

MERCADO MUNDIAL DA BANANA: produção, comércio e participação brasileira

João Caetano Fioravanzo¹

1 - INTRODUÇÃO

A banana é uma das frutas mais importantes do mundo, tanto no que se refere à produção quanto à comercialização. Para muitos países, além de ser um alimento complementar da dieta da população², a banana apresenta grande relevância social e econômica, servindo como fonte de renda para muitas famílias de agricultores, gerando postos de trabalho no campo e na cidade e contribuindo para o desenvolvimento das regiões envolvidas em sua produção³. Para outros países, ela é um produto de exportação responsável por uma parte muito significativa dos ingressos relativos à exportação agrícola⁴.

Em 2001, as exportações mundiais de banana ao natural, sem transformação, atingiram a cifra de 4,234 bilhões de dólares, a maior entre todos os produtos frutícolas. Os mercados mais importantes são os da União Européia, Estados Unidos e Japão, responsáveis pela importação

de aproximadamente 70% do volume e 79% do valor mundialmente comercializados nesse ano (FAO, 2003).

De acordo com Manica (1997), o grande volume de banana comercializada nos mercados mundiais pode ser explicado por vários fatores, entre os quais destacam-se: a possibilidade de produção continuada durante todo o ano, o elevado rendimento por hectare e ciclo reduzido da cultura, a facilidade de manejo e armazenamento da fruta verde e a simplicidade e rapidez de amadurecimento. Trata-se, também, de uma fruta muito saborosa, rica em nutrientes, de fácil preparo e consumo e, portanto, apreciada pela maioria das pessoas. Além disso, análises recentes mostram que a banana está se convertendo cada vez mais em uma mercadoria intensamente intercambiável em alguns mercados, como o europeu, por exemplo (FIORAVANÇO, 2000)⁵. Nesses mercados, de elevado poder aquisitivo e grande concorrência, essa nova dinâmica do setor configura-se em um fator de transcendental importância, principalmente para as empresas européias vinculadas a sua comercialização, pois a utilização de um mercado já consolidado como o europeu facilita a expansão das atividades para outros mercados e produtos.

Ao mesmo tempo, não se pode esquecer que o comércio mundial de bananas é, e sempre foi, dominado por grandes empresas multinacionais que controlam as etapas de preparo e transporte do produto nos principais países exportadores, por intermédio de estruturas de produção próprias ou em associação com produtores independentes (GONÇALVES; PEREZ; SOUZA, 1994). Ademais, segundo esses mesmos autores, essas empresas possuem associações ou subsidiárias nos principais países importadores que garantem

¹Engenheiro Agrônomo, Doutor, Pesquisador da Fundação Estadual de Pesquisa Agropecuária (FEPAGRO) (e-mail: joao-fioravanzo@fepagro.rs.gov.br).

²Nas terras altas de Uganda, o consumo *per capita* de banana chega a 200kg por ano. A fruta serve como fonte de uma parte significativa das necessidades diárias de carboidratos, vitaminas A, B₆ e C, Potássio, Fósforo e Cálcio (PLOETZ, 1999). No Brasil, especialmente no Estado do Amazonas, a banana é a fruta de maior consumo, constituindo-se em um alimento básico da população carente (CORDEIRO et al., 1998).

³Na Costa Rica, a produção de banana é uma atividade que gera aproximadamente 40.000 empregos diretos e 100.000 indiretos; na província de Limón é a principal fonte de trabalho para 93% da população economicamente ativa e gera o sustento básico de mais de 500.000 pessoas (CORBANA, 2000).

⁴Em 2001, a banana (incluindo o plátano ou banana da terra) foi responsável por 66,46% das exportações agrícolas de Santa Lúcia, 59,70% de Dominica, 56,31% do Equador, 59,95% de São Vicente/Granadinas, 40,09% do Panamá, 32,78% da Costa Rica, 30,54% de Honduras e 20,60% de Filipinas. Porcentagens calculadas a partir da FAO (2003). Os plátanos ou *plantain* que possuem mais amido, menos açúcar e são mais ácidos que as bananas e, por isso, geralmente são consumidos fritos ou cozidos, possuem pouca importância no comércio internacional e servem principalmente para alimentação e intercâmbios nacionais e regionais.

⁵Em 1995, 41,86% do volume total de banana importada pela União Européia foi (re)exportada para outros Estados-Membros, principalmente por Bélgica/Luxemburgo. Ou seja, é bastante grande a quantidade de produto que após entrar no mercado comunitário é objeto de ao menos uma nova operação comercial, provavelmente a um preço bem superior ao da importação de países terceiros.

uma ampla base de distribuição de um produto cuja perecibilidade exige uma logística perfeita para que o consumidor seja atingido rapidamente.

O presente artigo analisa a evolução da produção e do comércio mundial de bananas (e plátanos) desde o início da década de 1990 até os dias atuais, ressaltando os maiores produtores, exportadores e importadores. A produção e exportação brasileira são, evidentemente, objeto de uma análise mais detalhada. Realizam-se, também, breves comentários sobre as empresas multinacionais do setor, devido à importância que sempre tiveram nessa cultura.

2 - PRODUÇÃO MUNDIAL DE BANANA: participação brasileira

A produção mundial de banana apresentou um crescimento considerável no período de 1991-92 a 2001-02 (Tabela 1). De um total de 49.276 mil toneladas no início da década passada, a produção elevou-se a 68.999 mil toneladas no início da atual década, o que significou um crescimento de 40,0%. Os plátanos⁶, por outro lado, apresentaram um crescimento muito menos significativo, da ordem de 4,3%, ao passarem de 27.626 mil toneladas em 1991-92 para 28.825 mil toneladas em 2001-02.

Entre os países produtores de banana destacam-se como mais importantes: Índia (16.000 mil toneladas em 2001-02), Equador (7.561 mil toneladas), Brasil (6.164 mil toneladas), China (5.516 mil toneladas) e Filipinas (5.080 mil toneladas). Outros produtores importantes são Indonésia, Costa Rica, México, Tailândia, Burundi e Venezuela. Os onze países relacionados na tabela 1 são responsáveis, atualmente, por 76,0% da produção mundial de bananas, cota que vem crescendo continuamente desde o início da década passada, quando era de 69,0%.

A maior parte dos produtores de banana aumentou a produção no período analisado, com destaque para China (128,6%), Equador (101,1%), Índia (95,4%) e Filipinas (70,6%). Por outro lado, Venezuela (-14,4%) e Burundi (-3,6%) foram os países que diminuíram suas produções.

