

Dinámica de las exportaciones del banano orgánico del Perú 2011-2021



Dynamics of Peru's organic banana exports 2011-2021


Dinâmica das exportações de banana orgânica do Peru 2011-2021


Montes Ninaquispe, Jose Carlos; Pantaleón Santa María, Alberto Luis;
Espinoza Román, Jenner; Suarez Santa Cruz, Fernando; Alberto Oré
León, Aarón José

 Jose Carlos Montes Ninaquispe
jmontesn@usmp.pe
Universidad de San Martín de Porres, Perú

 Alberto Luis Pantaleón Santa María
alpantaleon@ucvvirtual.edu.pe
Universidad de San Martín de Porres, Perú

 Jenner Espinoza Román
jenner.espinoza59@gmail.com
Universidad de San Martín de Porres, Perú

 Fernando Suarez Santa Cruz
fersuarez100@gmail.com
Universidad de San Martín de Porres, Perú

 Aarón José Alberto Oré León
aaron.ore@urp.edu.pe
Universidad Ricardo Palma, Perú

Revista de Investigación en Ciencias Agronómicas y Veterinarias ALFA

Centro de Estudios Transdisciplinarios, Bolivia
ISSN: 2664-0902
ISSN-e: 2664-0902
Periodicidad: Cuatrimestral
vol. 7, núm. 20, 2023
editor@revistaalfa.org

Recepción: 10 Noviembre 2022
Aprobación: 19 Diciembre 2022
Publicación: 20 Mayo 2023

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/540/5404212005/>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Resumen: El banano es un fruto demandado en el mundo y Perú es un participante dentro de la oferta mundial. Para la exportación del banano es fundamental incorporar certificaciones que respalden el esfuerzo por ofrecer un producto que pertenece a una cadena de valor sostenible, que cumple todas las normas alimentarias internacionales, además de poseer certificaciones como GlobalG.A.P. Por ello, el objetivo de este estudio es describir el dinamismo exportador del banano en Perú desde 2011-2021 para consolidar políticas de apertura de mercado y de promoción de las exportaciones. Se realizó un estudio observacional-descriptivo de enfoque cuantitativo, utilizando indicadores anuales, para identificar el índice de Herfindahl-Hirschman. Para la extracción de datos se seleccionó la subpartida nacional 0803.90.11.00. Como resultado se obtuvo que los países de destino de las exportaciones de banano fueron 16 en promedio anual, teniendo en el 2019 el máximo con 22 diferentes destinos y el 2011 con sólo 2; así mismo el gran salto se dio en el 2018 cuando se tuvo un crecimiento del 40% pasando de 14 a 20 siguiendo con la misma tendencia en el 2019 con un crecimiento del 10%. Las conclusiones arrojan que la dinámica del banano exportado tuvo un crecimiento sostenible en los primeros años y se consolidó en la etapa media del periodo teniendo en la parte final una caída en su valor y cantidad, así mismo, los mercados de destino se concentraron básicamente en Holanda, Estados Unidos, Panamá y Bélgica teniendo en promedio una diversificación moderada poniendo en riesgo la dependencia por estos mercados.

Palabras clave: Banano orgánico, Exportaciones Perú, Dinámica exportadora, Banano exportado, Exportaciones no tradicionales, Comportamiento exportador.

Abstract: Bananas are a fruit in demand in the world and Peru is a participant in the global supply. For banana exports, it is essential to incorporate certifications that support the effort to offer a product that belongs to a sustainable value chain, that meets all international food standards, in addition to having certifications such as GlobalG.A.P. Therefore, the objective of this study is to describe the banana export dynamism

in Peru from 2011-2021 in order to consolidate market opening and export promotion policies. An observational-descriptive study with a quantitative approach was conducted, using annual indicators, to identify the Herfindahl-Hirschman index. National subheading 0803.90.11.00 was selected for data extraction. As a result, it was obtained that the countries of destination for banana exports were 16 in annual average, having in 2019 the maximum with 22 different destinations and 2011 with only 2; likewise, the big jump occurred in 2018 when there was a growth of 40% going from 14 to 20 following with the same trend in 2019 with a growth of 10%. The conclusions show that the dynamics of the exported banana had a sustainable growth in the early years and consolidated in the middle stage of the period having in the final part a fall in its value and quantity, likewise, the destination markets were concentrated basically in Holland, United States, Panama and Belgium having on average a moderate diversification putting at risk the dependence on these markets.

Keywords: Organic banana, Exports Peru, Export dynamics, Exported banana, Non-traditional exports, Export behavior.

