

Mercado Europeo de banano orgánico

Comercio Justo

Elaborado por:



Proyecto financiado por:



Proyecto ejecutado por:



ECOMERCADOS
ISBN: 99924-0-449-3

IMPRESO: COPY EXPRESS

SOBRE ESTE ESTUDIO

Este estudio es un producto de ECOMERCADOS, un proyecto financiado por SECO (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza) y ejecutado por INTERCOOPERATION (Fundación Suiza para el Desarrollo y la Cooperación Internacional) que inició operaciones en la región Centroamericana (en Nicaragua y Costa Rica) a partir del 2005.

El objetivo principal del proyecto es promover la comercialización de productos orgánicos y del comercio equitativo, y su incremento en los mercados de exportación, regional y local, fomentando el acceso de pequeños y medianos productores, a fin de contribuir con el aumento en sus ingresos y mejores oportunidades de empleos.

Este estudio fue elaborado por Salvador V. Garibay del Instituto de Investigaciones para la Agricultura Orgánica (FiBL). Frick, Suiza.

Para más información referirse a:

Info.suisse@fibl.org

Tel: +41 (0)62 865 72 72

Página web: www.fibl.org

Agradecemos a los actores del sector orgánico y de comercio justo (FLO y Max Havelaar Suiza) por su valiosa ayuda y disposición de ofrecer información y comentar los aspectos incluidos en este estudio.

Tanto ECOMERCADOS como FiBL no asumen responsabilidad alguna por cualquier información incorrecta suministrada a nosotros por productores, procesadores, distribuidores, detallistas y otras organizaciones de mercado. La información cuantitativa de mercado se basa en entrevistas y, por tanto, está sujeta a fluctuaciones. Ni ECOMERCADOS ni los autores de esta publicación garantizan, de manera expresa o implícita, la exactitud de la información presentada y no serán responsables por daños o reclamos relacionados con el uso de esta publicación o de la información contenida en ella. No se asume obligación alguna de actualizar ni enmendar esta publicación por ninguna razón, sea esta información nueva o información en sentido contrario o bien cambios en la legislación, las regulaciones, la jurisdicción, la estructura de la industria y el mercado y cualquier otra condición del mercado.

Además, ninguna parte de este reporte se puede reproducir, almacenar en un sistema de recuperación o transmitir de ninguna forma ni por ningún medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, grabación o de cualquier otro modo sin el permiso escrito de ECOMERCADOS.

TABLA DE CONTENIDOS

1.	JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	4
2.	RESUMEN	5
3.	INTRODUCCIÓN	6
4.	RESULTADOS	7
4.1	Situación actual, volúmenes, comportamiento, potenciales y perspectivas de mercado	7
4.2	Precios indicativos de mercado	9
4.3	Descripción de los canales de distribución comercial	9
4.4	Regulaciones y requerimientos más importantes	9
5.	REFERENCIAS	11

1. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

Los países Centroamericanos, son importantes productores orgánicos y de comercio justo, por ejemplo de banano, pero muchas veces los volúmenes de venta están limitados a pequeñas cantidades por la falta de información de primera mano sobre los mercados de exportación tanto orgánico como de comercio justo, en este caso Europa.

Por esta razón hay una continua necesidad de ofrecer información de mercado actualizada a exportadores Centroamericanos con la finalidad de incrementar el potencial de oferta de banano orgánico y de comercio justo.

El objetivo de la presente evaluación rápida del mercado es de dar un panorama general de la situación y potencial del mercado orgánico y de comercio justo de banano en Europa.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO:

- Descripción de la situación actual y las perspectivas de mercado
- Volumen del mercado, estructuras de suministro, comportamiento del crecimiento y potenciales
- Precios indicativos de mercado
- Descripción de los canales de distribución comercial
- Requerimientos y regulaciones mas importantes

La información fue compilada de diversas fuentes las cuales han sido nombradas únicamente en las referencias.