O principal produtor de plátano é Uganda que, em 2001-02, produziu 9.533 mil toneladas e

colocou-se em um nível muito acima dos demais países. Pode-se destacar também, embora em um patamar bem inferior, Colômbia (2.827 mil toneladas), Nigéria (2.000 mil toneladas) e Gana (1.932 mil toneladas). Outros produtores importantes são: Ruanda, Peru, Costa do Marfim e Camarões. Esses oito países são responsáveis, atualmente, por 76,8% da produção mundial de plátanos, cota que, a exemplo do ocorrido com a banana, vem crescendo continuamente desde o início da década passada, quando era de 68,4%.

De 1991-92 a 2001-02, Camarões foi o país que apresentou o maior crescimento da produção de plátano (169,5%); Peru e Gana também evidenciaram crescimentos importantes, respectivamente, de 92,3% e 71,0%. Ruanda, por outro lado, foi o único país entre os principais produtores que apresentou diminuição na produção (-52,6%).

A maior parte dos países relacionados na tabela 1 produz apenas um dos produtos, banana ou plátano; somente Equador, Venezuela, Uganda, Colômbia, Costa do Marfim e Camarões são produtores importantes de ambas as frutas.

O Brasil, segundo a FAO (2003), inclui-se no grupo dos produtores de banana, não tendo expressão alguma na produção de plátano⁷. De 1991-92 a 2001-02, a produção brasileira de banana apresentou um crescimento muito pequeno, de apenas 6,2%, fato que ocasionou uma perda de importância no panorama produtivo mundial. Em 1991-92, o Brasil era o segundo produtor mundial, com uma cota de 11,8% da produção, ao passo que em 2001-02, baixou para a terceira posição com uma cota de 8,9%.

A análise comparativa do desempenho produtivo brasileiro em relação ao mundial, sob uma perspectiva histórica mais ampla, de 1961 a 2002 (Figura 1), mostra claramente essa perda de importância da bananicultura brasileira e explica, em parte, porque o País baixou do primeiro lugar no *ranking* dos maiores produtores, posição historicamente sustentada, para o terceiro lugar atual.

Mas isso não é o pior. O mais lamentável é que o aumento da produção brasileira de bana-

⁶Os dados relativos à produção e comércio da banana e do plátano são apresentados separadamente por serem produtos que apresentam comportamentos bem distintos nos mercados mundiais.

⁷Apesar de a FAO não registrar produção de plátano no Brasil, Mascarenhas (1997) comprovou, ao estudar a comercialização de banana em 15 CEASAs do País em 1995, que 3,1% da "banana" vendida no atacado era banana da terra (plátanos). Alves (1990) estimou para 1988 uma área cultivada com plátano de 19.017ha, ou seja, 4,1% da área total plantada com banana.

TABELA 1 - Produção Mundial e dos Principais Países Produtores de Banana e Plátano, 1991-92, 1996-97 e 2001-02

(em mil toneladas)

País	Banana			Variação (%)	Plátano			Variação (%)
	1991-92	1996-97	2001-02		1991-92	1996-97	2001-02	
Índia	8.188	11.471	16.000	95,4	0	0	0	0,0
Equador	3.760	6.610	7.561	101,1	948	882	476	-49,8
Brasil	5.805	5.286	6.164	6,2	0	0	0	0,0
China	2.413	2.887	5.516	128,6	0	0	0	0,0
Filipinas	2.978	3.543	5.080	70,6	0	0	0	0,0
Indonésia	2.561	3.040	3.600	40,6	0	0	0	0,0
Costa Rica	1.820	2.350	2.135	17,3	46	51	76	64,3
México	1.992	1.962	2.010	0,9	0	0	0	0,0
Tailândia	1.625	1.725	1.750	7,7	0	0	0	0,0
Burundi	1.606	1.544	1.549	-3,6	0	0	0	0,0
Venezuela	1.227	1.074	1.050	-14,4	563	515	700	24,4
Uganda	565	590	981	73,6	7.943	9.224	9.533	20,0
Colômbia	1.660	1.549	1.513	-8,9	2.640	2.769	2.827	7,1
Nigéria	0	0	0	0,0	1.378	1.716	2.000	45,1
Gana	4	14	10	150,0	1.130	1.821	1.932	71,0
Ruanda	0	0	0	0,0	3.320	2.177	1.573	-52,6
Peru	0	0	0	0,0	754	1.345	1.450	92,3
Costa do Marfim	174	240	250	43,5	1.206	1.398	1.410	17,0
Camarões	825	893	850	3,0	520	1.308	1.400	169,5
Mundo	49.276	57.322	68.999	40,0	27.626	28.683	28.825	4,3

Fonte: Elaborada a partir de dados da FAO (2003).

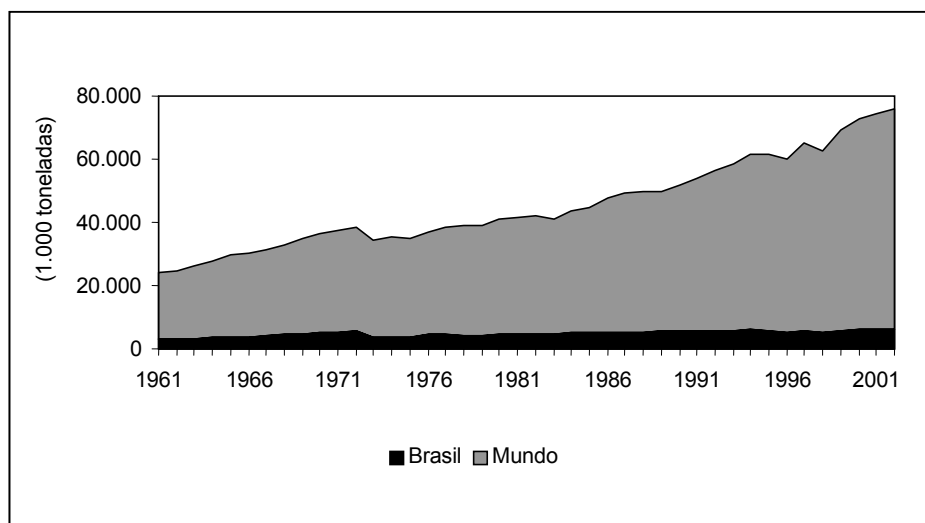


Figura 1 - Produção Mundial e Brasileira de Banana, 1961 a 2002.