Resumo: As bananas são uma fruta muito procurada em todo o mundo e o Peru participa do fornecimento global. Para as exportações de banana, é essencial incorporar certificações que apoiem o esforço de oferecer um produto que pertença a uma cadeia de valor sustentável, que atenda a todos os padrões internacionais de alimentos, além de contar com certificações como a GlobalG.A.P.. Portanto, o objetivo deste estudo é descrever o dinamismo das exportações de banana no Peru de 2011 a 2021 a fim de consolidar políticas de abertura de mercado e promoção de exportações. Foi realizado um estudo quantitativo observacional-descritivo usando indicadores anuais para identificar o índice Herfindahl-Hirschman. A subposição nacional 0803.90.11.00 foi selecionada para a extração de dados. Como resultado, os países de destino das exportações de banana foram em média 16 por ano, com o máximo em 2019 com 22 destinos diferentes e 2011 com apenas 2; da mesma forma, o grande salto ocorreu em 2018, quando houve um crescimento de 40%, passando de 14 para 20, seguindo a mesma tendência em 2019, com um crescimento de 10%. As conclusões mostram que a dinâmica da banana exportada teve um crescimento sustentável nos primeiros anos e se consolidou na fase intermediária do período, tendo na parte final uma queda em valor e quantidade, da mesma forma, os mercados de destino se concentraram basicamente na Holanda, Estados Unidos, Panamá e Bélgica, tendo em média uma diversificação moderada, colocando em risco a dependência desses mercados.

Palavras-chave: Banana orgânica, Exportações Peru, Dinâmica das exportações, Banana exportada, Exportações não tradicionais, Comportamento das exportações.

INTRODUCCIÓN

El banano es un fruto demandado a nivel mundial debido a que proporciona energía de forma rápida, se tiene una producción constante durante todo el año y representa uno de los productos que menos problemas de salud causa siendo totalmente saludable (1). Sus productores de menor escala dependen en gran medida de las ventas producidas para sostener sus economías familiares careciendo de una especialización más allá de una producción artesanal perdiendo la oportunidad que tienen las empresas grandes de generar valor agregado al transformar los productos en derivados industrializados (2).

Para la exportación del banano es fundamental incorporar certificaciones que respaldan el esfuerzo por ofrecer un producto que pertenece a una cadena de valor sostenible y que cumple todas las normas alimentarias internacionales, comprobándose que el poseer una certificación, como puede ser la GlobalG.A.P., repercute en un crecimiento de la cantidad exportada a través del tiempo (3). En los últimos años la producción mundial y las exportaciones tuvieron un desarrollo sostenible, nuevos países se sumaron a la oferta mundial debido al alto índice del crecimiento de la producción (4).

Un resultado evidente de las exportaciones del banano es la capacidad de abastecer mercados con alta demanda, generando que el precio de la caja sea atractiva para los productores tal como se refleja en Ecuador, quién es un gran productor y exportador (5), otros factores importantes que influyen en el aumento del precio son los fenómenos meteorológicos tal como se evidencia en países como Francia, que es un gran importador, sumando también el efecto de la demanda que tienen los consumidores encareciendo cuando existe mucha necesidad del producto (6). Por otro lado, existen factores que explican el éxito del banano en el comercio internacional; las estrategias de incursión a nuevos mercados potenciales tomando en cuenta la calidad final del banano, la eficiencia en la comercialización y distribución logística, y finalmente la satisfacción del cliente incluyendo también, los requisitos que se tienen para sobrellevar las barreras no arancelarias y los impuestos a las importaciones (7).

Existen en el mundo casos exitosos de comercialización eficiente del banano, en Brasil las exportaciones de este fruto aportan de manera sustancial a su canasta exportadora de commodities, a pesar de que su consumo interno es muy grande las exportaciones registran un incremento desde el 2016 (8), otros países como Colombia también han incursionado en la exportación apoyada por las políticas de apertura a su economía como miembro de la Organización Mundial del Comercio desde 1995, aunque sus mayores volúmenes exportados son dados por el sector minero el crecimiento en el sector agrícola es evidente destacando las flores, el café y el banano como principales representantes (9), caso contrario sucede en Australia donde sus políticas limitan las importaciones de banano para incentivar a la producción local lo que ha generado una pérdida de bienestar en su población y un costo para el gobierno de hasta 150 millones de dólares anuales por motivo de subsidios (10).

Los acuerdos comerciales y los intereses particulares de los países también tienen incidencia en la comercialización de productos, para el caso del banano comercializado entre Ecuador, Colombia y Perú, se tiene un desarrollo creciente debido a que dentro de las políticas de integración se incluyó la promoción de este fruto (11), siendo Ecuador uno de los países con mejor competitividad para la exportación del banano (12).

