

bananotas[®]

Fruit Logística Berlín:

Fortaleciendo la sostenibilidad del sector bananero ecuatoriano.



Clúster Bananero del Ecuador y gremios latinoamericanos se reúnen en Berlín





BANANA AWARDS 2023

PREMIAMOS

EL DESEMPEÑO Y LA SOSTENIBILIDAD
DE LAS EXPORTADORAS DE BANANO DEL ECUADOR Y SU CADENA DE VALOR

MÁS INFORMACIÓN



ORGANIZA:



CON EL AVAL DE:



PRO ECUADOR
Negocios sin fronteras

Ministerio de Producción,
Comercio Exterior,
Inversiones y Pesca



República
del Ecuador



Alimentos que favorecen a la inmunidad y el buen humor

Cuando se trata de la **vitamina C**, los cítricos se llevan todo el crédito. Pero, ¿sabías que la **vitamina C** es uno de los nutrientes más frecuentes y se encuentra también en la piña, los pimientos, el kiwi, el **banano**, el brócoli, las frutillas e incluso la col?. Con la prevalencia de los virus y la llegada de la temporada de gripe y resfriados, cuantas más fuentes variadas de **vitamina C** haya en nuestra dieta, ¡mejor!, no sólo refuerza el sistema inmunitario, sino que ayuda a prevenir las enfermedades antes de que aparezcan.

Un estudio de la Universidad de Otago descubrió que los participantes que tomaban **vitamina C** como parte de su dieta mostraban una mejora significativa del estado de ánimo.

BONUS: La sensación de bienestar continuó incluso después de que los participantes dejaran de comer diariamente frutas ricas en **vitamina C**, esto se debe al efecto sinérgico de los alimentos.

¿Por qué no añadir a tu plan de comidas recetas que contengan vegetales que regularmente no consumirías como la col? "Si no tienes costumbre de comprar col entera o rallada, eso no significa que no la comas. Tal vez no te des cuenta de la frecuencia con que se utiliza como ingrediente en la comida china para llevar, las mezclas caseras de salteados, los guisos e incluso en las ensaladas frescas, por no hablar de los alimentos fermentados como el chucrut y el kimchi", tal y como lo indica Melanie Marcus, dietista registrada y Directora de Comunicaciones de Nutrición y Salud de Dole.

La col parece tener una forma redondeada similar a la de otras lechugas, pero es más sustanciosa y tiene hojas mucho más gruesas que pueden soportar el calor, lo que la convierte en una gran opción para saltear y asar. Sólo una taza contiene 25 calorías y el 50% del valor diario de **vitamina C**. Una forma fácil de poner la col en el centro del plato es cortarla en

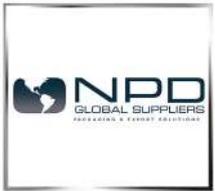
rodajas o gajos gruesos, rociarla con aceite de oliva y cocinarla a la parrilla. Cubra con su vinagreta favorita para hacer una ensalada sabrosa y saludable, sin olvidar de incluir en las comidas nuestra fruta favorita como postre. Una de las principales vitaminas que aporta el **banano** es la **vitamina C** fundamental para evitar la oxidación prematura de nuestras células y proteger nuestro cuerpo de los radicales libres a los que está expuesto durante el día a día.



SOCIOS PRINCIPALES
Exportadores Bananeros del Ecuador




 **SOCIOS ADHERENTES**
Cadena de valor bananera 

| | | | | |
|---|---|---|--|---|
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

8 MENSAJE / MESSAGE
Un agitado

comienzo de año



12 TEMA CENTRAL / MAIN TOPIC

FRUIT LOGÍSTICA



Un escenario **para presentar** lo nuevo en comercialización.

16 ENTREVISTA / INTERVIEW

Dr. Freddy Magdama
Investigador del Centro de Investigaciones Biotecnológicas del Ecuador.

Investigación: un pilar para asegurar la sostenibilidad.



18 ENTREVISTA / INTERVIEW
Hay muchas exigencias y mucho trabajo aún por hacer

María Eugenia Castro:
Directora ejecutiva de la Fundación DALE.



22 COYUNTURA / CURRENT EVENT
Unión Europea preocupada por el aumento de contenedores contaminados con droga que llegan a sus puertos.



26 EMPRESARIAL / BUSINESS
Empresarios se reunieron para fortalecer el papel del sector ante la ciudadanía.

Durante dos días, más de ochenta gremios se reunieron para saber cómo la ciudadanía los percibe y cómo ser actores más dinámicos en las propuestas al Gobierno y Asamblea Nacional.

30 COYUNTURA / CURRENT EVENT
Banano ecuatoriano será comercializado en tiendas de la mayor distribuidora de gasolina en Qatar.



36 MERCADO / MARKET
El precio del banano en Europa del Este y Asia Central con diferentes escenarios.



38 COYUNTURA / CURRENT EVENT
Fertilizantes:
Los precios disminuyen, pero aún siguen siendo altos.



Según el Banco Mundial, el precio actual de los fertilizantes afecta la asequibilidad y la disponibilidad de estos a los agricultores.

42 ESTADÍSTICAS / STATISTIC



REPORTE **ESTADÍSTICO**
ENERO 2023

66 INTERNACIONAL / INTERNATIONAL
Filipinas pierde espacio en el escenario mundial de la exportación de banano.

Un informe de la FAO expresa que este país perdió en el 2022 su condición de segundo exportador mundial de banano.

74 LOGÍSTICA / LOGISTIC
Freshfel Europe apunta a un 2023 con menos cuellos de botella en la logística de transporte



Director Ejecutivo/Executive Director
Ing. José Antonio Hidalgo
ahidalgo@aebe.com.ec

Edición & Revisión /Edition and Review
Juan Guerrero
jguerrero@aebe.com.ec

Diseño & Creativo/Design and Creative
Adolfo Cáceres
comunicaciones@aebe.com.ec

Reportajes Especiales/Special Report
Lcda. Luisa Delgadillo
luisitamdc@yahoo.es

Oficinas / Headquarters

Av. Luis Orrantía Cornejo e/Nahim Isaías y Manuel Castillo - Ciudadela Kennedy Norte - Edif. "Clase" Piso #3

Teléfono / Phone Number: PBX:(593-4) 2683200

Impresión: 700 Ejemplares.



Now
we are
Organic

Too!



Un agitado comienzo de año

Los dos primeros meses de este 2023 han sido muy dinámicos en nuestro sector. Al cierre del 2002, las exportaciones ecuatorianas de banano reflejaron una disminución de 6,57% en comparación al 2021, pero en enero de este año, la situación se ha revertido, puesto que el volumen embarcado fue superior en un 7,89% en comparación a igual período del 2022, debido a una variación positiva del clima y a una mayor demanda de los mercados de destino. Así mismo, el país dio un gran paso al firmar el Tratado de Libre Comercio con Costa Rica y espero que en muy poco tiempo suceda lo mismo con China, haciendo más visible el lema de “Más Ecuador en el Mundo”.

Estos hechos positivos chocan con amenazas y anuncios externos e internos: el anuncio del Fusarium R4T en Venezuela, la renuncia del tercer Ministro de Agricultura en menos de 24 meses de gestión del actual Gobierno y el anuncio de movilizaciones de las organizaciones indígenas que históricamente han tenido un impacto de miles de millones de dólares en la economía ecuatoriana y que ha tomado meses en ser recuperados.

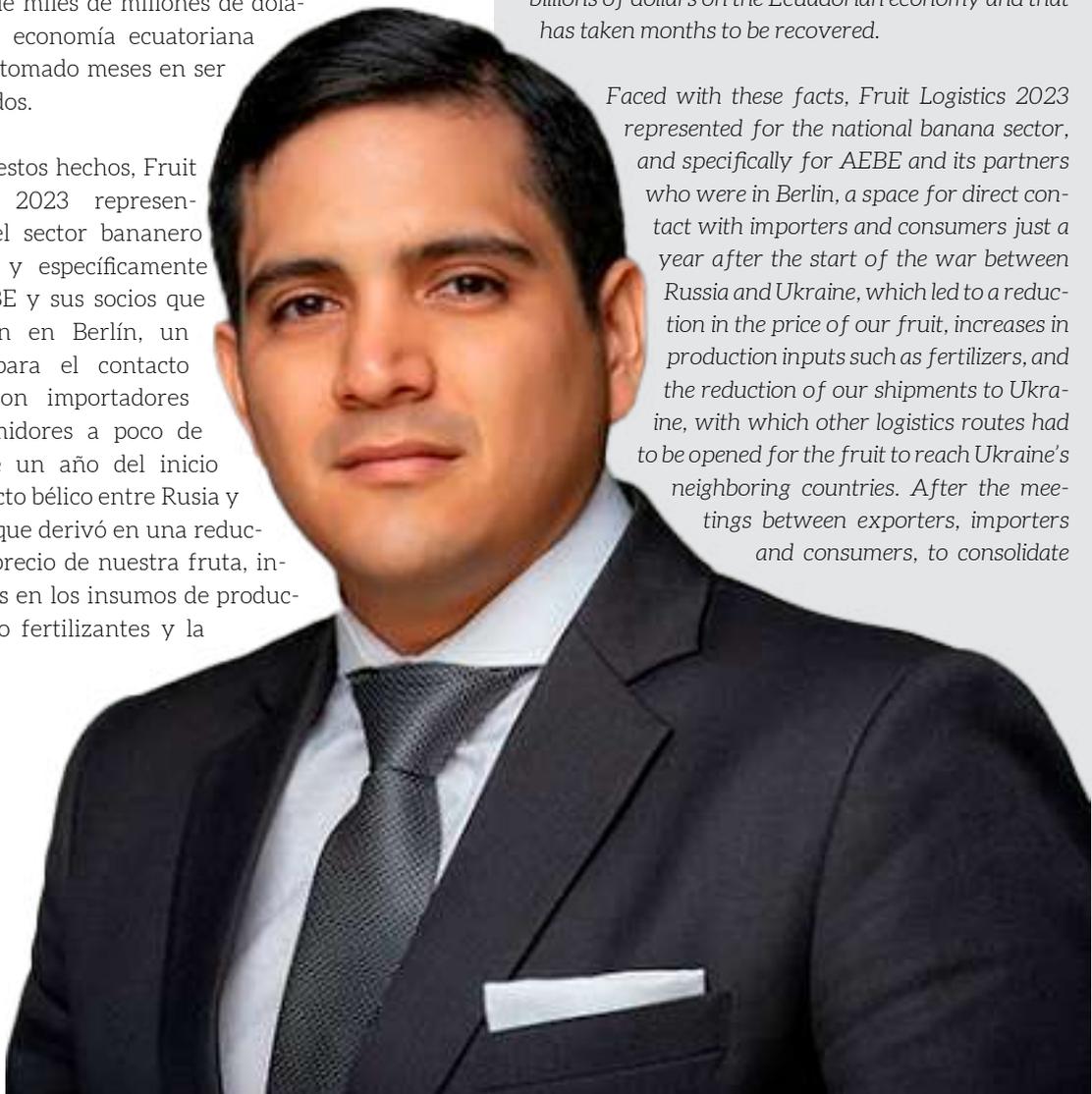
Frente a estos hechos, Fruit Logística 2023 representó para el sector bananero nacional, y específicamente para AEBE y sus socios que estuvieron en Berlín, un espacio para el contacto directo con importadores y consumidores a poco de cumplirse un año del inicio del conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, que derivó en una reducción del precio de nuestra fruta, incrementos en los insumos de producción como fertilizantes y la

A hectic start of the year

The first two months of this 2023 have been very dynamic in our sector. Although at the end of 2002, Ecuadorian banana exports reflected a decrease of 6.57% compared to 2021, but in January of this year, the situation has been reversed, since the volume shipped was 7.89% higher. Compared to the same period in 2022, due to a positive change in weather and greater demand from destination markets. Likewise, the country took a big step by signing the Free Trade Agreement with Costa Rica and I hope that in a very short time the same will happen with China, making more visible the motto *De más Ecuador en el Mundo*.

These positive events collide with threats and external and internal announcements: the announcement of the Fusarium R4T in Venezuela, the resignation of the third Minister of Agriculture in less than 24 months of management of the current Government and the announcement of mobilizations of indigenous organizations that in 1999 and in 2000 they had an impact of billions of dollars on the Ecuadorian economy and that has taken months to be recovered.

Faced with these facts, Fruit Logistics 2023 represented for the national banana sector, and specifically for AEBE and its partners who were in Berlin, a space for direct contact with importers and consumers just a year after the start of the war between Russia and Ukraine, which led to a reduction in the price of our fruit, increases in production inputs such as fertilizers, and the reduction of our shipments to Ukraine, with which other logistics routes had to be opened for the fruit to reach Ukraine's neighboring countries. After the meetings between exporters, importers and consumers, to consolidate



reducción de nuestros embarques a Ucrania, con lo cual se tuvieron que abrir otras rutas logísticas para que la fruta llegue a países vecinos de Ucrania. Luego de las reuniones entre exportadores, importadores y consumidores, de consolidar las posiciones que los gremios de Latinoamérica, tenemos una relación con el Pacto Verde de la Unión Europea y frente a la estrategia “De la Granja a la Mesa”; se realizó un foro que abrió un nuevo derrotero en la responsabilidad y sustentabilidad del sector, y de manera especial en uno de los aspectos que generan conflictos, el laboral.

Fue refrescante que nacionales y extranjeros que incluían a supermercados oyeran al presidente de Fenacle, Ángel Rivero, que entre sus objetivos está estructurar un frente de trabajadores del sector bananero que permita ser el puente para el diálogo entre trabajadores, empleadores, autoridades nacionales, supermercados internacionales y consumidores para impulsar la equidad de género en los puestos de trabajo, la erradicación del trabajo infantil y dar a conocer a toda la cadena de valor, especialmente importadores y consumidores la legislación ecuatoriana, la libertad de asociación sindical, la contratación colectiva y la seguridad social. En la hoja de ruta expuesta por el presidente de Fenacle está generar acuerdos de trabajo colaborativo para seguir impulsando el cumplimiento de las obligaciones de los productores en el Ecuador y la producción con los estándares más altos y el cuidado de las plantaciones bananeras con relación a plagas existentes y futuras.

Como Director Ejecutivo de AEBE, valoro en gran medida lo expresado por el presidente de Fenacle, organización laboral reconocida por las leyes del Ecuador que reúne a más de 35 mil afiliados, porque coincide con nuestra propuesta de Responsabilidad Social y sostenibilidad, hace que todo el esfuerzo realizado en estos tres últimos años, de crear un frente bananero nacional que reúna a todos los actores de la cadena valor, haya valido la pena porque constituye un elemento vital para que el planteamiento de Responsabilidad Compartida realizado ante el Parlamento Europeo y la Comisión Europea, se consoliden en un solo discurso que proponga alternativas viables y válidas. En este sentido, AEBE seguirá apoyando estas iniciativas positivas que tendrá como único ganador al sector bananero ecuatoriano

En el Foro quedó claro que la autoridad nacional está controlando el cumplimiento de las condiciones laborales en las fincas. El Viceministro de Trabajo, Carlos Miguel Febres-Cordero destacó en esta reunión que en el 2022 se realizaron más de 17 mil inspecciones para precautelar los derechos y condiciones laborales de los trabajadores y para el 2023 prevé incrementar el número de estas.

the positions that the Latin American unions have in relation to the Green Plan of the European Union and against the “From Farm to Table” strategy, a forum was held that It opened a new path in the responsibility and sustainability of the sector, and especially in one of the aspects that generate conflicts, labor.

It was refreshing that nationals and foreigners, including supermarkets, heard the president of Fenacle that among his objectives is to structure a front of workers in the banana sector that would allow them to be the bridge for dialogue between workers, employers, national authorities, international supermarkets, and consumers to promote gender equality in jobs, the eradication of child labor and making the entire value chain, especially importers and consumers, aware of Ecuadorian legislation, freedom of union association, collective bargaining and social security. In the road map exposed by the president of Fenacle is to generate collaborative work agreements to continue promoting the fulfillment of the obligations of the producers in Ecuador and the production with the highest standards and the care of the banana plantations in relation to pests. existing and future.

As Executive Director of AEBE, I highly value what was expressed by the president of Fenacle, a labor organization recognized by the laws of Ecuador that brings together more than 35 thousand members, because it coincides with our proposal of Social Responsibility and sustainability, makes everything The effort made in the last three years to create a national banana front, which brings together all the actors in the value chain, has been worthwhile because it constitutes a vital element for the Shared Responsibility approach made before the European Parliament and the Commission Union are consolidated in a single discourse that proposes viable and valid alternatives. In this sense, AEBE will continue to support these positive initiatives that will have the Ecuadorian banana sector as the sole winner.

At the Forum it was made clear that the national authority is controlling compliance with labor conditions on the farms. The Vice Minister of Labor, Carlos Miguel Febres Cordero, highlighted in this meeting that in 2022 more than 17,000 inspections were carried out to safeguard the rights and working conditions of workers and by 2023 he plans to increase the number of these.

However, the sector faces challenges that depend on the Government and its authorities. The departure of Bernardo Manzano from the Ministry of Agriculture meant not continuing with the work scheme and the development of projects that included other produc-

Sin embargo, el sector se enfrenta a retos que dependen del Gobierno y sus autoridades. La salida de Bernardo Manzano del Ministerio de Agricultura significó no continuar con el esquema de trabajo y el desarrollo de proyectos que incluían a otros sectores productivos. Un cambio continuo en este Ministerio no hace bien al país y menos cuando se necesitan la toma inmediata de medidas que las hemos expuesto desde el inicio de la administración de Guillermo Lasso; 23 puntos donde se incluyen: reestructuración del sistema Unibanano, la identificación del código del exportador por el número del registro único de contribuyentes, la eliminación del impuesto de salida de divisas a bienes que se exportan y por la compra de materiales necesarios para la producción y el empaque, la devolución del draw back, un cambio en el cálculo del pago del impuesto a la renta, y que el Estado cubra el costo por la utilización del escáner, ya que es un deber del Estado garantizar la seguridad de la carga por lo cual se cobran impuestos.

El sector bananero ha demostrado desde el 2020 ser resiliente pero la capacidad de absorber estos hechos negativos se está acabando. Es necesario que la dirigencia política del país aprenda que si la economía familiar disminuye, el resto del conjunto económico también lo hará, y sin ello no habrá cobro de impuestos y desarrollo. Es momento de meditar.

tive sectors. A continuous change in this Ministry is not good for the country, especially when immediate measures are needed, which we have exposed since the beginning of Guillermo Lasso's administration, 23 points that include: restructuring of the Banana Unit, the identification of the exporter's code for the number of the single taxpayer registry, the elimination of the currency outflow tax on goods that are exported and for the purchase of materials necessary for production and packaging, the return of the draw back, a change in the calculation of the payment of income tax, and that the State cover the cost for the use of the scanner, since it is a duty of the State to guarantee the safety of the cargo for which taxes are collected.

The banana sector has shown to be resilient since 2020, but the ability to absorb these negative events is running out. It is necessary for the country's political leadership to learn that if the family economy decreases, the rest of the economic group will also decrease, and without it there will be no collection of taxes and development. It's time to meditate.



Estamos presentes en los principales países del mundo,
entregando en cada continente lo mejor de nuestro país,
productos frescos y de primera calidad.



WWW.SABROSTARFRUITCOMPANY.COM



IncarPalm[®]
Industria cartonera Palmar

Protección superior para productos de exportación.



En Incarpalm, todos nuestros empaques nacen con una sólida visión hacia la excelencia y están 100% comprometidos con las empresas ecuatorianas, protegiendo a sus productos e impulsándolos a traspasar las fronteras para conquistar con su calidad a los mercados internacionales.

Fabricamos cartón para todo tipo de necesidad y producto



Una empresa de

PALMAR
CORPORACION



ESCRIBENOS

• **Machala:** Av. 25 de Junio Km 4 1/2 Vía a Pasaje. El Oro - Ecuador.
• **Guayaquil:** Av. Carlos Julio Arosemena Tola, Edificio Classic 1er piso, Oficina #102, frente al C.C. Alban Borja. Guayas - Ecuador. • **Quito:** Catalina Aldaz N23-534 y Portugal, edificio Bristol Parc, piso 3, oficina 304. Píchincha - Ecuador. • **Contactos:** PBX: (593-7) 2593140 • **Celular:** (+593) 99 111 0003
www.incarpalm.com.ec

@industriacarterapalmar



FRUIT LOGISTICA

Un escenario
para presentar
lo nuevo en
comercialización.

En este evento, se realizó el foro "Normas de sostenibilidad en el sector bananero ecuatoriano", donde participaron organismos nacionales, internacionales y organizaciones laborales del Ecuador.

Con el lema "**All in One**", Fruit Logística celebró su trigésima edición entre el 8 y 10 de febrero de este año. Este evento fue nuevamente el escenario donde la cadena de producción de frutas y verduras a nivel mundial se reunió para presentar lo nuevo en comercialización, una vez superada las restricciones impuestas por el COVID-19 y con la incertidumbre de lo que pueda suceder en la guerra Rusia-Ucrania. El informe final presentado por la organización indica que 63.470 visitantes llegaron hasta las instalaciones del evento así como compradores de más de 140 países con 2.610 expositores provenientes de 92 países. A decir de la organización del evento, Fruit Logística fue más internacional que nunca y reunió a los principales actores del sector. El evento se desarrolló en 27 pabellones, centrando su objetivo en las últimas tendencias e innovaciones en el comercio mundial de frutas.

Kai Mangelberger, director de proyectos de Fruit Logística expresó: "Estamos muy satisfechos. El número de expositores y visitantes se está acercando nuevamente a los niveles previos a la pandemia. Más de 40 representaciones nacionales ocuparon escenarios más grandes que antes de la pandemia. Particularmente en tiempos económicamente difíciles, con la industria enfrentado altos precios de la energía, problemas de la cadena de suministro e inflación en todo el mundo, nos muestra que necesitamos reuniones cara a cara. Fruit Logística acerca al sector y facilita el diálogo, estableciendo contactos y conociendo las novedades del mercado".

La organización también dio a conocer que una encuesta realizada entre expositores y visitantes reveló que más del 40% de los expositores ya habían cerrado negocios durante el evento. Además, nueve de cada diez encuestados esperaban que el negocio de seguimiento fuera de “satisfactorio” a “muy bueno”. Alrededor de un 90% recomendaría el evento a otros en su círculo comercial y el mismo porcentaje planea volver a estar presente en el 2024. La encuesta dio otros resultados: más del 80% pudo obtener nuevos contactos comerciales mientras que uno de cada tres expositores pudo cerrar negocios dentro del evento; 9 de cada 10 encuestados dijeron que la impresión que se llevaron era buena.

En cuanto a la presencia cada vez más destacada de la producción orgánica y ecológica en el evento, la directora de comunicaciones de Fruit Logística para España y América Latina, Silvia de Juanes, expresó que la organización siempre ha apostado por la producción ecológica, “tanto es así que cuando el sector ecológico empezó a tomar fuerza, creamos un evento propio dedicado a esta industria; sin embargo, la realidad es que la mayoría de productores trabajan tanto en ecológico como con agricultura tradicional, por lo que desarrollamos la Organic Route, que ofrece a los visitantes la oportunidad de llegar de forma fácil, rápida y directa a los proveedores con productos ecológicos certificados”.

El Ecuador también estuvo presente, así como la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador, AEBE, representado por su Presidenta, Marianela Ubilla y el Director Ejecutivo, José Antonio Hidalgo, quienes con las empresas socias presentes en el evento desplegaron una serie de actividades concernientes a consolidar más el discurso de la Responsabilidad Compartida, de la sostenibilidad de la producción y de la necesidad de que las cadenas de supermercados, especialmente retailers, compren banano a países que cumplen con el salario digno.

La participación ecuatoriana empezó el 7 de febrero con la reunión de la Coalición Mundial de Frutas. Al día siguiente, el Embajador del Ecuador en Alemania, Diego Morejón, inauguró el pabellón de Ecuador en la Fruit Logística 2023. Las autoridades de AEBE durante ese día mantuvieron encuentros con medios de comunicación, convencionales y digitales, en la cual se expusieron los criterios sobre las políticas de la Unión Europea, especialmente el Pacto Verde y las nuevas reglamentaciones sobre etiquetado. Posteriormente, nuestro Director ejecutivo, José Antonio Hidalgo, mantuvo una reunión en el salón del evento con representantes del puerto de Amberes. El 9 de febrero se mantuvo nuevamente con medios

internacionales y el viernes 11 de febrero, a partir de las 14h30 se realizó el foro “Normas de sostenibilidad en el sector bananero del Ecuador”, que tuvo como principal conferencista al presidente de la Federación Nacional de Trabajadores Agroindustriales, Campesinos e Indígenas Libres del Ecuador (Fenacle), Ángel Rivero, donde expuso los avances que se han mantenido en materia laboral en el país y con el sector empleador ecuatoriano. Este foro incluyó al Ministro de Agricultura, al Viceministro de Trabajo, al representante de Aldi y al secretario del Foro Mundial de Banano. Este evento fue un momento especial, porque se explicó como el país está avanzando en el control y en el cumplimiento de los derechos laborales, así como en el cumplimiento del pago del salario digno.





Sector público y privado colaboran para fortalecer la sostenibilidad del sector bananero en el Ecuador

El tema fue analizado en Fruit Logistica Berlin 2023

La Fruit Logistica, que se desarrolló este año en Berlín, además de ser el espacio para concretar negocios de compra y venta de frutas ecuatoriana por parte de las empresas exportadoras, también fue el escenario indicado para mostrar los avances que el país ha tenido en relación al sector bananero. Esto se reflejó en la conferencia “Estándares de sostenibilidad en el sector bananero del Ecuador”, que se desarrolló el último día de este evento. En el mismo participaron autoridades del Gobierno, el Foro Internacional del Banano, representantes sindicales e importadores europeos.

La apertura del evento la realizó el embajador del Ecuador en Alemania, Diego Morejón Pazmiño. En su alocución, el diplomático ecuatoriano destacó el papel importante que tiene el sector bananero en la economía ecuatoriana resaltando que la producción de la fruta es respetuosa con el medio ambiente al asegurar la preservación de los ecosistemas, fuentes de agua, bosques. También se refirió al incremento del precio de los insumos de producción como el fertilizante que tuvo efectos negativos en el volumen exportado, a lo que se sumó la cuestión climática que ocasionó una reducción en la productividad. Así también indicó que la cadena de valor del banano ha dado muestras de estar comprometido con la responsabilidad social y la sostenibilidad del negocio, pero que esto también tiene que verse reflejado en una mejora del precio en el mercado internacional.

Ana María Gallardo, Viceministra de Exportación y Promoción de In-



versión del Ecuador, expresó en sus minutos de intervención que el banano es el producto agrícola más exportable del país, además de ser el primer exportador a nivel mundial; enfatizó el hecho de que el desarrollo socioeconómico del país ha estado marcado en los últimos por la resiliencia y por trabajar con prácticas de sostenibilidad y con la mejora continua en el campo para atender a los mercados que imponen sus gustos. Destacó que la colaboración entre el sector público y privado se vuelve fundamental para afrontar los temas de responsabilidad y trazabilidad que garantiza la calidad del producto. Por ello es positivo el impacto que tendrán los nuevos negocios en nuevos mercados.