Fonte: FAO (2003).

na, mesmo que pequeno, e, conseqüentemente, a sustentação da posição de protagonismo no cenário produtivo mundial ocorreu essencialmente às custas do aumento da área cultivada (Figura 2). Enquanto a área cultivada crescia a taxas significativas (3,87% ao ano), a produtividade decrescia (-0,33% ao ano). Através da figura, percebe-se que a área cultivada mantém uma ten-

dência de crescimento até o início da década de 1990, estabilizando-se a partir daí. Por outro lado, a produtividade brasileira de banana cresceu apenas durante a década de 1960, mantendo-se, a partir da década de 1970, praticamente estabilizada em torno de 10-12t/ha. Além disso, a produtividade média nacional é bastante baixa para uma cultura, cujo potencial produtivo pode che-

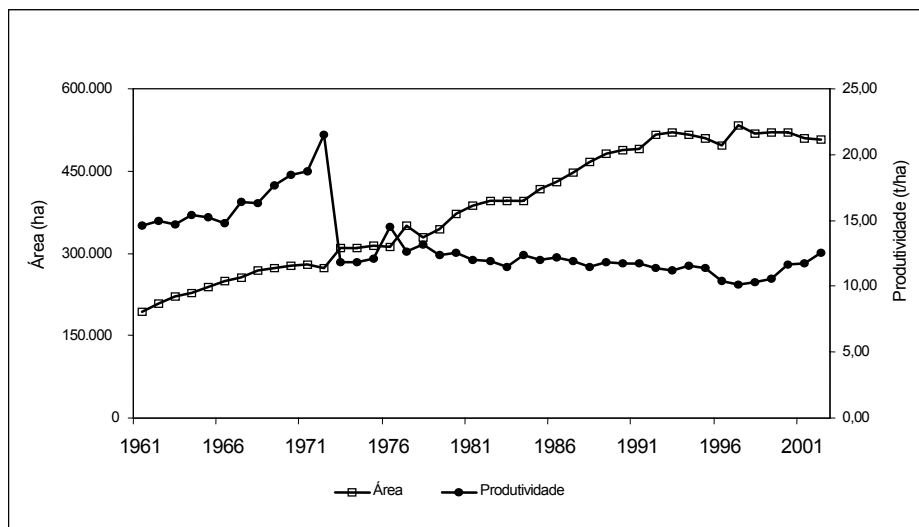


Figura 2 - Área Colhida e Produtividade da Cultura da Banana, Brasil, 1961 a 2002.
Fonte: FAO (2003).

gar a 50t/ha ou mais.

Buscar explicação para essa baixa produtividade, em um país que possui condições climáticas para o cultivo em quase todo o seu território, alguns centros de pesquisa especializados na cultura e empresas de assistência técnica em todos os estados, não é uma tarefa fácil.

Manica (1997) cita como fatores essenciais à racionalização da produção brasileira de banana e, conseqüentemente, aumento da produção e produtividade, a maior difusão de tecnologias, especialmente no que diz respeito a espaçamentos, adubações, desbaste, seleção de mudas e controle de pragas e doenças. Acrescenta, ainda, a necessidade de criação de uma infraestrutura adequada de comercialização, a ampliação dos trabalhos de pesquisa em vários aspectos relacionados à produção e comercialização e o estabelecimento de um programa para a cultura que possibilite a canalização de recursos para pesquisas, financiamento da produção, organização dos produtores e promoção do produto.

Gonçalves; Perez; Souza (1994) consideram que para a produção brasileira de banana ter alguma possibilidade de sucesso em termos de competitividade, há a necessidade de uma política ativa por parte do governo que lance as bases da organização de uma moderna produção que rompa com a tradição de fruticultura extrativa associada a essa cultura e constitua uma ampla cadeia integrada, da produção ao consumo. Ou seja, deve evoluir de sistemas de plantio semicomerciais, de baixo rendimento e que proporcionam produtos

de baixa qualidade, para sistemas de alta tecnologia, mais eficientes, de maior rendimento, e que resultam em produtos de elevada qualidade.

Fioravanço (1998) associa o baixo rendimento médio no Brasil, entre outros fatores, ao caráter minifundista das propriedades onde a cultura é desenvolvida, cujos elementos mais caracterizadores são o emprego de mão-de-obra familiar, o reduzido capital disponível para investimentos e o deficiente grau de utilização das tecnologias de produção e manejo pós-colheita.

3 - COMÉRCIO MUNDIAL DE BANANA

A banana, ao contrário da maioria das frutas tropicais, apresenta uma presença muito importante nos mercados mundiais. Os dados apresentados nas tabelas 1 e 2 permitem estimar que entre 20% e 25% da banana produzida no mundo é comercializada na forma de fruta fresca.

De 1991-92 a 2001, a quantidade total exportada aumentou 35,8%, passando de 10.491 mil toneladas a 14.242 mil toneladas, enquanto o valor das exportações apresentou um crescimento menor, de 30,2%, passando de US\$3.251 milhões para US\$4.234 milhões (Tabela 2). O aumento mais expressivo da quantidade exportada, em relação ao valor, mostra uma queda no preço médio da fruta.

Os maiores exportadores de banana, em 2001, foram: Equador (3.534 mil toneladas), Filipinas (2.129 mil toneladas), Costa Rica (1.959 mil

TABELA 2 - Quantidade e Valor das Exportações Mundiais de Banana e Principais Países Exportadores, 1991-92, 1996-97 e 2001-02

País	Quantidade (1.000t)			Variação (%)	Valor (US\$1.000)			Variação (%)
	1991-92	1996-97	2001		1991-92	1996-97	2001	
Equador	2.673	4.164	3.534	32,2	687.767	1.137.879	828.573	20,5
Filipinas	882	1.198	2.129	141,5	164.246	226.412	297.371	81,0
Costa Rica	1.634	2.064	1.959	19,9	433.571	609.941	501.149	15,6
Colômbia	1.444	1.531	1.485	2,8	406.098	481.178	407.764	0,4
Bélgica/Luxemburgo	38	839	972	2.456,4	21.440	737.941	654.636	2.953,3
Guatemala	380	635	874	129,9	95.500	153.127	185.048	93,8
Honduras	724	531	432	-40,4	300.450	129.419	196.600	-34,6
Panamá	712	620	426	-40,2	197.113	181.936	122.157	-38,0
Estados Unidos	367	414	407	10,9	193.928	192.202	162.005	-16,5
Camarões	0,1	170	254	222.796,5	48	56.175	47.748	100.422,1
Costa do Marfim	121	197	227	87,5	39.698	78.034	54.597	37,5
França	31	200	199	547,2	27.488	124.090	114.566	316,8
Itália	0,7	94	147	20.681,8	538	90.382	97.568	18.052,2
Alemanha	27	67	142	436,3	16.446	55.092	108.555	560,1
Rep. Dominicana	33	76	131	298,7	5.790	11.013	36.173	524,8
Brasil	91	35	105	14,9	17.511	7.265	16.036	-8,4
Mundo	10.491	14.214	14.242	35,8	3.251.441	4.949.133	4.233.762	30,2

Fonte: Elaborada a partir de dados da FAO (2003).

toneladas) e Colômbia (1.485 mil toneladas). Outros exportadores importantes são: Bélgica/Luxemburgo, Guatemala, Honduras, Panamá e Estados Unidos. O Brasil ocupa a décima sexta posição entre os maiores exportadores, com um total de 105 mil toneladas exportadas em 2001 (Tabela 2).