2. RESUMEN EJECUTIVO

La fruta tropical más importante desde el punto de vista económico es el banano. Aproximadamente, 10 millones de toneladas de Cavendish son exportadas y comercializadas en el mercado internacional para consumo fresco. La comercialización del banano fresco para su consumo directo se realiza en gran parte a través de empresas multinacionales. Solo desde hace pocos años existen bananos de cultivo orgánico y de comercio justo que se producen sobre todo para su comercialización en el mercado Europeo y parte de Norteamérica.

El mercado Europeo de bananos orgánicos sigue creciendo en los últimos años con una tasa de crecimiento anual de aproximadamente un 20%. En Europa los supermercados siguen siendo el motor principal en la venta de bananos orgánicos. Los países proveedores más importantes de banano orgánico de Latinoamérica son Ecuador, República Dominicana, Perú, Colombia y Brasil. Según expertos del mercado, la oferta no cubre la demanda de banano orgánico y/o comercio justo debido en parte al sistema de cuotas en la Unión Europea que regula las importaciones y volumen de producción de banano orgánico sigue siendo una limitante para países proveedores. Algunas compañías importadoras de banano orgánico están optimistas de que los potenciales de demanda se incrementen en los próximos años alcanzando un volumen de venta semanal de aproximadamente 200 contenedores, lo cual significaría una venta anual de más de 200,000 toneladas anuales. Por tal razón, consideran un buen potencial y perspectiva de demanda para los próximos 3 años.

Según la Federación Internacional de Organizaciones del Comercio Justo (FLO), en Europa el volumen total de ventas de banano de comercio justo fue de casi 77,000 toneladas para el 2004. Es decir más del 50% de incremento de volumen de venta del producto entre 2003 al 2004. De las 77 mil toneladas aproximadamente 23,000

toneladas fueron orgánicas. El banano de comercio justo continúa siendo la fruta de mayor volumen de ventas, con una cuota de mercado creciente y más dinámico en la mayoría de los países Europeos. Suiza es el país con mayores importaciones de banano de comercio justo siguiéndole el Reino Unido. En el mercado de comercio justo hay la tendencia de ofrecer el banano con doble etiqueta, orgánico + comercio justo. Sobre todo, los supermercados muestran interés en completar su surtido con banano fresco para el consumo directo bajo estos dos estándares. Los principales mercados, para banano orgánico + comercio justo son Suiza, el Reino Unido, Holanda, Finlandia, y Austria.

Los bananos frescos no son negociados en las bolsas internacionales, de ahí que la relación de oferta y demanda son ligeramente influenciadas por el clima tanto en el sur como en el norte y determinan de cierta manera el precio actual. En comparación con el banano convencional los productores orgánicos obtienen un precio Premium de aproximadamente 40%. A nivel de menudeo, los bananos orgánicos son ofrecidos en las cadenas de supermercados como también en las tiendas especializadas. En Europa, los supermercados son los que marcan la pauta del comercio de banano orgánico y de comercio justo. Para que los bananos puedan ser importados como orgánicos deben de cumplir con el reglamento de la Unión Europea (CE N°2092/91) y el reglamento de Suiza sobre la producción orgánica, respectivamente. Además puede ser necesario cumplir con algunos estándares privados como el de la BIOSUISSE, el de EurepGap y otros con la finalidad de alcanzar los mercados Europeos. En el caso de banano de comercio justo se debe cumplir desde la producción hasta la comercialización con los criterios y estándares del comercio justo.

3. INTRODUCCIÓN GENERAL

La fruta tropical más importante desde el punto de vista económico es el banano (musa x paradisiaca), pertenece a la familia de las musaceae y abarca las variedades musa y ensete. El banano es originario del Sudoeste Asiático. Hoy en día, en el cultivo comercial de banano, las variedades del grupo “Cavendish” tienen mayor importancia que los bananos “Gros Michel” de un crecimiento alto y sensible a la enfermedad de Panamá. Además de las variedades comerciales muy divulgadas, en las regiones tropicales, existe un gran número de variedades locales y variedades comerciales muy diferentes que se emplean en diversas formas, en diferentes sistemas de producción y en diferentes agroecosistemas. Como cultivo del trópico húmedo, el banano tiene altas exigencias en cuanto a temperaturas (óptimas: 25° C) y precipitaciones (Opt. anuales de 1.500 - 4.000 mm). El banano se cultiva también en regiones subtropicales como en Sur África, Líbano, Israel y las Islas Canarias, lugares donde necesita riego adicional (sobre todo “Dwarf Cavendish”, tolerante al frío).