En este evento hizo su presencia el entonces Ministro de Agricultura, Bernardo Manzano, quien también expuso lo crucial que es la producción del banano para la economía ecuatoriana, señalando que entre enero y octubre del 2022 la ex-

portación alcanzó las 5,3 millones de toneladas. En su participación destacó el batallar del sector frente a los problemas presentados en los tres últimos años como la pandemia del COVID-19, el conflicto Rusia-Ucrania y también el reto que representa el cambio climático que se refleja en el incremento de la temperatura y el deshielo de los glaciares andinos. Aprovechó el evento para expresar que el Gobierno apoya el incremento de la productividad y una distribución más justa del valor agregado que es de importancia estratégica y que se impulsan diversas prácticas para la sostenibilidad, entregando ayuda a través de Agrocalidad y el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (Iniap) e impulsado la producción orgánica con respeto al medioambiente y que el Ecuador está comprometido con el sistema agroalimentario mundial pero que también se necesita un precio más justo especialmente por parte de la Unión Europea.



Una intervención esperada fue la del Viceministro de Trabajo, Carlos Miguel Febres-Cordero. Al inicio de su intervención, expresó que la Constitución del Ecuador es garantizadora y el país está comprometido con el respeto a los derechos laborales y a los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), de los cuales el país es signatario. “La normativa laboral ecuatoriana es progresiva y está contra la precarización y el trabajo forzoso, garantizando el pago de horas extraordinarias, beneficios laborales, el pago del décimo tercero y décimo cuarto sueldos, utilidades, fondos de reserva, añadiendo que “actualmente el Ecuador está implementando normativas, políticas y acciones de manera general y otras enfocadas en el sector bananero, para mejorar progresivamente las condiciones laborales, aspectos de seguridad y de salud. Se han realizado los esfuerzos necesarios para mejorar la calidad de las inspecciones. Más de 17 mil inspecciones se llevaron a cabo en 2022 para precautelar los derechos y condiciones laborales de los trabajadores. Para este año tenemos previsto incrementar el número de las inspecciones, todo bajo la premisa de garantizar condiciones dignas de trabajo”. Con respecto a las inspecciones, recordó que en el 2017 se realizaron 3.910 inspecciones mientras que en el período 2021-2022, estas superaron las 20.000 lo que refleja la importancia que el Gobierno da a este sector. Además, recordó que con la firma del acuerdo comercial con la Unión Europea se aumentaron en un 200 por ciento las inspecciones, puntualizando que con AEBE se ha establecido una hoja de ruta para fomentar los diálogos de forma tripartita, socializando derechos y obligaciones de los trabajadores, regularizar el sector informal y garantizar un mejor producto.

A su turno, Víctor Prada, secretario del Foro Mundial de la FAO, también dijo que el banano es la fruta más exportada y que desde este organismo de la FAO se está tomando en consideración los efectos de la reglamentación de la Debida Diligencia de la Unión Europea a través del grupo de trabajo de la Comisión Regional de América Latina y El Caribe, a través del intercambio de información y se ha logrado tener una voz común en Bruselas.

La presencia de Ángel Rivero, presidente de la Federación Nacional de Trabajadores Agroindustriales, Campesinos e Indígenas Libres del Ecuador (Fenacle), representó una novedad en este tipo de eventos, ya que es la primera vez que la posición laboral es oída. El dirigente laboral puntualizó que entre los objetivos de la Fenacle está estructurar un frente de trabajadores del sector bananero que permita ser el puente para el diálogo entre trabajadores, empleadores, autoridades nacionales, cadenas de supermercados y consumidores para impulsar la equidad de género en los puestos de trabajo, la erradicación del trabajo infantil, enfatizando que en la legislación ecuatoriana se respeta el derecho a la libertad de asociación sindical, la



contratación colectiva y la seguridad social. También fue preciso cuando manifestó que ante la aparición de “pseudas” organizaciones nacionales e internacionales que se atribuyen la representación de los trabajadores bananeros en Ecuador, “Fenacle considera necesario elaborar una hoja de ruta que permita demostrar a las autoridades locales, empleadores, ONG’s, el proceso logrado para la lucha reivindicatoria de la organización”. En esa hoja de ruta está establecer en conjunto con el Clúster Bananero del Ecuador, lazos de trabajo colaborativo para cuidar y mejorar las condiciones de trabajo de los colaboradores del sector y producción bananera, para evitar la presencia de plagas como el Fusarium R4T. En esa agenda también está la erradicación del trabajo infantil en las plantaciones bananeras, la eliminación de todo tipo de violencia en el área de trabajo e impulsar la equidad de género.

Finalmente, Vishal Gajjar, de la cadena alemana de supermercados Lidl, empresa que forma parte del GermanRetail Working Group, aseguró que están colaborando con Fairtrade para establecer normas que eviten discriminación contra miembros de organizaciones sindicales, cualquier tipo de discriminación de mujeres en los lugares de trabajo, medidas de seguridad en el área de trabajo contra pesticidas. Frente a ello, el grupo propone medidas de diálogo, participación en los proyectos de equidad de género y promover salarios justos en la cadena de suministro de banano. Para ello se realizaron investigaciones de campo en Colombia, Ecuador, Guatemala y República Dominicana, donde se investigaron a 10 mil trabajadores.

Dr. Freddy Magdama

Investigador del Centro de Investigaciones Biotecnológicas del Ecuador.

Investigación: un pilar para asegurar la sostenibilidad.

El Fusarium R4T ha estado golpeando desde el 2019 muy cerca las puertas del Ecuador. Su presencia notificada oficialmente en Colombia, Perú y últimamente en Venezuela nos hace recordar lo muy cercano que está y que, además de continuar con la disciplina del cumplimiento de las normas fitosanitarias, se necesita con urgencia otro elemento clave: la investigación, pues sin ella tampoco habrá sostenibilidad para el sector bananero ecuatoriano.

Sobre este hecho, el Dr. Freddy Magdama, investigador del Centro de Investigaciones Biotecnológicas del Ecuador de la Escuela Superior Politécnica del Litoral expresa que *“La investigación nos da una ventana para que el sector sea más resiliente, mejorar los productos y prepararnos para cualquier evento como: anomalías climáticas, restricción de mercado, regulación de otros países sobre el uso de moléculas aplicadas en la producción o presencia de plagas. En este sentido, la investigación se convierte en un objetivo prioritario para el país para brindar más oportunidad al sector de que no disminuya su volumen de producción, seguir siendo más competitivo, entregar mayor valor agregado, encontrar nuevos nichos de mercado, adaptarnos al ritmo de los cambios que se dan en este mundo globalizado, por ello se necesita la investigación para ser sostenible”*.

Las consecuencias de la presencia del Fusarium R4T son alarmantes y destructivas para el sector. Un ejemplo de ello es Filipinas, segundo exportador mundial de banano. Una noticia publicada en el portal chinafruitportal.com informa que la presencia del Fusarium R4T en ese país ha ocasionado una disminución continua del volumen de exportaciones de este país. *“Se estima que el área total de plantación de banano en Filipinas es de 88 mil hectáreas, de las cuales, entre 15 mil a 36 mil hectáreas están afectadas por el marchitamiento por Fusarium, lo que representa alrededor del 17% al 40% del área total”*, por lo que más de un centenar de productores filipinos han abandonado este cultivo y ha optado por plantar maíz.

A pesar de que en el Ecuador se están haciendo investigaciones en torno al Fusarium R4T, estos hasta el momento no son suficientes porque se necesitan más recursos para investigar este tipo de plagas en las que los presupuestos son millonarios, toman unos años y se necesita un constante flujo de fondos.



Un proyecto que está siendo analizado y que ha recibido tanto el apoyo del Presidente de la República como del Ministerio de Agricultura, pero que aún necesita su ratificación es el que está emprendiendo la Universidad de California, de Estados Unidos de América. Este es el Proyecto Berkeley que trabaja en el mejoramiento de cultivos de banano a través de técnicas de edición genética, algo en lo que la universidad estadounidense ha venido trabajando con varias especies como cacao y yuca, a través del Innovative Genomics Institute (IGI), cuya directora fundadora, Jennifer Doudna, fue reconocida con el premio Nobel de Química en el 2020. Este proyecto sigue una hoja de ruta desde el 2018. Si se confirma la presencia del Ecuador, con este proyecto, el país puede acceder de manera directa a los resultados que se obtengan en el mismo.

Pero en países como el Ecuador, la investigación tiene que enfrentar cierto grado de desconfianza por parte de la industria local que desea tener resultados inmediatos. Magdama manifiesta que esta situación impide tener un ecosistema apropiado, por lo que el rol del Estado es importante como proveedor de fondo semilla para nutrir este ecosistema y que esta inversión responda a los desafíos de la sociedad, esto permite reducir la brecha de entre ambos sectores al tiempo que otros actores se sumen y así crear el círculo virtuoso Estado-industria - academia.

En el escenario material, muchos de los proyectos que por el momento desarrolla el CIBE han sido obtenidos mediante concursos que se han realizado a nivel nacional e internacional, auspiciados por organismos como la Organización de las Naciones Unidas o empresas internacionales, lo cual llena de satisfacción a Magdama por el reconocimiento a la experiencia y capacidad del Centro, pero que también deja ver que falta mucho a nivel nacional para emprender en más investigaciones que



favorecerán a los sectores productivos. “Tomemos el caso del banano, no es un producto más, es un producto que genera anualmente más de 3 mil millones de dólares, que genera miles de puestos de trabajo, las zonas donde se produce tenían una economía que se maneja semanalmente y por lo tanto, se hace indispensable estar preparados para afrontar amenazas como el Fusarium. Una forma para hacerlo es invertir más en la investigación y que más actores se sumen a este objetivo”, añade el investigador.

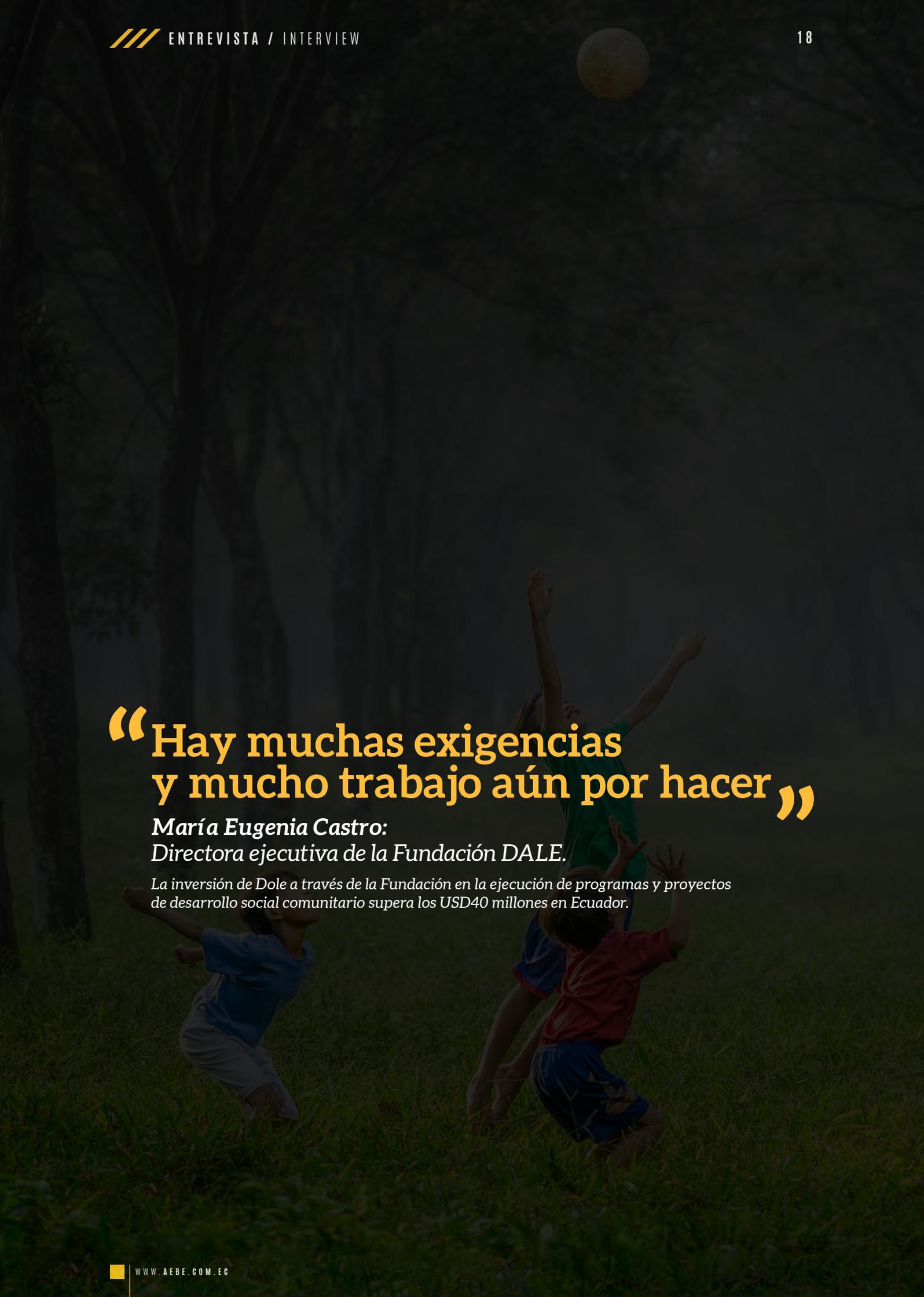
Entre los proyectos que se están ejecutando hay uno sobre el Moko bacteriano y uno especial que es un programa de acción institucional financiado con fondos de la Escuela Superior Politécnica del Litoral que encierra seis proyectos.

Magdama reconoce lo difícil que ha sido desarrollar investigación en el país, mucho se ha logrado a través de becas obtenidas por investigadores nacionales, pero que a pesar de lo limitado del espacio de acción han permitido generar nuevas ideas y adaptarse a la realidad que se vive, con el objetivo de buscar recursos para generar investigaciones de impacto que generen productos de alto valor.

La labor del CIBE ha tenido importantes resultados entre los que se destacan:

- Elaboración de plataformas de fenotipado para encontrar metodologías y hallar variantes de cepas para combatir plagas.
- Aplicación móvil e inédita para localizar de manera temprana síntomas de Fusarium en plantaciones. Al momento esto es aplicado por 1.100 usuarios a nivel nacional e internacional ubicados en Colombia, Perú, México, Costa Rica.
- Aplicación de la tecnología de microbiomas secuenciando los perfiles de suelo, estudiando aquellos microorganismos afectados con R1T para encontrar patrones y así identificar que podrían ayudar luego a seleccionar cepas diferenciadas.
- Enmiendas orgánicas para estudiar como cambian esos perfiles y como la selección permite identificar los grupos benéficos.
- Manual Guía de campo para el reconocimiento de síntomas de R4T.



A photograph of children playing soccer in a grassy field. A soccer ball is in the air, and several children are jumping or running towards it. The scene is captured in a slightly dim, natural light, possibly during the golden hour. The children are wearing colorful soccer jerseys and shorts.

“Hay muchas exigencias y mucho trabajo aún por hacer”

María Eugenia Castro:
Directora ejecutiva de la Fundación DALE.

La inversión de Dole a través de la Fundación en la ejecución de programas y proyectos de desarrollo social comunitario supera los USD40 millones en Ecuador.



En 2001 inició la Fundación DALE sus actividades en el Ecuador. Esta organización creada por la transnacional americana Dole ha cumplido a través de sus veintidós años de existencia con las comunidades donde Dole realiza operaciones de producción y compra de fruta para exportación. Así, la fundación es una alternativa de apoyo a los trabajadores y comunidades en aspectos fundamentales como salud, educación y brindar acceso a una vida mejor. Para conocer más detalles de estos años de labor, BANANOTAS entrevistó a la directora ejecutiva de DALE, María Eugenia Castro.

¿Cómo nació la idea de DALE?

Tengo que remontarme hacia 1998. Trabajaba en el Departamento de Recursos Humanos. Ese año, Dole compró fincas de banano en el Ecuador y pasó de ser productor a exportador de la fruta. En ese momento, la situación a nivel mundial estaba cambiando especialmente en conceptos como responsabilidad social, responsabilidad corporativa. Así que antes de 1998 dentro de Dole ya se estaba hablando de estos temas y además estábamos convencidos, como empresa, que el crecimiento económico de nuestro negocio solo es posible si se invierte en el desarrollo social. Además, para inicios del 2000, el negocio de Dole se amplió con la construcción de Banana Puerto, en un sector de importante de desarrollo urbano y social de Guayaquil, este es la Isla Trinitaria. En el 2001, nace la Fundación DALE como una estrategia innovadora en el sector bananero para implementar programas sociales en las zonas donde Dole estaba presente.

¿En qué momento se expande la gestión de Dole?

En el 2004, invitamos nuestros productores independientes a unirse a la Fundación. Fue un proceso interesante y al mismo tiempo arduo, pero finalmente los propietarios independientes se dieron cuenta los beneficios que representaba invertir en el desarrollo social de las comunidades donde se producía banano. Desde ese año, el financiamiento de los programas es compartido con los productores que mantienen contratos de compraventa con Dole y este aporte está fijado por caja. En el 2010 empezamos a ejecutar proyectos en la zona cercana a nuestro Bananapuerto y para el 2021, en el cien por ciento de los sectores donde está presente Dole están asistidos con programas y proyectos de DALE.

¿Cuál es el mayor logro de DALE en estos veintidós años de gestión?

Fundamentalmente es que DALE haya podido mantenerse con el esfuerzo de la empresa y de nuestros productores en un modelo de Responsabilidad Corporativa, único en su tipo porque está alineado a su cadena de valor integrando y obteniendo la estabilidad financiera de la fundación. La marca DALE se ha ganado el respeto en las comunidades donde está presente y





su imagen es aceptada por todos porque trabaja y apoya a todos las personas que están en las zonas donde está la producción de banano y plátano.

¿Y el cambio más importante en estos años?

Es la madurez en el eje social. Este es el eje fundamental en el que hacer de la actividad de producción y de negocio de Dole en los mercados de destino, ya que se tienen normas y certificaciones que aseguran una fruta de calidad, por lo que se exige a los productores que se asocian con Dole cumplan los aspectos laborales y sociales exigidos por la Ley nacional, así como con las normas que se exigen a nivel internacional. En estos veinte años se ha visto una evolución de la conciencia que han adquirido nuestros productores con nuestras políticas de trabajo lo que los convierte en los que tienen los más altos estándares sociales.

¿Cómo se ha gestado esta relación con productores y trabajadores?

Dole tiene setenta años en el Ecuador y esta marca es reconocida y posicionada a nivel mundial por generar relaciones de confianza. Por esta razón, estamos presentes en sectores geográficos por muchos años y por ello tenemos productores de tercera y cuarta generación que siguen trabajando con nosotros. Este hecho también nos sirvió para una mejor integración. Y en este momento, en que la Fundación Dale forma parte de estas relaciones de confianza y de negocios, no es solo un requisito estar con la Fundación, sino que se ha convertido en un elemento del diario vivir de las comunidades donde está presente la marca, porque todo ese esfuerzo ha tenido un resultado positivo tanto para la empresa, productores y trabajadores en Guayas, Los Ríos, Manabí.

¿Cuál es el principal eje de acción de DALE?

Nuestro eje más grande es salud que lo hacemos a través de programas permanentes y enfocándonos especialmente a la atención primaria tanto al trabajador como a su familia. Nuestra estructura se compone de dispensarios fijos y móviles. Más allá de las exigencias legales, la Fundación lo realiza como una respuesta de primera línea en aquellas zonas donde el Estado no está presente de manera permanente y vamos más allá a través de un programa de especialidades como odontología, dermatología, optometría, cardiología y otros proyectos como la atención de salud en centros infantiles y centros educativos, prevención de cáncer y la educación en salud preventiva.

¿También DALE está comprometido con la educación?

Es otra área donde también actuamos desde el inicio de nuestras actividades. En 1998 cuando DOLE compró fincas, "heredamos" por así decirlo, unas escuelitas a donde asistían niños de la comunidad y de sectores cercanos. Estas no estaban en condiciones óptimas para realizar la labor de educación. Así que en 2001 se construyó la escuela Vicente Piedrahita ubicada en el recinto La Victoria, parroquia Pimocha, provincia de Los Ríos. Después en 2008, con el apoyo de la empresa Bama Gruppen, se construyó la escuela Ecuador País Amazónico, ubicada en el recinto Río Viejo, cantón Marcelino Maridueña, provincia de Guayas. El Municipio del Cantón contribuyó con la donación y adecuación de terreno. Un logro importante en este campo, es que en 2012 ambas escuelas fueron promovidas a la categoría de unidades educativas al incorporar octavo, noveno y décimo año de educación básica y en 2019 se logró obtener la oferta de bachillerato en las dos instituciones. Ambas unidades educativas trabajan bajo el

acuerdo de comodato con el Ministerio de Educación. La Fundación se encarga del mantenimiento de la infraestructura mientras que el Ministerio es responsable del manejo académico. Esto representa una inversión de más de 4 millones de dólares hasta el 2021. También hemos apoyado a centros educativos ubicados en las distintas zonas de producción donde está presente Dole y en la Isla Trinitaria, Guayaquil. Este trabajo ha sido muy grato porque a través de convenios con instituciones internacionales como Cuerpos de Paz, Universidad Duke, IMSA de Illinois y Morehead Cain Foundation, hemos recibido el apoyo de 64 voluntarios con lo que se ha incentivado el aprendizaje y conocimiento de otras culturas.

El COVID-19 fue un momento duro para el mundo y el Ecuador. **¿Cómo enfrentó DALE la situación?**

El trabajo fue muy fuerte. Fue un momento duro para la Fundación Dale pero gracias a su estructura de organización, pudimos realizar nuestro trabajo y no abandonar a nuestras comunidades donde estamos presentes. Realmente nada te prepara para un hecho como el que se vivió con el COVID-19. Como Fundación tuvimos una pérdida. Uno de nuestros doctores que atendía en esos días murió producto de la pandemia. Los dispensarios de DALE nunca se cerraron y nuestras farmacias estaban abastecidas con las medicinas que se requirieron para cada momento de la pandemia. Activamos la telemedicina con 315 teleconsultas durante esa emergencia. Realizamos jornadas especiales en comunidades que estaban muy alejadas de los centros urbanos a través de la provisión de tanques de oxígeno en casos graves. Allí coordinamos la entrega de ayuda con diferentes instituciones como Prefecturas, Municipios, y es así que se entregaron 450 toneladas de banano y 11 mil kilos de harina de banano. Esto no fue la única vez que la Fundación estuvo presente en casos de emergencia

y desastre natural. En el terremoto de 2016 apoyamos a productores de plátano asociados ubicados en la provincia de Manabí.

¿Tiene DALE otros proyectos en ejecución en este momento?

El eje medio ambiental es el más reciente en el que nos hemos activado, a través del apoyo en las certificaciones, jornadas de sensibilización en las comunidades y de cuidado de los recursos hídricos. Estamos desarrollando cuatro proyectos: educación ambiental, arborización, implementación de estaciones de bioseguridad y manejo y aprovechamiento de residuos, con una inversión inicial superior a los 100 mil dólares. También estamos apoyando a las mujeres de nuestras zonas con programas y proyectos de emprendimiento. Se están ejecutando tres proyectos en esta área enfocados a negocios de costura, belleza y gastronomía.

¿Cómo se proyecta DALE en el mediano y largo plazo?

La Fundación DALE es un apoyo fundamental a nuestros productores asociados para que su negocio, la producción de banano y plátano sea más sostenible. Nuestra organización ha sido importante en la creación de armonía y de todo su grupo de interés en las comunidades donde estamos. DOLE requiere generar estos puentes tanto en el área económico, social y medio ambiental, para que nuestros productores sean sostenibles en sus negocios, promoviendo proyectos que permitan generar alianzas con otras organizaciones que tienen nuestros mismos intereses. El compromiso de DOLE con el Ecuador es inmerso y a través de la Fundación se han invertido más de 40 millones de dólares, además que nuestra gestión se está expandiendo en otros países donde DOLE tiene presencia. Hay muchas exigencias y por lo tanto hay trabajo para largo rato.



Unión Europea preocupada por el aumento de contenedores contaminados con droga que llegan a sus puertos.

Autoridades de Holanda y Bélgica se reunieron con representantes de las cinco primeras navieras a nivel mundial y acordaron acciones que quedaron definidas en una declaración conjunta.



Las autoridades de Bélgica y Holanda, países miembros de la Unión Europea y de la zona euro están preocupados por la contaminación de la carga con droga que llega a sus principales puertos, Amberes y Rotterdam, respectivamente. Por ello, el 17 de febrero del 2022, los ministros de Justicia y de Aduanas de estos dos países, junto con los alcaldes de los dos puertos se reunieron con la cinco principales navieras a nivel mundial, en un esfuerzo para coordinar acciones en la lucha contra el crimen organizado. La reunión terminó con una declaración conjunta denominada “Trabajando juntos hacia un puerto seguro y ético”, firmada por los asistentes. Las principales líneas de acción se centran en el uso de contenedores y sellos inteligentes, una estricta política de recursos humanos, intercambio de información y el incremento de los estándares internacionales de seguridad.

Esta declaración se dio a pocos días de la llegada de eurodiputados al Ecuador y que en su agenda de actividades tenían pactadas reuniones en la Asamblea Nacional para dialogar sobre el tema de la contaminación de la carga.

El Ministro de Justicia y Seguridad, Yesilgöz-Zegerius, al término de la reunión expresó: ***“Las estructuras de poder criminal se han convertido en multinacionales que operan a nivel internacional. Para desmantelarlo, estamos trabajando con Bélgica y las principales compañías navieras para establecer un estándar mundial en la lucha contra el crimen organizado. Ocultar drogas en contenedores marítimos, otros tipos de carga o en barcos es un método dominante de contrabando. Mientras tanto, la violencia y la corrupción despiadadas representan una gran amenaza para nuestra sociedad y economía. El gobierno y la comunidad empresarial solo pueden contrarrestar esto de manera efectiva juntos. Por lo tanto, tenemos la responsabilidad conjunta de detener el contrabando de drogas a gran escala con toda su violencia e intimidación.”***

El secretario de Estado para finanzas y aduanas de Bélgica, Aukje De Vries, manifestó luego de la firma de la declaración: “Las capturas récord en los puertos de Amberes y Rotterdam muestran cuán gigantesco es el problema del tráfico de drogas en ambos países. Es por eso que, estamos hombro con hombro para enfrentar este crimen subversivo de drogas. Las aduanas holandesa y belga ya están trabajando juntas con América del Sur, entre otras cosas, para obtener imágenes escaneadas. Los barcos de las compañías navieras llegan a muchos puertos y también tienen mucha información sobre el tema. Es por eso que vamos a intercambiar más información para que los servicios de aduanas puedan verificar aún más específicamente y aumenten la posibilidad de ser atrapados”.

