de Producción Secretarías de Agricultura.

**Cuadro 6.- Participación Del Cultivo Del Plátano En Producción Agrícola Por Núcleos Productivos 2005 – 2009 (Ton)**

NUCLEOS PRODUCTIVOS	2005	2006	2007	2008	2009
Urabá, Norte de Antioquia.	260.206	247.427	248.220	249.823	247.492
Caldas Risaralda	326.152	354.008	329.104	319.771	356.651
Quindío Valle del Cauca	574.283	574.719	587.368	479.610	472.645

Cauca, Nariño.	245.260	237.847	256.289	214.962	144.922
Meta y Arauca	304.081	303.624	345.439	411.399	432.317
Región Caribe	251.872	250.764	239.883	127.729	137.860
<b>Otros</b>	<b>921.364</b>	<b>146.782</b>	<b>885.640</b>	<b>829.954</b>	<b>829.830</b>
<b>Totales</b>	<b>2.883.218</b>	<b>2.115.171</b>	<b>2.891.943</b>	<b>2.633.248</b>	<b>2.616.717</b>

Fuente: Anuario Estadístico MADR y Reportes de Producción Secretarías de Agricultura.

Con respecto a los rendimientos, el núcleo que muestra una mayor producción por hectárea es el Meta y Casanare, 1.72 veces el promedio nacional, debido a los sistemas de producción utilizados: siembras en las vegas de los ríos llaneros y, por lo general, en monocultivo. Estas condiciones permiten una mayor productividad por árbol y por hectárea, al no estar asociado.

En el caso de los departamentos del Eje Cafetero, el hecho de que el plátano, en general, esté asociado con café, hace que los rendimientos por hectárea sean más bajos (9.26, y 8.55 toneladas por hectárea, en Quindío, Risaralda y Caldas, respectivamente) en comparación con otras regiones del país, pues el sistema de asociación con café, implica menores densidades de cultivo (500 plantas por hectárea). No obstante, los rendimientos por planta son mucho mayores, evidenciándose el beneficio del cultivo del plátano de los procesos de fertilización del café.

### Cuadro 7.- Rendimiento Del Cultivo De Plátano (Tn. Ha) Por Departamento 2005-2010.

DEPARTAMENTOS PRODUCTIVOS	2005	2006	2007	2008	2009
Antioquia	5.905	5.982	6.049	6.292	6.071
Arauca	7.887	7.836	8.238	9.173	12.184
Caldas	9.584	10.327	10.621	10.827	11.391
Caquetá	6.597	6.278	6.438	6.524	6.217
Cauca	8.497	8.407	8.660	7.619	6.051
Córdoba	9.279	9.350	9.507	7.334	7.751
Meta	15.259	15.054	14.952	15.514	14.863

Nariño	6.516	6.743	6.408	5.981	5.599
Quindío	9.405	9.456	9.653	9.221	9.469
Risaralda	8.767	9.478	7.998	7.679	8.135
Valle del Cauca	9.187	9.526	9.793	8.241	7.633
<b>Otros</b>	<b>6.79</b>	<b>6.17</b>	<b>6.99</b>	<b>6.57</b>	<b>6.77</b>
<b>Totales</b>	<b>7.54</b>	<b>7.10</b>	<b>7.98</b>	<b>7.52</b>	<b>7.74</b>

Fuente: Anuario Estadístico MADR y Reportes de Producción Secretarías de Agricultura.

### Cuadro 8.- Rendimiento Del Cultivo De Plátano (Tn. Ha) Por Núcleo Productivo 2005-2009.

<b>NUCLEOS PRODUCTIVOS</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Urabá, Norte de Antioquia.	5.90	5.98	6.04	6.26	6.07
Caldas Risaralda	9.18	9.90	9.30	9.25	9.26
Quindío Valle del Cauca	9.30	9.50	9.70	8.73	8.55
Cauca, Nariño.	7.50	7.58	7.53	6.80	5.82
Meta y Arauca	11.57	11.45	11.60	12.34	13.52
Región Caribe	9.27	9.350	9.50	7.33	7.75
<b>Otros</b>	<b>6.79</b>	<b>6.17</b>	<b>6.99</b>	<b>6.57</b>	<b>6.77</b>
<b>Totales</b>	<b>7.54</b>	<b>7.10</b>	<b>7.98</b>	<b>7.52</b>	<b>7.74</b>

Fuente: Anuario Estadístico MADR y Reportes de Producción Secretarías de Agricultura.

#### 1.1.4 Estructura De Costos De Producción

La estructura de costos de los cultivos de plátano difiere en términos del sistema de producción utilizado y la localización de la producción. Para el análisis de la estructura de costos se tendrán en cuenta los sistemas de producción tecnificados. En la región cafetera, una hectárea de plátano dominico hartón tecnificado, con una densidad de siembra de 2.000 plantas por hectárea, requiere, durante los 3 primeros años, 308 jornales, que se distribuyen así: 39% en el primer año, 31% en el segundo y 30% en el tercero. La mano de obra se utiliza 28% en la instalación y siembra, 52% en las labores culturales durante los 3 años, y 20% en la poscosecha y recolección. La participación de la mano de obra en los costos de producción es de 40%.

El costo de los insumos y materiales equivale a 51% del total de los costos del cultivo tecnificado. Dentro del paquete de insumos, el mayor peso lo tienen las aplicaciones para el control de la Sigatoka (12%) y las semillas y las bolsas para los racimos, que participan cada uno, con 10%. El resto corresponde a los insumos químicos para fertilización y manejo de arvenses.

En el análisis económico se incluyeron los costos del análisis de suelo, los cuales se deben realizar en el primero y tercer año y equivalen a 9% del total de los costos. El costo total de instalar y mantener una hectárea de plátano durante tres años en esta zona se estimó en \$8.2 millones de 2009. En el departamento del Meta, los costos de producción de un cultivo tecnificado de plátano hartón para densidades de siembra de 1666 plantas por hectárea se calcularon 62.5 jornales, de los cuales 50% se utiliza en la instalación y siembra, y 50% para las labores culturales y cosecha. Aunque no están discriminados los costos del control de la Sigatoka, sí se tienen en cuenta los costos estimados de los jornales y los insumos para la aplicación de fungicidas utilizados para el manejo de este tipo de enfermedades, los cuales equivalen a 16% del total de los costos.

Durante el año 2009 el MADR apoyó la aplicación de la metodología para el cálculo del Coeficiente de Recursos Domésticos CRD para el eslabón primario de 26 Cadenas Productivas, dentro de las cuales estaba incluida la Cadena del Plátano

Aunque el Consejo de la Cadena decidió que se trabajarían las estructuras de por lo menos dos departamentos o zonas de producción, sólo fue posible construir en el Meta, estructuras de costos que cumplieran los requerimientos para el cálculo del CRD en el eslabón primario de la Cadena.

En el caso de la Cadena del Plátano, se trabajó el caso de la Producción del Meta y de la Zona Cafetera, logrando obtener la información mínima necesaria para construir las Estructuras de Costos. Las estructuras de costos pueden variar de un predio a otro, entre regiones y por diferencias tecnológicas entre otras causas.

Para establecer estructuras representativas, que sirvan de referencia a la mayoría de los productores de cada cadena, se recurrió a los Consejos de Cadena para que definieran:

**Productos** para los que se establecerían Estructuras.

**Sitios** (regiones) en las que se tomaría información de las estructuras.

**Tecnologías** representativas para esas estructuras.

El Coeficiente de Recursos Domésticos se define como el cociente de dividir la suma de los Costos No Transables (CNT) por la Diferencia entre los Ingresos (Y) y la suma de los Costos Transables (CT).

**CRD =  $\sum \text{CNT} / (Y - \sum \text{CT})$  (cuadro de costos de recursos domésticos)**

## Cuadro 9.- Costos De Producción Para Exportación.

Mano de Obra	\$679.650	5,51%
Control sigatoka	\$ 2.261.820	18,34%
Mano de obra empaque	\$1.560.000	12,65%
Materiales	\$ 4.068.130	32,99%
Herramientas	\$ 187.275	1,52%
Insumos Post Cosecha	\$539.281	4,37%
Transporte	\$3.033.877	24,61%
<b>TOTAL</b>	<b>\$12.330.033</b>	<b>100%</b>

Fuente: MADR - CNCP.