Actualmente, a nivel mundial se cosechan aproximadamente 90 millones de toneladas de bananos. Gran parte de esta producción es comercializada y consumida en los países productores. Se ha reportado que aproximadamente unos 10 millones de toneladas de Cavendish son exportadas y comercializadas en el mercado internacional para consumo fresco.

Las principales regiones de producción se localizan en Latinoamérica, África y Asia. Países de Latinoamérica como Costa Rica, Panamá, Ecuador, Colombia y República Dominicana suministran sobretodo a los Estados

Unidos, Canadá y Europa. En cambio los países de África, exportan hacia Europa. Los productores asiáticos suministran a los mercados del Este de Asia.

La comercialización del banano fresco para su consumo directo se realiza en gran parte a través de empresas multinacionales (Fresh del Monte, Fyffes, Chiquita Brands, Dole Food, Noboa) para los mercados de Europa, Estados Unidos y Canadá. Estas multinacionales dominan más del 80% de comercio mundial de bananos. Tales empresas disponen de una cadena completa de comercialización desde sus propias plantaciones hasta las cámaras de maduración en los puertos de destino. Los pequeños agricultores, al contrario, producen sobre todo para suministrar los mercados locales donde el banano es un importante alimento básico. Muchas de las variedades de bananos frescos comestibles, y sobre todo el plátano para cocer, son el alimento básico en muchos países tropicales.

Solo desde hace pocos años existen bananos de cultivo orgánico y de comercio justo que se producen sobre todo para su comercialización en el mercado Europeo y parte de Norteamérica. El cultivo orgánico y de comercio justo de banano se viene expandiendo en los últimos años. Las importaciones de los bananos orgánicos fresco para consumo directo destinados al mercado de Europa procede de diferentes regiones como Las Islas Canarias, Ecuador, República Dominicana, Colombia, Perú, Brasil, Costa Rica, Uganda e Israel.

4. RESULTADOS

4.1 SITUACIÓN ACTUAL, VOLÚMENES, COMPORTAMIENTO, POTENCIALES Y PERSPECTIVAS DE MERCADO

El mercado de banano orgánico en Europa

De acuerdo a los expertos del mercado entrevistados, el mercado Europeo de bananos orgánicos sigue creciendo en los últimos años con una tasa de crecimiento anual de aproximadamente 20%. El volumen de bananos orgánicos importados en los principales países de la Europa Occidental se estima en 120 contenedores semanales (20 toneladas por contenedor). Esto significa una importación anual de 125,000 toneladas de banano orgánico. Según compañías importadoras, las importaciones de banano orgánico representan menos del 10% de la venta total de bananos consumidos en Europa Occidental. Donde los supermercados siguen siendo el motor principal en la venta de bananos orgánicos. Los países proveedores más importantes de banano orgánico de Latinoamérica son República Dominicana, Ecuador, Perú, Colombia y Brasil. República Dominicana provee casi la mitad de bananos orgánicos demandados en la Europa Occidental.

Por otro lado, Ecuador y Brasil están trabajando fuertemente en posicionarse como proveedores principales de esta fruta. Países como Costa Rica juegan un papel secundario en la producción total de banano orgánico fresco. Algunos expertos han mencionado que en la actual situación del mercado, la oferta no cubre la demanda de banano orgánico. La demanda es de un 25% mayor que la oferta de acuerdo las estimaciones de los importadores. Esta situación de bajo suministro es causada por varias razones:

1. El sistema de cuotas en la Unión Europea regula las importaciones (en Suiza no hay una cuota límite de importación). Las empresas en la Unión Europea necesitan un permiso de importación, la cual les permite importar una cantidad determinada de banano (orgánico y/o convencional) bajo una cuota con un arancel de aproximado de 20%. Esta medida de la Unión Europea, fue formulada con el objetivo de proteger a las antiguas ex-colonias de África, Caribe y el Pacífico (ACP; Camerún, Jamaica, Costa de Marfil, Islas Windward) y a su propia producción (Madeira, Islas Canarias) de las importaciones provenientes de otros países. Según expertos, las cuotas están distribuidas en diferentes compañías, sin embargo se menciona que las grandes transnacionales son las que tienen una mayor cuota de importación (sin

diferenciar si es orgánica o no). Compañías que no tienen una cuota pueden importar a través de un proceso especial donde pagan un arancel más alto. Esto hace encarecer el producto y consecuentemente no compiten con las compañías que importan bajo una cuota determinada. Expertos mencionan que las cuotas de importación serán eliminadas en la Unión Europea a partir del 2006 y habrá puertas abiertas para todos los importadores. Por ello, las transnacionales como Chiquita, Dole y Bonita ya han iniciado proyectos orgánicos para cubrir la demanda de banano orgánico fresco en la Europa Occidental. Por ejemplo, Chiquita ya cuenta con fincas propias en Latinoamérica las cuales están bajo una etiqueta de producción que toma en cuenta aspectos sociales y de protección de la naturaleza de una manera sustentable. Este sello es otorgado por la organización "Rainforest Alliance". Tales productos ya se encuentran en los supermercados de Suiza. Si las transnacionales entran al comercio de banano orgánico significara una fuerte competencia para los importadores actuales como también para los productores que no suministran a tales transnacionales.

2. El volumen de producción de banano orgánico sigue siendo una limitante en algunos países proveedores por las siguientes razones: falta de infraestructura y logística adecuada para el manejo de banano fresco, la cantidad de áreas orgánicas actuales no dan abasto a la demanda, falta de organización y manejo profesional de cooperativas, no hay una adecuada red de contactos y relación entre los productores y los importadores.

Por otra parte, algunas compañías importadoras de banano orgánico están optimistas de que los potenciales de demanda se incrementen en los próximos años alcanzando un volumen de venta semanal de aproximadamente 200 contenedores. Lo cual significaría una venta anual de más de 200,000 toneladas de banano orgánico. Por esta razón, se considera el potencial y perspectiva de demanda como buena para los próximos 3 años.

El mercado de banano de comercio justo en Europa

Productores de banano produciendo bajo las normas de comercio justo, pueden ser localizados tanto en África como en Latinoamérica (Costa Rica, Brasil, Colombia, Ecuador, Perú, República Dominicana). Actualmente son 17 organizaciones y cooperativas latinoamericanas productoras de banano trabajando bajo comercio justo. En Centroamérica únicamente Costa Rica cuenta con dos organizaciones. Algunas de las organizaciones ex-

País	Tendencias en el mercado de comercio justo de Europa
Austria	Bajo crecimiento del 2.1% a 2.3% de la cuota de mercado
Bélgica	Con 4% de la cuota de mercado
Dinamarca	Menos del volumen del esperado
Finlandia	Con 5% de la cuota de mercado
Holanda	Mercado estable que ha iniciado en el 2003, con ventas aproximadas de 2,600 cajas a la semana. Con una cuota de mercado 3%
Italia	Buen año el 2004, con un crecimiento anual del 35%
Luxemburgo	Buen año el 2004, con un crecimiento anual del 25% y con 5.2% de cuota de mercado
Noruega	Buen año el 2004, con un crecimiento anual del 23%
Reino Unido	Con 4% de la cuota de mercado
Suecia	Buen año el 2004, con un crecimiento anual del 25%
Suiza	Alcanzó 47% de la cuota de mercado

portan por ellas misma, otras a través de exportadores. De todas las frutas tropicales de comercio justo, el banano para consumo fresco es la que se vende con un mayor volumen.