En una nota publicada por el gobierno central de Holanda en su página web, se puntualiza que los problemas a los que se enfrentan los puertos belgas y holandeses están mutuamente conectados, “por lo que ha habido cooperación con organizaciones transfronterizas seleccionadas durante algún tiempo para que las medidas para limitar las posibilidades de éxito de las organizaciones delictivas y aumentar las posibilidades de ser atrapados y castigados”, sosteniendo que si bien las navieras son víctimas del narcotráfico internacional, también pueden ser un elemento importante para ayudara a combatir el abuso y el acoso en la cadena de suministro. También resaltan el papel de los puertos para cooperar con los organismos encargados de hacer cumplir la ley para corregir las deficiencias de seguridad, definiendo que al ser más seguro los puertos seguirán siendo puertos comerciales competitivos y atractivos para Europa.

En la declaración, las autoridades de Bélgica y Holanda más las navieras: MSC, Maersk, CAM CGM, Hapag Lloyd y Seatrade, se comprometen a examinar cómo y dónde pueden implementar un sistema de contenedores y de sellos inteligentes y acelerar otras aplicaciones tecnológicas, comenzando con las cargas de alto riesgo. Las herramientas digitales deberían garantizar que todas las actividades realizadas con un contenedor, desde el embarque hasta su destino final, deben registrarse automáticamente. De esta manera, nadie puede abrir o mover un contenedor sin ser visto. Al mismo tiempo se comprometer a buscar los medios para proteger mejor la información sobre los contenedores, de modo que sólo las personas estrictamente necesarias tengan acceso a él. El uso de herramientas biométricas también se puede utilizar para liberar de forma o cifrar contenedores de forma digital.

Las compañías navieras también se comprometen a seguir vigilando la integridad y resiliencia de su personal proporcionando controles estrictos en sus políticas de contratación de personal, lo que incluye un código de conducta para que quede claro qué asuntos no serán tolerados y quiénes están autorizados a actuar y en qué lugares. También acordaron organizar mejores controles para identificar a las personas que pueden tener vínculos con la delincuencia organizada, así como organizar más cursos de formación para que el personal aprenda a reconocer el comportamiento sospechoso que se hace con los contenedores. La cooperación incluye fortalecer el área de intercambio de información, porque las navieras tienen mucha información sobre los riesgos logísticos que hay en los puertos extranjeros, sobre todo aquellos que se originan en América Latina.

DECLARACIÓN SOBRE LA LUCHA CONTRA LA DELICUENCIA ORGANIZADA TRANSFRONTERIZA RELACIONADA CON LAS DROGAS

Trabajando juntos en un puerto seguro y confiable

Los puertos y el sector marítimo son el motor de la prosperidad de un país. Por lo tanto, deben estar adecuadamente protegidos contra actividades ilícitas y bandas criminales. Se deben tomar medidas para reducir las posibilidades de éxito de los delincuentes y aumentar las posibilidades de que sean atrapados y castigados. Esto no solo requiere una estrecha cooperación entre los departamentos gubernamentales pertinentes a todos los niveles y a través de las fronteras, la cooperación de los responsables políticos locales y nacionales, pero también una intensa cooperación entre partes públicas y privadas, tales como compañías navieras, instalaciones portuarias, consignatarios y asociaciones comerciales. Por lo tanto, los signatarios respaldan el deseo común de hacer que los buques y puertos marítimos sean lugares de trabajo seguros y confiables, con el bienestar, y la seguridad de los miembros del personal en su centro.

Basado en un interés común y confianza mutua,

Convencidos de que sólo uniendo fuerzas se puede frenar la actividad delictiva, los firmantes expresan su voluntad teniendo en cuenta sus respectivas funciones, responsabilidades y capacidades, para:

- 1.** Dentro de los buques socios confiables y seguros, en el marco de la normativa vigente, intercambio necesario y útil información y buenas prácticas (por ejemplo, sobre el modus operandi y los riesgos en los países de origen y de tránsito) para aumentar la seguridad y por lo tanto la resistencia a las acciones criminales.
- 2.** Explorar cómo y dónde se pueden introducir gradualmente sellos inteligentes, contenedores inteligentes, seguimiento de contenedores o aplicaciones técnicas similares, comenzando con la carga que se origina en los países de origen y de tránsito.
- 3.** Explorar cómo se puede utilizar la protección de datos para hacer que la información esté disponible solo cuando sea necesario saberla, como un recurso adicional para proteger la información confidencial. Esto se puede aplicar, por ejemplo, para liberar contenedores de forma segura (utilizando derechos digitales y/o biometría). Las buenas prácticas deben ser intercambiadas entre actores privados.
- 4.** Llegar a acuerdos y prácticas a nivel nacional para instituir de manera incremental el tamizaje u otro tipo de antecedentes, chequeos para personas de alto riesgo en ciertos puestos dentro de las compañías navieras, sus oficinas locales y agencias navieras. Las medidas están dirigidas a impedir el ingreso de personas que provengan o tengan vínculos con organizaciones criminales empleadas en tales cargos.
- 5.** Compromiso continuo con la integridad y resiliencia del personal. Esto mediante la cooperación en el desarrollo, organización y participación en programas de capacitación para aprender a reconocer comportamientos sospechosos o contenedores sospechosos, dónde reportarlos y examinar qué posibilidades puede ofrecer la normativa.
- 6.** Seguir una política de recursos humanos más estricta, por ejemplo, con la ayuda de un código de conducta. Este código de conducta también dejará claro que no se tolerará ninguna cooperación con acciones no autorizadas. Un código de conducta que establece claramente que no se permite las personas no pueden acceder a las embarcaciones y, por extensión, a los puertos e instalaciones portuarias donde pueden atracar estas embarcaciones.
- 7.** Cumplir con el Código Internacional de Protección de Buques e Instalaciones Portuarias (Código ISPS) y seguir de cerca las medidas impuestas bajo él, en particular la notificación de incidentes con o a bordo del buque durante el viaje y en los puertos.
- 8.** Cooperar en la iniciativa del gobierno de extender el Código PBIP a nivel internacional a través de la Organización Marítima Internacional con el fin de lograr una expansión de su alcance y así buscar un campo de juego equitativo en materia de protección portuaria en el nivel global.

El seguimiento e implementación de esta declaración se concretará en un plan de trabajo desarrollado conjuntamente que será revisado semestralmente. Para perpetuar los firmantes, se comprometen a reunirse anualmente en una reunión de alto nivel.

Esta declaración no crea ningún derecho u obligación bajo el derecho internacional.

Firmado en Amberes en febrero 17 de 2023.

- Alexander DE CROO
- Prime Minister (BE)
- Vincent VAN QUICKENBORNE
- Vice Prime Minister (BE)
- Minister of Justice and North Sea
- Vincent VAN PETEGHEM
- Vice Prime Minister (BE) Minister of Finance
- Annelies VERLINDEN
- Minister of Interior Affairs, Institutional Reform and Democratic Renewal (BE)
- Aukje DE VRIES
- Secretary of State for Finance and Customs (NL)
- Mark HARBERS
- Minister of Infrastructure and Watermanagement (NL)
- Dilan YEŞİLGÖZ-ZEGERIUS
- Minister of Justice and Security (NL)
- Ahmed ABOUTALEB
- Mayor of Rotterdam (NL)
- Bart DE WEVER
- Mayor of Antwerp (BE)
- Claudio BOZZO
- COO of MSC Chairman of the Safety and Security Council of the World Shipping Council
- Franck MAGARIAN
- Senior Vice President operations CMA-CGM
- Tanuj LUTHRA
- Vice President of MAERSK
- Head of Global Safety & Resilience
- Dr. Maximilian ROTHKOPF
- COO of Hapag Lloyd
- Menno VAN GORCUM
- Director of Seatrade Group Rotterdam (NL)





Empresarios se reunieron para fortalecer el papel del sector ante la ciudadanía.

Durante dos días, más de ochenta gremios se reunieron para saber cómo la ciudadanía los percibe y cómo ser actores más dinámicos en las propuestas al Gobierno y Asamblea Nacional.

“Nos sentamos a escuchar” es la frase con la que Gabriela Uquillas, directora ejecutiva del Comité Empresarial Ecuatoriano (CEE) resume lo sucedido en la Primera Convención que realizó este organismo en Manta entre el 18 y 19 de enero del presente año. Allí se reunieron no menos de 80 organizaciones del país entre las que estaban comerciantes, transportistas, consultores, agricultores, exportadores. Esto formó parte del esquema de actividades del Presidente Miguel Ángel González

La reunión tuvo entre sus objetivos que los gremios reconozcan al CEE como un núcleo de convergencia del sector gremial productivo del país y así mismo como el promotor de soluciones a temas transversales que afectan a todos, teniendo a la unidad entre los gremios como su principio rector. En este punto, la directora ejecutiva del CEE expresó: **“la idea es que esta organización tenga una participación más activa como actor relevante en los asuntos de interés público, defendiendo principios y generando propuestas concretas que busquen el bien común, además desde el CEE promover el comportamiento ético y cívico, la formalidad empresarial, la equidad salarial, las buenas prácticas empresariales y laborales, y la lucha contra la corrupción, el lavado de activos y el contrabando”.**

Otro punto importante que destacó la dirigente empresarial fue intensificar la construcción de un entorno de competitividad y productividad que permita aumentar

las oportunidades y el empleo de calidad, a lo que añadió "el fortalecimiento de los esfuerzos e iniciativas del sector empresarial en pro del desarrollo social, acercándonos al centro de los distintos sectores de la ciudadanía y fomentando de manera participativa e integradora, cambios palpables que reduzcan la desigualdad y las brechas sociales"; y dentro de estos objetivos, Uquillas mencionó también a la seguridad ciudadana en la que esperan contribuir activamente en la búsqueda de soluciones para mejorarla así como un ambiente de estabilidad y paz.

¿Y cómo lograr estos objetivos?

La Convención, que además de ser propicia para que los dirigentes gremiales se conocieran, también fue el espacio para oír conferencias de investigadores sobre el aspecto social, político, económico y laboral, y sobre todo de como la población de este país ve a la dirigencia empresarial. Las conclusiones de estas conferencias apuntaron a que:

- Los empresarios deben hablar con un lenguaje sencillo y que ese mensaje llegue a la comunidad.
- Llevar la acción empresarial a lo social.
- Generar diálogos para lograr beneficios para la comunidad.
- Mostrarse como apoyo en la gestión de colaboración en el tema de seguridad ciudadana.
- Promover las buenas prácticas empresariales.

Uquillas mira también otro escenario, donde a su pensar, empresarios y trabajadores no deben verse como antagonistas que conlleve a destrucción de fábricas o de áreas de producción, el porque afectar aquello que genera ingresos a la comunidad, por lo que es preciso interiorizar que todos tenemos problemas para generar ingresos y es eso que el Consenso de Manta lo ha expuesto en sus seis puntos, y que implica acercamientos a las centrales obreras para encontrar puntos comunes, propuestas donde vamos a coincidir y que tienen que ser llevadas al Gobierno central y a la Asamblea Nacional.

Sin embargo hubo un punto crítico en que la mayoría de los gremios coincidieron y este es la seguridad. Uquillas sostiene que se necesita un plan de seguridad desde el Estado. Pero además hubo otros puntos que se hablaron. Desde el sector comercial existe la necesidad de impulsar los proyectos de tiendas de barrio, desde el sector transportista gestionar los puntos calientes, esto es, aquellos donde los choferes con su carga son asaltados, reducir los aranceles a una serie de bienes y con ello el impuesto a los consumos especiales, para lo cual se necesita realizar un esfuerzo y el sector empresarial está en completa disposición para hacerlo.

Un aspecto claro es que cada gremio tiene que luchar por sus intereses pero hay aspectos que deben ser impulsados por el CEE, aquellos que nos toquen a todos. Por eso el Consenso de Manta definió los espacios de acción. Finalmente, Uquillas señaló que las propuestas deben ir más allá cada gremio vea su metro cuadrado, si bien cada uno de ellos deben defender su sector a capa y espada, es mejor serlo de manera institucional y para eso el CEE está para hacerlo.



1^{ERA} CONVENCION CEE

FORJANDO EL FUTURO

CONSENSO DE MANTA 2023

En el marco de la 1era. Convención del Comité Empresarial Ecuatoriano celebrada en la ciudad de Manta los días 18 y 19 de enero de 2023, sus integrantes llegaron a las siguientes conclusiones:

1. Reconocer al Comité Empresarial Ecuatoriano como núcleo de convergencia del sector gremial productivo del país, promotor de soluciones a temas transversales que nos afectan a todos, destacando la unidad como su principio rector.
2. Participar activamente como actor relevante en los asuntos de interés público, defendiendo principios y generando propuestas concretas que busquen el bien común.
3. Promover el comportamiento ético y cívico, la formalidad empresarial, equidad salarial, buenas prácticas empresariales y laborales, la lucha contra la corrupción, lavado de activos y contrabando.
4. Intensificar la construcción de un entorno de competitividad y productividad que permita aumentar las oportunidades y el empleo de calidad.
5. Fortalecer los esfuerzos e iniciativas del sector empresarial en pro del desarrollo social, acercándonos al sentir de los distintos sectores de la ciudadanía y fomentando, de manera participativa e integradora, cambios palpables que reduzcan la desigualdad y las brechas sociales.
6. Contribuir activamente en la búsqueda de soluciones para mejorar la seguridad ciudadana, así como un ambiente de estabilidad y paz.

MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD

MEDIDAS FITOSANITARIAS PARA LA **PREVENCIÓN DEL INGRESO DE FOC R4T A SITIOS DE PRODUCCIÓN**

1

MANEJO DE CALZADO

LIMPIAR Y DESINFECTAR EL CALZADO CON CEPILLOS Duros Y/O AGUA A PRESIÓN ANTES DE INGRESAR A LA ZONA DE CULTIVO.



4

CARRETERAS Y VÍAS

ESTABLECER UN ÚNICO PUNTO DE ACCESO AL SITIO DE PRODUCCIÓN. IMPLEMENTAR SEÑALÉTICA INFORMATIVA.



7

CULTIVO Y EMPACADORAS

LA FRUTA SE EMPACARÁ EN CAJAS DE PRIMER USO. LA CAJA NO DEBE ESTAR EN CONTACTO CON EL SUELO.



2

VEHÍCULOS Y MAQUINARIA

USAR RODILUVIOS, ARCOS DE DESINFECCIÓN O BOMBAS DE ASPERSIÓN PARA SU LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN.



5

MANEJO DE DESECHOS

LOS RESIDUOS VEGETALES DEBEN SER DEPOSITADOS EN UN ÁREA ESPECÍFICA. EL ÁREA DEBE ESTAR CERCADA.



8

MANEJO DEL PERSONAL

CAPACITACIÓN AL PERSONAL Y VISITANTES SOBRE MEDIDAS DE PREVENCIÓN. TODAS LAS PERSONAS DEBEN CUMPLIR LAS MEDIDAS ESTABLECIDAS.



3

HERRAMIENTAS Y EQUIPOS

DEBEN SER EXCLUSIVOS DEL SITIO DE PRODUCCIÓN. DESINFECTADOS CONSTANTEMENTE.



6

MOVIMIENTO DE ANIMALES

EVITAR EL INGRESO DE ANIMALES A LA ZONA DE CULTIVO.



9

SIEMBRA O RESIEMBRA

ASEGURARSE DE UTILIZAR MATERIAL DE PROPAGACIÓN AVALADO POR AGROCALIDAD. EVITAR USAR CEPAS O COLINOS.



RECUERDA: PARA ACTIVIDADES DE DESINFECCIÓN SE RECOMIENDA AMONIO CUATERNARIO AL 20% A UNA DOSIS DE 3,5 ML/LITRO DE AGUA.



Estudio de minoristas alemanes destaca el pago de **salarios dignos en bananeras de Ecuador**



El sector bananero ecuatoriano destaca por el pago de salarios dignos a los trabajadores en las explotaciones agrícolas, según el primer análisis sobre la brecha salarial en el sector bananero en Ecuador desarrollado por el Grupo de Trabajo de la Distribución Alemana sobre Salarios Dignos, compuesto por ALDI Nord, ALDI South Group, Kaufland, REWE Group y dm-drogerie markt, informó el Clúster Bananero del Ecuador.

El gremio destacó que entre los resultados del estudio resalta que más del 99 % de los trabajadores de las 78 explotaciones participantes en el proyecto que representan el 64 % del volumen total de plátanos comprados a Ecuador perciben un salario digno acorde con las líneas guía.

También se constató que las mujeres representan el 13,69 % de la mano de obra y que el 90,19 % carece de diferencia salarial media con respecto a los hombres. **“Estos datos confirman el papel de Ecuador como pionero en el pago de salarios dignos en el sector bananero”**, apunta el Clúster Bananero y Platanero del Ecuador.

El primer proyecto conjunto del grupo de trabajo de minoristas alemanes tiene como objetivo promover salarios dignos y trabajo decente en el sector del banano. Los miembros han acordado abastecerse de al menos un 50 % de sus volúmenes totales de **“banano con salarios dignos”** para el mercado alemán antes del 2025.

El grupo señala que debido a varios factores, tales como la complejidad de las cadenas de suministro, las relaciones comerciales —en su mayoría indirectas— y la falta de herramientas operativas, los minoristas han tenido hasta ahora una visibilidad limitada de la situación salarial de los trabajadores en sus cadenas de suministro de banano. El análisis de la brecha salarial es, por lo tanto, crucial para aumentar la transparencia y comprender los riesgos de la cadena de suministro.

Como AEBE, explicamos que Ecuador fue seleccionado para las actividades de implementación debido a su importancia como país proveedor y las fuertes organizaciones sindicales en el sector, además de su pro-

greso hacia salarios dignos como resultado de la política constitucional de salario digno. Los productores de banano registraron los salarios utilizando la matriz salarial de IDH para compararlos con el salario digno de referencia, que representa la cantidad mínima que un trabajador debe ganar a la semana para mantener un nivel de vida básico para sí mismo y su familia.



Banano ecuatoriano será comercializado en tiendas de la mayor distribuidora de gasolina en Qatar.

En comparación a 2021, Qatar ha duplicado sus importaciones de plátano y banano ecuatorianos y pronto serán comercializados en las tiendas de servicio de las gasolineras Woqod, la mayor distribuidora de gasolina del país.

La Embajada del Ecuador en Qatar realizó una evaluación que confirmó el aumento significativo de las importaciones de banano (**tal como lo refleja el reporte de exportaciones acumuladas del 2022 del Observatorio Estadístico del Banano de AEBE**) y plátano ecuatoriano en Qatar durante el 2022.

El banano ecuatoriano, que pronto estará disponibles en las tiendas de servicio de las estaciones de Woqod (Qatar Fuel Company), actualmente están disponibles en prácticamente todos los supermercados de Qatar, como Lulu Hypermarket, Monoprix, Carrefour y Al Meera. Woqod es la compañía nacional de combustible de Qatar y tiene más de 112 tiendas en todo el país, muchas de las cuales ofrecen productos de primera necesidad, comestibles y comida preparada.



DATOS DEL REPORTE DE EXPORTACIONES ACUMULADAS ENERO - DICIEMBRE 2022 DEL OBSERVATORIO ESTADÍSTICO DEL BANANO DE AEBE

• MEDIO ORIENTE

| País | 2021 | 2022 | Participación 2021 | Participación 2022 | Variación absoluta | Variación porcentual |
|------------------------|-------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| Turquía | 22,57 | 17,97 | 44,23% | 33,38% | -4,60 | -20,37% |
| Arabia Saudí | 11,00 | 12,562 | 1,56%2 | 3,34%1 | ,561 | 4,19% |
| Irak | 7,19 | 9,97 | 14,09% | 18,52% | 2,78 | 38,65% |
| Emiratos Árabes Unidos | 6,35 | 8,32 | 12,45% | 15,45% | 1,97 | 30,96% |
| Kuwait | 1,60 | 1,70 | 3,13% | 3,16% | 0,10 | 6,56% |
| Jordania | 1,12 | 1,61 | 2,20%2 | ,98% | 0,49 | 43,40% |
| Catar | 0,74 | 1,02 | 1,46% | 1,90% | 0,28 | 37,53% |
| Omán | 0,29 | 0,59 | 0,56%1 | ,10% | 0,30 | 105,25% |
| Baréin | 0,16 | 0,08 | 0,31% | 0,15% | -0,07 | -47,78% |
| Líbano | 0,00 | 0,01 | 0,01%0 | ,02% | 0,00 | 63,69% |
| Totals | 1,03 | 53,841 | 00% | 100% | 2,81 | 5,51% |

Título: Cajas (millones) de 18,14 kg. y participación acumulada enero a diciembre 2021 y 2022 por país. Medio Oriente
Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX
Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

El país en esta región (Medio Oriente) que más fruta adquirió entre los meses de enero a diciembre de 2022 fue Turquía con una participación de 33,38 %, seguido de destinos como Arabia Saudí (23,34 %) e Irak (18,52 %), países que se ubican en segundo y tercer lugar respectivamente. **Qatar aparece en el séptimo lugar con el 1,10% de participación (con 0,54% con respecto a 2021).**

En general, durante este periodo se puede apreciar un proceso de expansión en las exportaciones de la fruta en el mercado del Medio Oriente, debido a las altas tasas de crecimiento anual del periodo en 8 de los 10 países que conforman la región.



ENTÉRATE DE LOS BENEFICIOS DE PAGAR TU NÓMINA CON BANCO GUAYAQUIL

Acredita el sueldo de tus colaboradores de una forma ágil y segura, con estos beneficios exclusivos:



Para tu empresa

- Tarifas especiales por acreditación.
- Tarjeta de crédito Business: 1 milla por cada \$50 pagados.
- Plan de conferencias exclusivas y Programa de Educación Financiera.



Para tus colaboradores

- Transacciones sin costo en canales digitales.
- Emisión sin costo de tarjeta de débito.
- Descuento en tasa de interés de créditos.
- Sorteos mensuales.

Banca
Empresas

 Banco
Guayaquil



El precio del banano en Europa del Este y Asia Central con diferentes escenarios.

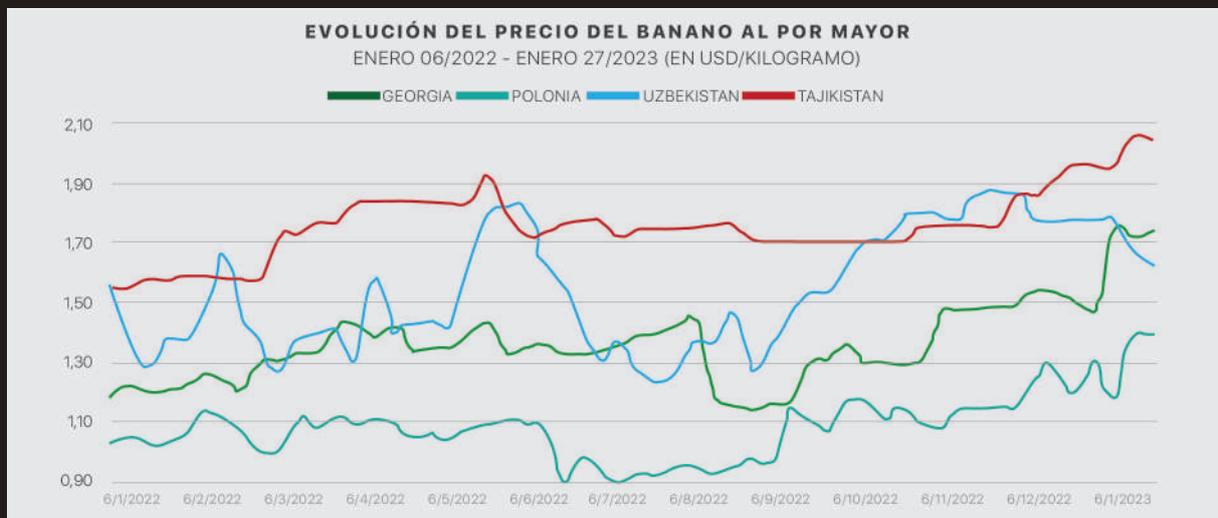
*La guerra Rusa-Ucrania y los
costes logísticos han tenido
una importante incidencia.*

Los precios del banano a fines de enero de 2023 en Europa del Este y de Asia Central aumentaron más que la mayoría de las otras frutas que se venden en estas zonas en comparación con un año atrás. Esta es la conclusión a la que llegaron los analistas del web EastFruit. Al mismo tiempo, el aumento de precios de la fruta fue más pronunciado en Europa del Este que en las de Asia Central donde tradicionalmente el banano es mucho más caro.

La razón principal para el aumento de precios en Europa del Este es que, en Ucrania y Moldavia, debido al conflicto ruso-ucraniano, los puertos marítimos de Ucrania fueron bloqueados, lo que implicó la dificultad de traer esta fruta por mar, por lo que estos dos países se vieron obligados a traer banano desde los países de la Unión Europea por carretera, lo que incrementó significativamente el costo de internación del banano.

En comparación a enero de 2022, Ucrania tenía los precios mayoristas más bajos para banano. Doce meses después, este precio se incrementó 2,4 veces en moneda local que se devaluó considerablemente desde el inicio del conflicto con Rusia. En dólares norteamericanos, el precio del banano se incrementó en un 76% en un año, la cifra más alta entre todos los países de la región. Los analistas de EastFruit sostienen que no sorprende que el precio del banano en Moldavia también aumente más del 50% en un año. Sin embargo, el precio del banano en Moldavia se mantuvo significativamente más alta que en Ucrania, aunque la brecha entre el precio en Ucrania y el de Moldavia se ha disminuido.

Polonia es ahora un campeón en términos de asequibilidad del precio del banano, aunque la diferencia de precio con Ucrania es bastante insignificante: alrededor de 3 centavos de dólar. Polonia aún no adopta al



euro como su moneda. El aumento del precio del banano en Polonia se debió a la situación de los precios en el mercado mundial, incluida la disminución de la producción de banano en el Ecuador debido al clima frío que hubo en el tercer trimestre. A esto se suma que, debido a la guerra entre Rusia y Ucrania, el costo de logística se incrementó e incidió en el precio al consumidor final.

El aumento de precio de banano fue más bajo en Tajikistán, Uzbekistán y Georgia. En Tajikistán, la moneda local se fortaleció durante el 2022 lo que contribuyó a la disminución de los costos de los productos importados y, en parte, compensó el aumento del banano en el mercado mundial.

Los precios en el mercado mayorista de la fruta en este país superaron los USD2,00 por kilogramo al por mayor. El consumo también fue el más bajo entre las exrepúblicas soviéticas.

Uzbekistán y Georgia continuaron aumentando los volúmenes de importación y mejorando las soluciones logísticas, lo que les permitió obtener mejores precios mayoristas para el banano. Sin embargo, algunos minoristas están importando directamente banano, vendiendo su excedente al mercado mayorista, lo que ayudó a mantener los precios más bajos de lo que pudo ser en algún momento del 2022. Uzbekistán superó a Georgia en términos de precios del banano. Hablamos de un país ubicado en una zona remota del mundo, que no tiene litoral y eso hace que el costo de logística sea más costoso que los de sus vecinos. Frente a esto, Georgia tiene sus propios puertos en el Mar Negro y podría importar productos a un costo mucho más bajo; por lo tanto, un precio más competitivo para un banano en Uzbekistán indica un aumento significativo en la eficiencia del comercio de productos frescos en el país.