### Cuadro 10.- Cuadro De Costos Para Plátano Comercial.

CONCEPTO Y ACTIVIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	Clasificación	CANTIDAD	VALOR UNITARIO(\$)	VALOR TOTAL(\$)
<i>Mano de obra</i>					0
Descoline	\$ labor/planta	NT	2.000	18	36.000
Tratamiento semilla	\$ labor/planta	NT	2.000	60	120.000
Estaquillada	\$ labor/planta	NT	2.000	20	40.000
Transporte de semilla	\$ labor/planta	NT	2.000	15	30.000
Transporte de insumos	\$/tonelada	NT	25.000	3	62.500
Siembra y aplicación de gallinaza	\$ labor/planta	NT	2.000	130	260.000
Abonada	Aplicación por Bulto	NT	35	2.500	87.500
Deshoje y despunte	jornal	NT	14	20.000	280.000
Deshije	jornal	NT	9	20.000	180.000
Fumigación maleza	jornal	NT	8	25.000	200.000
Fumigación sanitaria	aplicación	NT	12	30.000	360.000

Control moko (monitoreo)	jornal	NT	25	20	500
Encintada, descole y embolse	\$ labor/planta	NT	2.000	100	200.000
Riego	Hectárea	NT	1	300	300
Cosecha y transporte interno	\$ labor/planta	NT	2.000	210	420.000
Preparación del suelo	Pase rastra	NT	2	90.000	180.000
Preparación del suelo	Pase rastrillo	NT	1	70.000	70.000
Caballoneo	Pase Caballonadora	NT	1	70.000	70.000
<b>Insumos</b>					
semilla	colino	T	2.000	300	600.000
Bolsa sanitaria tratada	unidad	T	2.000	210	420.000
Gallinaza compostada	kilos	T	1.250	210	262.500
Nitromag	Bulto	T	5,00	58.000	290.000
Sulcamag	Bulto	T	2,00	30.000	60.000
Cloruro de Potasio	Bulto	T	15,00	76.000	1.140.000
Urea	Bulto	T	7,00	37.000	259.000
DAP	Bulto	T	2,00	72.000	144.000
Fertimex	B x 20 Kg	T	2,00	42.300	84.600
Borogran	B x 20 Kg	T	2,00	50.344	100.688
Dithane - flow	Litro	T	9,00	13.584	122.256
Benlate	Litro	T	0,60	108.500	65.100
Tilt	Litro	T	1,50	104.590	156.885
Amistar	Litro	T	1,00	170.268	170.268
Aceite agrícola	Litro	T	4,00	2.000	8.000
Emulsificante - Inex - agral 90	Litro	T	2,00	6.068	12.136
Glifosato Round up SL	Litro	T	4,00	12.000	48.000
Furadan	Litro	T	0,50	34.400	17.200
Kaitar	Galón	T	1	24.275	24.275
Inex	Litro	T	2	16.200	32.400
Combustible y lubricantes	\$/hectárea/año	NT	1	300.000	300.000
Herramienta	\$ Herramienta/planta	T	2.000	17	34.000
<b>Costos Indirectos</b>					
Arriendo de tierra	\$/hectárea/año	NT	1	1.000.000	1.000.000
Administración	10% Labores	NT	0,100	2.596.800	259.680
Análisis de suelo	\$ /Análisis	NT	1	17.200	17.200
Gastos financieros	(DTF+STI) X Costos Directos	NT	0,2435	4.351.308	1.059.543
Asistencia técnica	Hectárea	NT	1	100.000	100.000
<b>Costo total por Ha</b>					<b>9.384.531</b>
Producción - Precio -Ingreso			24.000	521	<b>12.500.000</b>

FUENTE: Consejo Nacional Cadena de Plátano -  
MADR CRD

Suma No Transables

\$5.333.223

56,8%

Suma Transables	\$4.051.308	03,1%
Ingreso	\$12.500.000	
CRD	0,6312	
Rentabilidad	0,3320	
Rentabilidad / DTF	7,6317	

Una de las alternativas para incrementar la producción nacional estaría en usar materiales resistentes a la Sigatoka, que permitan, de una parte, incrementar los rendimientos por hectárea y, de otra, disminuir los costos de producción. No obstante, el tamaño y la forma de este plátano no responde a las preferencias actuales del consumidor.

### 1.1.5 La Calidad De La Producción Primaria

En el país e incluso al interior de cada una de las regiones productoras, la calidad del plátano producido es muy variable, por la diversidad de tecnologías y de sistemas de producción. El manejo de cosecha y poscosecha es uno de los aspectos que más incide en la calidad del plátano cuyo destino es el consumidor final. En el país, el mal manejo en el corte, acopio inadecuado en la finca, transporte inapropiado a los centros de distribución, e inexistencia de tecnologías de manejo y conservación, se han identificado como las causas de las pérdidas en la producción, las cuales se podrían disminuir en la medida en que se cuente con tecnologías apropiadas.

La calidad exigida para el producto en fresco difiere según el agente que compra el producto. En general, se exige su presentación en dedos y que el producto esté fresco, entero, sano, limpio, de color verde uniforme, bien formado y con desarrollo normal, de textura firme al tacto y ligeramente convexo, de acuerdo con las características de la variedad.

Adicionalmente, la fruta no debe presentar aristas muy pronunciadas, manchas, magulladuras, cicatrices, impurezas, pudriciones o huellas notorias de lesiones causadas por enfermedades o insectos. Cuando se habla de primera calidad, se exige una longitud mínima de 19 centímetros en pulpa con un diámetro mínimo de 4.5 centímetros en la mitad del plátano, incluyendo la corteza, y un peso mínimo de 300 gramos.

El Instituto Colombiano de Normas Técnicas, Icontec, creó la norma técnica NTC 1190, en la cual se definen los criterios para la clasificación del plátano con destino al mercado nacional y para exportación. Sin embargo, la norma no se cumple porque los comercializadores y procesadores utilizan sus propios criterios para la compra. Así, los exportadores siguen la reglamentación exigida en los mercados internacionales, y las cadenas especializadas, las centrales mayoristas y las agroindustrias tienen establecidos sus propios criterios de calidad y empaque.

Las cadenas especializadas identifican dos categorías de calidad. El plátano selecto o de primera calidad corresponde a un producto fresco, sano y con un porcentaje de daños (físicos, químicos y mecánicos) inferior a 5%. El producto se entrega en cajas plásticas de 18 kilogramos. El plátano corriente o de segunda calidad puede presentar defectos de formación y un porcentaje de daños menor a 25%. Se empaca en canastillas plásticas de 16 kilogramos. La diferencia en el precio por razones de calidad fluctúa entre 15% y 20%. Eventualmente, el plátano se almacena como máximo por una semana en bodegas con una buena circulación del aire a temperatura ambiente.

En las plazas mayoristas, el plátano se clasifica en dos categorías. La primera, agrupa el producto que presenta pequeños defectos de forma, coloración, y daños inferiores a 10%. La segunda categoría corresponde a producto de menor calidad, con daños que pueden alcanzar hasta 50%.

### **1.1.6 La Industria Para El Procesamiento Del Plátano**

Existen algunas técnicas para el procesamiento del plátano verde, con el fin de obtener productos como:

- Harina de plátano: mezclas para concentrado animal
- Hojuelas de plátano: secas y/o fritas
- Patacones
- Patacones Congelados
- Plátanos conservado por Frío
- Harinas para consumo humano

La industria agroalimentaria utiliza el plátano para la elaboración de snaks, con destino a la fabricación de almidones, harinas, hojuelas y cereales. Para 1997, el consumo industrial no superaba las 6.000 toneladas. Durante los últimos años, el sector industrial con el comportamiento del consumo más dinámico fue la industria de preparación de snaks, cuyo consumo entre 1991 y 1997, creció en más del 200%. Igualmente, el consumo para la producción de almidones y harinas ha evolucionado de manera interesante, especialmente para la producción de alimentos para niños.

La industria de procesamiento de plátano se ha concentrado en la ciudad de Bogotá y en el Departamento del Valle del Cauca. Aunque viene creciendo en términos de consumo, se ha concentrado en muy pocas empresas, siendo tres las principales: Fritolay, representa cerca de 90% de la producción de snacks en Colombia. El restante 10% está representado por Yupi, McCain-Congelagro y por otras muchas pequeñas empresas.

### **1.1.7 La Calidad En La Industria**

Las variedades dominico hartón y hartón son las que presentan el mayor potencial para un adecuado procesamiento debido, principalmente, a que el clima cálido en el que se producen favorece el desprendimiento de la cáscara, labor que resulta bastante dispendiosa en el proceso industrial. Igualmente, según las empresas procesadoras, se presentan diferencias entre el plátano dominico hartón y el hartón, en cuanto al tamaño, el contenido de agua (mayores en la variedad hartón) y de sólidos solubles (mayor en la variedad dominico hartón).

Aunque normalmente la agroindustria adquiere plátano corriente o de segunda calidad a los mayoristas y a las cooperativas de productores, siguiendo los mismos parámetros establecidos en las centrales de abastos, actualmente las industrias ubicadas en el Valle del Cauca adquieren el plátano de primera clase proveniente de Urabá que no se destina a la exportación, por los bajos precios que ofrecen. Así mismo, Fritolay viene comprando su materia prima directamente a los productores, mediante la suscripción de contratos forward y, para su próximo incremento en la capacidad instalada y en la producción de snaks, seguirán utilizando este moderno sistema de compra.