Ante lo expuesto, se denota que el banano ha tenido una evolución comercial interesante en el mundo favoreciendo al crecimiento del comercio y el desarrollo económico de muchos países, por ello, el estudio está orientado en analizar de manera particular las exportaciones del banano realizadas por Perú con la finalidad de describir el dinamismo exportador desde 2011-2021, conociendo que se tienen políticas de apertura de mercado y de promoción de las exportaciones (13), sumado a ello el crecimiento de las exportaciones no tradicionales (14,15), y la logística para llevar a cabo operaciones eficientes de comercio exterior (16). La importancia del análisis radica en evaluar la evolución en cantidad, valor exportado y los mercados de destino del banano para demostrar si existe diversificación hacia diferentes países o concentración a un número

reducido, de ser el segundo caso se tendría consecuencias como el estar afecto a condiciones del mercado, precios sugeridos por el comprador, regulaciones cambiantes y demanda estacional (17).

MATERIALES Y MÉTODOS

Se llevó a cabo una investigación documental observacional de carácter descriptivo bajo un enfoque cuantitativo. Basado en la variable exportación que presenta características contemplando dimensiones para su análisis (18), donde al considera el dinamismo exportador de un producto se recurre a los cálculos de variación porcentual logrando reconocer en los años de análisis si existió una caída o un crecimiento (19), donde se dio a conocer cómo la variable se expone mejor después de su análisis describiendo el comportamiento a través de los años expresados en niveles. Para ello, se consideró el arancel de aduanas de Perú de los bananos que en su totalidad son exportados con certificación orgánica, la información se obtuvo de las publicaciones del organismo encargado de la administración aduanera en Perú.

El análisis se ejecutó a través de los datos de las exportaciones del banano no incidiendo en cambios que alteren las magnitudes exportadas por lo que solo se observó el periodo del 2011-2021. La unidad de análisis fueron las empresas exportadoras del banano en Perú quienes realizan las operaciones de comercialización, pero para extraer los datos fundamentales del análisis se tomaron las declaraciones aduaneras de mercancías que estas pernotan ante la autoridad aduanera ante la salida del producto con destino al exterior, extrayendo como muestra la totalidad de las operaciones registradas en el periodo. Se consideró una muestra censal, es decir igual a la población por la disponibilidad de todos los datos tomando como referencia la subpartida nacional del arancel de aduanas del Perú la 0803.90.11.00 (20).

Para calcular la diversificación de mercado se utilizó el índice de Herfindahl-Hirschman (IHH) propuesto por Herfindahl (21) y Hirschman (22) cuya representación es la siguiente:

$$IHH = \sum_{i=1}^n s_i^2$$

En donde el n, toma como valor la cantidad de países que tienen como destino las exportaciones del banano en Perú y el

$$s_i^2$$

es la cuota que tiene cada mercado de destino elevado al cuadrado. Al llegar a la sumatoria se obtuvo los valores de oscilación entre un rango de 1 a 10000 siendo la interpretación la siguiente de 1 a 999 es un mercado no concentrado, de 1000 a 1800 es moderadamente concentrado y superando los 1801 hasta los 10000 es considerado altamente concentrado (23-27).

RESULTADOS

En la Tabla 1 se aprecia que los países de destino de las exportaciones de banano fueron 16 en promedio anual, teniendo en el 2019 el máximo con 22 diferentes destinos y el 2011 con sólo 2; así mismo el gran salto se dio en el 2018 cuando se tuvo un crecimiento del 40% pasando de 14 a 20 siguiendo con la misma tendencia en el 2019 con un crecimiento del 10%. El promedio de las empresas que se dedicaron a la exportación del banano fue de 50, alcanzando el máximo en el 2019 con 66 empresas dedicadas a esta actividad y partir de ese año disminuyó hasta 2021 en donde sólo se encontró 53.

La cantidad exportada fue creciendo durante los primeros 7 años, siendo el año 2020 el año donde empieza a descender, la cantidad exportada en los últimos 4 años tuvo en promedio una caída del -12% siendo el 2021 como el año con la variación más importante de -35%.

En cuanto al valor tuvo un crecimiento constante desde el año 2012 hasta el año 2016, para caer en el año 2017 con un -2% y recuperarse en el año 2018 con un 12 % de crecimiento, e allí en adelante tuvo caídas constantes en el 2019, 2020 y 2021 con -8%, -1% y -6% respectivamente.