Según datos obtenidos de la Federación Internacional de Organizaciones del Comercio Justo (FLO), en Europa el volumen de ventas de banano de comercio justo registró un valor de casi más de 51 mil toneladas en el 2003. Entre 1997 al 2003, el promedio de las tasas de crecimiento anual alcanzó niveles de 27%. Por ello, el banano de comercio justo continúa siendo la fruta con una cuota de mercado creciente en la mayoría de los países de Europa. De acuerdo a FLO las siguientes tendencias fueron observadas en los países Europeos durante el 2004:

En Europa, el total de volumen de ventas de banano de comercio justo fue de casi 77,000 toneladas para el 2004. Es decir más del 50% de incremento del 2003 al 2004. De esta cantidad, aproximadamente 23,000 toneladas fueron orgánicas. En general, actualmente hay la tendencia de ofrecer el banano con doble etiqueta, orgánico + comercio justo. De ahí que diferentes supermercados muestran interés en completar su surtido con banano fresco para el consumo directo bajo estos dos estándares. Los principales mercados, aparte de Suiza, para banano orgánico + comercio justo son el Reino Unido, Holanda, Finlandia, y Austria. También se vende en Francia, Bélgica, y Luxemburgo pero en pequeñas cantidades.

FLO menciona que las Iniciativas Nacionales en los diferentes países Europeos (por ejemplo, Max Havelaar de Suiza) en conjunto con los comerciantes de menudeo (por lo general supermercados) organizan promociones para incrementar las ventas de banano de comercio justo, particularmente esto se lleva a cabo en Suiza, Reino

Unido y Holanda. Se estima en general que en el 2004, los bananos fueron los productos más dinámicos del mercado de comercio justo. Esto se puede ver con el desarrollo que ha tenido este producto en los últimos años: Los volúmenes de venta de banano de comercio justo han crecido año con año, en 1997, fueron vendidas más de 12 mil toneladas. En el 2002, se vendieron 21,400 toneladas solo a través de Suiza, Holanda, Dinamarca, Reino Unido, Luxemburgo, Finlandia y Francia. En el 2003 > 51,000 toneladas y en el 2004 casi 77,000 toneladas. En general se estima que la demanda y la oferta de banano de comercio justo se encuentran balanceadas, sin embargo esta característica varía de país a país y de compañía a compañía.

El mercado de banano de comercio justo en Suiza

En general, Suiza importa aproximadamente 75,000 toneladas de banano para consumo directo, para postre, deshidratado, harina de banano etc. El consumo de banano fresco ha permanecido estable con un consumo per capita de 10kg por año. En el norte de Europa el consumo se caracteriza con 15kg per capita por año.

El banano de comercio justo en Suiza está disponible desde 1997. Siendo la primera fruta fresca etiquetada con el sello de Max Havelaar. Después de un buen inicio con bananos de comercio justo convencionales, se incorporaron los bananos orgánicos con un crecimiento considerable. En Suiza se ha registrado 47% del total de ventas de banano fresco con el sello de Max Havelaar. En el 2004, el volumen de ventas de banano de comercio justo alcanzó un total de casi 32,000 toneladas, representando ello un incremento de ventas del 68% entre el 2003 y 2004 (el promedio entre el 2001 y 2004 fue de 36%). De las 32 mil toneladas, 19% fueron vendidas co-

mo orgánicas + comercio justo para los consumidores Suizos. Este incremento se debe en parte a que los supermercados Suizos, han incorporado en su surtido el banano de comercio justo. Por ejemplo, el Coop reemplazó todo su surtido de banano por banano con el sello de comercio justo (convencional y orgánico). Por lo general, los bananos en Suiza de comercio justo provienen de Colombia, Costa Rica, Ecuador, Republica Dominicana y Perú. También de Gana y las Islas de Windwards. Las variedades comercializadas con el sello de comercio justo y comercio justo + orgánicas son Cavendish, Grand Nain y Valery. Aparte de los bananos frescos para su consumo directo, se importan también en pequeñas cantidades bananos orgánicos deshidratados y bananos para cocer producidos bajo condiciones de comercio justo. En general, se estima que en Suiza el potencial de demanda de bananos de comercio justo será para los próximos años de moderado a bueno.