## Cuadro 11.- Comercialización De Plátano En Colombia.

### Precios Promedio Nacionales - Principales Mercados

PLATANO HARTÓN VERDE (\$) Cte.			
	2008	2009	2010
Armenia	452	485	466
Bucaramanga	992	1148	689
Barranquilla	660	887	698
Bogotá	770	865	995
Cali	717	700	850
Cúcuta	-	999	1068
Medellín	567	388	738
Montería	567	388	354
Neiva	700	750	850
Pereira	550	475	650

FUENTE: SIPSA

Para el análisis de precios nacionales del plátano se estudia el comportamiento de los precios en los principales mercados mayoristas, en el periodo comprendido entre el año 2008 a el año 2010.

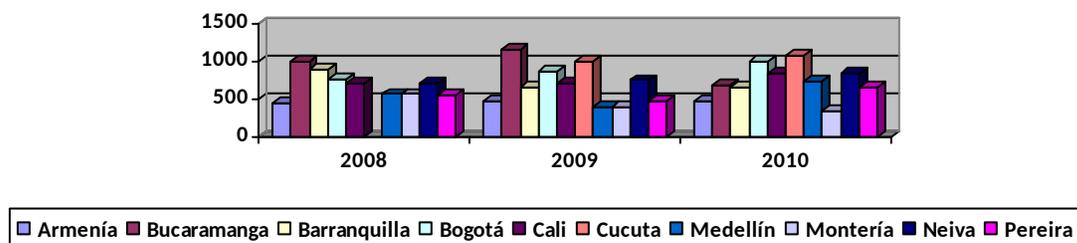
Tradicionalmente Bogotá presenta los precios mayoristas más altos, que oscilan entre \$887/kg y \$995/kg, mientras que Cali reporta entre \$770/kg y \$850/kg en el mismo periodo, con diferencias que fluctúan entre \$354 y \$1148 por kilogramo. El mercado de Bogotá tiene mayor diversificación de proveedores y se abastece en 70% con la oferta proveniente de los Llanos Orientales (plátano hartón), y en 30% con el producto de la Zona Cafetera, Cundinamarca, Huila y Tolima (plátano dominico hartón,

guineo y cachaco), y Cali es abastecido por la oferta proveniente de la región cafetera (dominicohartón y dominico) y de otras zonas productoras del Valle del Cauca (hartón). El comportamiento de los precios mayoristas del mercado bogotano depende, en gran medida, de la tendencia de los precios en Villavicencio. Debe anotarse que los precios del plátano en Cali se ven afectados por el producto proveniente de Ecuador, el cual llega con menores precios y buena calidad por ser los remanentes de las exportaciones de ese país.

Los precios mayoristas en Medellín se ubican en un rango intermedio, con variaciones entre \$567/kg y \$738/kg. Medellín se abastece del plátano cultivado en la Zona Cafetera (principalmente, dominicohartón y dominico) y la región de Urabá (hartón). Los mercados mayoristas de Medellín y Cali, para plátano hartón maduro, están bastante integrados y los precios que se presentan en Pereira tienden a determinar el comportamiento del precio mayorista en estos mercados. Los precios mayoristas en Barranquilla presentan un comportamiento diferente a los demás mercados analizados, con fluctuaciones entre \$666/kg y \$1148/kg. Esto se explica porque durante abril y septiembre el mercado es abastecido por la Costa Atlántica, manteniendo los precios altos (\$992/kg en promedio) y entre septiembre y marzo llega el plátano de la región de Urabá, lo que ocasiona una disminución en el precio.

Barranquilla y Bogotá mantienen sus precios en el nivel más alto, situados alrededor de 60% por encima de promedio. Los precios nominales muestran una tendencia al alza en estos mercados. Esta tendencia se hizo más evidente en el mercado de Barranquilla y Bogotá, donde los precios más altos se presentaron durante año 2010 (\$1148 y 995/kg) debido en gran parte al deterioro de la producción por condiciones climáticas.

### GRÁFICO 1.- Comportamiento del precio mayorista de plátano 2008 – 2010/ (Valor \$)



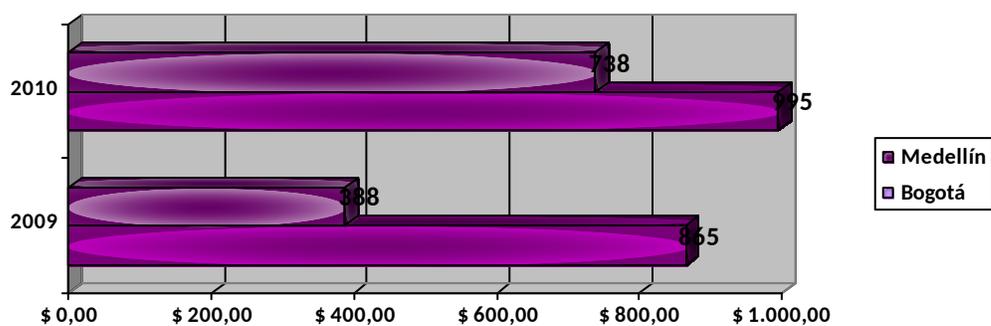
FUENTE: Consejo Nacional de la Cadena de Plátano - CNCP -

Al analizar la evolución de los precios reales del plátano en Bogotá y Medellín, obtenidos a partir de los precios mayoristas deflactados por el Índice de Precios al Consumidor del grupo de alimentos, se pueden observar tres momentos diferentes del mercado de plátano. Entre enero de 1992 y enero de 1996, los precios reales en Bogotá muestran un comportamiento errático, con precios desde \$400 por

kilogramo hasta \$900. Hasta 1998, los mercados muestran una gran disparidad entre los precios, situándose entre \$600 y \$700 por kilogramo en Bogotá, y entre \$500 y \$600 en Medellín. A partir de 1998, teniendo una mayor integración de los mercados nacionales, los precios muestran una misma tendencia, con una clara recuperación en el presente año. Todavía se mantienen las diferencias entre los dos mercados, \$100 más alto en Bogotá, donde se registran aun mayores fluctuaciones que en el mercado de Medellín. Es claro durante el periodo una estabilidad de los precios reales, con una leve tendencia creciente, lo que evidencia que desde 1992 este mercado no ha presentado excesos de oferta de magnitud tal que afecten el mercado en términos de su principal resultado: los precios. Debe anotarse que la relación entre el Índice de Precios al Productor, IPP, y el Índice de Precios al Consumidor, IPC, muestra que el primero supera sistemáticamente al segundo durante los últimos años, evidenciando tasas de rentabilidad aceptables para el productor nacional y reducciones en los márgenes de comercialización derivados de una modernización en los sistemas de comercio y de una relación directa entre productores y supermercados que se ha venido generalizando durante los últimos años.

El análisis de la estacionalidad de los precios mayoristas muestra que durante el primer semestre del año los precios mayoristas en los mercados de Bogotá y Medellín presentan precios altos entre marzo y abril; luego, los precios disminuyen entre mayo y junio. Durante el segundo semestre, los precios aumentan entre julio y septiembre en el mercado de Bogotá, mientras que el mercado de Medellín presenta un aumento paulatino en los precios, con una leve disminución en noviembre. Vale la pena señalar que el mercado de Bogotá presenta las mayores fluctuaciones en los precios, variando en promedio \$100/kg entre un mes y otro.

**GRÁFICO 2.- Oferta y demanda del plátano en Bogotá y Medellín (Valor \$)**



FUENTE: SIPSA

## 2. COMERCIALIZACIÓN DE PLÁTANO FRESCO

El producto de la Zona Cafetera se comercializa en racimos de 12 y 15 kilogramos, en bolsas de polietileno con 100 unidades, mientras que el plátano proveniente de los Llanos Orientales se comercializa en las denominadas pachas (dos racimos) y en sacos de fique o polietileno con capacidad para 60 kilogramos. El plátano que llega a las cadenas de supermercados se empaqueta en caja plástica de 18 kilogramos. El proceso de comercialización de plátano va de muchos productores a pocos mayoristas, quienes lo distribuyen masivamente hacia los consumidores finales. Al existir pocos demandantes (mayoristas y cadenas), la información sobre las condiciones de mercado fluye rápidamente entre estos agentes, quienes intervienen en la fijación de los precios y, por ende, en la mayor o menor movilidad que puedan llegar a presentar los mismos. En este contexto, se identifican cinco canales de distribución para llevar el producto hasta el consumidor final: acopiador-mayorista-detallista, proveedor-mayorista-supermercado, productor-supermercado, mayorista-agroindustria y productor-agroindustria. En este caso, como en la mayoría.