TABLA 1
Exportaciones de Banano en Perú

Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Países	2	15	16	15	15	18	14	20	22	18	19
Empresas	3	36	41	47	55	56	60	62	66	61	61
Peso en miles de tn.	0.1	117.7	124.1	159.6	191.4	202.2	202.8	231.5	222.3	216.5	205.3
Valor FOB en millones	0.1	80.4	89.0	119.3	145.2	152.2	148.6	166.8	152.9	151.5	143.0

Nota En base a las declaraciones de Aduanas registradas en Sunat

En la Tabla 2 se puede apreciar el comportamiento de las exportaciones de banano en miles de toneladas métricas, siendo Países Bajos (Holanda) el principal destino, se puede apreciar la caída en el 2013 con un -8%, para luego crecer en el año 2014 en un 15%, en el año 2015 nuevamente se cae en un -6%, en el 2016 al 2018 en promedio anual crece en un 8%, para el 2020 la variación fue casi nula pero el año 2021 cae en un -10; el crecimiento promedio anual fue de 0.14% para este país. En segundo lugar, se encuentra Estados Unidos a excepción del año 2015 donde importó más que Países Bajos y fue el principal destino; en el 2013 caen las exportaciones en 8%, pero en el 2014 crecen en un 89%, en 2015 sigue con la tendencia de crecimiento y esta llega a ser de 63% pero en el 2016 cae en -12%, al igual en el 2017 con un -2%; ya en 2018 se recupera con un 9% pero en el 2019 y 2020 sufre una caída de -30% y -13% respectivamente para llegar al 2021 con un crecimiento de un 21%, teniendo un promedio un 13% anual de crecimiento. Panamá apareció como mercado de destino en el año 2018, ya en los años 2019 tuvo un crecimiento de 300%, en el 2020 crece en un 1.15% y en el año 2021 continuó creciendo a un ritmo de 4%. Para el caso de Bélgica en el año 2013 crece en un 28.43%, para el año 2014 cae en un -20.95%, al siguiente año vuelve a crecer en 29.83% al igual que en el 2016 con un 61.59%; para el 2017 se identifica una caída en -40.53% recuperándose ligeramente en el 2018 con 0.96% pero si considerablemente en el 2019 con un 127.01%, igual en el 2020 con un 10.84%, en el último año se encontró una caída del -34.10%.

TABLA 2
 Mercados de destino de las Exportaciones de Banano (Miles de toneladas)

Países	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Países Bajos	0.12	63.14	57.89	66.60	62.73	67.74	72.85	81.27	65.35	65.30	59.06
Estados Unidos	-	24.79	22.87	43.24	70.38	62.17	60.87	66.18	46.50	40.51	48.87
Panamá	-	-	-	0.10	0.14	0.02	-	9.00	35.99	36.41	37.94
Bélgica	-	8.07	10.37	8.20	10.64	17.19	10.23	10.32	23.44	25.98	17.12
Corea del Sur	-	2.42	2.17	3.58	6.10	9.26	8.82	13.91	13.23	11.49	12.34
Italia	-	0.12	-	0.08	-	0.41	2.55	3.29	3.82	9.37	8.76
Alemania	-	7.21	15.36	25.84	29.59	27.86	28.66	25.31	13.36	9.64	8.02
Japón	0.00	6.56	6.24	4.07	3.54	4.52	4.55	6.00	5.51	5.53	6.56
Reino Unido	-	1.92	3.47	2.61	1.84	1.85	2.07	3.96	4.67	3.64	3.53
Finlandia	-	0.35	2.98	3.66	4.55	8.23	9.87	9.50	6.06	6.67	2.14
Canadá	-	1.49	0.99	1.27	1.80	1.72	1.62	1.76	1.15	1.29	0.79
Guatemala	-	-	-	-	0.02	-	-	-	-	-	0.12
Suecia	-	0.61	0.64	-	0.02	-	-	-	2.31	0.28	0.06
Chile	-	0.11	0.02	-	0.00	-	-	0.36	0.41	0.15	0.02
España	-	-	0.02	0.08	0.08	-	0.04	0.11	0.06	0.08	0.00
Zonas											
Francia del	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.01
Perú											
Suiza	-	-	-	-	-	-	0.00	-	0.00	0.00	0.00
Francia	-	0.04	0.06	0.16	-	0.31	-	0.02	0.00	-	0.00
Aruba	-	-	-	-	-	-	-	0.00	0.00	-	0.00
Emiratos											
Árabes	-	-	-	-	0.02	0.78	0.29	-	-	0.13	-
Unidos											
Portugal	-	-	-	-	-	0.02	0.37	0.43	0.27	0.08	-
Grecia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.00	-
México	-	-	-	-	-	-	-	0.02	0.07	-	-
Federación											
Rusa	-	-	-	-	-	0.06	-	-	0.06	-	-
Ecuador	-	0.06	0.00	0.00	0.00	0.02	0.00	-	0.04	-	-
Argentina	-	-	-	-	-	-	-	-	0.00	-	-
Colombia	-	-	-	-	-	-	-	0.08	-	-	-
Afganistán	-	-	-	-	-	-	-	0.02	-	-	-
Brasil	-	-	-	-	-	-	-	0.00	-	-	-
China	-	-	-	-	-	0.03	-	-	-	-	-
Corea del											
Norte	-	-	-	-	-	0.04	-	-	-	-	-
Hong Kong	-	-	-	-	0.00	-	-	-	-	-	-
Ucrania	-	-	-	0.08	-	-	-	-	-	-	-
Irlanda	-	0.80	1.02	0.06	-	-	-	-	-	-	-
Montenegro	-	-	0.02	-	-	-	-	-	-	-	-
Puerto Rico	-	-	0.00	-	-	-	-	-	0.00	-	-
Total	0.12	117.67	124.12	159.60	191.44	202.23	202.78	231.54	222.30	216.55	205.33