Los analistas de EastFruit concluyen que este 2023 será un año desafiante para el sector bananero a nivel mundial. "Los costos para producir banano han aumentado considerablemente, por lo que, si los precios mundiales de esta fruta no continúan aumentando, quizás algunos de los actores del mercado se vean obligados abandonar este negocio, y no estamos hablando de anomalías climáticas, guerras y el cambio climático, que cada año causan más daños a la industria. El aumento de los precios del banano, a su vez conduciría a un menor consumo en países con altos niveles de consumo. Solo en Uzbekistán, Tajikistán y las otras exrepúblicas soviéticas, donde el consumo es comparativamente bajo, podría seguir creciendo, pero la tasa de crecimiento será mucho menor que ahora", **concluye el reporte.**

Inflación y guerra, factores que incidirán en la decisión de compra del consumidor final.

La IPFA analiza los retos y las expectativas que tendrá la industria mundial de productos agrícolas frescos en el 2023.

Un informe elaborado y publicado por International Fresh Produce Association (IPFA), destaca que es demasiado pronto para sacar lecciones concluyentes de la pandemia global, la inflación y la guerra que se desarrollaron en 2022. “Las experiencias destacaron la creciente presión sobre la industria agrícola mundial: una población mundial en crecimiento, volatilidad climática, degradación ambiental, recursos naturales limitados y una demanda de los consumidores en constante cambio”. Además, puntualiza que si bien la Organización Mundial de Comercio (OMC), calcula que el producto interno bruto (PIB) mundial crecerá un 2,8% en 2022 y 2,3% en 2023, existe un alto grado de incertidumbre en el futuro inmediato, debido a numerosos riesgos interrelacionados, incluyendo el cambio de política monetaria en las economías desarrolladas y la naturaleza impredecible de la guerra entre Rusia y Ucrania.

La IPFA también destaca que los precios de la comida en dólares de los Estados Unidos de América también han aumentado considerablemente como resultado de la guerra Rusia-Ucrania, porque ambos países son importantes exportadores de cereales y fertilizantes, lo que genera preocupaciones sobre la seguridad alimentaria en muchos países, particularmente en los países de bajos ingresos económicos que tienden a gastar una gran parte de los ingresos familiares en comida. A ello se añade que muchas monedas se han depreciado frente al dólar estadounidense, lo que encarece más la comida y los combustibles en términos de moneda nacional. Los expertos, según IPFA, también están preocupados por las altas tasas de interés en las economías avanzadas que desencadenarían una transferencia de capital de las economías emergentes, lo que perturba aún más los flujos financieros globales, pero un análisis de la OMC advierte que otro riesgo sería la desvinculación de las principales economías de las cadenas de suministro mundiales, lo que exacerbaría la escasez de suministro a corto plazo y reduciría la productividad a largo plazo.

Hay también otras preocupaciones asegura el informe de la IPFA. Una de estas se enfoca que a medida que los bancos centrales principales elevan las tasas de interés en un intento por controlar la inflación, una corrección excesiva en el ajuste podría desencadenar recesiones en algunos países, lo que ejercería presión sobre las importaciones. Se espera que el comercio mundial se mantenga moderado en 2023 a medida que

múltiples impactos afecten la economía mundial. Los economistas de la OMC predicen que los volúmenes del comercio mundial de mercancías crecerán un 3,5% en 2022 pero sólo un 1,0% en 2023. Al respecto, la directora general de la OMC, Ngozi Okonji-Iweala, manifiesta:

“Los formuladores de políticas se enfrentan a opciones poco envidiables mientras intentan encontrar un equilibrio óptimo entre encarar la inflación, mantener el pleno empleo y avanzar en importantes objetivos de política como la transición a la energía limpia”.

¿Qué sucedería si los productos agrícolas no se consideraran solo un producto sino un camino hacia la prosperidad? Sobre esta pregunta, el informe de la IPFA dice que la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación, FAO, reporta que a nivel regional la mayoría de las frutas y vegetales frescos se comercializan y se consumen a nivel local o nacional como resultado de la alta imperdurabilidad y competitividad en los mercados de exportación. El reporte de la FAO descubrió que a pesar de que las cantidades exportadas son bajas comparado con las cantidades producidas, el valor del comercio significa que tienen el potencial de contribuir sustancialmente tanto al producto agrícola como al PIB de los países productores.

América Latina, el Caribe y Asia se han consolidado como importantes regiones exportadoras, donde el comercio de frutas y vegetales genera importantes divisas que muchos países de ingresos bajos y medianos pueden usar para importar comida y otros artículos. Los países importadores que invierten en países productores, junto con acuerdos bilaterales o multilaterales, también han estimulado el comercio. La expansión del comercio mundial también se ve afectada por el aumento de la demanda en los países de altos ingresos, particularmente en los Estados Unidos de América y la Unión Europea, los dos bloques importadores más grandes. La preferencia por productos frescos seguros, de buena calidad y empacados de manera atractiva y una conciencia más generalizada de los beneficios nutricionales de las frutas y vegetales frescos impulsan la demanda.

¿Qué sucedería si las personas vieran a los agricultores como parte de la solución? El informe del IPFA puntualiza que los consumidores también esperan que las compañías reduzcan su huella de carbono y su impacto ambiental negativo. El plástico de un solo uso y el Styrofoam (espuma rígida de poliestireno extruido) no son problemas ambientales nuevos, pero se han convertido en los principales problemas a medida que aumentó el uso de recipientes de comida para llevar y otras formas de empaque de entrega durante la pandemia. Un informe de Greenpeace Co-

rea, a nivel mundial, el 78% de los desechos plásticos provienen de los empaques de comida. Pero, muchas compañías están trabajando en alternativas y algunas compañías están recurriendo a empaques de cartón, mientras que otras están comenzando a hacer experimentos con bioplásticos. Incluso se espera que las opciones de empaques comestibles hechas de papel de arroz, algas marinas o almidón de maíz se vuelvan más frecuentes en el mercado. A medida que aumenten las expectativas en torno a las prácticas sostenibles, habrá una presión continua para reducir los desechos plásticos, usar material reciclado y desarrollar envases reciclables. En las tiendas, los productores están colocando sus puntuaciones de carbono en sus productos por medio de una nueva generación de etiquetas ecológicas que se están abriendo camino en las tiendas. Foundation Earth lanzó recientemente un programa piloto de una “puntuación ambiental” basada en cuatro medidas: carbono, uso del agua, contaminación del agua y biodiversidad. Grupos de comida y tiendas incluyendo Nestlé, Tesco, Sainsbury’s y Marks & Spencer están trabajando con Foundation Earth (Fundación Tierra) para explorar cómo el etiquetado ambiental puede funcionar como una herramienta para comunicar sus iniciativas ambientales a los clientes. La IPFA sostiene que la industria de frutas y vegetales tiene la oportunidad de dirigirse aún más a los consumidores preocupados por la sostenibilidad por medio de etiquetas ecológicas.

¿Qué sucedería si los consumidores pudieran comprar la comida saludable que quisieran y no se vieran restringidos por sus billeteras? Para IPFA, no es sorprendente que las presiones inflacionarias y los crecientes costos de la cadena de suministro tengan un impacto negativo en la industria de productos agrícolas y las restricciones de suministro limitarán el crecimiento general de la industria, y la inflación, no la pandemia, es ahora la principal preocupación de los consumidores, según la consultora IPSOS. Aunque los precios de la comida han seguido aumentando, otra consultora McKinsey señala que la inflación no ha impedido que los consumidores gasten, todavía. Pero los consumidores están estirando sus ingresos y también están cambiando sus comportamientos y patrones de compra. Dependiendo de la comida, los consumidores se mueven entre valor y el valor añadido que aporte, marcas nacionales y marcas de tienda, lo que hace que los patrones de compra sean más impredecibles que nunca. A pesar de ello, el 60% de los ejecutivos de tiendas de los EE.UU. dijeron que los productos agrícolas en lo que respecta a la categoría en la que anticipan tener la mayor cantidad de retos, mas los consumidores ven las cosas de manera diferente. Un 73% de ellos expresan preocupación por el aumento de los costos de las frutas y vegetales frescos y un 46% reportó comer menos productos agrícolas comparado con un año atrás y el aumento del precio fue el motivo para esta situación.

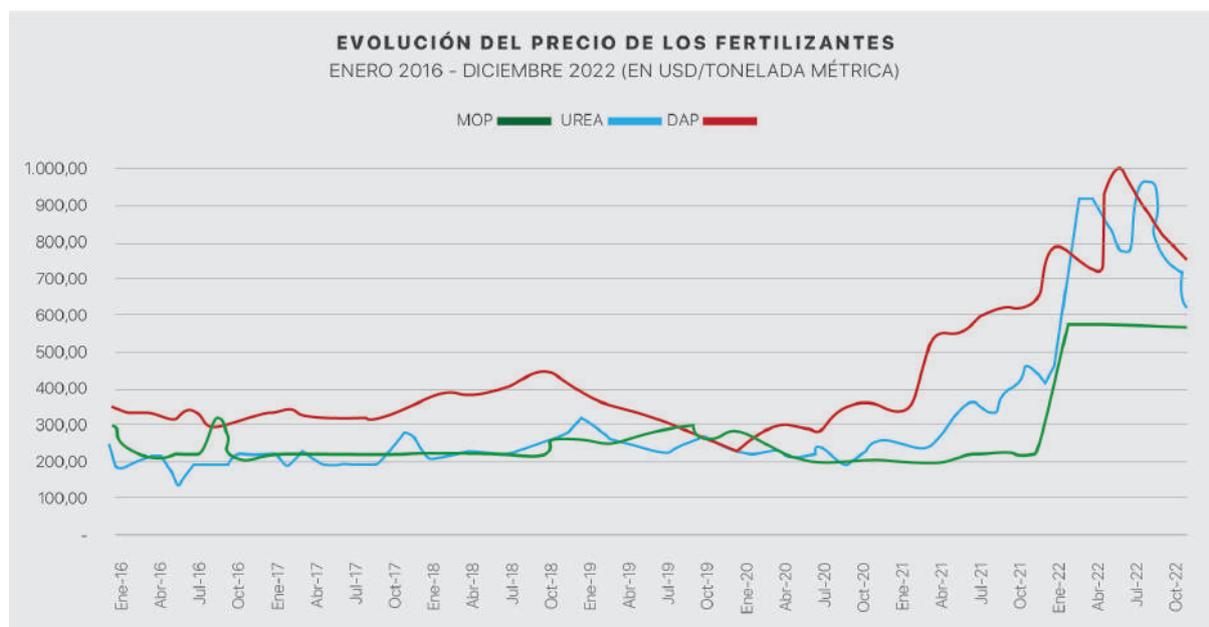
Fertilizantes:

Los precios disminuyen, pero aún siguen siendo altos.

Según el Banco Mundial, el precio actual de los fertilizantes afecta la asequibilidad y la disponibilidad de estos a los agricultores.



Un estudio realizado por John Baffes y Wee Chian Koh y publicado por el Banco Mundial afirma que los precios de los fertilizantes han disminuido después de alcanzar valores máximos a principios de 2022, pero se mantienen en niveles históricamente elevados en comparación a los valores que tenían antes de la presencia del COVID-19. La disminución de los precios refleja en parte la débil demanda, producto de la reducción del uso de fertilizantes por los agricultores debido a problemas de asequibilidad y disponibilidad. El sector también se ve afectado por problemas en la oferta de este producto, como una contracción de la producción en Europa, interrupciones a raíz de las sanciones a Rusia y Bielorrusia, y restricciones comerciales en China.



Fuente: Banco Mundial.

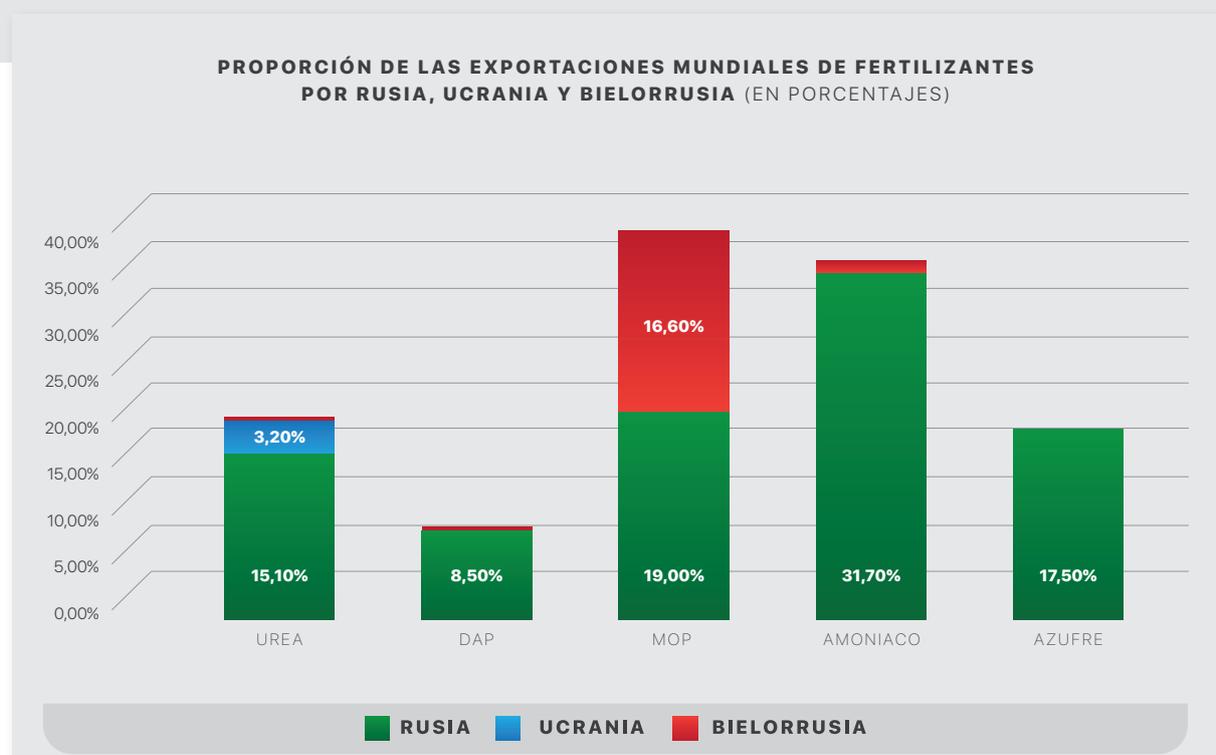
NOTAS: DAP (fosfato diamónico); MOP (muriato de potasio)



Enfocando el análisis en el mercado de la Unión Europea, el marcado aumento de los precios del gas natural en Europa ha dado lugar a recortes generalizados de la producción de amoníaco, un importante insumo para los fertilizantes nitrogenados. Hasta octubre de 2022, alrededor del 70% de la capacidad de producción en Europa se había reducido o las plantas productoras habían dejado de funcionar. Sin embargo, los costos de los insumos han disminuido en los últimos meses debido al aumento de las importaciones de gas natural licuado (GNL) para ser destinado a las reservas nacionales de Europa, así como a las expectativas de un invierno más moderado. Esto podría permitir a algunas plantas de producción de fertilizantes nitrogenados de Europa reanudar sus operaciones.

Sobre la incidencia del conflicto entre Rusia y Ucrania, los autores expresan que, desde el comienzo del

conflicto bélico entre Rusia y Ucrania en febrero de 2022, varias economías, incluidas la Unión Europea y los Estados Unidos de América impusieron sanciones a Rusia y Bielorrusia. Sin embargo, en las sanciones comerciales se han especificado "exclusiones" para los sectores de alimentos y fertilizantes a fin de evitar efectos adversos en la seguridad alimentaria mundial. Estas exclusiones han permitido a Rusia seguir exportando fertilizantes. Sin embargo, las exportaciones de potasio desde Bielorrusia han disminuido en más de un cincuenta por ciento debido a la restricción del uso del territorio de la Unión Europea para fines de tránsito. En particular, Lituania ha suspendido el uso de su red ferroviaria para transportar el potasio bielorruso hasta el puerto de Klaipeda, que normalmente gestiona el noventa por ciento de las exportaciones de Bielorrusia.



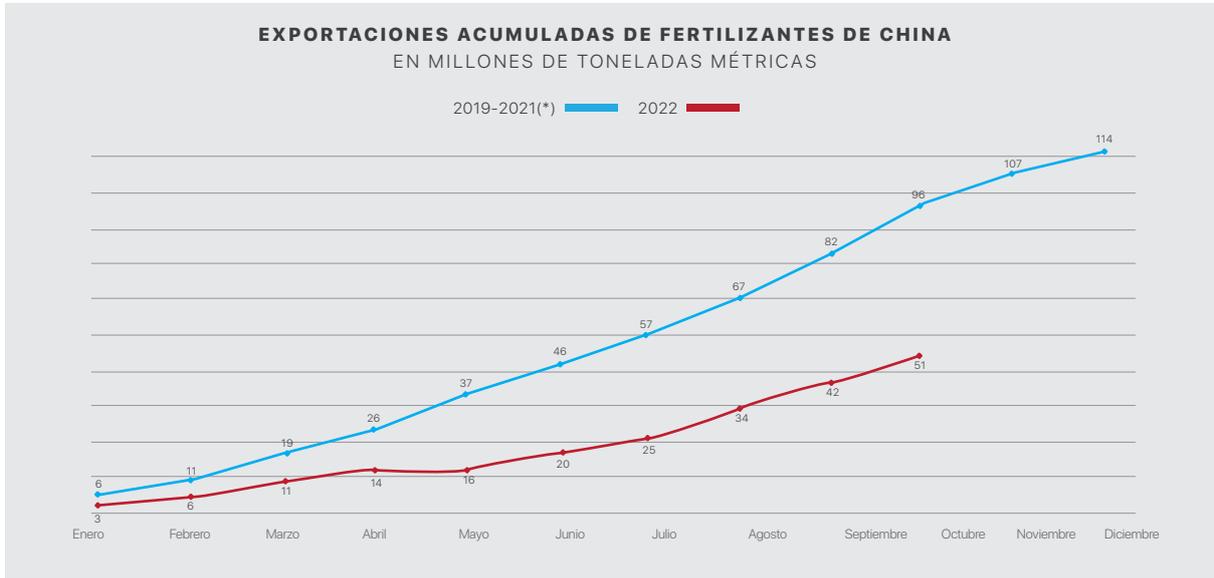
Fuente: Banco Mundial.

NOTAS: DAP (fosfato diamónico); MOP (muriato de potasio). Los datos corresponden a 2020

En el caso de las exportaciones de fertilizantes por China, el reporte del Banco Mundial sostiene que las preocupaciones sobre el suministro se han visto exacerbadas por la extensión de las restricciones a las exportaciones de fertilizantes hasta fines de 2022 con el fin de mantener la disponibilidad interna. Las exportaciones de fosfato diamónico desde China, que representan el treinta por ciento del comercio mundial, cayeron casi un cincuenta por ciento interanual durante los primeros diez meses del año pasado. Mientras tanto, las exportaciones de urea por China disminuyeron alrededor del sesenta por ciento interanual en el mismo período.



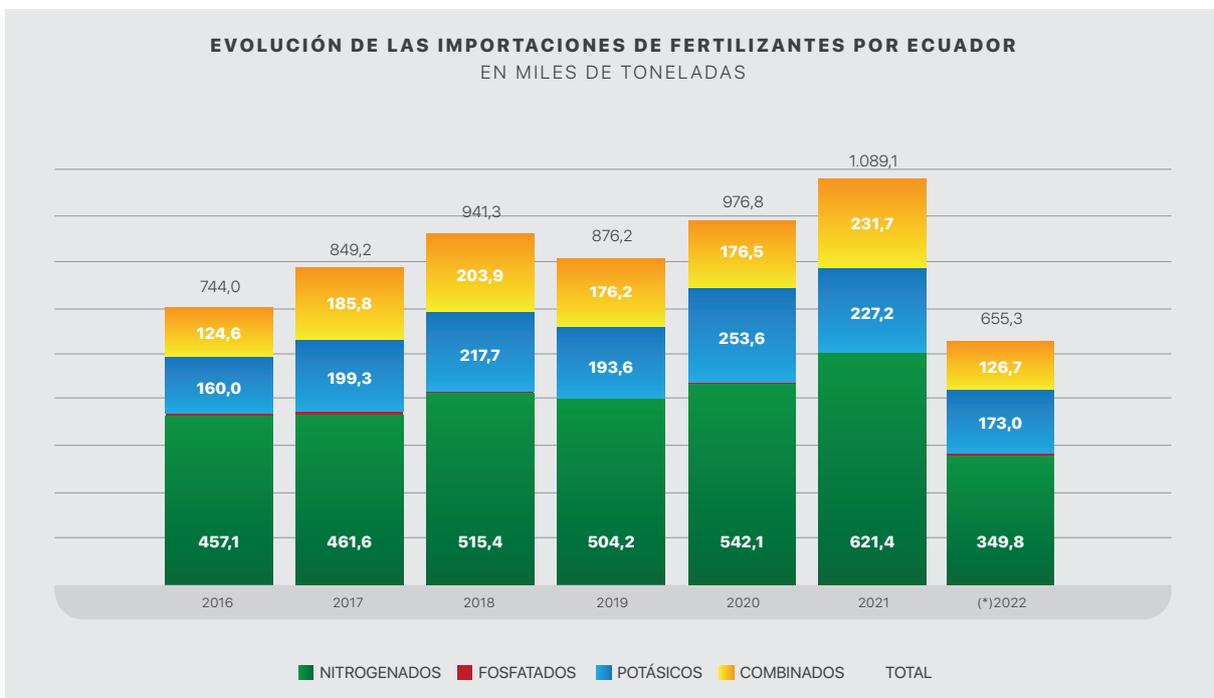
En el caso de las exportaciones de fertilizantes por China, el reporte del Banco Mundial sostiene que las preocupaciones sobre el suministro se han visto exacerbadas por la extensión de las restricciones a las exportaciones de fertilizantes hasta fines de 2022 con el fin de mantener la disponibilidad interna. Las exportaciones de fosfato diamónico desde China, que representan el treinta por ciento del comercio mundial, cayeron casi un cincuenta por ciento interanual durante los primeros diez meses del año pasado. Mientras tanto, las exportaciones de urea por China disminuyeron alrededor del sesenta por ciento interanual en el mismo período.



Fuente: Banco Mundial.

NOTAS: 2019-2021(*) Exportaciones acumuladas de urea y fosfato diamónico)

Mientras la importación de fertilizantes por el Ecuador en los últimos siete años tuvo su máximo pico en el 2021, pero los datos a noviembre del 2022 implican una disminución considerable, debido a los problemas de provisión, al precio y también por la reducción del precio en el mercado internacional de productos de exportación, especialmente banano, que generó una reducción de la demanda.



Fuente: Banco Central del Ecuador

NOTAS: (*) Acumulado a noviembre de 2022

XX CONVENCION
INTERNACIONAL
DEL BANANO

BANANA

TIME



DEL **24 AL 27**

Octubre

2023

MÁS DE **80 EMPRESAS**

PARTICIPANTES

En nuestra ultima edición

Hotel Hilton Colon

Guayaquil



**EXHIBICIONES
COMERCIALES**



**CHARLAS
MAGISTRALES**



**RUEDAS DE
NEGOCIOS**

2023

REPORTE
ESTADÍSTICO

ENERO 2023



El reporte presenta el nivel de exportaciones acumuladas de las cajas de banano correspondientes al mes de enero. Para ello se utilizaron fuentes como: DATACOMEX y del Observatorio Estadístico de Banano. Los datos son presentados de forma acumulada durante el mes de enero de los años 2022 y 2023, así como, el nivel de participación y variación del periodo.

En este sentido, el reporte se estructura de la siguiente manera:

1. Resultados mensuales de las exportaciones de banano
2. Regiones
3. Tipo de caja
4. Ranking de empresas exportadoras
5. Puertos
6. Contenedor y granel
7. Ranking de marcas
8. Ranking de navieras
9. Ranking de puertos destinos
10. Mercados de exportación de banano
11. Producción enfunde
12. Resumen del Banana Weekly Market Sense
13. Noticias relevantes del mes
14. Situación de mercados.

1. Evolución de exportaciones mensuales

Para el mes de enero de 2023 las exportaciones acumuladas fueron de 35,01 millones de cajas de banano. En el año 2022 las exportaciones fueron de 32,42 millones de cajas de banano, lo que representó en un incremento de 7,98 %, es decir, un aumento de 2,59 millones de cajas de banano para el periodo.

| MES | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------------------|-------|----------------|--------------|
| Enero | 38,37 | 32,42 | 35,01 |
| Variación acumulada | | -5,95 | 2,59 |
| Variación porcentual | | -15,50% | 7,98% |

Título: Cajas (millones) de 18.14 kg. acumulado enero 2021 A 2023
Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX
Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

2. Regiones



| REGIÓN | 2022 | 2023 | PARTICIPACIÓN 2022 | PARTICIPACIÓN 2023 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN PORCENTUAL |
|-----------------|--------------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| UE | 8,20 | 10,56 | 25,29% | 30,16% | 2,36 | 28,76% |
| Rusia | 8,75 | 8,50 | 26,98% | 24,27% | -0,25 | -2,88% |
| Medio Oriente | 4,62 | 4,58 | 14,26% | 13,07% | -0,05 | -1,03% |
| EE. UU. | 3,35 | 4,20 | 10,32% | 12,00% | 0,85 | 25,52% |
| Cono Sur | 2,07 | 2,05 | 6,40% | 5,86% | -0,02 | -1,09% |
| Europa Este | 2,04 | 1,56 | 6,29% | 4,46% | -0,48 | -23,32% |
| Asia | 1,45 | 1,43 | 4,46% | 4,07% | -0,02 | -1,40% |
| África | 1,17 | 1,33 | 3,62% | 3,80% | 0,16 | 13,37% |
| Reino Unido | 0,29 | 0,40 | 0,88% | 1,13% | 0,11 | 38,76% |
| Oceanía | 0,30 | 0,28 | 0,91% | 0,81% | -0,01 | -4,62% |
| Europa EFTA | 0,13 | 0,12 | 0,41% | 0,36% | -0,01 | -4,94% |
| Resto Del Mundo | 0,06 | 0,01 | 0,18% | 0,02% | -0,05 | -90,51% |
| Total | 32,42 | 35,01 | 100% | 100% | 2,59 | 7,98% |

Título: Cajas (millones) de 18.14 kg. Y participación acumulado enero 2021 A 2023 por región

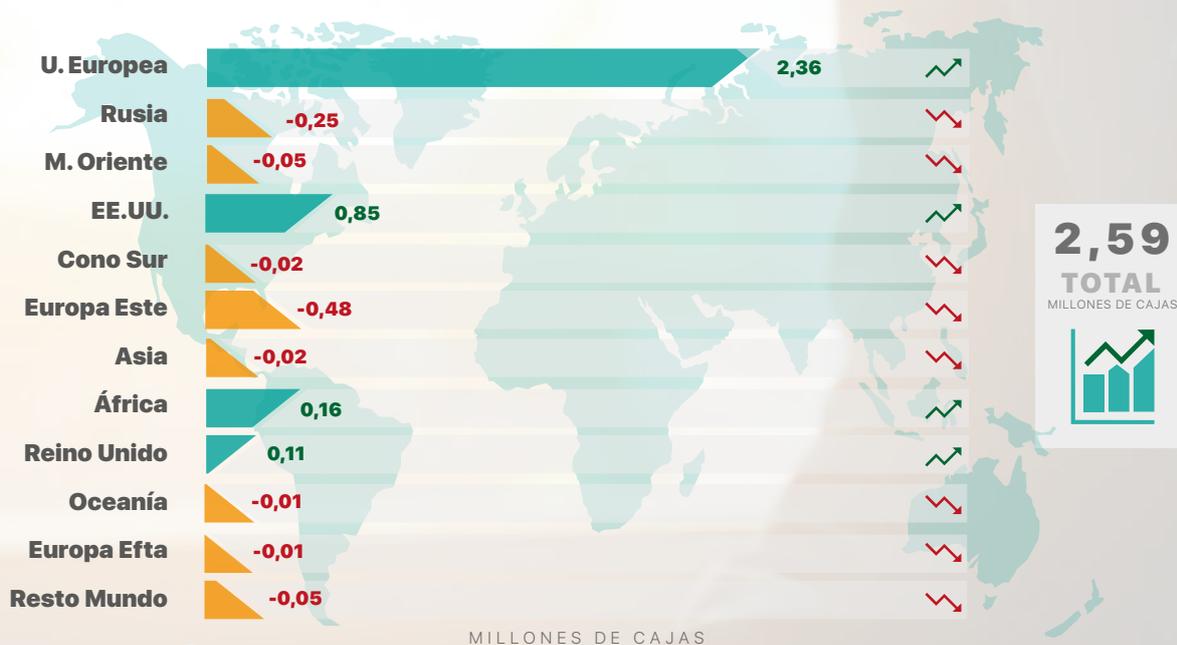
Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

De los 35,01 millones de cajas de banano exportadas en el año 2023, la Unión Europea abarca el 30,16 % de participación de las exportaciones globales, posicionándose como principal destino de exportación. En el 2023 se envió un total de 10,56 millones de cajas, en contraste con el 2022 las exportaciones fueron 8,20 millones de cajas, lo que representa un **incremento** del 28,76 %. El segundo lugar de destino de las exportaciones de banano fue Rusia con el 24,27 %, lo que representa un envío de 8,50 millones de cajas. Para el 2022 las exportaciones acumuladas a este mismo destino alcanzaron alrededor de 8,75 millones de cajas, lo que representa una **reducción** de 2,88 %, es decir, un **decremento** de 0,25 millones de cajas.