El canal que va del acopiador al mayorista y de éste al detallista es el más frecuentemente utilizado en la comercialización de plátano. El acopiador adquiere el producto en las zonas productoras, en la finca o en los mercados locales más cercanos, determinando el precio de compra, con base en la oferta y la expectativa del precio que pueda conseguir en las centrales mayoristas. En este canal es frecuente encontrar al transportador, que lleva a cabo la función de recoger la carga puesta en carretera, sin ingresar a las fincas o plazas; éste actúa por contrato con un mayorista o varios productores de la misma zona, recogiendo el producto y transportándolo a la plaza. Con base en la oferta y la demanda, el mayorista determina el precio de mercado que repercute sobre el precio al productor. En el canal conformado por el mayorista y el supermercado, los intermediarios se han especializado en proveer a las cadenas. Sin embargo, en los últimos años viene generalizándose la tendencia a concentrar las compras en pocos proveedores que puedan manejar grandes volúmenes con el fin de garantizar el abastecimiento continuo del producto. La cadena de supermercado determina semanalmente el precio de compra, con base en la oferta y el comportamiento de los precios en las centrales mayoristas. En este canal, como sucede con otros productos agrícolas, se presentan las mayores distorsiones en los precios, que influyen directamente sobre los ingresos de los productores, sin que esto siempre se refleje en menores precios al consumidor.

En el caso del canal productor-supermercado-consumidor, el productor actúa como proveedor directo del supermercado, evitando la intermediación y, por ende, consiguiendo un mejor precio. Este esquema marca otra de las tendencias que están tratando de implementar las cadenas especializadas. Aquí, el productor recibe el mismo precio que obtiene el mayorista en el canal anterior, pues los dos están actuando como proveedores del supermercado.

En las centrales mayoristas se identifican dos tipos de negociación: la libre oferta del producto y las compras tradicionales. En el primer esquema, los productores o intermediarios llegan con su producto al

mercado y allí buscan un comprador mayorista que, en la mayoría de los casos, paga un precio menor por el producto. En el segundo, hay mayoristas que tradicionalmente le han comprado el plátano a los mismos intermediarios y productores, con precios relativamente buenos, existiendo entre ellos fuertes vínculos comerciales. Este último tipo de negociación es el más frecuente en las plazas mayoristas. En relación con las prácticas de negociación las más utilizadas consisten en cancelar el precio al momento de la compra o a crédito con plazos que van de 8 a 30 días. Entre tanto, las cadenas especializadas asignan cupos semanales a sus proveedores, mediante acuerdos de confianza, en los que se pactan el volumen, la periodicidad y la forma de pago del producto. Los pagos se efectúan quincenalmente.

En los mercados de Cali, Medellín y Villavicencio, los márgenes de comercialización presentan un comportamiento intermedio, debido a la participación de un mayor número de agentes en la cadena de comercialización. Así, en Cali fluctúan entre 31% y 46%; en Medellín, entre 23% y 35%, y en Villavicencio, entre 27% y 46%. En Bogotá, se registran los menores márgenes, con variaciones que van de 2% a 18%, debido a que hay más intermediación.

## 2.1 Comercialización A Escala Industrial

El canal mayorista-agroindustria está conformado por las empresas que elaboran pasabocas o snacks y harina a base de plátano, para lo cual se adquiere comúnmente un producto de segunda calidad, en las centrales mayoristas, cooperativas, asociaciones y acopiadores mayoristas, además, de empresas proveedoras tales como La Selecta, Proplat, Rioplat y Planto.

Finalmente, en el canal productor-agroindustria los productores se han especializado como abastecedores de las agroindustrias de productos congelados y snacks, para lo que preferiblemente éstas adquieren producto de primera calidad. En estos dos últimos canales, el precio está determinado por la oferta y la demanda del mercado.

La agroindustria adquiere el producto en las centrales mayoristas y a través de asociaciones y cooperativas de productores. En la mayoría de los casos, la compra se hace de contado por los bajos volúmenes que comercializan algunas agroindustrias, como Comestibles Andrea, Productos Alimenticios San Gabriel, Doraditos, Kopla, Chist, Vitaplátano, Yolis del Quindio, Comestibles Quimbaya, Quinkraf entre otras. En menor proporción, las multinacionales Frito-Lay y Procter & Gable y las empresas nacionales Provianda, Nutrilistos Ltda. Y Yupi, entre otras, efectúan los pagos quincenal o mensualmente, dependiendo de la tradición negociadora entre las partes.

Las Variedades de plátano más utilizadas en la agroindustria es Dominico Hartón. En un proceso agroindustria donde se cuenta con la posibilidad de generar valor agregado al plátano se utiliza en su totalidad fruta de primera y segunda calidad. En procesos donde se especializa el aprovisionamiento a la gran industria solo se utiliza plátano de primera calidad, ya que este es el requerimiento exigido.

La evolución de la capacidad instalada en la agroindustria ha estado ligada al crecimiento del consumo del mercado. La experiencia indica que en estos últimos 10 años corresponde a un incremento de 32% del consumo de plátano en la agroindustria. La mayoría del plátano que consume la agroindustria es producido en el Departamento del Quindío. El precio que se paga en promedio esta en \$550 kilo.

## 2.2 Comercio Exterior

### 2.2.1 Importaciones

La producción nacional de plátano no ha sido suficiente para abastecer la demanda doméstica, pero el aumento de la producción nacional ha permitido disminuir las importaciones (10,09%) entre 2004 y 2009, al pasar de 67.31 toneladas en 2004 a 60.519 toneladas en 2009. Como puede observarse en el Cuadro 9, las importaciones provienen en 96% de Ecuador, y entran por vía terrestre.

**CUADRO 12.- Importaciones De Plátano De Colombia 2.006 - 2009**

<b>Año</b>	<b>Plátano fresco (Ton)</b>	<b>Valor CIF (US\$)</b>	<b>Platano procesado* (Ton)</b>	<b>Valor CIF (US\$)</b>
<b>2006</b>	27.780	2.454.452	74.4	26.782
<b>2007</b>	82.980	6.444.226	58.2	19.946
<b>2008</b>	66.326	5.015.523	6.4	20.180
<b>2009</b>	60.519	4.646.292	8.0	24.623

Fuente: AGRONET

Las importaciones reportadas en el año 2009 muestran un decrecimiento de 8.75% con respecto a la cifra total del año anterior, con precios por debajo de los reportados en 2008. Los precios implícitos de las importaciones de Ecuador durante 2009, \$145 por kilogramo, que son mucho menores a los precios mayoristas reportados en la Central de Abastos de Bogotá, Corabastos (\$865 en 2009), precio que les permite competir muy cómodamente y cubrir los costos de la importación y el transporte desde la frontera hasta los mercados mayoristas, especialmente los de Cali. Hoy en día, Colombia es el principal destino de las exportaciones de Ecuador, y recibe 60.519 del volumen total de las importaciones de plátano, aunque no representa sino 1.09% en términos del volumen total de las exportaciones. Un hecho para tener en cuenta es que los reportes oficiales de Ecuador y Colombia muestran diferencias importantes entre las exportaciones ecuatorianas, que reportan y la oficialmente reportada por la Diarr,

lo que significa Según información de Corabastos, que el plátano proviene de los remanentes de las empresas exportadoras de Ecuador. Esta estrategia es también utilizada por empresas colombianas de Urabá, que colocan el producto a procesadores y cadenas de almacenes a precios muy por debajo de los reportados en los mercados mayoristas locales. Igualmente se evidencia que puede estar entrando producto sin el debido registro sanitario, hecho que pone en peligro la producción nacional lo que se ha venido advirtiendo por muchos años.

### Cuadro 13.- Principales Países Importadores De Plátano En El Mundo

Posición	Región	Cantidad (tonnes)	Valor (1000US\$)	Valor unitario (US\$/ton)
1	Estados Unidos	255.005	92.216	362
2	<b>Colombia</b>	<b>82.981</b>	<b>6.444</b>	<b>78</b>
3	El Salvador	65.501	7.004	107
4	Reino Unido	49.310	44.849	910
5	Países Bajos	37.745	41.831	1.108
6	España	27.516	17.266	627
7	Bélgica	19.883	14.640	736
8	Macedonia	14.756	7.476	507
9	Francia	12.027	10.704	890
10	Honduras	8.857	2.393	270
11	Irlanda	5.962	11.456	1.922
12	Lituania	4.890	5.243	1.072
13	Italia	3.667	3.838	1.047
14	Eslovaquia	2.815	2.766	983
15	Rumania	1.881	1.867	993
16	Finlandia	1.823	2.426	1.331
17	Bahamas	1.782	1.788	1.003
18	Bulgaria	1.447	1.137	786
19	Checa, Rep	1.263	1.232	975
20	Dinamarca	1.064	1.326	1.246

Fuente: FAOSTAT

### 2.2.2 Exportaciones

El comercio exterior de plátano en fresco se ha desarrollado con base a la logística e infraestructura del banano de exportación el 98% de las exportaciones se llevan a cabo a través de los puertos privados de Zungo en Carepa y Nueva Colonia en Turbo, de las comercializadoras internacionales en el Urabá Antioqueño. Las comercializadoras Uniban, Banacol y Del Monte a través de la cuales se exporta el plátano, cuentan con sus propias marcas, fabricas de empaque, platicos y sellos, además contratan de

manera exclusiva el transporte marítimo en buques para que descargue el producto en sus bodegas en el exterior.