Nota En base a las declaraciones de Aduanas registradas en Sunat

Según la Tabla 3 se observa el comportamiento de las exportaciones de banano en millones de dólares americanos, siendo Países Bajos (Holanda) el principal país de destino, donde se puede apreciar la caída en el 2013 con un -4%, para luego crecer en el año 2014 en un 19%, en el año 2015 nuevamente cae en un -5%, en el 2016 al 2018 crece en promedio 7% anual, para el 2020 se identificó un crecimiento del 2% pero el año 2021 una caída del 11%, en todo el periodo se determinó que el crecimiento promedio anual fue de 0.22%. En segundo lugar, se encuentra Estados Unidos, a excepción del año 2015 donde importó más que Países Bajos y que fue el principal destino; en el 2013 caen las exportaciones en -3%, pero en el 2014 crecen en un 106%, en 2015 siguen creciendo en 64%, pero en el 2016 cae en -15%, al igual en el 2017 con -3%, ya en 2018 se recupera con un 4% pero en el 2019 y 2020 sufre una caída de -34% y -12% respectivamente llegando al final del periodo con un crecimiento del 20%, siendo así un promedio anual de crecimiento del 13%. Panamá apareció como mercado de destino en el año 2018, ya en los años 2019 tuvo un crecimiento de 270%, en el

2020 crece en un 1% y en el año 2021 tuvo un crecimiento de 5%. Para el caso de Bélgica en el año 2013 crece en un 31%, pero en el año 2014 cae en un -18%, en el año 2015 crece en un 31% al igual que el año 2016 crece en un 62%, para el 2017 cae en un -41%, en el 2018 cae en -3%, también en el 2019 crece en 120%, igual en el 2020 con 13%, finalmente en el año 2021 cae en un -33%.

TABLA 3
Mercados de destino de las Exportaciones de Banano (Millones USD)