4.2 PRECIOS INDICATIVOS DE MERCADO

Los bananos frescos no son negociados en las bolsas internacionales. De ahí que la relación de oferta y demanda son ligeramente influenciadas por el clima tanto en el sur como en el norte y determinan de cierta manera el precio actual. Por ejemplo, durante los meses más fríos en Europa, la demanda de esta fruta se elevan significativamente, mientras que los rendimientos en los países proveedores se disminuyen. Esto hace que los precios diarios o semanales se eleven fuertemente. A consecuencia los pequeños productores sufren de las variaciones altas de precio de esta fruta. Si hay una buena cosecha, los precios bajan. Si hay una cosecha baja, los precios suben. Por ello en Europa Occidental, los precios de banano orgánico varían de acuerdo la estación del año. Se puede mencionar que el precio CIF Inglaterra de banano orgánico es de aproximadamente de 0.75/kg USD en cajas de 18.14kg. En comparación con el banano convencional los productores orgánicos obtienen un precio Premium de aproximadamente 40%.

Por otra parte, el precio mínimo para una caja de 18.14kg de banano de comercio justo es aproximadamente de 5.25 USD por caja FOB. El precio mínimo pagado a las organizaciones por una caja de 18.14kg de banano orgánico + comercio justo es de 7.25 USD por caja FOB. Tales precios son negociados cada dos años en las reuniones de delegados de las organizaciones productoras registradas en FLO. Esto con la finalidad de adaptar los precios a los cambios estructurales que se dan tanto en la producción y en la exportación. Si los precios se elevan a nivel mundial para productos convencionales sobre los precios de comercio justo, entonces se alza también el precio del banano de comercio justo y banano orgánico + comercio justo. Adicionalmente al precio mínimo, obtienen las organizaciones un premio de comercio justo de 1.75 USD por caja.

Con la posible entrada de las grandes transnacionales al negocio de banano orgánico y de comercio justo puede originar una baja en general del precio.

4.3 DESCRIPCIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

El número de compañías importadoras trabajando con banano orgánico se ha incrementado en los últimos años y son aproximadamente más de una docena en Europa. Por otra parte, FLO tiene registrados 21 importadores en Europa y más de 5 compañías con cámaras de maduración que negocian o comercializan con banano de comercio justo. Entre las compañías dedicadas a la comercialización y distribución de banano orgánico y/o de comercio justo, se encuentran: Banafair, Biotropic, Savid, TPort (Alemania), Dole (Bélgica), Pro Natura (Francia), AgroFair, Trabana, Tradin (Holanda), Adriafruit (Italia), Coop, Eichberg, Migros (Suiza), entre otras. Aparte, está la entrada próxima de transnacionales como Chiquita, Fyffes y Bonita, las cuales importaran de sus producciones propias de Latinoamérica.

A nivel de menudeo, los bananos orgánicos son ofrecidos en las cadenas de supermercados como también en las tiendas especializadas. En algunos casos, cabe mencionar que los supermercados juegan un papel importante ya que estos han organizado su importación y distribución. Es decir algunos supermercados tienen sus propias cámaras de maduración o han cerrado colaboraciones con estas. Por ello, algunos importadores, envían la fruta directamente a las cámaras de maduración de los supermercados, posteriormente los supermercados distribuyen el producto en sus tiendas. Debido al gran tamaño de volumen de banano orgánico y de comercio justo comprado por los supermercados en Europa, estos dan las pautas en el mercado, por lo cual el importador debe cumplir con los requerimientos y especificaciones de tales clientes si es que desean permanecer como proveedores (por ejemplo EurepGap).

Otro caso de distribución es donde los mayoristas/importadores colaboran con compañías dueñas de cámaras de maduración y de esta manera los importadores pueden distribuir sus bananos orgánicos o de comercio justo a sus clientes, ya sea supermercados o tiendas especializadas.