Camarões, Itália e Bélgica/Luxemburgo foram os países que aumentaram mais intensamente suas exportações de 1991-92 a 2001, embora tenham partido de patamares bastante baixos, principalmente os dois primeiros. Entre os países com maior tradição na produção e exportação de banana destacam-se, pelo incremento apresentado nas quantidades exportadas, a República Dominicana (298,7%), Filipinas (141,5%) e Guatemala (129,9%). Por outro lado, Honduras (-40,4%) e Panamá (-40,2%) diminuíram suas exportações. A esses dois últimos países pode-se incluir os Estados Unidos e o Brasil que, apesar de não terem reduzido as quantidades exportadas, diminuíram os valores obtidos com a exportação, na ordem de -16,5% e -8,4%, respectivamente. Segundo a Tabela 2, apresenta-se, para os principais produtores e exportadores relacionados nas tabelas 1 e 2, a porcentagem de banana exportada em relação à produção. De acordo com as participações dos países pode-se conformar 3 grupos, segundo a estratégia desenvolvida por cada um deles para atuar no mercado da banana.

No primeiro grupo pode-se incluir os seguintes países: México, Venezuela, Brasil, China, Tailândia, Índia, Indonésia e Burundi. Ou seja, são países que se destacam como grandes produtores de banana, mas que apresentam uma participação muito pequena ou nula no comércio mundial. São países que apresentam vantagens comparativas (condições de clima e solo, mão-de-obra, etc.) que lhes permitem destacar-se como produtores, porém que não souberam ou não puderam transformar essas condições em vantagens suficientes para competir nos mercados mundiais (qualidade, organização comercial, etc.).

No segundo grupo fazem parte países como Guatemala, Colômbia, Costa do Marfim, Panamá, Honduras, Equador, Filipinas, Costa Rica, Camarões e República Dominicana, ou seja, países que mostram uma vocação eminentemente exportadora, alguns dos quais apresentam quantidades exportadas que superam até mesmo a produção nacional⁸. Em muitos países desse

⁸As porcentagens obtidas para Guatemala e Colômbia são, à primeira vista, contraditórias. No entanto, as mesmas podem ser explicadas pela importação de banana que, somada à produção nacional, permitiu alcançar tais níveis de exportação ou podem ser reflexo de exportações de produtos oriundos de outros países, mas que foram contabilizadas como sendo desses dois países por algum motivo (obtenção de vantagens comerciais, para evitar restrições quarentenárias ou para não ultrapassar cotas de comercialização).

TABELA 3 - Participação da Quantidade Exportada na Produção Nacional dos Principais Países Produtores e Exportadores de Banana, 1991-92, 1996-97 e 2001 (em porcentagem)

Grupo	País	1991-92	1996-97	2001
I	México	10,48	10,27	3,29
	Venezuela	0,00	4,75	1,97
	Brasil	1,58	0,66	1,76
	China	3,27	1,89	0,72
	Tailândia	0,13	0,15	0,32
	Índia	0,01	0,03	0,05
	Indonésia	0,01	2,84	0,01
	Burundi	0,00	0,00	0,00
II	Guatemala	76,86	90,05	110,72
	Colômbia	86,99	98,85	108,01
	Costa do Marfim	69,40	82,36	90,66
	Panamá	82,21	75,40	87,06
	Honduras	72,57	53,99	83,71
	Equador	71,09	62,99	46,73
	Filipinas	29,61	33,81	42,07
	Costa Rica	54,88	58,26	38,71
	Camarões	0,01	19,03	29,89
	Rep. Dominicana	8,48	19,70	29,33
III	Itália	157,46	20.778,44	36.731,75
	Estados Unidos	6.918,49	6.833,72	3.204,47
	Bélgica/Luxemburgo ¹
	França ¹
	Alemanha ¹

¹Países que não apresentam produção de banana.
Fonte: Elaborada a partir de dados de FAO (2003).

grupo, senão em todos, a base de sustentação econômica para a competitividade das exportações de banana está associada à presença das grandes empresas multinacionais do setor (GONÇALVES; PEREZ; SOUZA, 1994). Para estes autores, a construção de estruturas exportadoras competitivas permitiu a esses países conquistar uma presença no mercado mundial proporcionalmente bastante superior à de sua produção, suplantando nesse processo países com volumes físicos de oferta consideravelmente mais expressivos, como o Brasil. Outros países, como Camarões e Costa do Marfim, encontram-se incluídos nesse grupo, apesar da presença de empresas multinacionais do setor não ser tão decisiva em seus territórios, porque, segundo García Alvarez-Coque; Compés; Aldanondo (1997), realizaram investimentos importantes na cultura com o objetivo de aumentar a produção, melhorar a qualidade e incrementar as exportações. Investimentos que, como se vê, estão começando a dar resultados. Além disso, são ex-colônias francesas que sempre gozaram de um tratamento preferen-

cial por parte de alguns países europeus, especialmente França.

No terceiro grupo, pode-se incluir Itália, Estados Unidos, Bélgica/Luxemburgo, França e Alemanha, países que não produzem banana ou produzem quantidades muito pequenas, como é o caso da Itália e dos Estados Unidos, mas que são importantes (re)exportadores de fruta importada.

No lado da importação, em 2001, destacam-se como principais mercados para a banana América do Norte, União Européia e Japão, sobressaindo-se, individualmente, Estados Unidos (3.481 mil toneladas importadas), Alemanha (1.065 mil toneladas), Japão (991 mil toneladas) e Bélgica/Luxemburgo (986 mil toneladas) (Tabela 4). Outros países importantes importadores são Reino Unido, Rússia e Itália.