A nivel de regiones, las mayores reducciones de cajas de banano se evidencian en Europa Este, Europa EFTA y Oceanía. Europa Este **redujo** su importación de banano ecuatoriano en 23,32 %, pasando de importar 2,04 millones de cajas en 2022, a 1,56 millones de cajas en 2023, esto es, 0,48 millones de cajas no exportadas a esta región. Así mismo, Europa EFTA **disminuyó** su nivel de importación de fruta ecuatoriana en 4,94 %, esto es 0.01 millones cajas menos exportadas a este destino en 2023 frente a 2022. Oceanía es otra región que reportó una **reducción** en la cantidad de fruta, en 2022 a esta región se exportaron 0,30 millones de cajas, mientras, en el de 2023 el nivel de exportación pasó a 0,28 millones, es decir, 0,01 millones de cajas que no fueron enviadas en este año.

Por otro lado, Reino Unido reportó un **incremento** en su nivel de compra de banano ecuatoriano. En 2023, 0,11 millones de cajas adicionales fueron exportadas a esta región. Alcanzando los 0,40 millones de cajas en este año. En la Unión Europea, respecto a 2022 compró 2,36 millones de cajas **adicionales** de banano ecuatoriano. Estados Unidos **augmentó** su importación de banano ecuatoriano en 25,52 %, pasando de importar 3,35 millones de cajas en 2022, a 4,20 millones de cajas en 2023, esto es, 0,85 millones de cajas adicionales exportadas a esta región.



3. Tipo de caja

De los 35,01 millones de cajas de banano exportadas en el año 2023, el 87,78 % fueron cajas de tipo 22xu, mientras que las cajas tipo 208 representaron el 8,59 % del total exportado. El banano orgánico ocupa el tercer lugar con una participación del 3,29 %, en el cuarto lugar se encuentra la caja tipo Baby banana que abarca el 0,33 % del total de participación y en quinto lugar se ubica la caja tipo Red banana con una participación del 0,01 %.

| TIPO DE CAJA | 2022 | 2023 | PARTICIPACIÓN 2022 | PARTICIPACIÓN 2023 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN PORCENTUAL |
|--------------|--------------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| 22xu | 27,81 | 30,73 | 85,79% | 87,78% | 2,92 | 10,49% |
| 208 | 3,15 | 3,01 | 9,73% | 8,59% | -0,15 | -4,62% |
| Orgánico | 1,31 | 1,15 | 4,05% | 3,29% | -0,16 | -12,29% |
| Baby banana | 0,14 | 0,11 | 0,42% | 0,33% | -0,02 | -15,20% |
| Red banana | 0,00 | 0,00 | 0,01% | 0,01% | -0,00 | -30,72% |
| Total | 32,42 | 35,01 | 100% | 100% | 2,59 | 7,98% |

Título: Cajas (millones) de 18.14 kg. Y participación acumulado enero 2021 a 2023 por tipo de caja

Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

Las mayores reducciones por tipo de cajas de banano se evidencian en red banana y baby banana. La caja tipo red banana **redujo** su exportación en 30,72 %, pasando de exportar 4,18 mil cajas en 2022, a 2,90 mil cajas en 2023, esto es, 1,28 mil cajas no exportadas de banano. Así mismo, las cajas tipo baby banana **disminuyeron** su nivel de exportación en 15,20 %, esto es 0,02 millones cajas menos exportadas en 2023 frente a 2022.

Por otro lado, las cajas tipo 22XU reportó un **incremento** en su nivel de exportación de banano ecuatoriano. En 2023, 2,92 millones de cajas adicionales de esta marca fueron exportadas.

4. Ranking de empresas exportadoras



De los 35,01 millones de cajas exportadas de banano durante enero del 2023, La empresa **Ubesa** se posiciona como la principal exportadora abarcando el 9,43 % de participación, en segundo lugar, se encuentra **Noboa trading** con el 6,97 % de participación del total exportado. **Reybanpac** ocupa el tercer lugar con una participación del 6,60 %, en cuarto lugar, se encuentra **Comersur** que abarca el 4,34 % del total de las exportaciones, en quinto lugar, se ubica **Agzulasa**, con una participación del 3,68 %, en sexto lugar se encuentra **Frutadeli** con el 3,44 % de participación, en el puesto siete se ubica **Ecuagreenprodex** con una participación del 3,08 % del total de las exportaciones, en el octavo lugar se encuentra **Green Express** con una tasa del 2,77 %, en noveno lugar se ubica la empresa **Asoagrival** con una tasa participación del 2,63 % en el puesto 10 se posiciona **Exporbananas** abarcando el 2,17 % del total de las exportaciones.

En total las 10 principales empresas del Ecuador enviaron 15,79 millones de cajas al globo terráqueo, colocando así el 42,93 % de la oferta nacional de banano en el extranjero. En la siguiente tabla se desglosa el top 20 de empresas exportadoras de banano del Ecuador.

| RANKING | EXPORTADOR | 2022 | 2023 | PARTICIPACIÓN 2022 | PARTICIPACIÓN 2023 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN PORCENTUAL |
|---------|----------------------|--------------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| 1 | Ubesa | 3,53 | 3,30 | 10,89% | 9,43% | -0,23 | -6,50% |
| 2 | Noboa Trading | 1,85 | 2,44 | 5,71% | 6,97% | 0,59 | 31,83% |
| 3 | Reybanpac | 2,22 | 2,31 | 6,84% | 6,60% | 0,09 | 4,09% |
| 4 | Comersur | 1,18 | 1,52 | 3,65% | 4,34% | 0,33 | 28,25% |
| 5 | Agzulasa | 1,23 | 1,29 | 3,79% | 3,68% | 0,06 | 4,62% |
| 6 | Frutadeli | 0,80 | 1,20 | 2,46% | 3,44% | 0,41 | 50,94% |
| 7 | Ecuagreenprodex | 0,77 | 1,08 | 2,39% | 3,08% | 0,31 | 39,55% |
| 8 | Green Express | 0,64 | 0,97 | 1,96% | 2,77% | 0,33 | 52,52% |
| 9 | Asoagrival | 0,59 | 0,92 | 1,82% | 2,63% | 0,33 | 55,64% |
| 10 | Exporbananas | 0,70 | 0,76 | 2,17% | 2,17% | 0,06 | 8,26% |
| 11 | Bagatocorp | 0,75 | 0,71 | 2,32% | 2,04% | -0,04 | -5,10% |
| 12 | Tuchok | 0,41 | 0,69 | 1,28% | 1,97% | 0,27 | 65,97% |
| 13 | Sabrostar Fruit | 0,55 | 0,65 | 1,69% | 1,85% | 0,10 | 18,23% |
| 14 | Donatella | 0,61 | 0,58 | 1,87% | 1,66% | -0,02 | -3,82% |
| 15 | Tropicalfruit Export | 0,58 | 0,58 | 1,80% | 1,65% | -0,01 | -1,40% |
| 16 | Luderson | 0,31 | 0,54 | 0,97% | 1,55% | 0,23 | 72,03% |
| 17 | Freskbana | 0,31 | 0,53 | 0,94% | 1,52% | 0,23 | 73,67% |
| 18 | Banacalm | 0,27 | 0,42 | 0,85% | 1,19% | 0,14 | 51,86% |
| 19 | Fanalba | 0,24 | 0,32 | 0,75% | 0,92% | 0,08 | 32,79% |
| 20 | Frutical | 0,59 | 0,32 | 1,82% | 0,92% | -0,27 | -45,26% |
| | Otros | 14,27 | 13,87 | 44,02% | 39,63% | -0,40 | -2,79% |
| | Total | 32,42 | 35,01 | 100% | 100% | 2,59 | 7,98% |

Título: Cajas (millones) de 18.14 kg. Y participación acumulado enero 2021 A 2023 por exportadora

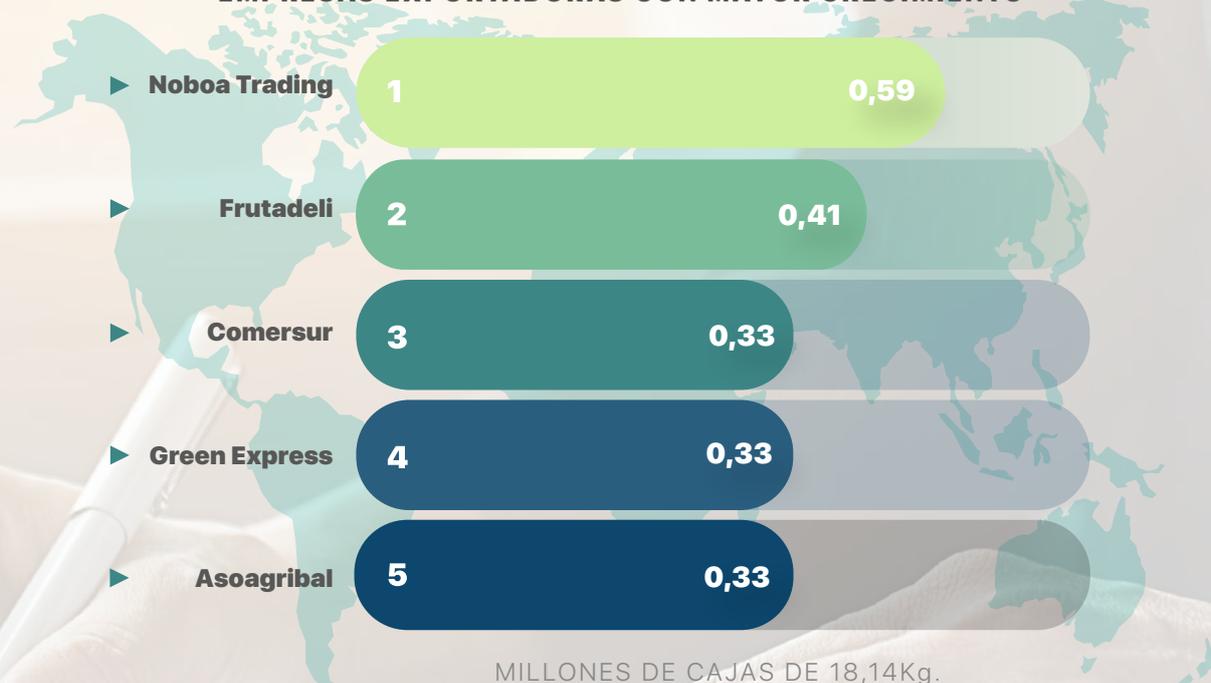
Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

De las variaciones más relevantes que se pueden destacar de la tabla anterior son: **Freskbana** que mostró un mayor crecimiento en comparación a las demás empresas con un incremento sus envíos en 73,67% respecto a 2022, le sigue **Luderson**, con una variación positiva de 72,03% respecto al año anterior y **Tuchok** con 65,97% en relación con el año anterior.

Por el contrario, las empresas que tuvieron un menor desempeño fue **Frutical** con una tasa **negativa** del 45,26 %, seguido por **UBESA**, con una tasa de **decrecimiento** del 6,50 % y **Bagatocorp** presentó una **disminución** del 5,10 % de envío de cajas al exterior.

EMPRESAS EXPORTADORAS CON MAYOR CRECIMIENTO



Título: Top 5 de empresas con mayores crecimientos en volumen de cajas respecto a 2022

Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

En el gráfico que antecede se presentan el top 5 de empresas exportadoras con mayor crecimiento en volumen de cajas respecto a 2022. En primer lugar, se ubica **Noboa Trading** con un envío de 0,59 millones de cajas adicionales respecto a 2022, seguido por **Frutadeli** con un envío adicional de 0,41 millones de cajas, en tercer puesto se ubica **Comersur** con un incremento de 0,33 millones de cajas respecto a 2022, en cuarto lugar, se encuentra **Green Express** con un aumento 0,33 millones de cajas en comparación de 2022. Finalmente, en el quinto lugar se sitúa **Asoagribal** con 0,33 millones de cajas adicionales respecto a 2022. En conjunto, las 5 empresas exportaron 1,99 millones de cajas adicionales respecto a 2022.

5. Puertos



| PUERTOS | 2022 | 2023 | PARTICIPACIÓN 2022 | PARTICIPACIÓN 2023 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN PORCENTUAL |
|----------------|--------------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| Guayaquil | 21,79 | 23,44 | 67,22% | 66,95% | 1,65 | 7,55% |
| Puerto Bolívar | 8,07 | 8,21 | 24,89% | 23,44% | 0,14 | 1,70% |
| Posorja | 2,56 | 3,36 | 7,89% | 9,61% | 0,81 | 31,49% |
| Total | 32,42 | 35,01 | 100% | 100% | 2,59 | 7,98% |

Título: Cajas (millones) de 18,14 kg. Y participación en enero 2022 y 2023 por contenedor y granel.

Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

El principal puerto de partida de los 35,01 millones de cajas de banano en 2023 fue el de Guayaquil con una tasa de participación del 66,95 %, seguido de Puerto Bolívar abarcando el 23,44 % de cajas enviadas al exterior. Finalmente, Posorja tiene una participación del 9,61 % del total exportado.

En 2022 se exportaron 21,79 millones de cajas desde el puerto de Guayaquil y en el 2023 se reportó un total de 23,44 millones de cajas, lo que representa un **incremento** del 7,55 %. Con respecto al envío de cajas al exterior desde Puerto Bolívar, se reporta una variación **positiva** del 1,70 % respecto a 2022. Finalmente, desde Posorja se enviaron 0,81 millones de cajas de banano adicionales, lo que equivale a una tasa de **crecimiento** del 31,49 % en comparación con 2022.

6. Contenedor y granel



| DETALLE | 2022 | 2023 | PARTICIPACIÓN 2022 | PARTICIPACIÓN 2023 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN PORCENTUAL |
|--------------|--------------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| Contenedor | 27,66 | 30,00 | 85,31% | 85,69% | 2,34 | 8,46% |
| Granel | 4,76 | 5,01 | 14,69% | 14,31% | 0,25 | 5,21% |
| Total | 32,42 | 35,01 | 100% | 100% | 2,59 | 7,98% |

Título: Cajas (millones) de 18.14 kg. Y participación en enero 2022 y 2023 por contenedor y granel
Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX
Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

Del 100% de las cajas exportadas en el 2023 el 85,69 % corresponden a los contenedores y el 14,31 % restante se exportó al granel. En términos de variaciones las exportaciones en contenedores presentaron un **incremento** del 8,46 % respecto a 2022. Así mismo, las exportaciones al granel mostraron un **aumento** del 5,21 % en comparación a 2022.

7. Ranking de marcas



De los 35,01 millones de cajas exportadas de banano durante enero del 2023, **Dole** es la principal marca exportada abarcando el 11,97 % de participación, en segundo lugar, se encuentra **Global Village** con el 6,29 % de participación del total exportado. **Bonita** ocupa el tercer lugar de las marcas más exportadas con una participación del 5,06 %, en cuarto lugar, se encuentra **Chiquita** que abarca el 4,69 % del total de las marcas exportadas, en quinto lugar, se ubica **Favorita**, con una participación del 3,49 %, en sexto lugar se encuentra la marca **Primadonna** con el 2,55 % de participación, en el séptimo puesto se ubica la marca **Excelban** con una participación del 2,30 % del total de las cajas exportadas, en el octavo lugar se encuentra **Goodfarmer 208** con una tasa del 2,15 %, en noveno lugar se ubica la marca **Pretty Liza** con una tasa participación del 1,97 % en el puesto 10 se posiciona la marca **Derby** abarcando el 1,97 % del total de las exportaciones.

En total las 10 principales marcas del Ecuador enviaron 14,86 millones de cajas al globo terráqueo, colocando así el 42,43 % de la oferta nacional de banano en el extranjero. En la siguiente tabla se desglosa el top 20 de las marcas de banano del Ecuador.



| RANKING | MARCAS | 2022 | 2023 | PARTICIPACIÓN 2022 | PARTICIPACIÓN 2023 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN PORCENTUAL |
|---------|------------------------|--------------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| 1 | Dole | 3,66 | 4,19 | 11,28% | 11,97% | 0,53 | 14,55% |
| 2 | Global Village | 0,74 | 2,20 | 2,28% | 6,29% | 1,46 | 198,12% |
| 3 | Bonita | 1,21 | 1,77 | 3,72% | 5,06% | 0,56 | 46,73% |
| 4 | Chiquita | 1,42 | 1,64 | 4,37% | 4,69% | 0,22 | 15,85% |
| 5 | Favorita | 1,41 | 1,22 | 4,36% | 3,49% | -0,19 | -13,65% |
| 6 | Primadonna | 0,93 | 0,89 | 2,86% | 2,55% | -0,04 | -3,84% |
| 7 | Excelban | 0,92 | 0,80 | 2,82% | 2,30% | -0,11 | -12,22% |
| 8 | Goodfarmer 208 | 0,71 | 0,75 | 2,18% | 2,15% | 0,05 | 6,85% |
| 9 | Pretty Liza | 0,63 | 0,69 | 1,94% | 1,97% | 0,06 | 10,01% |
| 10 | Derby | 0,52 | 0,69 | 1,59% | 1,97% | 0,17 | 33,39% |
| 11 | Delmonte | 0,55 | 0,67 | 1,71% | 1,92% | 0,12 | 20,91% |
| 12 | Yellow | 0,48 | 0,63 | 1,47% | 1,79% | 0,15 | 31,83% |
| 13 | Fyffes | 1,14 | 0,59 | 3,51% | 1,68% | -0,55 | -48,29% |
| 14 | Fazenda/San Sebastiano | 0,40 | 0,59 | 1,25% | 1,67% | 0,18 | 44,88% |
| 15 | Frutadeli | 0,57 | 0,55 | 1,77% | 1,57% | -0,02 | -4,03% |
| 16 | Extraban | 0,74 | 0,48 | 2,29% | 1,38% | -0,26 | -34,98% |
| 17 | Sabrostar | 0,41 | 0,48 | 1,25% | 1,36% | 0,07 | 17,45% |
| 18 | Baigato | 0,70 | 0,44 | 2,16% | 1,27% | -0,26 | -36,63% |
| 19 | Velarosa | 0,53 | 0,44 | 1,63% | 1,27% | -0,08 | -15,93% |
| 20 | Freskita | 0,28 | 0,43 | 0,88% | 1,23% | 0,15 | 51,20% |
| | Otros | 14,48 | 14,85 | 44,66% | 42,42% | 0,37 | 2,55% |
| | Total | 32,42 | 35,01 | 100% | 100% | 2,59 | 7,98% |

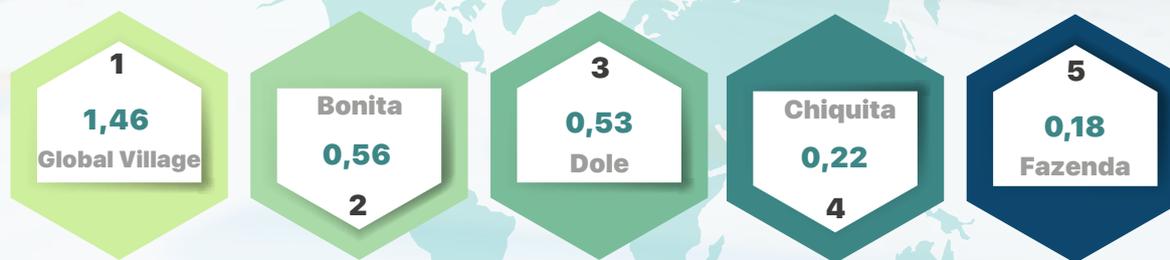
Título: Cajas (millones) de 18.14 kg. Y participación en enero 2022 y 2023 por marca.

Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

A nivel de marcas, las mayores reducciones se evidencian en FYFFES y Baigato. La marca **FYFFES redujo** su exportación de banano en 48,29 %, pasando de exportar 1,14 millones de cajas en 2022, a 0,59 millones de cajas en 2023, esto es, 0,55 millones de cajas no exportadas de banano. Así mismo, la marca **Baigato disminuyó** su nivel de exportación en 36,63 %, pasando de exportar 0,70 millones de cajas en 2022, a 0,44 millones de cajas en 2023, esto es, 0,26 millones de cajas no exportadas de banano.

Por otro lado, la marca **Global Village** reporta un **incremento** en su nivel de exportación de banano ecuatoriano. En 2023, 1,46 millones de cajas adicionales fueron exportadas. De la misma forma, la marca **Freskita** reporta un **aumento** en el nivel de exportación de cajas, en 2023 0,15 millones de cajas adicionales fueron exportadas.



MILLONES DE CAJAS DE 18,14Kg.

Título: Top 5 de marcas con mayores crecimientos en volumen de cajas respecto a 2022

Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

En el gráfico que antecede se presentan el top 5 de marcas de banano con mayor crecimiento en volumen de cajas respecto a 2022. En primer lugar, se ubica **Global Village** con un envío de 1,46 millones de cajas adicionales respecto a 2022, seguido por **Bonita** con un envío adicional de 0,56 millones de cajas, en tercer puesto se ubica **Dole** con un incremento de 0,53 millones de cajas respecto a 2022, en cuarto lugar, se encuentra **Chiquita** con un aumento de 0,22 millones de cajas en comparación de 2022. Finalmente, en el quinto lugar se sitúa **Fazenda** con 0,18 millones de cajas adicionales respecto a 2022. En conjunto, el top 5 de marcas acumula 2,97 millones de cajas adicionales respecto a 2022.

8. Ranking de navieras



De los 35,01 millones de cajas exportadas de banano durante enero del 2023, se pudo observar que la mayoría de las cajas fueron exportadas por medio de **MSC** es abarcando el 27,24 % de participación, en segundo lugar, se encuentra la naviera **Maersk** con el 21,37 % de participación del total exportado. **Unireefer** ocupa el tercer lugar cuenta con una participación del 16,30 %, en cuarto lugar, se encuentra **CMA CGM** que abarca el 10,10 % del total de las cajas exportadas, en quinto lugar, se ubica **Hapag Lloyd**, con una participación del 7,07 %, en sexto lugar se encuentra la naviera **Pormar** con el 5,63 % de participación, en el puesto siete se ubica la **agencia Lasa** con una participación del 3,45 % del total de las cajas exportadas, en el octavo lugar se encuentra **Marglobal** con una tasa del 2,70 %, en noveno lugar se ubica la agencia **Hamburg Sud** con una tasa participación del 1,68 % y en el puesto 10 se posiciona la naviera **Sealand** abarcando el 1,53 % del total de las exportaciones.

En total las 10 principales navieras del Ecuador enviaron 33,99 millones de cajas al globo terráqueo, colocando así el 97,07 % de la oferta nacional de banano en el extranjero. En la siguiente tabla se desglosa el top 20 de las agencias navieras:

| RANKING | NAVIERAS | 2022 | 2023 | PARTICIPACIÓN 2022 | PARTICIPACIÓN 2023 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN PORCENTUAL |
|---------|-------------------------|--------------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| 1 | MSC | 8,74 | 9,54 | 26,95% | 27,24% | 0,80 | 9,15% |
| 2 | Maersk | 8,18 | 7,48 | 25,22% | 21,37% | -0,70 | -8,52% |
| 3 | Unireefer | 0,00 | 5,71 | 0,00% | 16,30% | 5,71 | - |
| 4 | CMA CGM | 2,75 | 3,54 | 8,49% | 10,10% | 0,79 | 28,57% |
| 5 | Hapag Lloyd | 2,31 | 2,47 | 7,12% | 7,07% | 0,17 | 7,18% |
| 6 | Pormar | 2,19 | 1,97 | 6,76% | 5,63% | -0,22 | -10,06% |
| 7 | LASA | 0,93 | 1,21 | 2,86% | 3,45% | 0,28 | 30,29% |
| 8 | Marglobal | 0,68 | 0,95 | 2,10% | 2,70% | 0,27 | 38,99% |
| 9 | Hamburg Sud | 0,54 | 0,59 | 1,67% | 1,68% | 0,05 | 8,74% |
| 10 | Sealand | 0,24 | 0,54 | 0,73% | 1,53% | 0,30 | 126,28% |
| 11 | Citikold | 0,28 | 0,31 | 0,87% | 0,89% | 0,03 | 10,92% |
| 12 | One | 0,16 | 0,28 | 0,50% | 0,79% | 0,12 | 71,49% |
| 13 | Cosco Shipping | 0,26 | 0,22 | 0,79% | 0,62% | -0,04 | -15,55% |
| 14 | Evergreen | 0,07 | 0,14 | 0,20% | 0,41% | 0,08 | 116,83% |
| 15 | Pil | 0,04 | 0,05 | 0,13% | 0,15% | 0,01 | 32,96% |
| 16 | Hyundai Merchant Marine | 0,01 | 0,02 | 0,02% | 0,05% | 0,01 | 213,77% |
| 17 | Wan Hai | 0,00 | 0,00 | 0,01% | 0,01% | 0,00 | -5,51% |
| | Otras | 4,38 | 0,00 | 13,50% | 0,00% | -4,38 | -100,00% |
| | Total | 32,42 | 35,01 | 100% | 100% | 2,59 | 7,98% |

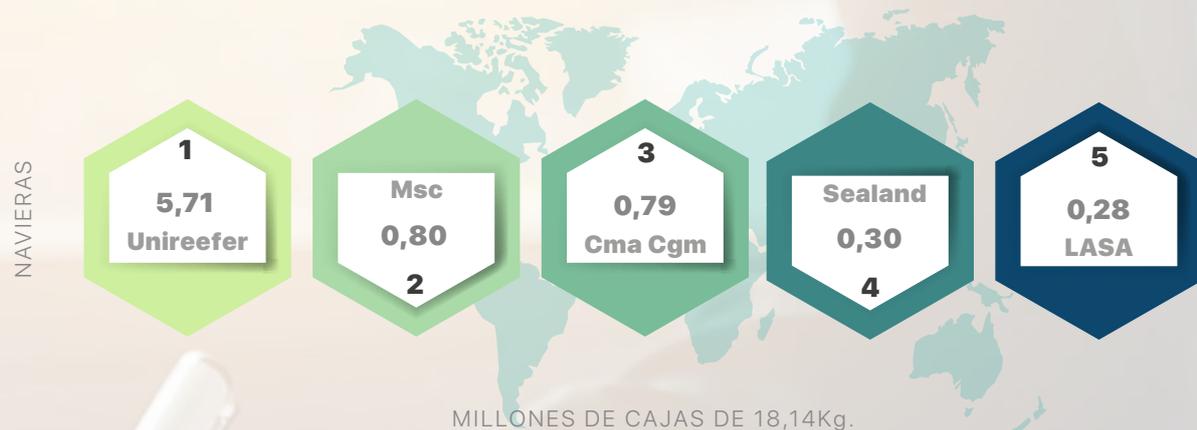
Título: Cajas (millones) de 18.14 kg. Y participación en enero 2022 y 2023 por navieras.

Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

A nivel de agencias navieras, las mayores reducciones se evidencian en Cosco Shipping y PORMAR. **Cosco Shipping redujo** su exportación de banano en 15,55 %, pasando de exportar 0,26 millones de cajas en 2022, a 0,22 millones de cajas en 2023, esto es 0,04 millones de cajas no enviadas de banano. Así mismo, la naviera **PORMAR disminuyó** su nivel de exportación en 10,06 %, pasando de exportar 2,19 millones de cajas en 2022, a 1,97 millones de cajas en 2023, esto es 0,22 millones de cajas no enviadas de banano.

Por otro lado, la naviera **Hyundai Merchant** reportó **un incremento** en su nivel de envíos de banano ecuatoriano. En 2023, 0,01 millones de cajas adicionales fueron exportadas. De la misma forma, la naviera **Sealand** reportó un **aumento** de envíos, en 2023, 0,30 millones de cajas adicionales fueron enviadas.



Título: Top 5 de navieras con mayores crecimientos en volumen de cajas respecto a 2022.

Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

En el gráfico que antecede se presentan el top 5 de empresas navieras con mayor crecimiento en volumen de cajas respecto a 2022. En primer lugar, se ubica **Unireefer** con un envío de 5,71 millones de cajas adicionales respecto a 2022, seguido por **MSC** con un envío adicional de 0,80 millones de cajas, en tercer puesto se ubica **CMA CGM** con un incremento de 0,79 millones de cajas respecto a 2022, en cuarto lugar, se encuentra **Sealand** con un aumento de 0,30 millones de cajas en comparación de 2022. Finalmente, en el quinto lugar se sitúa **LASA** con 0,28 millones de cajas adicionales respecto a 2022. En conjunto, las 5 empresas enviaron 7,87 millones de cajas adicionales respecto a 2022.

9. Ranking de puertos destinos



| RANKING | CIUDAD | 2022 | 2023 | PARTICIPACIÓN 2022 | PARTICIPACIÓN 2023 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN PORCENTUAL |
|---------|---------------|------|------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| 1 | St Petersburg | 6,51 | 8,28 | 20,08% | 23,64% | 1,76 | 27,11% |
| 2 | San Diego | 1,83 | 1,86 | 5,64% | 5,30% | 0,03 | 1,47% |
| 3 | Rotterdam | 0,57 | 1,41 | 1,75% | 4,02% | 0,84 | 148,05% |
| 4 | Mersin | 1,61 | 1,18 | 4,96% | 3,37% | -0,43 | -26,63% |
| 5 | Amberes | 0,79 | 1,13 | 2,42% | 3,22% | 0,34 | 43,79% |
| 6 | Vlissingen | 0,89 | 1,02 | 2,73% | 2,91% | 0,13 | 15,24% |
| 7 | Koper | 0,82 | 0,93 | 2,53% | 2,64% | 0,11 | 12,87% |
| 8 | Hamburgo | 0,54 | 0,87 | 1,65% | 2,49% | 0,34 | 63,12% |
| 9 | Umm Qasar | 0,69 | 0,81 | 2,13% | 2,33% | 0,12 | 18,06% |
| 10 | Hueneme | 0,49 | 0,74 | 1,52% | 2,11% | 0,25 | 50,38% |
| 11 | Buenos Aires | 0,99 | 0,73 | 3,06% | 2,09% | -0,26 | -26,33% |

| | | | | | | | |
|----|---------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| 12 | Jeddah | 0,64 | 0,73 | 1,96% | 2,08% | 0,09 | 14,25% |
| 13 | Thessaloniki | 0,44 | 0,71 | 1,36% | 2,02% | 0,27 | 60,14% |
| 14 | Jebel Ali | 0,70 | 0,62 | 2,17% | 1,77% | -0,08 | -11,70% |
| 15 | San Antonio | 0,81 | 0,61 | 2,49% | 1,75% | -0,19 | -23,95% |
| 16 | Bremerhaven | 0,44 | 0,60 | 1,36% | 1,72% | 0,16 | 36,80% |
| 17 | Civitavecchia | 0,79 | 0,59 | 2,45% | 1,69% | -0,20 | -25,52% |
| 18 | Ghazaouet | 0,50 | 0,59 | 1,55% | 1,68% | 0,08 | 16,95% |
| 19 | Ambarli | 0,03 | 0,52 | 0,10% | 1,48% | 0,49 | 1519,55% |
| 20 | Helsingborg | 0,43 | 0,46 | 1,31% | 1,33% | 0,04 | 9,09% |
| | Otros | 11,92 | 10,63 | 36,78% | 30,35% | -1,30 | -10,89% |
| | Total | 32,42 | 35,01 | 100% | 100% | 2,59 | 7,98% |

Título: Cajas (millones) de 18.14 kg. Y participación en enero 2022 y 2023 por puerto destino.

Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

La tabla que antecede muestra el listado de los 20 puertos principales para las exportaciones de banano en cajas de 18,14 kg en enero del 2022 y 2023, así como la participación anual correspondiente y el nivel de variación absoluta (cajas) y porcentual (crecimiento).

Las exportaciones de fruta hasta enero de 2023 tuvieron como principal destino el puerto de St. Petersburg, Rusia con una tasa de participación del 23,64 % se coloca como destino líder. El puerto de San Diego, EEUU se ubicó en segundo lugar en el envío de cajas (acumulado) con una participación del 5,30 %. El puerto de Rotterdam, Países Bajos fue el tercer puerto destino con una participación de 4,02 %.

Respecto a 2022, las exportaciones acumuladas de cajas de 18,14kg en St Petersburg presentan una variación de 27,11 %, esto implica que Ecuador envió a este destino alrededor de 1,76 millones de cajas **adicionales**. Con respecto a San Diego, **incrementó** la recepción en 0,03 millones de cajas y Rotterdam **augmentó** la recepción en 0,84 millones de cajas.

10. Mercados de exportación de banano

UNIÓN EUROPEA

| PAÍS | 2022 | 2023 | PARTICIPACIÓN 2022 | PARTICIPACIÓN 2023 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN PORCENTUAL |
|--------------|------|------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| Países Bajos | 1,45 | 2,43 | 17,72% | 23,00% | 0,98 | 67,13% |
| Italia | 1,51 | 1,56 | 18,47% | 14,81% | 0,05 | 3,26% |
| Alemania | 0,97 | 1,47 | 11,89% | 13,96% | 0,50 | 51,25% |
| Bélgica | 0,79 | 1,13 | 9,58% | 10,69% | 0,34 | 43,79% |
| Grecia | 0,79 | 1,10 | 9,61% | 10,39% | 0,31 | 39,11% |
| Eslovenia | 0,82 | 0,93 | 10,00% | 8,77% | 0,11 | 12,87% |
| Suecia | 0,43 | 0,47 | 5,21% | 4,48% | 0,05 | 10,61% |
| Croacia | 0,47 | 0,41 | 5,70% | 3,86% | -0,06 | -12,90% |
| Polonia | 0,31 | 0,21 | 3,81% | 2,00% | -0,10 | -32,30% |
| Lituania | 0,17 | 0,20 | 2,02% | 1,90% | 0,03 | 21,06% |
| Bulgaria | 0,14 | 0,14 | 1,68% | 1,29% | -0,00 | -0,88% |
| Rumanía | - | 0,14 | 0,00% | 1,28% | 0,14 | - |



| | | | | | | |
|--------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| España | 0,24 | 0,11 | 2,94% | 1,01% | -0,13 | -55,92% |
| Finlandia | 0,04 | 0,10 | 0,55% | 0,92% | 0,05 | 115,04% |
| Irlanda | - | 0,05 | 0,00% | 0,47% | 0,05 | - |
| Portugal | 0,01 | 0,05 | 0,11% | 0,45% | 0,04 | 425,57% |
| Malta | 0,04 | 0,03 | 0,53% | 0,28% | -0,01 | -33,34% |
| Francia | 0,01 | 0,03 | 0,11% | 0,25% | 0,02 | 202,45% |
| Letonia | - | 0,01 | 0,00% | 0,14% | 0,01 | - |
| Chipre | 0,01 | 0,01 | 0,07% | 0,06% | 0,00 | 19,58% |
| Total | 8,20 | 10,56 | 100% | 100% | 2,36 | 28,76% |

Título: Cajas (millones) de 18.14 kg. Y participación en enero 2022 y 2023 por país (Unión Europea).

Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

A nivel de país, el principal destino de exportación de Ecuador hacia la Unión Europea es **Países Bajos** con una participación del 23,00 % de las exportaciones acumuladas totales en 2023, esto es un **crecimiento** del 67,13 % en comparación con el mismo periodo en 2022. El segundo país con mayor participación es **Italia** con una tasa del 14,81 % del total de exportaciones con una tasa de **crecimiento** del 3,26 % respecto al 2022, seguido de **Alemania** con una participación del 13,96 % esto es un **crecimiento** del 51,25 % en comparación con el mismo periodo en 2022.

MEDIO ORIENTE

| PAÍS | 2022 | 2023 | PARTICIPACIÓN 2022 | PARTICIPACIÓN 2023 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN PORCENTUAL |
|------------------------|-------------|-------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| Turquía | 1,66 | 1,75 | 35,88% | 38,15% | 0,09 | 5,23% |
| Arabia Saudí | 1,23 | 0,94 | 26,65% | 20,50% | -0,29 | -23,87% |
| Irak | 0,69 | 0,81 | 14,92% | 17,80% | 0,12 | 18,06% |
| Emiratos Árabes Unidos | 0,71 | 0,71 | 15,29% | 15,48% | 0,00 | 0,22% |
| Kuwait | 0,15 | 0,15 | 3,22% | 3,29% | 0,00 | 1,33% |
| Omán | 0,04 | 0,08 | 0,82% | 1,66% | 0,04 | 100,32% |
| Catar | 0,08 | 0,07 | 1,74% | 1,60% | -0,01 | -8,67% |
| Jordania | 0,06 | 0,07 | 1,29% | 1,44% | 0,01 | 10,55% |
| Baréin | 0,01 | 0,00 | 0,19% | 0,07% | -0,01 | -64,58% |
| Total | 4,62 | 4,58 | 100% | 100% | -0,05 | -1,03% |

Título: Cajas (millones) de 18.14 kg. Y participación en enero 2022 y 2023 por país (Medio Oriente).

Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

El país en esta región que más fruta adquirió en enero del 2023 fue Turquía con una participación de 38,15 %, seguido de destinos como Arabia Saudí (20,50 %) e Irak (17,80 %), países que se ubican en segundo y tercer lugar respectivamente.

En general, durante este periodo se puede apreciar un proceso de expansión en las exportaciones de la fruta en el mercado del Medio Oriente, debido a las altas tasas de crecimiento anual del periodo en 6 de los 10 países que conforman la región.

ESTADOS UNIDOS

| PAÍS | 2022 | 2023 | PARTICIPACIÓN 2022 | PARTICIPACIÓN 2023 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN PORCENTUAL |
|-----------------|-------------|-------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| Costa Pacífico | 2,32 | 2,60 | 69,40% | 61,84% | 0,27 | 11,83% |
| Costa Atlántico | 1,02 | 1,60 | 30,60% | 38,16% | 0,58 | 56,55% |
| Total | 3,35 | 4,20 | 100% | 100% | 0,85 | 25,52% |

Título: Cajas (millones) de 18.14 kg. Y participación en enero 2022 y 2023 por país (EE.UU.).

Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

En Estados Unidos, la zona que más fruta importó fue Costa Pacífico con una participación del 61,84 % en el 2023, mientras que la Costa Atlántico abarcó el 38,16 % de las cajas de banano. En ambos casos, se presentaron tasas de crecimiento **positivas** respecto al 2022: Costa Atlántico (56,55 %) y Costa de Pacífico (11,83 %).

 **CONO SUR**

| PAÍS | 2022 | 2023 | PARTICIPACIÓN 2022 | PARTICIPACIÓN 2023 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN PORCENTUAL |
|--------------|-------------|-------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| Argentina | 1,13 | 1,23 | 54,30% | 60,05% | 0,11 | 9,38% |
| Chile | 0,91 | 0,77 | 43,80% | 37,60% | -0,14 | -15,09% |
| Uruguay | 0,04 | 0,05 | 1,90% | 2,35% | 0,01 | 22,48% |
| Total | 2,07 | 2,05 | 100% | 100% | -0,02 | -1,09% |

Título: Cajas (millones) de 18.14 kg. Y participación en enero 2022 y 2023 por país (Cono Sur).

Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

En enero de 2023 se exportaron 2,05 millones de cajas a Cono Sur, en relación con el mismo periodo en 2022 hay un **decremento** de 0,02 millones de cajas, es decir, una disminución del 1,09 % en las exportaciones a este destino. En este periodo, Cono Sur figura como el quinto destino de las exportaciones de banano ecuatoriano en cajas de 18,14 kg.

A nivel país, el que más fruta adquirió en enero fue Argentina con una participación de 60,05 %, seguido por Chile que abarca el 37,60 % de las exportaciones en esta región, ambos países representan el 97,65 % de las exportaciones en Cono Sur. Argentina en este periodo **creció** 9,38 % respecto a 2022, mientras que, Chile **decreció** en 15,09 %.

 **ÁFRICA**

| PAÍS | 2022 | 2023 | PARTICIPACIÓN 2022 | PARTICIPACIÓN 2023 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN PORCENTUAL |
|--------------|-------------|-------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| Argelia | 0,50 | 0,61 | 42,76% | 46,16% | 0,11 | 22,37% |
| Libia | 0,11 | 0,36 | 8,96% | 26,78% | 0,25 | 238,90% |
| Marruecos | 0,33 | 0,26 | 28,42% | 19,43% | -0,07 | -22,48% |
| Túnez | 0,19 | 0,10 | 16,61% | 7,44% | -0,10 | -49,18% |
| Egipto | 0,02 | 0,00 | 2,01% | 0,19% | -0,02 | -89,47% |
| Sudáfrica | 0,01 | - | 1,24% | 0,00% | -0,01 | -100,00% |
| Total | 1,17 | 1,33 | 100% | 100% | 0,16 | 13,37% |

Título: Cajas (millones) de 18.14 kg. Y participación en enero 2022 y 2023 por país (África).

Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

África en el periodo del presente reporte adquirió un total de 1,33 millones de cajas, esto un 13,37 % más a la carga adquirida en el mismo periodo en 2022 es decir, que se exportaron alrededor de 0,16 millones de cajas adicionales.

A nivel país, Argelia figura como el principal destino de exportación dentro de la región con una participación del 46,16 % en 2023 y con una tasa de **crecimiento** del 22,37 % respecto a 2022. En segundo lugar, se ubica Libia abarcando el 26,78 % de las exportaciones hacia África, seguido por Marruecos con una participación del 19,43 %. Este último país, presentó un **decremento** en sus exportaciones del 22,48 % respecto al 2022.



ASIA

| PAÍS | 2022 | 2023 | PARTICIPACIÓN 2022 | PARTICIPACIÓN 2023 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN PORCENTUAL |
|---------------|-------------|-------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| China | 0,88 | 0,98 | 60,98% | 68,99% | 0,10 | 11,56% |
| Japón | 0,48 | 0,40 | 33,41% | 28,15% | -0,08 | -16,91% |
| Corea del Sur | 0,08 | 0,04 | 5,37% | 2,70% | -0,04 | -50,54% |
| Singapur | 0,00 | 0,00 | 0,24% | 0,16% | -0,00 | -35,15% |
| Total | 1,45 | 1,43 | 100% | 100% | -0,02 | -1,40% |

Título: Cajas (millones) de 18.14 kg. Y participación en enero 2022 y 2023 por país (Asia).

Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

El mercado asiático en el periodo del presente reporte adquirió un total de 1,43 millones de cajas, esto un 1,40 % menos a la carga adquirida en el mismo periodo en 2022 es decir, que se dejaron de exportar alrededor de 0,02 millones de cajas.

A nivel país, China figura como el principal destino de exportación dentro de la región con una participación del 68,99 % en 2023 y con una tasa de crecimiento del 11,56 %. En segundo lugar, se ubica Japón abarcando el 28,15 % de las exportaciones a la región asiática, seguido por Corea del Sur con una participación del 2,70 %. Este último país, presentó un **decremento** en sus exportaciones del 50,54 % respecto al 2022.

EUROPA ESTE

| PAÍS | 2022 | 2023 | PARTICIPACIÓN 2022 | PARTICIPACIÓN 2023 | VARIACIÓN ABSOLUTA | VARIACIÓN PORCENTUAL |
|--------------|-------------|-------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| Uzbekistán | 0,48 | 0,41 | 23,40% | 26,17% | -0,07 | -14,25% |
| Georgia | 0,45 | 0,41 | 22,13% | 26,02% | -0,04 | -9,84% |
| Kazajistán | 0,18 | 0,32 | 8,96% | 20,32% | 0,14 | 73,97% |
| Azerbaiyán | 0,08 | 0,11 | 3,90% | 7,18% | 0,03 | 41,37% |
| Tayikistán | 0,09 | 0,09 | 4,61% | 6,07% | 0,00 | 0,98% |
| Kirguistán | 0,12 | 0,09 | 5,92% | 5,57% | -0,03 | -27,81% |
| Montenegro | 0,09 | 0,08 | 4,21% | 4,97% | -0,01 | -9,36% |
| Armenia | 0,02 | 0,03 | 0,98% | 2,15% | 0,01 | 68,74% |
| Albania | 0,21 | 0,02 | 10,54% | 1,54% | -0,19 | -88,80% |
| Bielorrusia | 0,02 | - | 1,10% | 0,00% | -0,02 | -100,00% |
| Ucrania | 0,29 | - | 14,26% | 0,00% | -0,29 | -100,00% |
| Total | 2,04 | 1,56 | 100% | 100% | -0,48 | -23,32% |

Título: Cajas (millones) de 18.14 kg. Y participación en enero 2022 y 2023 por país (Europa Este).

Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB), DATACOMEX

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

En el mercado del este europeo, los países con mayor participación en 2023 son: Uzbekistán con 0,41 millones de cajas (26,17 %, participación), Georgia con 0,41 millones de cajas (26,02 %) y Kazajistán con 0,32 millones de cajas (20,32 %). Por su lado, Ucrania y Bielorrusia son los países con mayores decrecimientos, la exportación de cajas a estos destinos ha **caído** en 100% durante enero.

11. Producción enfunde

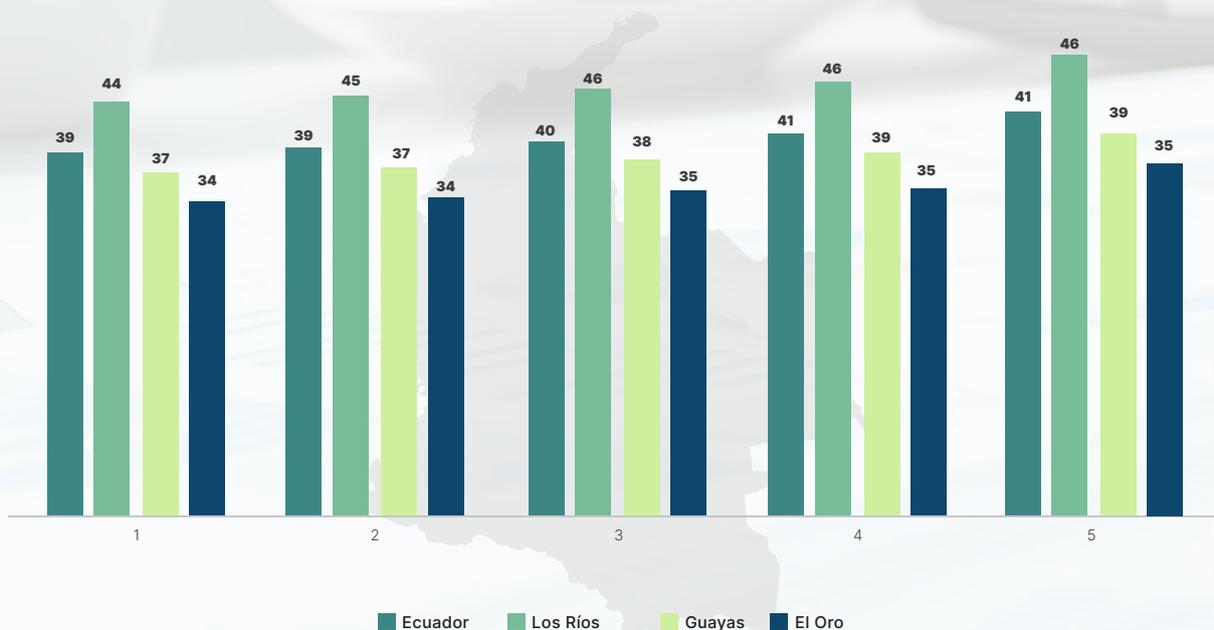


La producción de banano durante las semanas de enero 2023, desde la semana 1 a la semana 5, en su totalidad mantiene niveles inferiores obtenidos en las mismas semanas de 2022. A nivel nacional se observó un promedio semanal de 39,92 enfundes.

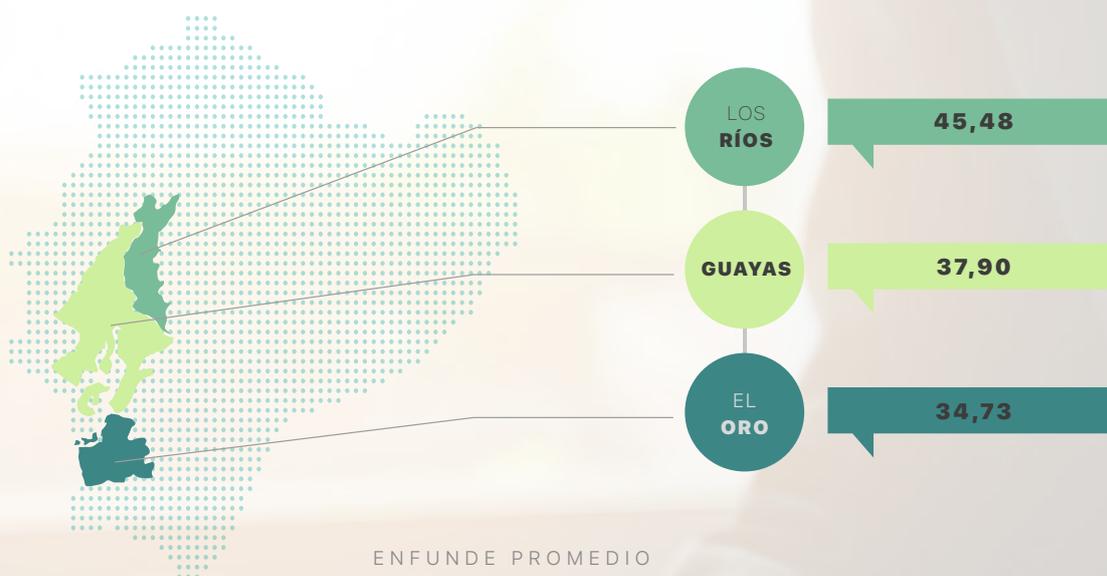


Título: Producción, enfundes por semana enero (1-5) 2023.
Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)
Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

El promedio de enfundes en enero del 2023, que corresponde a las semanas 1 a 5, en la provincia de Los Ríos fue de 45,48. Mientras, en la provincia de Guayas fue de 37,90 enfundes a la semana. Finalmente, el promedio semanal de producción en El Oro fue 34,73 enfundes.



Título: Producción, enfundes por provincia por semana enero (1-5) 2023
Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)
Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)



ENFUNDE PROMEDIO

Título: Enfunde promedio por provincia mes de enero.

Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

12. Resumen del Banana Weekly Market Sense

El **Banana Weekly Market Sense (BWMS)**, es un reporte semanal que sirve como complemento cualitativo a las estadísticas de las diferentes coyunturas que puedan ocurrir en el mes.

El BWMS al ser un insumo de información cualitativa utiliza tanto fuentes de información secundarias como primarias, siendo esta última la fuente principal de información y es obtenida de un grupo de expertos de la cadena de valor del banano, ya que ellos facilitan sus perspectivas semanales sobre la coyuntura actual, consultada a nivel de ventas en dólares y volumen. El reporte se construyó en función de los datos semanales que comprenden el mes de enero del 2023.

