

ANÁLISE DOS PRINCIPAIS PÓLOS PRODUTORES DE BANANA NO BRASIL

Marina Leite Matthiesen¹
Margarete Boteon²

RESUMO

Este trabalho traz um estudo sobre o desempenho regional dos principais pólos produtores de banana no Brasil, partindo-se da descrição e análise do mercado nacional e internacional do produto e dos agentes de produção e comercialização nas principais regiões produtoras brasileiras: Vale do Ribeira (SP), norte de Minas Gerais, norte de Santa Catarina e Juazeiro do Norte (BA) /Petrolina (PE). As diferenças tecnológicas, organização dos produtores e a sazonalidade de produção também foram abordadas no texto. A conclusão do estudo é que há mais semelhanças do que diferenças quanto à estrutura produtiva e de comercialização da banana nestas regiões. Os produtores, em sua maioria, apresentam propriedades de pequeno porte com baixa infra-estrutura tecnológica. Contudo, há algumas diferenças regionais que influem no desempenho de cada região, principalmente quanto à proximidade do mercado consumidor e a organização dos produtores. Quanto ao mercado externo, a proximidade do Mercosul pelo Norte de Santa Catarina, aliada a fruta com valores mais atrativos que os países da América Central, impulsionaram as exportações deste estado, tornando a principal fruta na pauta de exportação brasileira em 2002. Quanto às vendas para os países do hemisfério norte, há elevadas barreiras internacionais para elevação do volume exportado, principalmente para a Europa, devido a diversas políticas de cotas para favorecer ex-colônias e a elevada concentração de multinacionais especializadas na comercialização do produto no mercado externo.

Palavras-chaves: banana, comercialização, exportação.

1 INTRODUÇÃO

Segundo os dados da Food and Agriculture Organization (FAO), em 2002, o Brasil foi o terceiro maior produtor mundial de banana, com 6,4 milhões de toneladas, atrás do Equador (7,5 milhões) e da Índia (16 milhões). A produtividade brasileira média ainda é baixa, apenas 12,5 t/ha, diante do desempenho dos outros países que lideram o mercado global, como a Costa Rica, com uma produtividade de 46,6 t/ha. Segundo também os dados da FAO (2002), a cultura cobre 508 mil hectares do território brasileiro, enquanto a Costa Rica, com seus 45 mil hectares, tem o triplo da nossa produtividade e uma produção três vezes menor que a nossa.

¹ Integrante do grupo Hortifruti/CEPEA, aluna da Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, Caixa Postal 132, 13400-970, Piracicaba-SP. E-mail: marinamatthiesen@bol.com.br.

² Coordenadora do Projeto Hortifruti/CEPEA e Pesquisadora do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (ESALQ/USP). E-mail: maboteon@esalq.usp.br

Dados da Secretaria de Comércio Exterior (SECEX) mostram que, apesar de ter sido a segunda fruta mais exportada, em volume, em 2001 (105 mil toneladas), perdendo somente para a laranja (140 mil toneladas), a banana foi a sétima em faturamento, com US\$ 16 milhões. Já em 2002, o volume exportado de banana foi 129% maior que volume exportado em 2001, equivalente a 241 mil toneladas, gerando uma receita de 33 milhões de dólares. Em 2002, a banana foi a fruta mais exportada pelo Brasil.

Embora seja uma das principais frutas brasileiras exportadas, a banana está longe de liderar as exportações para os países mais desenvolvidos, que possuem os mercados mais exigentes do mundo. O produto nacional, de modo geral, é desqualificado para os mercados europeus e norte-americanos, pois não atende às exigências dos mesmos, principalmente em relação às qualidades organolépticas da banana. A ocorrência de “chilling”, ou seja, escurecimento da casca da banana, em função das baixas temperaturas nos estados do sudeste e sul, limita a produção de banana nestas regiões, onde se encontra maior tecnologia na produção de banana. Para os mercados europeus e norte-americanos, as áreas potenciais para a produção recairiam nos vales dos grandes rios do nordeste, pois além do clima ideal, apesar dos ventos fortes, a maior proximidade seria um fator decisivo. Entretanto, a região ainda não possui tecnologias de produção, pós-colheita, comercialização e transporte ideais para o mercado internacional de banana, exceto a região do Vale do Rio Açu no Rio Grande do Norte, onde se encontra um pólo produção de banana de altíssima qualidade para esses mercados, comandado pela multinacional Del Monte.