Países	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Países Bajos	0.08	43.74	42.10	49.95	47.60	51.56	53.26	58.90	46.09	47.24	41.96
Estados Unidos	-	16.36	15.94	32.77	53.86	45.84	44.44	46.32	30.77	27.21	32.57
Panamá	-	-	-	0.07	0.11	0.01	-	6.31	23.33	23.55	24.85
Bélgica	-	5.72	7.47	6.11	8.04	13.05	7.66	7.44	16.37	18.42	12.32
Corea del Sur	-	1.54	1.52	2.55	4.53	6.82	6.76	10.74	9.42	8.45	9.12
Italia	-	0.08	-	0.05	-	0.32	1.84	2.33	2.52	6.09	5.84
Alemania	-	5.05	11.35	19.31	22.16	21.20	20.81	18.56	9.48	6.76	5.68
Japón	0.00	4.43	4.35	2.85	2.53	3.33	3.44	4.49	4.22	4.43	5.31
Reino Unido	-	1.29	2.34	1.87	1.32	1.40	1.57	3.03	3.71	3.13	3.17
Finlandia	-	0.23	2.00	2.57	3.51	6.35	7.08	6.75	4.13	4.66	1.50
Canadá	-	0.97	0.66	0.97	1.42	1.33	1.24	1.30	0.85	0.96	0.59
Guatemala	-	-	-	-	0.01	-	-	-	-	-	0.08
Suecia	-	0.35	0.48	-	0.02	-	-	-	1.53	0.18	0.04
Chile	-	0.03	0.01	-	-	-	-	0.20	0.23	0.07	0.01
España	-	-	0.01	0.05	0.07	-	0.03	0.08	0.03	0.18	0.01
Zonas											
Francia del Perú	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.00
Suiza	-	-	-	-	-	-	0.00	-	0.00	0.00	0.00
Francia	-	0.03	0.04	0.12	-	0.23	-	0.01	0.00	-	0.00
Aruba	-	-	-	-	-	-	-	0.00	0.00	-	0.00
Emiratos Árabes Unidos	-	-	-	-	0.01	0.61	0.23	-	-	0.09	-
Portugal	-	-	-	-	-	0.01	0.19	0.23	0.13	0.04	-
Grecia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.01	-
México	-	-	-	-	-	-	-	0.01	0.05	-	-
Federación Rusa	-	-	-	-	-	0.03	-	-	0.04	-	-
Ecuador	-	0.03	-	-	-	0.01	-	-	0.03	-	-
Argentina	-	-	-	-	-	-	-	-	0.00	-	-
Colombia	-	-	-	-	-	-	-	0.06	-	-	-
Afganistán	-	-	-	-	-	-	-	0.01	-	-	-
Brasil	-	-	-	-	-	-	-	0.00	-	-	-
China	-	-	-	-	-	0.03	-	-	-	-	-
Corea del Norte	-	-	-	-	-	0.03	-	-	-	-	-
Hong Kong	-	-	-	-	0.00	-	-	-	-	-	-
Ucrania	-	-	-	0.06	-	-	-	-	-	-	-
Irlanda	-	0.53	0.71	0.04	-	-	-	-	-	-	-
Montenegro	-	-	0.01	-	-	-	-	-	-	-	-
Puerto Rico	-	-	0.00	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	0.08	80.37	88.99	119.35	145.17	152.17	148.56	166.77	152.93	151.49	143.04

Nota En base a las declaraciones de Aduanas registradas en Sunat

En la Figura 1 se puede observar que el IHH de los mercados de destino de la banana peruana se tiene una tendencia a ser menos concentrada conforme pasan los años, tal es así que en el año 2012 tuvo un nivel de 3505 siendo considerado como un mercado muy concentrado y dependiente de sus principales destinos (Holanda y Estados Unidos con una participación del 54% y 21% respectivamente), pero ya en los años subsiguientes tuvo una caída constante del indicador, llegando al 2019 con un nivel de 1762 considerado un nivel de concentración moderada (debido a que en sus 4 principales mercados se tenía el 77% del total

siendo Holanda el que mayor participación tenía con 29%, seguido de Estados Unidos con 21% en tercer lugar Panamá con 16% y terminando con Bélgica con 11%), igual ocurrió en el año 2020 con, en el 2021 se incrementa a 1881 considerado como un nivel de alta concentración explicado por la dependencia de 4 mercados principales que sumados llegan a 80% del total y distribuidos de la siguiente manera: Holanda con un 36%, Estados Unidos con un 30%, Panamá con 23% y finalmente Bélgica con 11%.

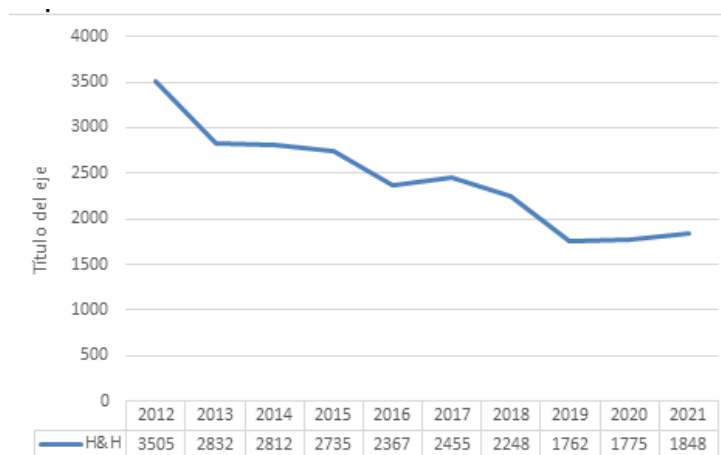


FIGURA 1

Nivel de Concentración según el IHH de los mercados de destino de las exportaciones de banano periodo 2012 – 2021. Nota: En base a las declaraciones de Aduanas registradas en Sunat

DISCUSIÓN

Las exportaciones de banano peruano tuvieron una tendencia a crecer hasta el año 2018 tal y como lo mencionaron Fiankor et al. (3) debido a la alta demanda de las economías de un fruto fresco y saludable (1), luego de este auge cayeron en los últimos años 2019 al 2021 concordando con Herrera y Chávez (5) quienes mencionan que un aumento de los precios repercute en la demanda apoyado por las barreras que surgieron a raíz de la pandemia COVID-19 que encarecieron los fletes y limitaron el comercio internacional tal como lo menciona Banchón et al. (7) y se demuestra con los resultados de los indicadores básicos, tanto en valor como en volumen.