Estados Unidos, Alemanha, Bélgica/Luxemburgo, Itália e França são também grandes exportadores, o que mostra o interesse de muitos países no comércio da banana. A importância que essa fruta possui no comércio frutícola mundial, pelo elevado volume anualmente transacio-

TABELA 4 - Quantidade e Valor das Importações Mundiais de Banana e Principais Países Importadores, 1991-92, 1996-97 e 2001

País	Quantidade (1.000t)			Variação (%)	Valor (US\$1.000)			Variação (%)
	1991-92	1996-97	2001		1991-92	1996-97	2001	
Estados Unidos	3.380	3.775	3.841	13,6	1.226.730	1.378.641	1.349.713	10,0
Alemanha	1.367	1.156	1.065	-22,1	818.674	820.098	624.056	-23,8
Japão	790	852	991	25,4	494.581	434.487	450.849	-8,8
Bélgica/Luxemburgo	254	1.081	986	288,3	125.239	699.653	457.038	264,9
Reino Unido	517	653	736	42,4	400.910	493.461	427.948	6,7
Rússia	...	485	612	136.115	173.345	...
Itália	556	529	570	2,4	344.857	377.061	343.630	-0,4
China	15	530	414	2.672,6	4.258	143.339	98.248	2.207,6
Canadá	367	413	405	10,4	173.695	171.347	148.783	-14,3
França	518	470	366	-29,2	421.007	285.610	202.310	-51,9
Argentina	129	250	330	155,7	31.826	75.399	90.383	184,0
Polônia	176	263	270	53,7	72.675	126.719	110.171	51,6
Mundo	10.338	13.578	14.213	37,5	5.258.762	6.835.640	5.834.234	10,9

Fonte: Elaborada a partir de dados de FAO (2003).

nado, com todas as vantagens daí derivadas, aliada à possibilidade de obtenção de um importante diferencial de valor entre o preço praticado na (re)exportação e o preço da importação direta dos países produtores tornam a banana um produto muito atrativo para as empresas que atuam no mercado, principalmente para as grandes empresas européias comercializadoras que vêm aumentando muito rapidamente as quantidades (re) exportadas aos países da União Européia.

O plátano, ao contrário da banana, apresenta pouca relevância no comércio mundial. Em 2001, as 275,8 mil toneladas exportadas significaram apenas 0,96% da produção mundial, destacando-se como maiores exportadores Equador, Guatemala, Bélgica e Costa Rica (FAO, 2003). Esses quatro países, em 2001, foram responsáveis por 86% e 76%, respectivamente, da quantidade e do valor total exportados.

Os maiores importadores, segundo a FAO (2003), são Estados Unidos, El Salvador, Romênia, Bélgica e França, responsáveis, em 2001, por 87% da quantidade e 79% do valor total importados.

4 - EXPORTAÇÃO BRASILEIRA DE BANANA

O Brasil, apesar de ser um dos maiores produtores mundiais de banana, ocupa uma posição bem afastada das primeiras posições do *ranking* dos grandes exportadores (Tabela 2). Em

2001, a cota do Brasil no comércio mundial dessa fruta correspondeu a apenas 0,75% e 0,38% do volume e do valor total exportados, respectivamente. Como se viu na seção anterior, até mesmo países que não produzem banana, porém que apresentam uma estrutura comercial bem montada e o controle do fluxo exterior da fruta têm uma participação melhor que a brasileira. De acordo com Almeida (1995), a participação nacional no comércio mundial é irrisória por problemas de qualidade. Para o autor, o setor não se aparelhou para exportar, pois vendia apenas para a Argentina e o Uruguai, e em nível doméstico os consumidores nunca foram exigentes quanto à qualidade. Gonçalves et al. (1995), Gonçalves e Souza (1998) e Pizzol e Eleutério (2000) citam como principais condicionantes da pequena inserção brasileira no mercado internacional de frutas frescas e, por conseguinte, no mercado da banana, além da baixa qualidade do produto nacional, a precariedade das estruturas de produção e comercialização predominantes no País, a deficiência dos mecanismos de regulação do mercado interno, os efeitos das políticas de juros e câmbio sobre os preços e a falta de uma política nacional para a fruticultura de mesa.

Nos últimos onze anos, ou seja, de 1991-92 a 2001, a quantidade de banana exportada pelo Brasil apresentou leve incremento de 14,9%, passando de 91 mil toneladas a 105 mil toneladas. O valor das exportações, por outro lado, diminuiu 8,4%, caindo de US\$17.511 mil a

US\$16.036 mil, demonstrando uma redução apreciável do preço médio (Tabela 2). No entanto, quando se analisam as exportações em um período de tempo mais longo, de 1961 a 2001 (Figura 3), constata-se um comportamento que se caracteriza essencialmente pela diminuição dos volumes e pouca relevância dos valores arrecadados. A tendência decrescente dos volumes exportados mantém-se de 1961 a 1995, quando se atinge o mais baixo nível (12.493 toneladas); a partir daí ocorre uma retomada do crescimento das exportações até 2001, apenas com uma leve recaída em 2000. Para Perez (2003), o crescimento das exportações a partir de 1995 pode ser atribuído, aparentemente, à desvalorização do real que aumentou a competitividade da banana brasileira em relação aos seus competidores internacionais, principalmente no mercado argentino, e favoreceu o incremento das remessas.

Para alguns autores, a diminuição das exportações brasileiras de banana, que se verifica na análise temporal mais longa, deve-se principalmente ao descaso dos produtores com a qualidade da fruta e a concorrência da fruta equatoriana de melhor qualidade e menor preço (FIORE, 1997; MASCARENHAS, 1997). Qualidade e preço são, sem dúvida, fatores de primeira ordem na determinação das vendas em mercados altamente concorridos e que primam pela qualidade. Entretanto, só se conseguirá preços competitivos e produtos de qualidade, principais elementos para a construção de uma posição competitiva sustentável no mercado internacional das frutas em geral e, em especial, da banana, através da construção de políticas ativas para superar os obstáculos que dificultam o desenvolvimento da atividade.

Entre essas políticas salienta-se, em primeiro lugar, a necessidade de superar a crença de que a banana é um produto local, para o gosto local e que, portanto, qualquer qualidade e preço servem. Em segundo lugar, desenvolver um programa voltado à exportação que incentive as empresas a adaptarem-se às condições de competitividade dos mercados mundiais e a desenvolver uma estratégia comercial que as aproxime dos compradores e consumidores internacionais.

O principal destino da banana brasileira continua sendo a Argentina e o Uruguai (Tabela 5), embora se constate um início de diversificação, com Santa Catarina enviando pequenas quantidades para Alemanha, Chile, Espanha, Es-

tados Unidos, Países Baixos e Reino Unido, e o Rio Grande do Norte enviando volumes um pouco mais significativos para Bélgica, Países Baixos e Reino Unido (PEREZ, 2001; 2003).

Em 2001, de acordo com Perez (2003), os principais Estados brasileiros exportadores de banana foram: Rio Grande do Norte (41,50% do valor e 26,95% da quantidade), Santa Catarina (41,29% e 52,86%), São Paulo (7,73% e 9,22%), Paraná (2,64% e 3,01%), Rio Grande do Sul (2,26% e 3,43%) e Minas Gerais (1,74% e 2,07%).