Buena parte de los productores de plátano de exportación tienen contratos de suministro con las comercializadoras quienes les proveen de insumos, ciclos de fumigación aérea y cuentan con todo el equipamiento logístico y humano para el suministro de la asistencia técnica integral. El productor se encarga de asegurar la calidad del producto para exportación de acuerdo a las especificaciones solicitadas por cada una de las comercializadoras. A diferencia de otras frutas la cadena de comercialización de plátano es muy corta. Las empresas importadoras tienen estrecha relación con las comercializadoras colombianas que exportan plátano, y estas a su vez distribuyen directamente la fruta a los mercados populares supermercados y mayoristas. Las asociaciones de productores o pequeñas comercializadoras no han podido consolidar negocios de exportación en plátano, por el carácter privado de los puertos.

**Cuadro 14.-** Principales Países Exportadores

Posición	Región	Cantidad (tonnes)	Valor (1000US\$)	Valor unitario (US\$/ton)
1	Guatemala	116.870	22.793	195
2	Ecuador	111.649	20.484	183
3	<b>Colombia</b>	<b>109.410</b>	<b>37.859</b>	<b>346</b>
4	Perú	65.500	31.240	477
5	Costa Rica	30.635	13.192	431
6	Nicaragua	23.553	3.674	156
7	Países Bajos	20.115	18.780	934
8	Bélgica	18.523	15.456	834
9	Venezuela	10.410	1.579	152
10	Reino Unido	7.151	6.519	912
11	Rep. Dominicana	3.649	2.280	625
12	Panamá	1533	612	399
13	Guyana	1.194	425	356
14	Dominica	1.129	1.343	1.190
15	España	969	965	996
16	Lituania	724	896	1.238
17	Italia	514	549	1.068
18	Ghana	175	84	480
19	Irlanda	174	467	2.684
20	Francia	154	196	1.273

Fuente: AGRONET

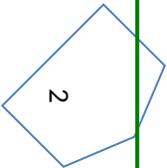
El comercio internacional se transa el 1% de la producción mundial pues la mayoría de la producción está destinada al consumo interno de cada país. Este comercio suplende las necesidades de la población latina y afro cada vez más creciente que habita en los países desarrollados. Colombia es el tercer proveedor con 109.410 toneladas después de Guatemala que aportó 116.870 al comercio internacional y Ecuador que exportó en 2009 111.649 toneladas.

En la actualidad no es tan clara la rentabilidad actual del sector productor de plátano en Colombia debido a los bajos niveles de productividad, los altos costos de producción y para el caso de las exportaciones la devaluación que ha sufrido el dólar en los últimos tiempos. Se tienen todas las posibilidades de ampliar mercados en el exterior siempre y cuando podamos mejorar competitividad en materia de precios, presentación del producto, y la calidad que hoy requieren estos mercados. Es necesario establecer mecanismos adecuados para que los comercializadores puedan contar con la infraestructura logística necesaria en materia portuaria y transporte marítimo para fortalecer la relación comercial con EE.UU, la Unión Europea e incursionar en mercados como los del Caribe y África, donde se presentan los mayores consumos per cápita del mundo.

A escala nacional, la producción de plátano para exportación se concentra en la región de Urabá, aunque los productores del eje cafetero han dedicado buenos esfuerzos mostrando el interés de exportar plátano en fresco. Colombia exporta plátano desde la década de los 70, cuando se realizaron los primeros envíos hacia el mercado de los Estados Unidos, desde la zona bananera de Urabá. Entre 2004 y 2009, el comportamiento del volumen de las exportaciones colombianas ha sido muy estable, con un crecimiento apenas de 8.6% entre 2004 y 2009, cuando se pasó de 118-331 toneladas por un valor de USFOB \$34.172-486 en 2004, a 129.605 por un valor de USFOB \$52.921.223 en 2009. En términos de competitividad, Colombia dejó de ser el primer exportador mundial de plátano, aventajado por Guatemala y Ecuador, nuestro país ha venido perdiendo espacios frente a países centroamericanos. Colombia incrementó sus ventas promedio en 1.5% anual promedio, mientras que Guatemala y Ecuador mostraron un crecimiento sobresaliente que los ubica hoy por hoy como los mayores exportadores mundiales de plátano. A partir de 2008 y 2009, el volumen de las exportaciones ha venido creciendo a un ritmo de 18.4% anual promedio.

**Cuadro 15.- Exportaciones Plátano De Colombia**

<b>EXPORTACIONES DE PLÁTANO EN COLOMBIA</b>			
<b>AÑO</b>	<b>VOLUMEN</b>	<b>VALOR</b>	<b>F.O.B</b>



2007	4.819.875	38.933.608	8,08
2008	4.990.057	42.896.198	8,60
2009	5.541.845	49.632.495	8,96
<b>Var. 0807</b>	<b>3,53%</b>	<b>10,18%</b>	<b>6,42%</b>
<b>Var. 09/08</b>	<b>11,06%</b>	<b>15,70%</b>	<b>4,18%</b>

Fuente: Augura Coyuntura primer semestre del 2009

Las exportaciones colombianas de plátano se destinan, básicamente, a abastecer los mercados étnicos de Estados Unidos (africanos y latinoamericanos) y la UE. El principal destino es Estados Unidos (74%). Las exportaciones a la UE son relativamente recientes, pues se iniciaron en 1988, y aunque no representan sino 26% del total, este mercado tiene un crecimiento mayor que el de Estados Unidos. El principal país de destino es Bélgica, y en menor medida, Alemania. En 2009 se exportaron 1.453.951 toneladas, con un crecimiento de 4% con respecto al año anterior.

Las empresas líderes de la exportación de plátano son Uniban, Banacol y Del Monte, tradicionalmente exportadoras de banano, razón por la cual el negocio de la comercialización de plátano ha crecido de la mano del negocio bananero, para aprovechar la logística y el transporte existente para esta fruta.

### Cuadro 16.- Participación De Exportación Por Comercializadora.

#### EXPORTACIONES DE PLÁTANO EN COLOMBIA

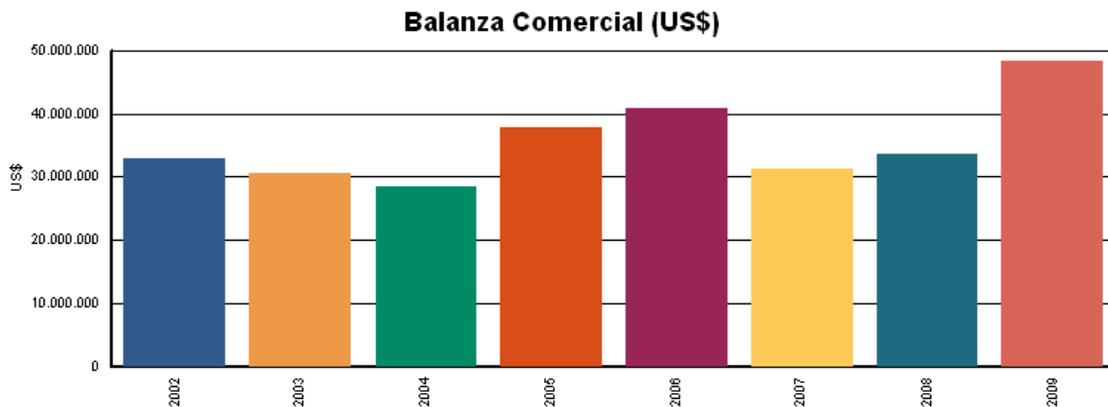
Comercializ.	2007	Particip.	2008	Particip.	2009	Particip.	Var. 08/07	Var. 09/08
UNIBAN	2.076.409	43,08%	2.432.353	48,74%	2.513.399	45,35%	17,14%	3,33%
BANACOL	1.892.113	39,26%	1.938.925	38,86%	2.208.346	39,85%	2,47%	13,90%
BANASUR	647.973	13,44%	519.145	10,40%	551.890	9,96%	-19,88%	6,31%
CONSERVA	203.380	4,22%	99.634	2,00%	268.210	4,84%	-51,01%	169,20%
<b>TOTAL</b>	<b>4.819.875</b>	<b>100,00%</b>	<b>4.990.057</b>	<b>100,00%</b>	<b>5.541.845</b>	<b>100,00%</b>	<b>3,53%</b>	<b>11,06%</b>

Fuente: Coyuntura Bananera 2009

La mayor comercializadora es Uniban, con cerca de 45.35% de las cajas exportadas. Banacol ocupa el segundo lugar, con una participación de 39.85%, en tercer lugar Banur, con 9.96%. y por último Conserva (Delmonte) con el 4.84%. Las cuatro comercializadoras atienden el mercado de Estados Unidos, y Uniban y Banacol comercializan en la UE. Para cada comercializadora, el plátano juega un papel diferente, puesto que su participación en el volumen de ventas es distinto.