Los mercados de destino de las exportaciones tuvieron crecimiento sostenido, es decir a pesar de que las exportaciones bajaron, estos se fueron incrementando o manteniendo, concordando con Montes et al. (19) cuando mencionan que los destinos de exportación de Perú están creciendo en especial el de frutas y hortalizas, esto como parte de una política de gobierno planteados en los planes estratégicos nacional y los regionales, además se coincide con Pantaleón et al. (18) que las exportaciones de banano en los departamentos de la costa norte peruana se han incrementado a pesar de las variaciones de los precios y que su diversificación es un apoyo para la sostenibilidad a lo largo del tiempo.

Los mercados de destino de las exportaciones de banano tienen una tendencia de estar menos concentrados, aunque todavía falta diversificarse más esto coincide con Suárez (12) que menciona que la competitividad de la exportación del banano radica en poder tener diferentes mercados y no la dependencia de un grupo reducido puesto que se podrá ver sometido a las condiciones de estos.

CONCLUSIONES

La dinámica de las exportaciones del banano peruano se expresa a través del análisis estadístico descriptivo del valor y cantidad exportada, además apoyada de saber que tan diversificado está el mercado conociendo de esa

forma si existe o no dependencia. Para el caso los países donde se envía este fruto se vieron que existe algunos en los que se tiene presencia absoluta a través de los años siendo estos: Holanda, Estados Unidos, Bélgica, Corea del Sur, Alemania, Japón, Reino Unido, Finlandia, Canadá; destacando también Panamá, aunque no se registraron exportaciones en los años 2011, 2012, 2013 y 2017. En cuanto a la dinámica de las empresas exportadoras estas fueron creciendo a través de los años entre el 2021 y el 2012 el número se incrementó en 22 empresas, teniendo en promedio anual 50 empresas que exportan el banano en el periodo. En la dinámica de las exportaciones en peso, éstas fueron creciendo hasta el 2018 y descendiendo desde esa fecha, pasando lo mismo con el valor exportado. Por último, la concentración de mercados de las exportaciones de banano de acuerdo al IHH tiene una tendencia a bajar durante el periodo de estudio llega ligeramente a los niveles de concentración moderada, por lo tanto, se debe seguir trabajando en fortalecer estas exportaciones hacia otros países y no llegar a una concentración entre los principales mercados como son Países Bajos, Reino Unido y Panamá.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Mehendran Y, Kartheeswaran T, Kodikara, N. Banana Freshness Identification Using Image Processing Techniques. 2022 7th International Conference on Business and Industrial Research (ICBIR), 2022; 347–352. <https://doi.org/10.1109/ICBIR54589.2022.9786519>
2. Gebre G, Fikadu A, Gebeyehu T. Is banana value chain in East Africa sustainable? Evidence from Ethiopia. *Resources, Environment and Sustainability*, 2022; 8, 100060. <https://doi.org/10.1016/j.resenv.2022.100060>
3. Fiankor D, Flachsbarth I, Masood A, Brümmer B. Does GlobalGAP certification promote agrifood exports? *European Review of Agricultural Economics*, 2020; 47(1). <https://doi.org/10.1093/erae/jbz023>
4. Sharma A, Shilpa. Trends in Production and Export of Major Fruits in India. *Indian Journal of Economics and Development*, 2021; 462–467. <https://doi.org/10.35716/IJED/20282>
5. Herrera A, Chávez G. Las 41 and its impact on the price per box of Ecuadorian banana, period 2019-2020. *Universidad y Sociedad*, 2021; 13(3), 100–109. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n3/2218-3620-rus-13-03-100.pdf>
6. Blake D, Dawson C, Loeillet D, Staverm C. An global climate change affect prices in the world Banana market? *German Journal of Agricultural Economics*, 2018; 67(1), 48–64. <https://ageconsearch.umn.edu/record/309949/>
7. Banchón J, Aspiazú S, Gómez E. International marketing of Ecuadorian banana and banana exporting companies in the foreign market, year 2020. *Universidad y Sociedad*, 2021; 325–330. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1929>
8. Coltro L, Karaski T. Environmental indicators of banana production in Brazil: Cavendish and Prata varieties. *Journal of Cleaner Production*, 2019; 207, 363–378. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.09.258>
9. Baena J. La política de comercio exterior y las exportaciones colombianas. *Revista de Economía Institucional*, 2019; 21(41), 51–70. <https://doi.org/10.18601/01245996.v21n41.03>
10. Ko C, Frijters P, Foster G. A Tale of Cyclones, Exports and Surplus Forgone in Australia's Protected Banana Industry. *Economic Record*, 2018; 94(306), 276–300. <https://doi.org/10.1111/1475-4932.12414>
11. Andrade P, Meza A. Trade Agreement between Ecuador and the European Union: The case of the Ecuadorian banana sector. *Espacios*, 2017; 38(58), 26–30. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n58/a17v38n58p26.pdf>
12. Suárez J. Análisis de competitividad sobre las dinámicas de exportaciones de banano entre Ecuador y Filipinas, de cara al mercado asiático. [Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano]. 2018. <http://hdl.handle.net/11036/6297>
13. Yllescas-Rodríguez P, Espinoza-Casco R, Macha-Huamán R. Diversificación de la oferta exportable y las exportaciones peruanas. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 2021; 6(1), 322–341. <https://doi.org/10.35381/r.k.v6i1.1510>