5 - MULTINACIONAIS BANANEIRAS

O mercado mundial da banana apresenta, como um dos seus elementos mais caracterizadores, a histórica e muito forte presença de empresas multinacionais, tanto no setor produtivo como no comercial.

Na produção, as três grandes empresas, Chiquita Brands International, Dole Food Company e Del Monte Foods, possuem importantes plantações e, em muitos países, operam em estreita vinculação com os produtores locais. As diferentes zonas bananeiras no mundo distinguem-se em função da presença ou não de tais empresas, ou de seu grau e poder de implantação. Assim, por exemplo, nas Filipinas, Costa Rica e Honduras, as empresas multinacionais estão implantadas tanto na fase de produção como na de comercialização; no Equador, o cultivo está nas mãos dos produtores nacionais, mas a comercialização é dominada por empresas estrangeiras e, especialmente, pelas três grandes multinacionais do setor; nos departamentos franceses de ultramar (Martinica e Guadalupe) são os sindicatos e as cooperativas locais que organizam a produção e exportação (PORTILLO, 1993).

Independentemente das diferentes situações encontradas nos diversos países produtores, a importância dessas empresas é uma realidade concreta. Caldentey e Caldentey (1993) mostram como a empresa United Fruits, posteriormente United Brands e, agora, Chiquita Brands, representava na primeira metade do século passado um verdadeiro "enclave"⁹ dentro das economias de determinados países da Amé-

⁹A economia de "enclave" caracteriza-se por apresentar pouca relação com outros setores econômicos, ou seja, está pouco articulada com a economia do país.

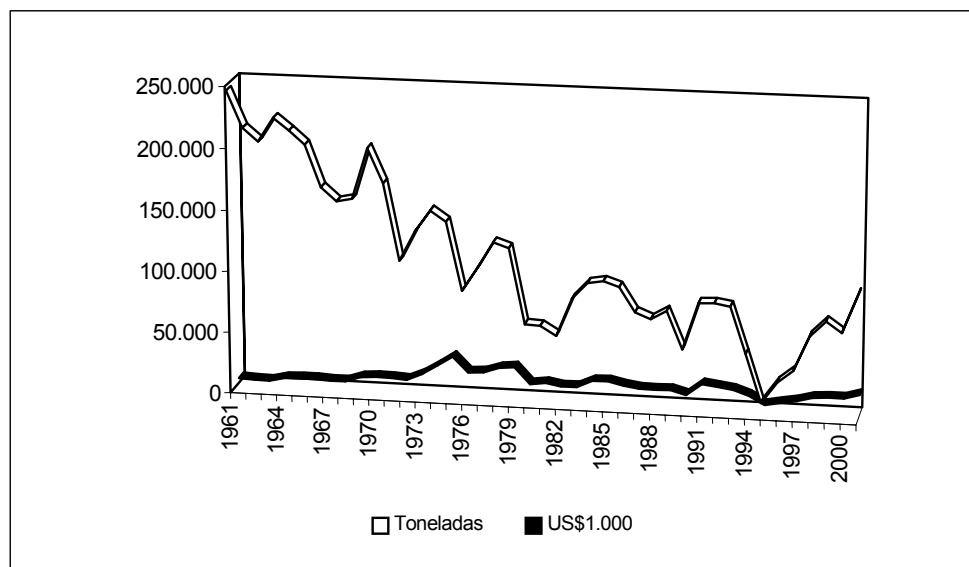


Figura 3 - Exportação Brasileira de Banana, 1961 a 2001.
Fonte: FAO (2003).

TABELA 5 - Exportação Brasileira de Banana por Países, de 1999 a 2001

País	Quantidade (t)			Valor (US\$1.000)		
	1999	2000	2001	1999	2000	2001
Argentina	47.913,84	35.005,09	60.942,95	6.758,35	5.489,27	7.953,80
Uruguai	27.765,64	23.317,19	27.277,66	4.061,84	3.183,17	3.241,86
Reino Unido	2.830,14	9.846,33	15.972,23	854,91	2.646,74	4.526,47
Países Baixos	512,65	2.891,78	800,76	149,99	779,85	241,53
Paraguai	-	-	98,50	-	-	9,54
Alemanha	113,25	3,54	7,00	42,87	10,13	16,61
Estados Unidos	2,21	1,35	5,60	7,31	4,39	29,01
Chile	1,96	2,90	2,58	7,84	11,48	10,20
Suíça	0,41	1,87	1,34	1,44	6,94	4,71
Bélgica	-	732,10	-	-	185,21	-
Espanha	23,04	9,00	-	86,66	33,86	-
Itália	2.063,44	-	-	546,80	-	-
Outros	-	1,25	3,04	-	8,08	2,54
Total	81.226,56	71.812,39	105.111,65	12.518,01	12.359,12	16.036,28

Fonte: Perez (2003).

rica Central. Além da produção e exportação de bananas, essa empresa controlava serviços de transporte ferroviário, portos e transporte marítimo, determinando, através de sua atuação, que a maior parte das estruturas nacionais fossem criadas em função de seus interesses, em detrimento dos interesses nacionais¹⁰.

¹⁰Para mais informação sobre a história, evolução e funcionamento das empresas multinacionais da banana na América Central, recomendam-se os artigos de Caldentey; Caldentey (1993) e Gonçalves; Perez; Souza (1994).

Em nível comercial, as três grandes multinacionais que comercializam, respectivamente, as marcas Chiquita, Dole e Del Monte, controlam uma parte muito importante do mercado asiático da produção e comercialização a partir das estruturas montadas nas Filipinas e destinadas ao abastecimento dos mercados japonês e coreano, controlam, também, o mercado estadunidense e canadense e mais da metade da exportação para a União Européia, principalmente através da produção latino-americana (ÁLVAREZ, 1994).

A tabela 6 apresenta a cota das principais empresas multinacionais do setor bananeiro no mercado mundial e europeu. Percebe-se, na tabela, uma perda de cota no mercado europeu das marcas Chiquita e Dole em favor da Del Monte e Fyffes, provavelmente devido à implantação da Organização Comum dos Mercados (OCM) da banana que provocou uma redistribuição das cotas de mercado.

TABELA 6 - Cota das Empresas Multinacionais do Setor da Banana no Mercado Mundial e na União Européia, 1992 e 1998

(em %)

Empresa	Mundo		União Européia	
	1992	1998	1992	1998
Chiquita	34	26	>30	>20
Dole	20	25	12	16
Del Monte	3	8	5	16
Fiffes	...	8	-	18
Noboa	7-8	7-8	7-8	7-8

Fonte: Ledemé citado por FAO (2001).