## 2.3 BALANZA COMERCIAL

Gráfico 3.- Balanza comercial.



Fuente: AGRONET

AÑO	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Balanza Comercial Plátano fresco (US\$)	32.924.324	30.626.307	28.589.222	37.967.287	40.838.037	31.414.949	33.649.349	48.274.931

Fuente: AGRONET

La balanza comercial del plátano ha sido positiva durante el periodo analizado, al pasar de 28.5 mil toneladas en 2004 a 48.3 mil en 2009. Es de anotar que entre 2004 y 2009, la brecha entre importaciones y exportaciones se redujo, lo que indica problemas en el abastecimiento, puesto que al mismo tiempo que las importaciones crecieron, las exportaciones se redujeron.

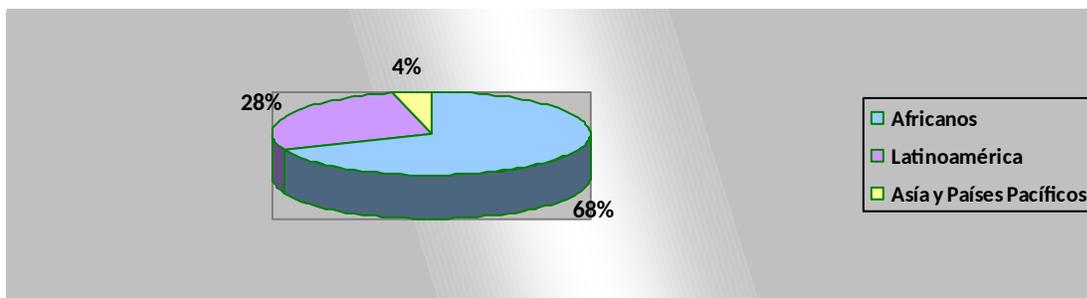
A partir de 2004, la situación de la balanza se ha recuperado, incluso superando los niveles alcanzados a principios de la década. Si tenemos en cuenta la tendencia creciente de las importaciones, en contraste

con el bajo crecimiento que presentan las exportaciones de plátano, es de esperarse que la brecha, aunque se mantenga positiva, tienda a reducirse.

## 2.4 Cadena y las Relaciones Con La Economía Internacional Producción De Plátano En El Mundo

La producción mundial de plátano en 2008 fue de 32.7 millones de toneladas. Los mayores países productores son los africanos (68.5%), seguidos por Latinoamérica (27.5%) y Asia y los países del Pacífico (4%).

**Gráfico 4.- Producción mundial**



Los principales países productores de África son: Uganda, Ruanda, Ghana, Nigeria, República del Congo, Costa de Marfil, donde el plátano es un alimento básico de la canasta familiar y donde se registran los más altos niveles de consumo per cápita. La tasa de crecimiento de la producción mundial de la última década fue sólo de 1.5%, lo que muestra una producción relativamente estable, básicamente porque la mayor parte de la producción está destinada al consumo doméstico y sólo se comercializa 1% aproximadamente en los mercados internacionales. Es importante anotar que, de los 10 primeros países productores de plátano, sólo Colombia, Costa de Marfil y Ghana exportan el plátano a la Unión Europea, EE.UU.

### 2.4.1 La Demanda De Plátano A Escala Internacional

En el concierto internacional, el mercado de plátano está orientado básicamente a satisfacer a la población étnica tanto de Estados Unidos como de Europa. Los principales países exportadores de plátano, tradicionalmente, han comercializado este producto junto con el banano, por lo que resulta común enviarlos conjuntamente, para aprovechar la logística y el transporte existente para la exportación de esta fruta.

### 2.4.2 La Oferta Y Los Principales Competidores

Casi la totalidad del plátano que se comercia a escala internacional se produce en América Latina, siendo los mayores países exportadores Guatemala, Ecuador y Colombia. En el mercado europeo los países africanos, como Ghana, han incursionando recientemente y su participación es todavía muy pequeña.

### **2.4.3 Precios Internacionales**

El mercado mundial de plátano es abastecido por los mismos países que proveen el banano. Dada la abundancia de la oferta (frente a una demanda y un precio relativamente estables), cada uno de los países exportadores impone un control sobre el volumen de sus exportaciones, con el fin de evitar el sobreabastecimiento y la caída de los precios en los mercados internacionales. El plátano no es de consumo masivo en Estados Unidos o en la UE, sino que se trata de un producto que se destina al segmento del mercado conformado por consumidores de origen latino (y, en menor medida, africano), y se comercializa como plátano verde. Según varios exportadores colombianos entrevistados, el crecimiento del mercado de este producto podría lograrse mediante campañas de información y promoción de su consumo. Así mismo, señalaron que habría posibilidades de llegar a un mercado más amplio con procesados a base de plátano, como lo demuestra la acogida que han tenido los chips, producto que ya ha sido lanzado al mercado estadounidense por la firma Goya.

En los mercados de Estados Unidos y de Europa, el plátano se comercializa en cajas de cartón de 50 libras; el transporte se realiza en carga mixta con el banano, y la comercialización está a cargo de las mismas multinacionales que manejan el comercio de este último. Los precios de venta mayorista del plátano, en todos los mercados analizados, muestran una ligera tendencia a subir entre 2007 y 2009, situándose alrededor de US\$8.08/caja 25/kg y US\$8.96/caja de 25/kg en el segundo trimestre del 2009.

### **2.4.4 La Oferta Y La Demanda De Plátano Procesado**

Estados Unidos es el principal importador de plátano fresco y procesado a escala mundial, mientras los principales países proveedores de plátano procesado son Costa Rica, Ecuador, Honduras, los países asiáticos (Filipinas, Hong Kong y Tailandia) y Colombia. En Estados Unidos, cerca de 15% del volumen importado se orienta al procesamiento. Las tres formas de plátano procesado que se exportan a Estados Unidos son: congelado, deshidratado y en harina. El plátano congelado se utiliza para la industria de pasabocas, y deshidratado y la harina se destinan especialmente a la elaboración de alimentos infantiles. Aunque la industria de pasabocas a base de plátano en Estados Unidos representó, durante 1995, un mercado superior a US\$2.6 millones, con una tendencia creciente (15%) entre 1991 y 1995, y la industria de patacones congelados un mercado de US\$500 mil en el mismo año, el consumo de plátano procesado no se ha extendido hacia los consumidores anglosajones y se concentra en el abastecimiento de la demanda institucional y de los hogares de la población latina residente en el suroeste y el noroeste de Estados Unidos.

### **2.4.5 Normas Técnicas Y De Calidad**

La calidad exigida en los mercados internacionales<sup>38/</sup> se relaciona con el tamaño, la forma, los grados de madurez y el empaque. De esta manera, se diferencian tres tamaños de acuerdo con el diámetro central: pequeño (menor a 5½ pulgadas), mediano (entre 5½ y 8 pulgadas) y grande (mayor a 8 pulgadas). Se exige un producto bien formado, con curvatura normal y con daños físicos, mecánicos o químicos que no superen 3% de la superficie. Los grados de madurez dependen del color del plátano, así: verde, verde amarillo y amarillo intenso. Generalmente, el plátano se exporta en verde y se empaqueta en cajas de cartón de 25 kg, ya sea en manos (cinco unidades) o en dedos (por unidad), distribuidos en dos niveles. Aunque el plátano se exporta utilizando la logística y el transporte desarrollados para el banano, es necesario transportarlo en bodegas separadas, debido a que la temperatura óptima para su almacenamiento es superior a la requerida por el banano, 13°C y 12°C, respectivamente. El mercado de los países de la UE se caracteriza por ser exigente en calidad. Por otra parte, las mayores distancias que debe recorrer el producto, exigen, igualmente, mayores condiciones de calidad y de empaque para que el producto cumpla con las condiciones exigidas por los compradores.