4.4 REGULACIONES Y REQUERIMIENTOS MÁS IMPORTANTES

Regulaciones sobre la agricultura orgánica y de comercio justo

Para que el banano pueda ser importado como orgánico debe cumplir con el reglamento de la Unión Europea (CE N°2092/91) y el reglamento de Suiza sobre la producción orgánica, respectivamente. El banano puede

ser también producido bajo estándares privados como BIOSUISSE, Naturland y otros. En la elaboración de productos orgánicos se debe garantizar que la mercancía no sufrió contaminación alguna durante su elaboración, empaque, almacenaje, ni durante su transporte. Por esta razón, los productos reconocidos como orgánicos deberán llevar denominación específica, claramente marcada. En el caso de banano de comercio justo se debe cumplir desde la producción hasta la comercialización con los criterios y estándares del comercio justo. En general los mismos estándares de calidad son relevantes para los productos orgánicos como para los productos de comercio justo y convencional. Además es importante mantener una buena administración de todas las prácticas de producción hasta la exportación.

Especificación del producto

Es recomendable cosechar los bananos destinados a la exportación en estado verde maduro. Después de su cosecha las cabezas de bananos, que suelen pesar de 30-45kg, se someterán a baños especiales, para desinfectar los lugares donde se realizaron los cortes de separación al agua del baño se le podrá agregar un extracto de tomillo en caso de un producto orgánico. Una vez secas las cabezas serán divididas en "manos". Las manos serán seleccionadas, clasificadas, empacadas en cajas de cartón estándar de 12kg, 15kg 17.2kg o de 18.14kg de contenido.

Propiedades mínimas

Las características en todas las categorías de calidad que deben presentar los bananos verdes no maduros, debidamente preparados y empacados son:

- Verdes, sin madurar.

- Completos, firmes, con un fuerte flujo de látex.
- Sanos, limpios, libres de agentes visibles.
- Con cabos intactos, ni doblados ni secos, libres de hongos, pudriciones y otras anomalías que provoquen que no sean aptos para su consumo.
- Sin deformaciones ni inflexiones anormales de los dedos.
- Libres de daños por presión y por frío.
- Libres de olores y/o sabores externos.
- Libres de insectos dañinos y libre de daños causados por estos.

Asimismo las manos presentarán las siguientes características:

- Una corona suficiente, bien desarrollada y sana de coloración normal libre de hongos.
- El lugar del corte será liso, no tendrá mella ni huellas de haber sido fracturado por arrancamiento.
- Posible pudrición de la corona no deberá ser mayor de 1/3.
- Daño de la cáscara por raspaduras o fricciones y otras causas no deberán sobrepasar 1cm² de la superficie de dedo.

El desarrollo y estado de madurez de los bananos serán tales que:

- Soporten el transporte y el manipuleo.
- Lleguen a destino en estado satisfactorio y que después de cierta maduración logren un estado de madurez adecuado a la venta.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FLO. 2004.

www.fairtrade.net.

Garibay S.V. and Richter T. 2005.

The European Market for Organic and Fairtrade Products. Suiza. www.orgprints.org.

Max Havelaar. 2004.

Bananen. Suiza. www.maxhavelaar.ch.

Naturland. 2001.

Organic Farming in the Tropics and Subtropics. Bananas. Germany.

Páginas de internet

ALEMANIA

<http://www.banafair.de/sprachen.htm>
<http://www.biotropic.com/>
<http://www3.savid.de/startflash.asp?breite=1024>
http://www.tport.de/d_kontakt_ha.html

BÉLGICA

<http://www.doleeurope.com/tools/contactDoleEurope.html>

FRANCIA

http://www.pronatura.com/english/entr_implant.htm

HOLANDA

<http://www.agrofair.com/>
<http://www.tradinorganic.com>

ITALIA

<http://www.adriafruit.it/gb/company.htm>

SUIZA

<http://www.coop.ch/>
http://www.migros.ch/Migros_DE
<http://www.biopartner.ch/bpa/start.asp>

OTROS:

<http://www.chiquita.com/>
<http://www.fyffes.com/>
<http://www.vandamme.be/product.html>