A posição de domínio das empresas multinacionais assenta-se em vários fatores, entre os quais sobressaem o controle absoluto da tecnologia, do tratamento pós-colheita, do transporte e da distribuição, ou seja, contam com uma integração vertical completa dos processos de produção e distribuição, especialmente importante no comércio de produtos perecíveis (READ, 1994; GONÇALVES; PEREZ; SOUZA, 1994). Além disso, as multinacionais bananeiras, ao realizarem suas transações em horizontes mais amplos que os espaços territoriais dos diversos países onde atuam, possuem uma capacidade operativa e um nível de autonomia que lhes permite confrontar-se com o poder de regulação de pequenos países e são respaldadas na defesa de seus interesses pela potência econômica a que estão ligadas (GONÇALVES; PEREZ; SOUZA, 1994).

Um exemplo do poder dessas empresas pode ser, de certo modo, visto no que se denominou a “**Guerra da Banana**”, disputa comercial entre a União Européia e os Estados Unidos e outros países latino-americanos produtores e exportadores de banana, ocorrida na década passada. A disputa teve como ponto de discórdia a inclusão de cotas de comercialização administradas mediante o sistema de licenças na Organização Comum do Mercado (OCM) da banana da UE,

que passou a vigorar em junho de 1993¹¹, e o aumento dos direitos tarifários para as importações de banana procedente dos países não ACP (África, Caribe e Pacífico). O confronto culminou com o estabelecimento em 1996 de um painel junto à Organização Mundial do Comércio (OMC) e trouxe, além da reforma da OCM¹², uma outra consequência de significativa importância: a reorganização completa do mercado mundial da banana pelas empresas multinacionais, como estratégia para adaptar-se às novas condições, intensificar suas atividades nos países que recebem um tratamento preferencial e ganhar novos mercados¹³.

6 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise do mercado mundial de banana e plátano mostrou, uma vez mais, a importância econômica dessas frutas para muitos países, embora, deva-se reconhecer, essa importância é bem distinta em ambos os casos. A banana, além de apresentar um volume de produção bastante grande, caracteriza-se por uma importante inserção no comércio mundial, constituindo-se em elemento estratégico para as empresas e os países que atuam nos mercados frutícolas, pois o domínio do comércio da banana favorece a expansão das atividades para novos países e novos produtos. O plátano, por outro lado, apresenta uma importância restrita à produção, constituindo-se, a exemplo da maioria das frutas tropicais, em um produto destinado principalmente ao consumo local e regional.

As grandes empresas multinacionais que dominam quase que integralmente o mercado mundial da banana têm seus fundamentos assentados sobre uma eficiente organização produtiva (elevada produtividade, qualidade e baixos custos) e uma sólida estrutura logística e comer-

¹¹Aprovada pelo Regulamento (CEE) n. 404/93, de 25/02/93 (DIÁRIO, 1993).

¹²Em 2001, após um acordo com os Estados Unidos, a UE começou a modificar seu regime de comércio de banana. O novo regime estabelece um processo, dividido em duas etapas, cujo objetivo final é chegar a um regime exclusivamente tarifário, que deverá estar em vigor no mais tardar em 1º de janeiro de 2006. Ver o Regulamento (CE) 21/06/01, de 29/01/2001 (DIÁRIO, 2001a) e, o Regulamento (CE) 896/01, de 07/05/2001 (DIÁRIO, 2001b), que modificam e estabelecem disposições de aplicação do Regulamento (CEE) n. 404/93.

¹³Alguns exemplos ilustrativos dessa reorganização podem ser vistos em Renard (1994).

cial (transporte, tecnologia de pós-colheita e centros de distribuição). Nesse complexo, como afirmam Gonçalves; Perez; Souza (1994), não há lugar para produtos de baixa qualidade e empresas e países que buscam uma inserção internacional baseada em improvisações e deficiente organização produtiva e comercial.

Seria essa a realidade do setor bananeiro brasileiro? Provavelmente sim, pois como se colocou em evidência ao longo do trabalho, a situação brasileira no mercado da banana mostra-se verdadeiramente preocupante e exige ao menos uma pequena reflexão. Além de apresentar um desempenho produtivo inferior à média mundial e inferior ao desempenho dos países realmente importantes nesse mercado, o Brasil continua amargando uma posição vexatória no *ranking* dos grandes exportadores, liderado por Equador, Filipinas, Costa Rica e Colômbia, com cotas que mal atingem 0,75% e 0,38% do volume e do valor total exportado em 2001. Por isso, não surpreende que o País continue fazendo parte do grupo de nações que apresentam importância quase nula na exportação mundial e que até mesmo países que não produzem banana tenham uma participação maior que a brasileira.

A necessidade de mudança no tratamento dispensado à bananicultura brasileira é evidente e o fraco desempenho nacional no comércio

mundial é a prova disso. A situação dessa fruta nunca foi tão preocupante e põe em evidência a enorme dificuldade que será transformar o País de um mero coadjuvante em um exportador importante de banana. Para isso, ousa-se afirmar: o primeiro passo consiste em desenvolver um programa nacional que outorgue à banana a importância que ela merece, que proporcione ao setor a construção de estruturas produtivas eficientes, capazes de alcançar altos rendimentos e ofertar frutos de grande qualidade e a preços competitivos. E então, a partir daí, aproveitar a boa inserção nos mercados mundiais de outras frutas, como manga, melão e mamão, para, através da união de esforços, incrementar pouco a pouco a presença dessa e de outras frutas com potencial (citros, maçã, uva, pêssego e abacaxi), mas que ainda não possuem grande importância em tais mercados.

O surgimento de pólos bananicultores em alguns Estados, como Santa Catarina, Rio Grande do Norte e Minas Gerais, fundamentados em padrões tecnológicos que permitem elevados rendimentos e maior qualidade, possibilitou a esses estados desbancar São Paulo da liderança na exportação de banana e, até mesmo, ampliar as remessas para outros países, especialmente da Europa e América do Norte, e, certamente, serve de exemplo para todo o setor e os demais estados produtores.

LITERATURA CITADA

ALMEIDA, F. R. de F. Yes, nós temos banana. **Conjuntura Econômica**, Rio de Janeiro, v. 49, n. 10, p. 54-55, out. 1995.

ÁLVAREZ, J. La comercialización futura del banano y otras frutas tropicales latinoamericanas en Europa. **Boletín ICE Económico**, Madrid, n. 2420, p. 1881-1883, 1994.

ALVES, E. J. Principais cultivares de banana no Brasil. **Revista Brasileira de Fruticultura**, Cruz das Almas, v. 12, n. 3, p. 45-61, 1990.

CALDENTEY, P.; CALDENTEY, P. Sistema agroalimentario y enclaves bananeros en América Central. **Revista de Estudios Agro-Sociales**, Madrid, n. 164, p. 141-161, 1993.