#### **2.4.6 Diagnóstico Tecnológico**

La siembra, explotación y mercadeo del plátano afrontan problemas de carácter técnico, social y económico, siendo los principales los relacionados con los materiales cultivados en el país: dominico, hartón y dominicohartón altamente susceptibles a las sigatokas amarilla (*Mycosphaerella musicola*) y negra (*Mycosphaerella fijensis*), con excepción de los de clones cachaco y pelipita, que son relativamente tolerantes a estas enfermedades. Aunque la disponibilidad de materiales promisorios resistentes a virus y enfermedades, que presenten rendimientos similares o superiores a las variedades comerciales cultivadas hoy en Colombia es escasa, debido a las dificultades que se han presentado en los programas de mejoramiento convencional, en razón de la alta esterilidad de los materiales cultivados tradicionalmente, existen en el ámbito internacional entidades como el Centro de Cooperación Internacional en Investigación Agronómica para el Desarrollo, Cirad (en Francia); el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza, Catie (en Costa Rica); la Fundación Hondureña de Investigación Agropecuaria, FHIA (en Honduras), y el Laboratorio de Biotecnología de la Universidad Nacional de Colombia, que vienen trabajando con híbridos resistentes a la Sigatoka negra, al Mal de Panamá (*Fusarium oxysporum* f. *cubense*) y al Moko, enfermedades que actualmente devastan amplias plantaciones de musáceas. En este aspecto es importante resaltar los trabajos que viene desarrollando Corpoica para la adaptación estos híbridos en el país, como es el caso de los clones de plátano FHIA, que presentan rendimientos superiores (13.5 ton/ha) frente a las variedades tradicionales (7.7 ton/ha). Sin embargo, estos híbridos no tienen gran aceptación por los consumidores ni los productores. “Por otro lado, la baja disponibilidad de semilla de plátano de buena calidad por selección productiva y fitosanitaria es uno de los factores que han incidido en la presencia de una alta variabilidad en el tipo de

racimo y en la diseminación de los principales problemas fitosanitarios que afectan el cultivo, respectivamente, éste es uno de los aspectos en los cuales se podrían alcanzar avances significativos en la tecnificación de los cultivos.

Otro de los temas de investigación resaltados en el Plan de Investigación de Corpoica, es el manejo integrado de plagas, para lo cual es necesario trabajar en el conocimiento de los factores ambientales que pueden favorecer los procesos de evolución de las diferentes enfermedades, para el diseño de los paquetes tecnológicos que incluyan medidas culturales, químicas y biológicas. Igualmente, se señala la investigación en manejo de suelos y aguas, que permita planificar el uso de estos recursos, identificar los problemas y formular alternativas. Con respecto a la producción orgánica, dada la gran dinámica comercial a escala internacional y las posibilidades ambientales y económicas que ofrece a ciertos ecosistemas, el país tiene bajos niveles tecnológicos para desarrollar este tipo de tecnologías, por lo que se requiere una mayor comprensión e investigación sobre estos temas, a partir del enfoque de sistemas de producción como fundamento básico para comprender todos los elementos que componen cada subsistema agroecológico del plátano. Otra de las limitaciones para la comercialización del plátano es el manejo poscosecha, que incide directamente sobre la calidad del fruto y cuyas pérdidas vienen a ser cerca de 8% entre la finca y los puntos de venta. Por ello, es importante cuantificar estas pérdidas y orientar la investigación hacia empaques, condiciones del transporte y a todos aquellos problemas relacionados con la manipulación del producto, para superar las fronteras del consumo en fresco y poder ofrecer una mejor calidad de plátano y disminuir las pérdidas poscosecha.

Finalmente, se requiere, en todos los aspectos, fortalecer los mecanismos e instrumentos para la transferencia de los resultados de las investigaciones a los diferentes actores de la cadena productiva, por cuanto aún existen deficiencias en algunas zonas como la Costa Atlántica y los Llanos Orientales. Es de anotar que en los últimos años se han venido estructurando y consolidando las metodologías participativas que requieren alianzas institucionales y personal capacitado, así como recursos económicos para realizarlas. Con respecto a la producción industrial, es de anotar que no se han adelantado investigaciones conducentes a caracterizar las variedades nuestras y sus usos en la agroindustria.

## **3.- PLAN ESTRATÉGICO CADENA DE PLÁTANO**

### **3.1 Presentación.**

El Consejo Nacional de la Cadena de Plátano -CNCP- entendiendo la importancia de dotarse de un plan estratégico, adelantó un proceso participativo para lograr un buen diagnóstico estratégico, base fundamental para la elaboración de este plan estratégico para el mejoramiento competitivo y desarrollo de la cadena productiva.

La elaboración del diagnóstico estratégico que, mediante la identificación de las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades de la Cadena Productiva, sirvió de fundamento en la planeación estratégica.

Necesariamente se inicio con la definición del negocio, es decir la identificación y la descripción detallada de las actividades económicas de la cadena productiva, los eslabonamientos, el valor y volumen de la producción, la identificación y descripción de los clientes o consumidores de sus productos.

Como objetivo del diagnóstico estratégico se priorizó la Identificación del estado actual de la cadena productiva en el ámbito nacional e internacional, tanto en su interior como en el entorno, sus tendencias y cambios esperados, con el propósito de descubrir sectores susceptibles de mejoramiento para incrementar la competitividad de la cadena productiva. Requirió valorar la competitividad actual de la cadena productiva y proyectar los cambios hacia el futuro.

Se adelantó el diagnóstico interno orientado a precisar las fortalezas y debilidades de los recursos fundamentales de la producción, es decir los recursos humanos, financieros, tecnológicos, productivos y comerciales, en el propósito de atender competitivamente las necesidades de los clientes.

Igualmente el diagnóstico del entorno orientado a determinar las oportunidades y amenazas que surgen para la actividad de la cadena productiva en razón de las condiciones ambientales, políticas, legales, económicas, tecnológicas y sociales, Estos factores, si bien no dependen de los empresarios, si influyen en el comportamiento competitivo de las empresas. El diagnóstico del entorno puede ser dividido en macro y micro.

Todos estos elementos se constituyeron en los principales insumos para la construcción del presente plan estratégico.

## **3.2 Visión – Misión.**

### **3.2.1 Visión.**

Lograr una platanicultura competitiva, sostenible y reconocida en los mercados mundiales que asegure el bienestar de las familias platanicultoras de Colombia.

### **3.2.2 Misión.**

La cadena productiva de plátano en Colombia a través de su Consejo Nacional tendrá la misión de servir de órgano consultivo del gobierno en todos los temas relacionados con el sector platanero y agrícola del país, además, servirá de orientador, articulador y facilitador de todos los actores de la cadena en los

diferentes procesos tendientes a fortalecer su negocio y alcanzar las metas propuestas hacia el mediano y largo plazo.

### **3.3 Objetivos Estratégicos.**

#### **OBJETIVO ESTRATÉGICO 1.- Aumento De Productividad Y Competitividad**

La productividad está destinada a lograr resultados más eficientes a un menor costo, con el fin de incrementar la satisfacción de los clientes y la rentabilidad. En estas condiciones nos proponemos reducir los costos de producción, incrementar los rendimientos por hectárea y aumentar la producción de toneladas hectárea. Para lograrlo, deberán adelantarse acciones como:

Obtención de material vegetal limpio genético para mejoramiento de la producción.

Establecer Clústeres productivos que optimicen la producción del cultivo.

Mantenimiento de zonas de baja prevalencia en plagas y enfermedades que afectan la economía de cultivo.

Cumplimiento de reglamentación ICA para el manejo integrado de plagas y enfermedades cuarentenarias.

La competitividad se refiere mantenerse y permanecer en el mercado a largo plazo, para lo cual es necesario trabajar siempre con innovación de manera que se fomente la apertura de mercados y se genere credibilidad y confianza en la marca a través del control de calidad. El ser competitivo obliga al cumplimiento de acciones tales como:

Creación del Centro de innovación e investigación y desarrollo tecnológico de plátano CITEPLA, desde donde sea posible generar alianzas y convenios de cooperación con otras entidades gubernamentales, no gubernamentales, nacionales y extranjeras de investigación y desarrollo tecnológico.

Investigación como desarrollo, adaptación y transferencia de nuevas tecnologías.

Acceso a mano de obra calificada en todos los eslabones, procesos y sub procesos de la cadena, lo que permitirá un incremento de la productividad.

Mejora de la productividad de la mano de obra.

Promover la cultura de la calidad para la competitividad empresarial.

Adelantar alianzas y convenios de cooperación con entidades de investigación y desarrollo tecnológico.

## **OBJETIVO ESTRATÉGICO 2.- Comercialización.**

El concepto de comercialización significa que una organización encamina todos sus esfuerzos a vender sus productos y satisfacer a sus clientes a cambio de una ganancia. En consecuencia la cadena de plátano se propone en los siguientes 5 años incrementar las ventas en el comercio internacional, aumentando la producción a los mercados internacionales. Igualmente abrir nuevos mercados consolidando un sistema de agricultura por contrato que garantice aumentar el porcentaje de exportación en los próximos 15 años. Además para alcanzar estas metas se propone:

Normalización y Estandarización de la calidad del plátano.

Implementación de BPA y obtención de sellos especiales (certificaciones) que cumplan con estándares internacionales y permitan llegar a mercados especializados con un mejor precio por calidad y diferenciación del producto.

Posicionar la marca de plátano Colombiano.