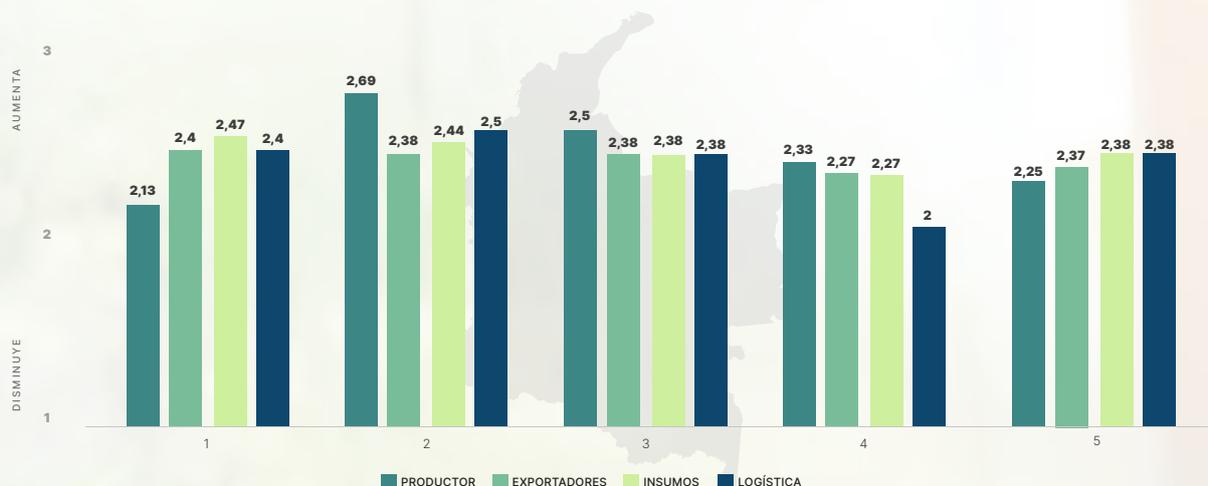
En esta sección del resumen del BWMS se estructura de la siguiente manera, en la primera parte se presenta la evolución del nivel de ventas en dólares y volumen de los agentes de la cadena de valor, luego se muestra el comportamiento del barómetro durante las semanas 1 hasta la 5 que conforman el mes de enero. La última sección comprende el resumen del análisis de sentimientos de los agentes de la cadena de valor de banano.

12.1 Ventas en dólares y volumen

Esta sección busca estudiar la dinámica intersectorial de los agentes de la cadena de valor. Para ello, se ha desarrollado un esquema de ranking a nivel de ventas tanto en dólares como en volumen. El set de expertos consultados brinda sus expectativas en su capacidad para generar ventas considerando la ocurrencia de externalidades. Dichos factores se evalúan en una escala cualitativa del 1 a 3 de la siguiente manera: disminuye (1), se mantiene (2), aumenta (3).

a. Dólares

El siguiente gráfico muestra el promedio de nivel de ventas en dólares en enero del 2023, el sector insumos es el que tuvo un alto nivel de ventas cuyo puntaje promedio fue de 2,39. Mientras, que el sector productor quedó en segundo lugar con un puntaje promedio de 2,38, en tercer lugar, se ubican el sector exportador con un puntaje promedio de 2,35 y en último lugar se ubica el sector logístico con un puntaje promedio de 2,33.



Título: Evolución del nivel de ventas en dólares de los sectores de la cadena de valor de banano por semana enero (1-5) 2023
Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)
Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

b. Volumen

El siguiente gráfico muestra el promedio de nivel de ventas en volumen en enero del 2023, el sector insumos es el que tuvo un alto nivel de ventas cuyo puntaje promedio fue de 2,37. Mientras, que el sector logístico quedó en segundo lugar con un puntaje promedio de 2,34, en tercer lugar, se ubican el sector productor con un puntaje promedio de 2,27 y en último lugar se ubica el sector exportador con un puntaje promedio de 2,23.



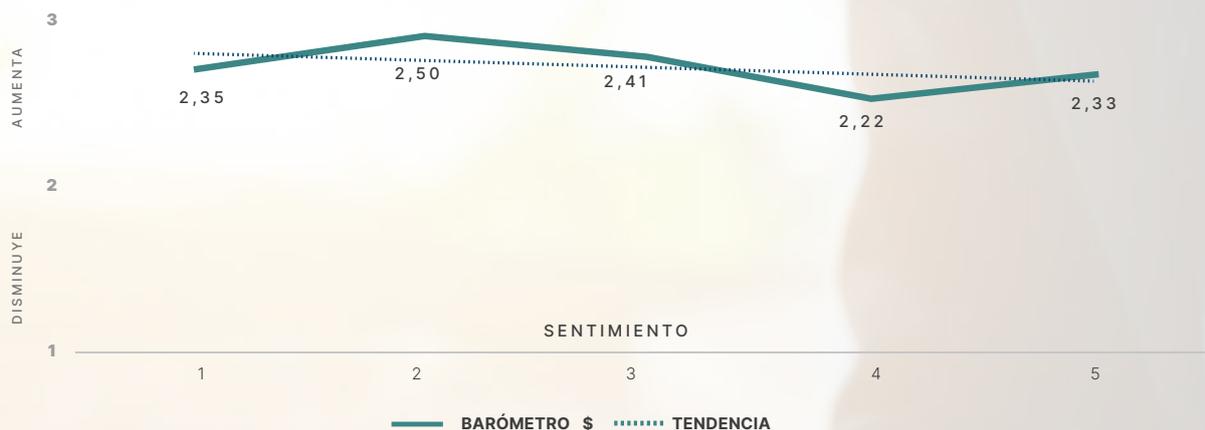
Título: Evolución del nivel de ventas en volumen de los sectores de la cadena de valor de banano por semana enero (1-5) 2023.
Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)
Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

12.2 Barómetro de ventas en dólares y volumen

El consenso global para toda la cadena de valor de banano se construye con el promedio de todas las observaciones de los expertos en todos los sectores, a este promedio se le denominará barómetro.

a. Dólares

Durante las semanas que conforman el mes de enero del 2023, el barómetro de las ventas en dólares presentó una tendencia decreciente en el consenso global de los expertos de la cadena de valor pasando de 2,35 en la semana 1 hasta 2,33 reportado en la semana 5. Indicando que las ventas en dólares decrecieron en el sector.



Título: Evolución del barómetro por semana enero (1-5) 2023.

Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

b. Volumen

Durante las semanas que conforman el mes de enero del 2023, el barómetro de las ventas en volumen presentó una tendencia decreciente en el consenso global de los expertos de la cadena de valor pasando de 2,32 en la semana 1 hasta 2,36 reportado en la semana 5. Indicando que las ventas en volumen decrecieron en el sector.



Título: Evolución del barómetro por semana enero (1-5)

Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

12.3 El consenso de las ventas en dólares y la percepción del precio FOB

En el siguiente gráfico se muestra la comparativa entre la percepción de las ventas en dólares por parte de los agentes de la cadena de valor de banano en Ecuador, medida por el barómetro y el precio FOB promedio recopilado a través de las percepciones de los productores y exportadores de banano del Ecuador.

El gráfico muestra que, a partir de la semana 2 hasta la semana 5 se pudo observar una relación inversa entre las ventas en dólares y el precio FOB.

A pesar de que el precio FOB durante las primeras 4 semanas de enero ha ido en aumento, la percepción de las ventas en dólares de los agentes de la cadena de valor ha ido disminuyendo. Esto puede deberse a varios motivos. En el plano internacional, empezó la temporada de demanda alta de la fruta, el precio spot del banano es alto lo cual dificulta su colocación en varios mercados. El conflicto Rusia y Ucrania, pese a que ya no tiene un mayor impacto en el sector bananero, aun así, el mismo se ve afectado, producto del alto tráfico en dicha región limitando el incremento de sus ventas. Otro factor obedece a los atrasos en las cuentas por cobrar producto de las festividades en fin de año, lo cual, afecta al flujo de efectivo del sector exportador.

En el plano nacional, se observa que el sector exportador enfrenta la falta de formalizaciones en los contratos, durante la temporada de demanda alta, lo cual repercute en la pérdida de ventas potenciales del sector. Por otro lado, existe fuga de fruta que es provocada por los productores. Esto se debe a la sobredemanda internacional, lo cual implica a que la fruta se encarezca y los productores deciden venderla al precio más conveniente. La suma de estos factores genera, la reducción de ventas por parte del sector exportador lo que ocasiona que los demás sectores de la cadena de valor de banano se vean afectados. En consecuencia, el barómetro de la venta en dólares se vea afectado negativamente.



Título: Comparativo semanal entre precio FOB y el barómetro en ventas en dólares
Fuente: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)
Elaborado por: Observatorio Estadístico de Banano (OEB)

13. Noticias Relevantes

| | TITULAR | NOTICIA |
|---|--|---|
| 2 | El camarón supera al banano y ya es el segundo producto de exportación de Ecuador detrás del petróleo | <p>El camarón se consolidó este 2022 como el producto de exportación no petrolera que más ingresos generó a Ecuador. La producción, volumen exportado y valor de exportación de este crustáceo, continúan incrementando, según los datos oficiales de los últimos cinco años.</p> <p>Por ejemplo, en el 2018 las exportaciones anuales del camarón superaron los USD 3.100 millones. Para 2022, esa cifra se duplicó.</p> <p>Fuente: Infobae</p> |
| 5 | La Alianza del Pacífico deja de ser el principal objetivo de Ecuador | <p>Para ingresar como miembro pleno a la Alianza del Pacífico, Ecuador necesita un tratado con México, meta que se ha complicado por la falta de consenso sobre el ingreso de camarón y banano. Después de que las negociaciones del acuerdo comercial entre Ecuador y México llegaran a un punto de espera o pausa, el Gobierno del presidente Guillermo Lasso analiza alternativas a la Alianza del Pacífico.</p> <p>Fuente: Primicias</p> |



8

Firma de contratos bananeros: La ley del banano está demostrando que no tiene vigencia en este momento

El ministro Bernardo Manzano asegura que es necesaria una reforma a la Ley del Banano para incorporar más modalidades para la exportación de la fruta.

¿Cómo está actualmente el proceso de firma de contratos? Nosotros no vamos a dejar ninguna fruta aquí en el Ecuador, olvídese, nosotros vamos a pelear, a luchar para que suceda (las firmas de contratos), así como hicimos de facilitadores para el precio oficial, que por primera vez en la vida se pusieron de acuerdo, simplemente les prestamos las instalaciones, estuvimos ahí de mediadores para corregir todo y sacar un documento para que ellos puedan revisar y poder firmar, básicamente esa fue nuestra labor. En este momento es lo mismo, sentar a las partes para que conversen y poder llegar a un entendimiento para que puedan trabajar en conjunto y que ese valor no se quede, no lo vamos a permitir y vamos a agotar todas las instancias para lograr ese objetivo.

Fuente: El Universo

11

El banano ecuatoriano, a la reconquista de la cuota de mercado en Europa y EE. UU.

El volumen de exportación ecuatoriano finalizará el año 2022 con una contracción de alrededor del 5,53% en términos de volumen. En comparación con las cifras de 2021, las pérdidas en el último año rondan los 20,78 millones de cajas, lo que implica una reducción de 251 millones de dólares en ingresos y un 7,44% menos con respecto a 2021.

Fuente: Fresh Plaza

21

De 32 emprendedoras de El Oro nació el Banana Hat que se ha exportado a Chile, Estados Unidos y Europa

Estos sombreros, según Lorgia Cuenca, administradora de la Asociación de Mujeres Agroartesanales (AMA), nacieron de la necesidad de crear un souvenir que identifique a la provincia y se ha convertido en el producto estrella de la agrupación, integrada por 32 mujeres de diferentes cantones de El Oro, que además de sombreros confeccionan otros productos como los mini Banana Hat, que pueden ser utilizados como llaveros o imanes; minitapices y tapices a gran escala de pared, entre otras artesanías.

“El sombrero nació por la necesidad de que nos identifiquen, si ya hay un Panama Hat por qué no tener un Banana Hat”, comenta Cuenca, quien recuerda que AMA se creó en el 2008, pero la idea de buscar un artículo autóctono que identifique a su provincia ante los turistas nacionales e internacionales nació hace 25 años cuando era estudiante de Hotelería y Turismo de la Universidad Técnica de Machala.

Fuente: El Universo

E
N
E
R
O

España ve a Ecuador como un país clave al que en el 2022 le compró \$ 760 millones

Los productos agroindustriales como banano, atún, camarón, varias frutas y las flores son los que Ecuador ha vendido en el 2022 a España. Para Carmen Sánchez-Laulhe, vicepresidente de la Federación de Cámaras Binacionales (Fecabe), con sede en Quito, nuestro país vendió el año anterior a España una cifra cercana a los \$ 760 millones.

Según Sánchez-Laulhe, España vendió a Ecuador el año pasado unos \$ 472,2 millones, es decir la balanza comercial es favorable para nuestro país por unos \$ 284,7 millones. La ejecutiva española indicó que para España Ecuador es un país clave y que en promedio en los últimos cinco años la nación europea es quizás el primer mayor inversor del Viejo Continente en nuestro país.

Fuente: El Universo

22

Dependencia de fertilizantes rusos le pasa factura a Ecuador

Antes de la guerra, casi el 40% de las importaciones de fertilizantes de Ecuador provenía del mercado ruso. El precio de estos productos ha aumentado 70% en el país. Un reciente informe de tres organismos internacionales sostiene que Latinoamérica es la región más perjudicada por el alza de los precios de los fertilizantes, tras la invasión de Rusia a Ucrania. En la región, el sector agrícola de Ecuador siente los efectos de la guerra, debido a su elevada dependencia sobre los agroquímicos rusos, cuya oferta ha disminuido.

Fuente: Primicias

23

Primera tarjeta de crédito para agricultores en Ecuador

El pasado 19 de enero El banco Machala, en conjunto con Visa, lanzaron la primera tarjeta de crédito Visa Agro del Ecuador, la misma está dirigida al sector Agro-productor del país y su objetivo principal es ser una herramienta financiera para que los productores no detengan sus actividades. El evento tuvo lugar en hotel Hilton Colón de Guayaquil, donde se reunieron representante de ambas entidades, quienes fueron los encargados de explicar el propósito de esta nueva iniciativa.

La tarjeta Visa Agro es una opción de pago para capital de trabajo como insumos, equipamiento y financiamiento del sector agrícola, ofreciendo a los productores un cupo que va desde 30 mil hasta 200 mil dólares, esto depende del segmento y de la capacidad de pago de las empresas.

Fuente: El Productor

E
N
E
R
O

Si hay algo a lo que todo productor, sin importar su escala, debe tener en cuenta, es la rigurosidad en el manejo fitosanitario y el cuidado de malezas en los cultivos. No solo porque dichas patologías pueden generar retrasos en la cosecha y futura siembra, sino que ocasiona pérdidas económicas significativas.



31

Moko, la enfermedad causada por una bacteria que ataca cultivos de plátano y banano

Mónica Betancourt Vásquez, investigadora Ph. D, asociada de Agrosavia, explicó que esta es una bacteria que se extiende rápidamente y se dispersa a través de “fuentes de agua, escorrentía, suelo contaminado, animales domésticos, insectos plaga, herramientas y material de propagación”. Existe mayor probabilidad de contagio si los cultivos se encuentran en condiciones de suelos inundados y de alta densidad.

“Para detectarla se debe revisar si existe deformación y flacidez de una de las tres hojas más jóvenes o la hoja bandera en plantas adultas o líneas rojizas o necróticas hacia el centro del seudotallo, taponamiento vascular, exudado viscoso de los tejidos o deformación, coloración amarilla rojiza, maduración rápida, ahuecamiento y necrosamiento de racimos”, comentó Betancourt.

Fuente: Agronegocios

SITUACIÓN DE MERCADOS EN NOVIEMBRE

Fuente: CIRAD

Mercado Europeo

SEMANA

TITULAR

INSIGHT

1-2

La falta de oferta permite que el mercado europeo se mantenga estable.

La oferta al mercado europeo se mantiene por debajo de la media, especialmente porque los envíos de esta semana se ven afectados por la reducción de la cosecha durante el período festivo. Por lo tanto, la oferta de dólares aún parece pequeña, a pesar del inicio del aumento ecuatoriano, con envíos que se mantienen muy por debajo del promedio. Además, los valles estacionales en Colombia y Costa Rica mantienen los volúmenes por debajo del promedio. Mientras tanto, la oferta africana mantiene su reducción estacional, con niveles cercanos a la media (+2%). Finalmente, los volúmenes de las Antillas francesas son aún pequeños (14% por debajo del promedio), pero estables.

3-4

El mercado europeo sigue bajo tensión.

La oferta general sigue estando muy por debajo de la media de la temporada. A pesar del inicio del aumento ecuatoriano, los envíos siguen siendo particularmente pequeños. Además, los volúmenes de Colombia y Costa Rica están limitados por la temporada baja. Mientras tanto, la oferta africana también ha resultado ser media debido a la caída de Costa de Marfil (15% por debajo del promedio), que Ghana y Camerún no pueden compensar (13% por debajo y 2% por encima del promedio, respectivamente).

Mercado Frances

SEMANA

TITULAR

INSIGHT

1-2

El mercado del banano verde aún está ajustado.

La oferta general es particularmente pequeña esta semana debido a las cosechas más pequeñas durante el período festivo. A pesar de su incipiente aumento estacional, los volúmenes de Ecuador se han mantenido pequeños y por debajo del promedio. Colombia y Costa Rica todavía están en sus mínimos de producción, con niveles por debajo del promedio. Ante ello, la caída estacional africana continúa, con niveles medios (2% por encima de la media).

3-4

La tensión sube un escalón en el mercado francés.

La oferta general de bananas ha vuelto a ser muy escasa. Por un lado, los envíos desde el bloque dólar (Colombia, Ecuador y Costa Rica), ya por debajo del promedio, han sido particularmente moderados debido a los menores cargamentos durante las fiestas de fin de año. Además, las malas condiciones climáticas en el mar han retrasado muchos barcos esta semana.

Mercado Alemán

SEMANA

TITULAR

INSIGHT

1-2

El mercado alemán muestra los primeros signos de despertar.

Por un lado, la oferta sigue siendo muy limitada. Los envíos colombianos y costarricenses siguen siendo escasos, mientras que la oferta ecuatoriana se mantiene por debajo del promedio a pesar del inicio de su aumento estacional. Sin embargo, se han informado algunas interrupciones logísticas temporales, lo que dará lugar a mayores envíos entrantes la próxima semana.

3-4

El mercado alemán sigue muy ajustado.

Los envíos de banano dólar están nuevamente limitados por los períodos de baja producción de Colombia y Costa Rica. Además, el aumento estacional de Ecuador continúa, aunque a niveles muy por debajo del promedio. En consecuencia, el mercado de contratos sigue estando desabastecido y algunos programas se están reduciendo debido a la falta de disponibilidad.

Mercado Italiano

SEMANA

TITULAR

INSIGHT

1-2

Equilibrio mantenido en el mercado italiano.

La oferta de banano dólar sigue siendo muy limitada. Los volúmenes de Costa Rica y Colombia están por los suelos debido a los mínimos estacionales, mientras que los envíos ecuatorianos se mantienen muy por debajo del promedio a pesar del inicio de su aumento.



ESCANEA Y
CONOCE A DETALLE
TODOS NUESTROS
REPORTES

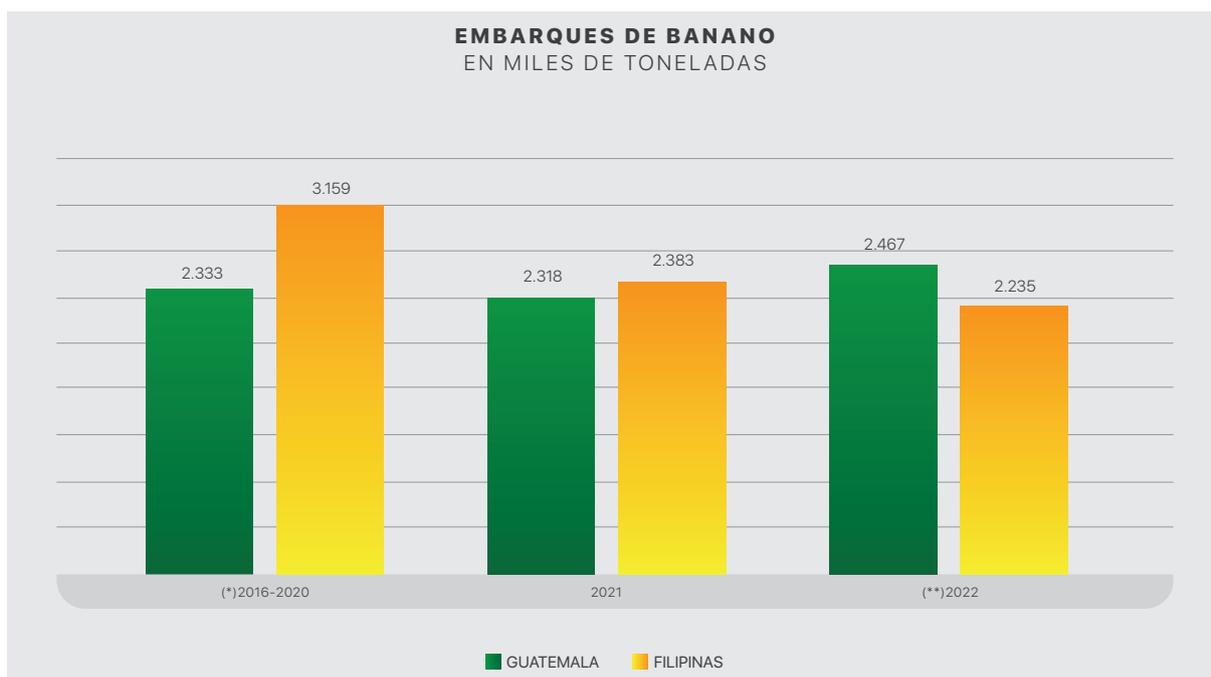




Filipinas pierde espacio en el escenario mundial de la exportación de banano.

Un informe de la FAO expresa que este país perdió en el 2022 su condición de segundo exportador mundial de banano.

El último reporte BANANA MARKET REVIEW PRELIMINARY RESULTS 2022 publicado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura, FAO, ha dejado preocupado al sector bananero de Filipinas, por cuanto las cifras de exportación presentadas allí determinan que este país dejó de ser el segundo exportador mundial de la fruta dejando este espacio a Guatemala.



Fuente: FAO
(* Promedio (** Estimación)

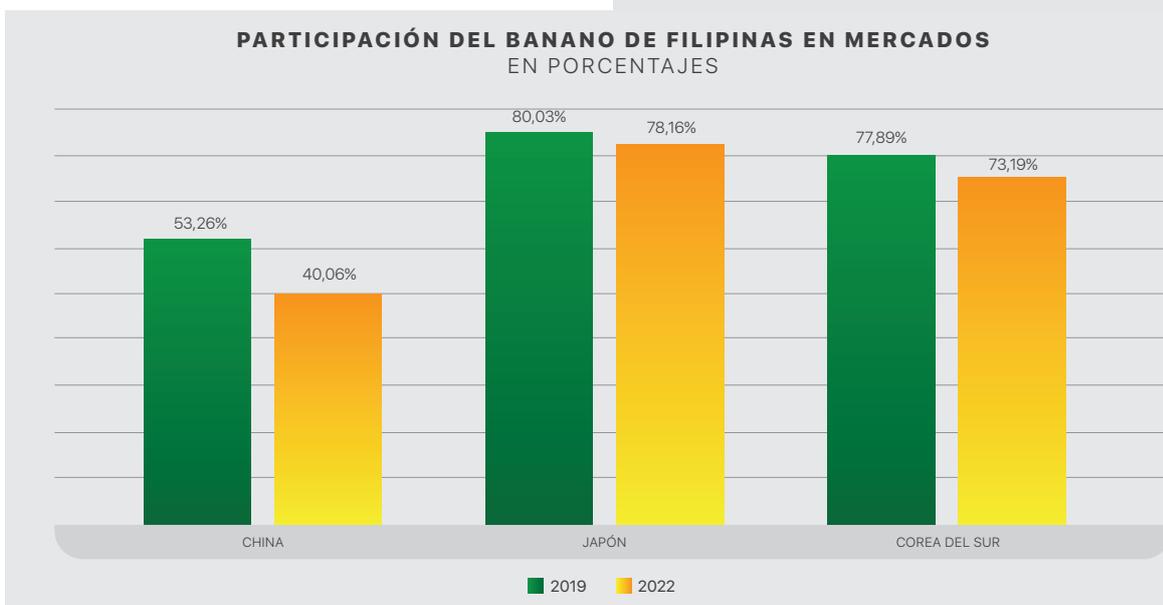
Esta es una noticia preocupante para los filipinos que luchan por mantener su participación en los mercados clave asiáticos (China, Japón, Corea del Sur) y en medio de una competencia que involucra a los países productores latinoamericanos y otros emergentes como Vietnam. La FAO en este reporte estima que la exportación de Guatemala en el 2022 sería de 2,46 millones de toneladas mientras que estima que 2,23 millones de toneladas habría exportado Filipinas en el mismo año. Esto último implicaría que los envíos de banano por Filipinas serían 6% menor que las realizadas en el 2021.

Según el organismo internacional, la producción filipina de banano abastece alrededor del 60% de la demanda de esta fruta en Asia. La FAO indica que la pérdida del segundo lugar de exportador mundial de banano por parte de Filipinas se debe a una caída de la producción generada por la propagación del Fusarium R4T, además que los productores de este país sufrieron un duro golpe por el incremento alto de los costos de fertilizantes e insumos durante el 2022. Estos hechos están teniendo un efecto particularmente perjudicial en los pequeños productores de banano que luchan por adquirir los insumos agrícolas necesarios para cumplir con los requisitos de calidad de los mercados de exportación, por lo tanto, el momento no es bueno por Filipinas que se encuentra en un escenario de una fuerte demanda de importaciones de China y algunos mercados emergentes del Golfo Pérsico, mientras se incrementa el área de producción en Vietnam, Camboya, Laos e India. La FAO estima que los embarques de banano de Vietnam en el 2022 habrían sido de 450 mil toneladas y el de la India podría alcanzar las 350 mil toneladas.

El informe destaca por otra parte que el incremento de la producción y embarques de banano por Guatemala marcaría una fuerte recuperación luego de que algunas plantaciones de este país fueran afectadas por huracanes en el último trimestre del 2020, así como el incremento de las exportaciones refleja el éxito de las inversiones exitosas en el área afectada.

Sobre la base de los datos publicados por el informe de la FAO, el Business Mirror de Manila expresa que Filipinas ha perdido una cuota de mercado sustancial en su destino clave de China. Esto se confirma con las cifras de las Aduanas de China. En el 2019, la cuota de participación de Filipinas en el mercado de banano de China era de 53%, y en el 2022 esta disminuyó al 40%. Su espacio ha sido ocupado por Vietnam, Camboya y Laos. Mientras la participación de Filipinas en los mercados de Japón y Corea del Sur se ha mantenido, aunque se nota crecimiento de la presencia de Vietnam en estos dos últimos mercados. A esto se suma que Guatemala, el Ecuador y otros países latinoamericanos tienen una participación importante y pueden aumentar, una vez que los precios de los insumos de producción regresen a los niveles prepandemia y preguerra Rusia-Ucrania, y así recuperen los niveles de productividad.

En meses pasados, la Asociación de Productores y Exportadores de Banano de Filipinas dijo al Business Mirror que, además de la fuerte competencia que representan los países asiáticos vecinos (Vietnam, Camboya, Laos) y la pérdida de participación en mercados claves, también está viendo reducida la inversión en el sector bananero.