14. Pantaleon A, Azañero R, Chávarry Y, Alvares G, Montes J, Pantaleón A. Dinamismo Exportador del Perú: Una Década de Ensueño 2012 – 2021. 2022. <https://a.co/d/fASHo0T>
15. Rojas W. La diversificación de las exportaciones no tradicionales en el Perú, Periodo: 1962-2016 [Universidad Nacional Agraria De La Selva]. 2019. http://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/1671/TS_RCWR_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
16. Nonalaya E, Castillo S, Huamantica I, Ramos W, Balbuena C. Analysis of internal logistic cost on exports of peruvian coffee in the period 2015 - 2019. *Acta Logistica*, 2021; 8(1), 73–81. <https://doi.org/10.22306/al.v8i1.206>
17. Ampuero K, Egas R, Huertas F, Silva R, Villar R. Exportaciones de alcachofas y mangos, alternativas de diversificación para el crecimiento del PBI real peruano. [Universidad San Ignacio De Loyola]. 2021. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/cd26dc40-7dd4-45b1-a4b8-fe331564ab45/content>
18. Pantaleón A, Medina I, Montes J. Comportamiento de la producción e importación de arroz en el Perú 2016-2020. *TZHOECOEN*, 2021; 13(2), 76–83. <https://doi.org/10.26495/tzh.v13i2.2001>
19. Montes J, Pantaleón A, Medina I, Palacios R. Niveles de exportación de productos tradicionales y no tradicionales del Perú 2011-2020. *Revista Científica Epistemia*, 2021; 5(2). <https://doi.org/10.26495/re.v5i2.2023>
20. Ministerio de Economía y Finanzas. Arancel de aduanas 2022. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2676619/DS404_2021EF.pdf.pdf
21. Herfindahl O. Concentration in the steel industry. [Thesis Ph. D.]. Columbia University. 1950. <https://www.proquest.com/openview/6a0ee715e69c026f33da0821bcad12ae/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
22. Hirschman A. *National Power and the Structure of Foreign Trade*. University of California Press. 1945.
23. Grebenkin I. The Influence of Diversification on Innovative Activity in Regional Manufacturing Industry. *Economy of Region*, 2018; 14(2), 600–611. <https://doi.org/10.17059/2018-2-21>
24. Kvålseth T. Cautionary Note About the Herfindahl-Hirschman Index of Market (Industry) Concentration. *Contemporary Economics*, 2021; 16(1), 51–60. <https://doi.org/10.5709/ce.1897-9254.468>
25. Nepali S. Income Diversification and Bank Risk-Return Trade-Off on the Nepalese Commercial Banks. *Asian Economic and Financial Review*, 2018; 8(2), 279–293. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2018.82.279.293>
26. Sarwar B, Muhammad N, Zaman N. Diversification, Industry Concentration, and Bank Margins: Empirical Evidence from an Emerging South Asian Economy. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 2020; 7(7), 349–360. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no7.349>
27. Tanusondjaja A, Dunn S, Miari C. Examining manufacturer concentration metrics in consumer packaged goods. *International Journal of Market Research*, 2021; 63(4), 471–493. <https://doi.org/10.1177/1470785320903978>