CORBANA - Corporación Bananera Nacional. (2000). **Realidad bananera en Costa Rica**. Disponível em: <<http://www.corbana.co.cr>>. Acesso em: mar 2003.

CORDEIRO, Z. J. M. et al. Sigatoka negra no Brasil. **Informativo SBF**, Brasília, v. 17, n. 2, p. 8-10, 1998.

DIÁRIO OFICIAL DA COMUNIDADE EUROPÉIA. **Regulamento (CEE) 404/93**. Bruxelas, n. L 47, 25 fev. 1993. p. 1-11.

- DIÁRIO OFICIAL DA COMUNIDADE EUROPÉIA. **Regulamento (CE) 216/01**. Bruxelas, n. L 31, 2 fev. 2001a. p. 2-4.
- _____. **Regulamento (CE) 896/01**. Bruxelas, n. L 126, 8 maio 2001. p. 6-16.
- FAO. Comité de Problemas de Produtos Básicos. (2001). **Evaluación de los regímenes de importación de bananos en la Comunidad Europea (CE)**. Disponível em: <<http://www.fao.org>>. Acesso em: jan. 2002.
- _____. Faostat Database. Agricultural production; agriculture & food trade. Disponível em: <<http://www.fao.org>>. Acesso em: mar 2003.
- FIORAVANÇO, J. C. **Comercio internacional de productos hortofrutícolas: estudio de la competitividad de Brasil en el mercado de frutas tropicales de la Unión Europea**. 2000. 410 p. Tese (Doutorado) - UPV, Valência, 2000.
- _____. El sector bananero em Brasil; algunos aspectos de su realidad. **Agricultura**, Madri, n. 791, p. 483-487, 1998.
- FIORE, E. G. A banana como alternativa para o semi-árido brasileiro. **Preços Agrícolas**, Piracicaba, v. 11, n. 134, p. 13-15, dez. 1997.
- GARCÍA ALVAREZ-COQUE, J. M.; COMPÉS, R; ALDANONDO, A. **Las consecuencias de la decisión del grupo Especial de la Organización Mundial del Comercio para la Organización Común de Mercado comunitario del plátano**. Valencia: UPV, 1997. 133p. (Informe final presentado para la Dirección General de Estudios, División de Agricultura, Pesca, Montes y Desarrollo Rural del Parlamento Europeo).
- GONÇALVES, J. S.; SOUZA, S. A. M. Por que o Chile exporta mais frutas que o Brasil? **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 28, n. 5, p. 54-57, maio 1998.
- _____; PEREZ, L. H.; SOUZA, S. A. M. Mercado internacional e produção de banana: a estrutura produtiva e comercial do complexo bananeiro mundial. **Agricultura em São Paulo**, São Paulo, v. 41, t. 3, p. 161-188, 1994.
- _____. et al. Competitividade e complementaridade dos complexos de frutas e hortaliças dos países do Cone Sul: discussão sob a ótica da inserção brasileira. _____, São Paulo, v. 42, t. 3, p. 1-52, 1995.
- MANICA, I. **Fruticultura tropical 4. - banana**. Porto Alegre: Cinco Continentes, 1997. 485 p.
- MASCARENHAS, G. Análise do mercado brasileiro de banana. **Preços Agrícolas**, Piracicaba, v. 11, n. 134, p. 4-12, dez. 1997.
- PEREZ, L. H. **Banana: exportações brasileiras, em 2001, são as maiores desde 1985**. São Paulo: IEA, 2003. 3 p. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br>>. Acesso em: mar. 2003.
- _____. Exportações brasileiras de banana: acentua-se a especialização regional. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 31, n. 8, p. 7-13, ago. 2001.
- PIZZOL, S. J. S. de; ELEUTÉRIO, R. C. Participação do Brasil no mercado externo de bananas. **Preços Agrícolas**, Piracicaba, v. 14, n. 162, p. 41, abr. 2000.
- PLOETZ, R. (1999). La más importante enfermedad de la fruta más importante; la sigatoka negra del banano. Disponível em: <<http://www.iicasaninet.net/pub/sanveg/html/aps/bananos/sigatokanegra.html>>. Acesso em: abr. 2003.
- PORTILLO, L. El mercado mundial del plátano; producción, transnacionales y exportación. **Boletín ICE Económico**, Madri, n. 2389, p. 3033-3047, 1993.

READ, R. The EC internal banana market: the issues and the dilemma. *The World Economy*, Oxford, v. 17, n. 2, p. 219-235, 1994.

RENARD, M. C. Estado y regulación: la CEE y la guerra del banano. *Revista Española de Economía Agraria*, Madrid, n. 170, p. 279-297, 1994.

**MERCADO MUNDIAL DA BANANA:
produção, comércio e participação brasileira**

RESUMO: O artigo analisa a produção e o comércio mundial de banana (e plátano) a partir do início da década de 1990, enfatizando, especialmente, a participação do Brasil. Os resultados obtidos mostram que a produção brasileira de banana perdeu importância no cenário mundial, devido ao pequeno crescimento apresentado no período analisado. A exportação, por sua vez, continua sendo pouco representativa nas transações internacionais e, em 2001, significou apenas 0,75% e 0,38% do volume e do valor total exportados. Os principais mercados para a banana brasileira ainda são a Argentina e o Uruguai, embora se constate, nos últimos anos, uma maior diversificação das exportações para outros países. O Brasil pode ser incluído no grupo dos países que, por não possuírem condições suficientes para competir com êxito nos mercados internacionais, destacam-se apenas como produtores. A presença das empresas multinacionais continua sendo muito forte no setor, tanto no lado da produção quanto da comercialização.

Palavras-chave: banana, plátano, Brasil, exportação, empresas multinacionais.

**THE BANANA WORLD MARKET:
production, trade and Brazilian participation**

ABSTRACT: The work aimed to analyze the world production and trade of banana and plantain as of the early 1990s, emphasizing in particular the Brazilian participation. Results showed that the Brazilian production of banana lost ground in the world scenario due to the small growth presented in the analyzed period. Exports, by their turn, are still not significant in international trade having accounted, in 2001, for a mere 0,75% and 0,38% of the total volume and value exported. The main markets for the Brazilian banana still are Argentina and Uruguay, although the last years have seen a larger diversification of exports to other countries. Brazil can be included in the group of countries whose lack of advantageous conditions to compete in international markets means that they only stand out as producers. The presence of multinational companies remains very strong in the sector, on both the production and the commercialization sides.

Key-words: banana, plantain, Brazil, export, multinational companies.

Recebido em 09/06/2003. Liberado para publicação em 17/06/2003.

Informações Económicas, SP, v.33, n.10, out. 2003.