Fuente: Aduanas China, Japón y Corea del Sur



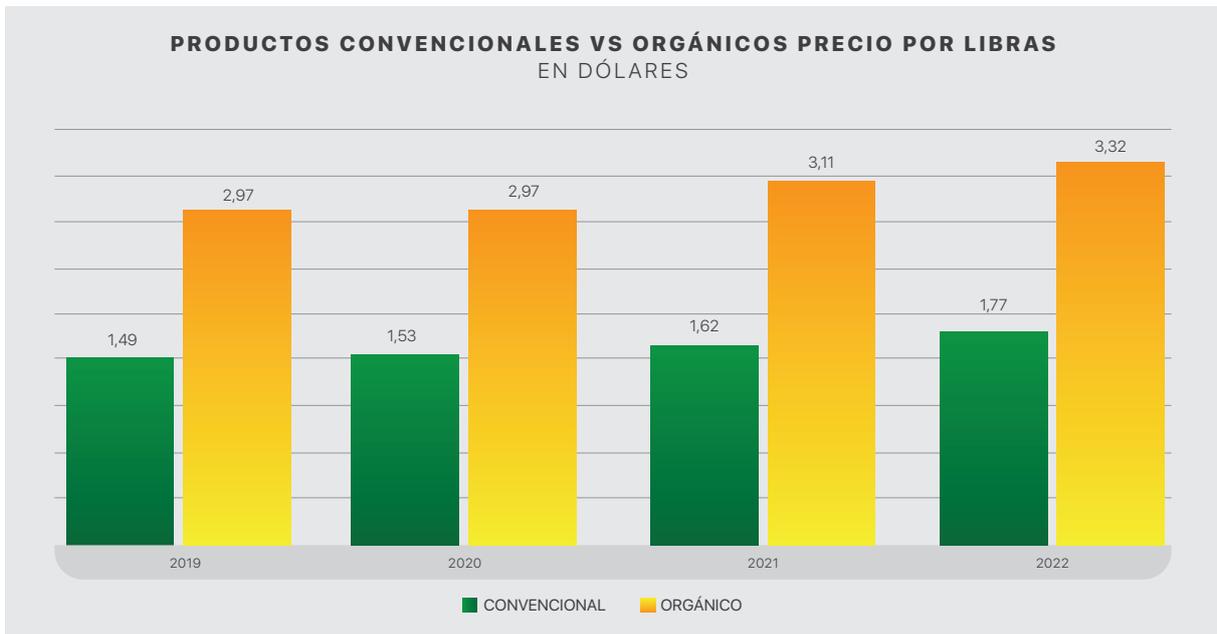
Menos volumen de productos orgánicos se vendieron en Estados Unidos de América pero con precios incrementados

El banano orgánico durante el 2022 redujo su volumen de venta en Estados Unidos de América

La red Produce Organic Network (PON) informó que las ventas de productos frescos orgánicos crecieron un 3% en el 2022 mientras que el volumen disminuyó un 3,7% con una venta total que superó los USD 9.400 millones durante el año. Los productos frescos orgánicos representaron el 12% de todas las ventas de productos frescos y representaron el 7% de todo el volumen de productos frescos.

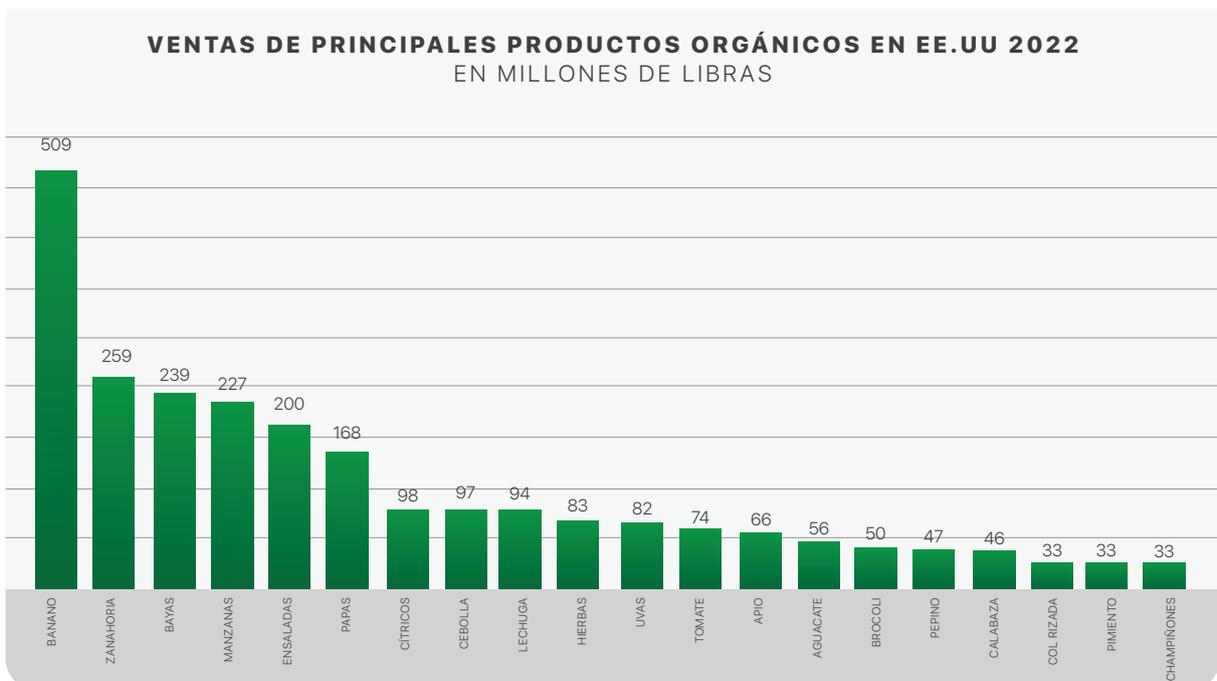
Las ventas totales de productos frescos en EE.UU. aumentaron un 7,3% en dólares durante el 2022, pero experimentaron una disminución de 1,3% en volumen.

Tom Barnes, presidente de Category Partners expresó: “En un momento inflacionario como este, esperamos ver que se repita el crecimiento de las ventas y las disminuciones de volumen para la mayoría de los productos frescos orgánicos y convencionales. El precio convencional promedio por libra creció un 9,2% en comparación con el 2021, mientras que el precio por libra de productos orgánicos aumentó un 7%. Con el aumento de los precios, es posible que veamos compras más selectivas por parte de los consumidores, ya que sustituyen los artículos orgánicos de mayor precio por los convencionales”.

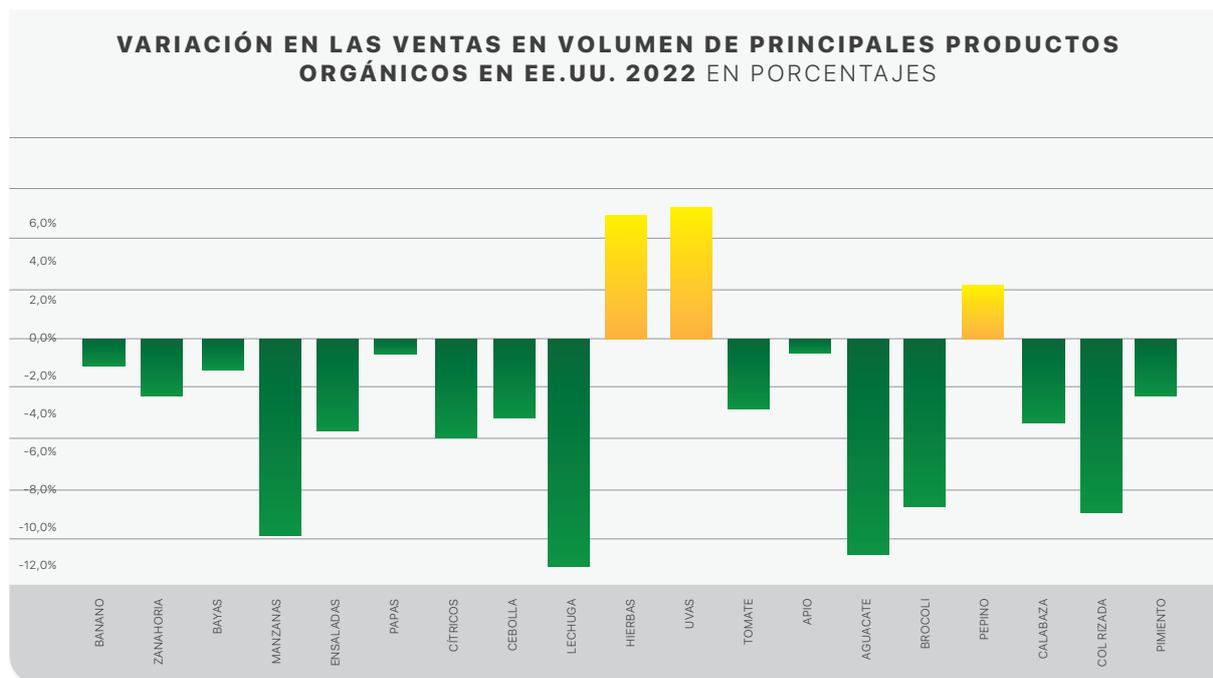


Fuente: PON

Las manzanas orgánicas fueron el mayor empleo de sustitución ya que su precio por libra aumentó en más del doble que las manzanas convencionales, lo que resultó en una disminución del volumen de 10,3%. En el caso del banano, según PON, la venta en volumen disminuyó en un 1,2% en el 2022 con relación al 2021 y el total de ventas en dólares creció 3,9% en igual período, con un valor de USD 399 millones.



Fuente: PON



Fuente: PON

Según el PON, el desempeño orgánico en el 2022 fue consistente en todos los estados de EE.UU.: los dólares crecieron y el volumen disminuyó. El noreste experimentó el menor crecimiento en dólares y la mayor disminución de volumen, mientras que el sur continúa mostrando la mayor mejora año tras año.

Los precios de los productos frescos orgánicos en conjunto se mantuvieron sustancialmente más altos que los convencionales, y en 2022 la brecha de precios entre los convencionales y los orgánicos fue la más grande en los últimos cuatro años a USD1,55 por libra. “En un período inflacionario, es importante que los productores orgánicos comprendan cómo sus precios afec-

tan el comportamiento entre varios segmentos de consumidores y llegar a esos consumidores con los beneficios de salud y valor asociados con los productos orgánicos”, dijo Barnes.





EE.UU.

Una **nueva regla** sobre los productos orgánicos entrará en vigor **este 2023**.

Uno de los objetivos de esta regla es mejorar la supervisión de las importaciones orgánicas y detectar el fraude orgánico.

El 45% de las importaciones de banano orgánico por EE.UU. proceden del Ecuador.

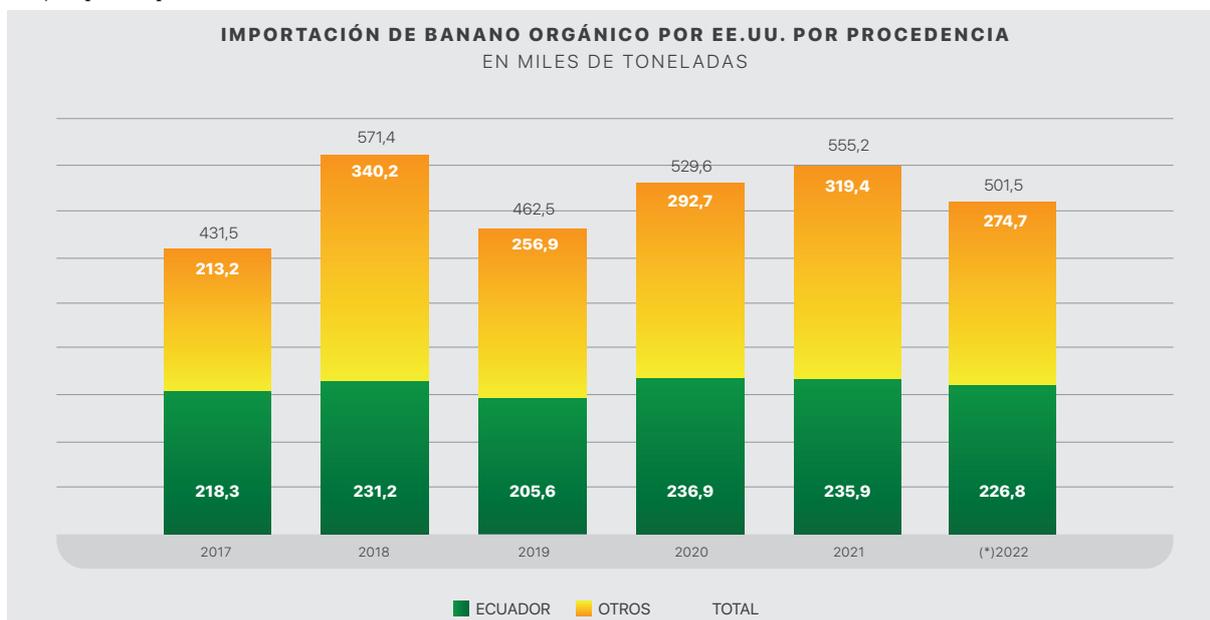
El Programa Orgánico Nacional (NOP, por sus siglas en inglés) del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA siglas en inglés) anticipó la mayor actualización de las regulaciones orgánicas de la Ley original de 1990. En enero 18 de este año, el NOP publicó la regla final de Fortalecimiento de la aplicación orgánica (SOE), que actualiza las regulaciones orgánicas del USDA, fortalece la supervisión y la aplicación de la producción, el manejo y la venta de productos orgánicos.



Esta regla final implementa los mandatos de la Ley Agrícola de 2018, responde a las solicitudes de la industria de actualizaciones de las regulaciones orgánicas del USDA y aborda las recomendaciones de la Junta Nacional de Normas Orgánicas. La fecha de vigencia de la regla es el 20 de marzo de 2023 y la fecha de implementación es el 19 de marzo de 2024.

Desde la implementación de las regulaciones orgánicas del USDA, la industria orgánica ha experimentado un cambio significativo. Tanto la demanda como las ventas de productos orgánicos han aumentado constantemente. Cuando se publicaron los reglamentos, los productos orgánicos se comercializaban principalmente a nivel local o regional, y las cadenas de suministro tendían a ser cortas y transparentes; por ejemplo, de la granja al mayorista, al minorista y finalmente al consumidor. El crecimiento del mercado orgánico ha atraído a más productores, manipuladores, proveedores de productos, importadores, intermediarios, distribuidores y otros a este mercado. Las ventas totales de productos orgánicos en los Estados Unidos de América alcanzaron más de USD63 mil millones en el 2021.

El banano orgánico es una de las principales frutas productos que importa los Estados Unidos de América. La mayor participación la tiene el Ecuador.



Fuente: USDA (*) Noviembre

La cantidad de empresas que producen, manipulan, comercializan y venden productos orgánicos también ha crecido para satisfacer la demanda de los consumidores. El rápido crecimiento ha atraído a muchas empresas a la etiqueta orgánica del USDA y ha aumentado la complejidad de las cadenas mundiales de suministro orgánico.

Los objetivos de la nueva reglamentación orgánica del USDA son:

- **Fortalecer los sistemas de control orgánico.**
- **Mejorar la supervisión de las importaciones orgánicas.**
- **Alcanzar los estándares de certificación orgánica.**
- **Mejorar la trazabilidad de la cadena de suministro.**

Según el USDA, cuando se implemente, esta reglamentación mejorará la integridad orgánica en la cadena de suministro orgánico y beneficiará a las partes interesadas en toda la industria orgánica, por lo que estas enmiendas cierran las brechas en las regulaciones actuales para construir prácticas de certificación consistentes para disuadir y detectar el fraude orgánico y mejorar la transparencia y la trazabilidad del producto. Además, las enmiendas asegurarán a los consumidores que los productos orgánicos cumplen con un estándar sólido y consistente y reforzarán el valor de la etiqueta orgánica.

El USDA enfatiza que la necesidad de esta reglamentación está impulsada por el crecimiento del mercado orgánico y las cadenas de suministro orgánicos cada vez más complejas. En la presentación de la reglamentación, se señala que el mercado orgánico actual se caracteriza por cadenas de suministro largas y a menudos globales, en las que muchas empresas manejan los productos orgánicos antes de llegar al consumidor, porque estas a menudo no están certificadas como orgánicas, y por lo tanto no cuentan con la supervisión del USDA o de los agentes certificadores acreditados por esta entidad. La ausencia de aplicación directa sobre algunas entidades en la cadena de suministro orgánico, en combinación con las primas de precios de los productos orgánicos, ha creado la oportunidad para el fraude orgánico. Las enmiendas a esta reglamentación están diseñadas para mitigar la ocurrencia de fraude orgánico. A pesar de que el Servicio de Comercialización Agrícola (AMS) confía en la integridad y el valor del sello orgánico del USDA, los desafíos de las modernas cadenas de suministro orgánico exigen acciones

para fortalecer la aplicación y mantener la integridad de la etiqueta orgánica del USDA.

Esta reglamentación fortalece la aplicación de las regulaciones orgánicas del USDA a través de varias acciones ordenadas por la Ley de Mejora de la Agricultura de 2018:

1. Reducir los tipos de entidades no certificadas en la cadena de suministro orgánico que operan sin la supervisión del USDA, incluido los importadores, ciertos intermediarios y comerciantes de productos orgánicos. Esto salvaguardará la integridad del producto orgánico y mejorará la trazabilidad.
2. Requerir el uso de Certificados de Importación NOP para todos los productos orgánicos que ingresan a los Estados Unidos. Este cambio amplía el uso de los Certificados de Importación NOP a todos los productos orgánicos importados a los Estados Unidos, mejorando la supervisión y la trazabilidad de los productos orgánicos importados.
3. Aclarar la autoridad del NOP para supervisar las actividades de certificación, incluida la autoridad para actuar contra un agente u oficina de un agente certificador. Además, los agentes certificadores deben notificar al NOP sobre la apertura de una nueva oficina, lo que permitirá que el NOP brinde una supervisión más eficaz y consistente de los agentes certificadores y sus actividades.

Además, esta regla incluye varias acciones esenciales que funcionan en consonancia con las disposiciones anteriores para fortalecer aún más la aplicación de las reglamentaciones orgánicas del USDA:

1. Requerir que los contenedores no minoristas usados para enviar o almacenar productos orgánicos estén etiquetados con identidad orgánica y se pueden rastrear hasta la documentación de registro de auditoría. Esta información identificará claramente los productos orgánicos, reducirá el mal manejo de los productos orgánicos y respaldará la trazabilidad.
2. Exigir a los agentes certificadores que realicen inspecciones sin previo aviso de al menos el 5% de las operaciones que certifican, completen auditorías de balance de masa durante las inspecciones in situ anuales y verifiquen la trazabilidad hasta la operación certificada anterior en la cadena de suministro durante las inspecciones in situ anuales.



- 3.** Exigir a los agentes certificadores que emitan certificados estandarizados de operación orgánica generados a partir de la base de datos de integridad orgánica (OID) del USDA; esto simplificará la verificación de certificados válidos de operación orgánica. Los agentes certificadores también deben mantener datos precisos y actualizados de las operaciones certificadas en el OID, lo que respaldará aún más la verificación del estado de certificación de las operaciones.
- 4.** Aclarar cómo las operaciones certificadas pueden presentar cambios a su plan de sistema orgánico, con el objetivo de reducir la carga de papeleo para las operaciones orgánicas y los agentes certificadores. Esta regla también crea coherencia en las prácticas de certificación al aclarar que los agentes certificadores deben realizar inspecciones in situ al menos una vez por año calendario.
- 5.** Establecer requisitos específicos de calificación y capacitación para el personal del agente certificador, incluidos los inspectores y revisores de certificación. Requerir que el personal cumpla con los requisitos mínimos de educación y experiencia y exigir educación continua que garantizará actividades de certificación consistentes y de alta calidad en todos los agentes certificadores.
- 6.** Aclarar las condiciones para establecer, evaluar y terminar determinaciones de equivalencia con programas orgánicos de gobiernos extranjeros, con base en una evaluación de sus sistemas de certificación orgánica. Esto garantizará el cumplimiento de los productos orgánicos importados de países que tienen arreglos o acuerdos de comercio orgánico con los Estados Unidos.
- 7.** El Programa Nacional Orgánico (NOP) puede iniciar acciones de ejecución contra cualquier infractor de la OFPA (Ley de Producción de Alimentos Orgánicos), incluidas las operaciones no certificadas y las partes conectadas responsablemente; aclarar qué acciones pueden ser apeladas y por quién, y aclarar los procedimientos de apelación de NOP y las opciones de mediación (resolución alternativa de disputas).
- 8.** Especificar los requisitos de certificación para las operaciones de grupos de productores, para proporcionar estándares consistentes y exigibles y garantizar el cumplimiento de las regulaciones orgánicas del USDA. Los grupos de productores deben cumplir con ciertos criterios para calificar para la certificación y deben usar un sistema de control interno para monitorear el cumplimiento.
- 9.** Aclarar el método de cálculo del porcentaje de ingredientes orgánicos en un producto de múltiples ingredientes para promover una interpretación y aplicación coherentes del reglamento.
- 10.** Requerir que las operaciones certificadas desarrollen e implementen procesos y procedimientos mejorados de mantenimiento de registros y prevención orgánica del fraude; exigir a los agentes certificadores que realicen auditorías de trazabilidad de la cadena de suministro y que desarrollen e implementen procesos de intercambio de información.



Freshfel Europe apunta a un 2023 con menos cuellos de botella en la logística de transporte

Freshfel Europe espera que la logística global dé un giro en el 2023 con una mayor disponibilidad de contenedores y barcos y una cierta disminución de los cuellos de botella y retrasos que han sido prominentes durante los últimos años. Sin embargo, esta organización estima que para el sector de productos frescos, todavía existe la necesidad de optimizar las redes de transporte.

En un seminario web organizado por Freshfel Europe el 18 de enero de este año abordando el tema de la logística en Europa y más allá, en la participaron representantes del World Shipping Council, Freshrail y EAsyfresh Logistics, estos destacaron la necesidad de redes de transporte multimodal asequibles, confiables y bien conectados, al tiempo que enfatizaron soluciones sostenibles para continuar el camino hacia la descarbonización del transporte.

En un artículo publicado por Freshfel Europe, destaca que cada año, cerca de 50 millones de toneladas de frutas y verduras frescas se distribuyen dentro de la Unión Europea (UE) donde se cultivaron mientras que 29 millones de toneladas se comercializan dentro de esta zona económica. Además, la UE exporta alrededor de 7 millones de toneladas de frutas y verduras frescas al año y las importaciones casi se duplican. La logística debe ser oportuna y estar bien conectada para garantizar que todos estos productos lleguen frescos y de buena calidad. Para garantizar, sostiene Freshfel Europe, una amplia distribución de verduras y frutas frescas, las redes de transporte y la disponibilidad de contenedores refrigerados deben funcionar bien en todos los niveles: local, nacional, regional y mundial. La reunión destacó que es importante que los sectores público y privado apoyen e inviertan



en redes de transporte multimodal y soluciones logísticas sostenibles y asequibles para que los productos frescos lleguen a su destino en tiempo y forma con una calidad óptima.

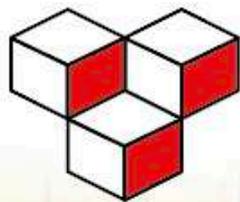
La organización señala que entre 2020 y 2022, la demanda de logística global vio interrumpida su normalidad operativa. Primero por los cierres y el aumento de los controles, luego por una demanda en auge durante la etapa posterior a la pandemia que creó una flota inactiva del cero por ciento, un aumento del 7,5% en la congestión portuaria y una acumulación del 25% en nuevos pedidos de construcción de nuevos buques. La inflación, la falta de conductores de camiones y otros talentos logísticos, junto con el aumento de los precios del combustible han provocado aumentos en los costos de la logística de frutas y verduras frescas. Philippe Binard, delegado general de Freshfel Europe, declaró: *“Los costos de logística más altos debido a la escasez de contenedores y camiones, y los costos de combustible más altos afectan la asequibilidad de la logística, lo que genera oportunidades comerciales perdidas. Cubrir estos costos adicionales es un desafío para el sector que está trabajando con márgenes pequeños y expuesto a las altas presiones financieras del año pasado. Esto seguirá siendo notable durante algún tiempo. Sin embargo, para 2023, la logística global parece estar dando un giro con menos cuellos de botella logísticos, lo que lleva a una mejor perspectiva para que el sector aproveche las oportunidades en el mercado”*.

No sólo se está resolviendo lentamente la acumulación de pedidos de buques y contenedores, sino que una caída en la demanda también ha puesto a disposición más equipos logísticos existentes, lo que a su vez ha reducido la congestión y ha aumentado la confiabilidad del cronograma global. Pese a ello, Freshfel Europe señala que aunque la situación está mejorando, no se recupera y la fiabilidad de la puntualidad para el transporte de productos frescos sigue siendo significativamente menor que antes de la pandemia. Binard enfatizó: *“Dado que las frutas y verduras frescas son productos perecederos, las interrupciones y los retra-*

tos afectan negativamente la calidad del producto y la vida útil y aumentan la pérdida y el desperdicio de alimentos. Es esencial asegurar las redes y la infraestructura para la logística de productos frescos y monitorear mejor la volatilidad del mercado global. Para garantizar una mejor planificación y suavizar la presión en caso de crisis, se debe buscar el uso de corredores verdes para permitir la priorización de los flujos de productos frescos”, añadiendo que el sector también tendrá que mitigar el impacto de la proliferación de acciones de huelga en todo el mundo que podrían afectar la fluidez del flujo de productos y perecederos.

El sector exige la optimización de las redes de rutas internacionales y de la UE, haciendo uso de soluciones multimodales y asegurando viajes más directos a algunos destinos de larga distancia, especialmente para exportar hacia Asia o América Latina. Ahora, el transporte de productos frescos desde Europa hasta Asia a través de centros de tránsito puede demorar hasta cuarenta días, un viaje que a través de una línea directa podría acortarse mucho más. Esto evitaría poner en riesgo la calidad del producto y aumentar las oportunidades comerciales mientras se reducen las emisiones. El sector de productos frescos tiene como objetivo hacer uso de la gama de alternativas de transporte disponibles, incluido el cambio modal hacia el ferrocarril interior que contribuiría a reducir las emisiones de CO2.

También Freshfel destaca que el sector de productos frescos busca continuamente reducir su huella ambiental y sus emisiones y ahora está considerando algunas de las nuevas medidas que emanan de la UE. Binard comentó finalmente: *“El impacto de medidas como la navegación más lenta, el gas más caro o los nuevos impuestos tendrán que ser monitoreados”,* concluyendo que el transporte sostenible de productos frescos a diferentes puntos de venta, desde los destinos más cortos hasta los más lejanos, es fundamental para proporcionar a los consumidores una diversidad de productos frescos para su dieta saludable.



GRUPASA

PACKAGING



Tus productos llegan
intactos a su destino en
nuestras cajas.

¡Un nuevo año siendo el *Aliado* del sector Bananero!

Comprometidos con brindar soluciones integrales en empaques y etiquetas de alta calidad y funcionalidad para el sector bananero.

Pioneros en la implementación de Tecnología 4.0 en nuestros procesos.

¡Empaques y Etiquetas de Clase Mundial!