Diversificar las formas de consumo.

Adelantar campañas de consumo.

Incrementar y modernizar los procesos industriales.

Establecer mercados segmentados por productos diferenciados.

Lograr acuerdos sólidos entre productores y comercializadores y entre productores e industrializadores.

Establecer un Sistema de Inteligencia de Mercados para el Plátano Fresco y Procesado, que incluye un mecanismo de monitoreo diario y permanente.

Desarrollo de la Infraestructura Portuaria (Puertos Abiertos) y transporte marítimo con acceso a quienes requieran el servicio.

Desarrollo de estudios de factibilidad para el procesamiento e industrialización de productos, subproductos y derivados del plátano.

Gestionar ante instituciones del estado de orden Nacional, Regional y Local la adecuación de vías secundarias y terciarias para sacar la producción.

Disminución de los Costos de transacción entre los distintos agentes de la Cadena mediante Agronegocios sostenibles entre eslabones de la cadena

Fincas registradas para la producción de exportación contarán con la infraestructura necesaria (Empacadoras, Cable Vía, Bodegas, Drenajes etc.).

### **OBJETIVO ESTRATÉGICO 3.- Sistemas de Información Integrales Para La cadena De Plátano.**

En los próximos 5 años el sector platanero en Colombia contará con sistemas de información confiables, que sirvan como instrumento para la planeación del sector, la formulación de proyectos y como herramienta útil a todos los productores, comercializadores y transformadores de plátano. Dentro de las herramientas que se necesitan se pueden señalar:

Vincular la cadena al proyecto “Agricultura específica por sitio con base a las experiencias de los agricultores (SSAFE) del CIAT a partir de 2011”

Acopiar y organizar toda la información existente sobre plátano a escalas nacional e internacional, teniendo en consideración todos los esfuerzos realizados hasta el momento en esta área. A fin de crear el banco de documentación del centro de innovación, investigación y desarrollo tecnológico del plátano CITEPLA. Este acopio incluye tecnologías de producción, poscosecha y procesamiento, así como información de las variables de producción, comercialización y mercadeo.

Observatorio social y económico para los productores.

Sistema Integral de Información de la Cadena Productiva del Plátano, de manera tal que permanezca actualizado y se mantenga adecuadamente.

Crear el sistema de información del sector platanero en Colombia.

### **OBJETIVO ESTRATÉGICO 4.- Políticas Públicas.**

La cadena de plátano se propone en 5 años avanzar en la construcción de políticas públicas que beneficien la actividad del sector, adelantando las siguientes acciones:

Formular el Conpes platanero como política pública para el sector.

Crear y fortalecer la mesa sectorial de plátano.

Concertar con el gobierno mecanismos para fácil acceso al crédito.

Desligar del fondo Hortifrutícola el plátano y crear su propio fondo parafiscal.

Crear instrumentos de control para los volúmenes de las importaciones de plátano y velar por el cumplimiento de sanidad vegetal para productos agrícolas que ingresan al país.

Propiciar la eliminación de aranceles de plátano hacia la Unión Europea.

Implementación del seguro de cosecha en todos los Municipios productores de plátano.

### **OBJETIVO ESTRATÉGICO 5.- Buenas Prácticas Agrícola E Inocuidad.**

La agricultura biológica está enmarcada dentro de los principios de la agroecológica, de manera que es considerada como una forma de producción agrícola amigable con el medio ambiente, saludable para el ser humano y todos los organismos vivos, y sociablemente justa. A pequeña escala, propende por el uso de los recursos locales y de los propios de la familia campesina, logrando así un mayor nivel de autonomía a no depender de insumos y fuentes energéticas externas al sistema productivo.

El establecimiento en sistemas productivos bajo el esquema de agricultura biológica es un proceso lento que puede llegar a durar entre 5 y 10 años en estabilizarse y lograr la productividad máxima dependiendo del grado de deterioro del agro sistema que se desea convertir. En cualquier caso, el primer paso a la reconversión del sistema es la implementación de programas de producción mas limpia PML, en donde se siguen usando insumos externos pero de forma racional bajo parámetros técnicos, económicos y ambientalmente aceptables.

La agricultura ecológica no necesariamente es menos costosa en términos de inversión monetaria puesto que la sustitución de insumos y la recuperación del equilibrio ecológico del sistema requiere de la implementación de otras prácticas biológicas y culturales y de un incremento de la mano de obra que puede resultar igual o más costoso que las prácticas de agricultura convencional. Sin embargo, se asegura la sostenibilidad del a producción en el tiempo sin detrimento de los recursos para las generaciones venideras y con el valor agregado que dan el otorgamiento de las certificaciones de productos ecológicos según los estándares de cada país como la Resolución 0187 de julio de 2006 ( Colombia) USDA NOP (USA, HAZ (JAPÓN), CEE 2092/91 (C.E.) Y SELLOS ESPECIALES COMO SELLO único Nacional (Colombia), EURE GAP, GLOBAL GAP entre otros, que permiten llegar con el producto a los denominados “Mercados Verdes”.

En consecuencia se plantea en cinco años las siguientes acciones:

El desarrollo de líneas de investigación específicas en Bio-tecnología y agricultura biológica para el cultivo del plátano a través de convenios y alianzas con CITEPLA.

Implementar viveros que puedan proveer de material de siembra certificada a los productores.

Establecer protocolos de siembra, manejo, cosecha y pos-cosecha, bajos los parámetros de PML, probar su efectividad en campo y transferir la tecnología a los productores.

Adelantar alianzas estratégicas con instituciones para la creación de la escuela de buenas prácticas agrícolas en plátano.

Implementar planes de monitoreo y manejo ambiental (PML) a nivel de finca, centro de acopio y plantas procesadoras, a fin de garantizar el manejo y disposición final de residuos vegetales contaminante inorgánicos como residuos de plaguicidas, bolsas, embases y otros.

### **OBJETIVO ESTRATÉGICO 6.- fortalecimiento Gremial Y Desarrollo Humano.**

La caracterización del gremio indica que el sector platanero en Colombia es un sector pobre. En muchas regiones es el prototipo del minifundio porque un productor no alcanza a tener 4 hectáreas. El 75% se encuentra en estrato 1 y 2, el 70% no posee servicios públicos y saneamiento básico, el 65% tienen vivienda en madera o cartón y el nivel educativo, el 80% tiene primaria o primaria incompleta. Ante esta realidad se necesitan aliados de todo tipo para ir mitigando esta realidad que se tiene en el sector. Para el fortalecimiento gremial se desarrollarán las siguientes líneas de acción:

Creación y puesta en marcha de la Escuela de líderes enfocada a los programas de relevos generacionales.

Cualificación del talento humano a través de programas de formación continua en áreas de desarrollo organizacional, empresarismo y emprendimiento y certificación de competencias laborales.

Formación de técnicos y tecnólogos en el cultivo de plátano.

Creación y fortalecimiento de empresas de servicios para el sector.

Fortalecimiento y empoderamiento de organizaciones de base.

Reducción del déficit de vivienda.

Facilitar la Incorporación a saneamiento básico de la población platanera.

Gestionar la incorporación de la población platanera al sistema general de seguridad social.

Capacitación a los productores y adopción de nuevas tecnologías.

Desarrollar programas psicosociales de los productores.

En cinco años un gremio fortalecido y reconocido a nivel regional y nacional.

### **OBJETIVO ESTRATÉGICO SIETE.- Fortalecer La Organización De Cadena**

Se entiende por cadena el conjunto de actividades que se articulan técnica y económicamente desde el inicio de la producción y elaboración de un producto agropecuario hasta su comercialización final. Para su fortalecimiento se propone en los siguientes 5 años:

Inscripción formal de la organización de Cadena.

Actualización del Acuerdo Marco de Competitividad.

Acuerdos comerciales estables.

Consejo Nacional de la Cadena funcionando de manera constante.

Crear un mecanismo que permita integrar las investigaciones desarrolladas a nivel nacional, alrededor del cultivo del plátano.

Organizar y consolidar los comités regionales de cadena.

Adoptar como herramienta para la cadena la inteligencia de mercados donde el sector pueda manejar: Canales de distribución, tipos y prácticas de negociación, precios nacionales e internacionales, tendencias de consumo, mercados internacionales, importaciones etc.

Dentro de la estrategia de la cadena y dado los bajos niveles de asociatividad del sector, se busca fortalecerla, porque ello permite que los comercializadores y los industrializadores puedan relacionarse con un sector primario organizado.

## BIBLIOGRAFIA

**Coyuntura Bananera 2009**

**Anuario Estadístico Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural MADR 2009**

**Agronet**

**Faostat**

**Sistema de Información de precios del sector agropecuario - SIPSA -**

**Monografías de Plátano 2010**

**Ministerio de Agricultura y Ganadería (Costa Rica)**

**Consejo Nacional de la Cadena de Plátano 2010**