Atualmente, as exigências de qualidade para o Mercosul são muito menores, comparativamente às norte-americanas e européias, com isso, nossa comercialização externa ainda se limita aos mercados participantes desse bloco comercial. Segundo a SECEX (2002), em 2002, as exportações para esse bloco representaram, em volume, 84% das nossas exportações de banana. Apesar disso, nos últimos anos, as bananas brasileiras tem ganhado espaço no Reino Unido. Segundo dados da Secex, em 2002, as exportações de banana para esse país foram três vezes maiores que em 2000. As exportações para esse país representaram 12% do total exportado de banana brasileira e são provenientes de uma região ainda não tradicional na produção de banana - o Rio Grande do Norte.

As regiões de destaque no Brasil para a produção de banana são: o estado de São Paulo – Registro, Itariri, Eldorado, Miracatú, Sete Barras, Cajati, Pedro de Toledo e Jacupiranga; o norte de Minas Gerais – Janaúba, Jaíba, Pirapora e Montes Claros e Itacarambi -;o Norte de Santa Catarina – Corupá, Massaranduba, Jaraguá do Sul, Guaramirim, Praia Grande, Luis Alves e Schroeder -; e, o nordeste – Petrolina e Juazeiro.

Em função das diferenças regionais e da importância que banana brasileira apresentou últimos anos na pauta de exportação brasileira, o objetivo deste trabalho é caracterizar a cadeia de comercialização da banana e as principais regiões produtoras. No presente trabalho, selecionou-se as regiões do norte de Minas Gerais, norte de Santa Catarina, Vale do Ribeira em São Paulo e Vale do São Francisco. A partir desta análise é possível avaliar a competitividade regional da cadeia da banana preferivelmente direcionada ao mercado interno, assim como no externo, considerando os aspectos regionais da produção/comercialização da fruta.

O trabalho está dividido em seis seções. Além da introdução nesta seção, a metodologia e a fonte de dados utilizados no presente trabalho encontram-se na seção 2. A descrição do mercado de banana no Brasil encontra-se na seção 3. A seção 4 avalia os principais agentes de comercialização. Já a seção 5 analisa o mercado externo e a

participação do Brasil no mesmo, identificando os principais concorrentes brasileiros e quando cada um atua. Finalizando, na seção 6 encontram-se as considerações gerais.

2 METODOLOGIA

2.1 FONTE DE DADOS

Os dados primários como preços, comportamento da produção regional e do mercado fazem parte da pesquisa semanal do Projeto de Pesquisa “Hortifruti” do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada/ ESALQ – USP, que levanta dados junto a uma rede de colaboradores atuantes na cadeia agroindustrial da banana: produtores, atacadistas e exportadores. Atualmente, esta rede é composta por 67 agentes, nas seguintes regiões produtoras : Vale do Ribeira (SP), Norte de Minas Gerais, Norte de Santa Catarina e Petrolina (PE)/Juazeiro do Norte (BA).

As estatísticas de produção, exportação e importação são, respectivamente, extraídas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Food and Agriculture Organization of the United States (FAO) e Secretaria de Comércio Exterior (SECEX).

2.2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico utilizado no presente texto parte dos princípios básicos que constituem as “Teorias de Organização Industrial”. Utilizaram-se as variáveis básicas que compõem o paradigma Estrutura-Condução-Desempenho, uma das ramificações principais no estudo da Organização Industrial. Apesar de trabalhos teóricos mais recentes não considerarem que o desempenho de uma indústria é dependente da condução e, esta, da estrutura, como relatado nos tradicionais trabalhos de Carlton & Perloff (1994) e Sherer & Ross (1990), diversos autores a utilizam para avaliar mercados agro-industriais, tais como Moraes (1996).

Este referencial auxiliou na avaliação do mercado de frutas também em outros trabalhos (Barros & Boteon (2002) e Cintra & Boteon (2002)). As variáveis-chaves que descrevem a Estrutura-Condução-Desempenho são importantes informações que auxiliam no estudo da organização de uma indústria, bem como seu desempenho. Este trabalho utiliza essas variáveis-chaves não para inferir considerações a respeito da condução da empresa, mas para servir de referencial para descrever a estrutura desse setor e avaliar o desempenho dessa cadeia nas principais regiões produtoras.

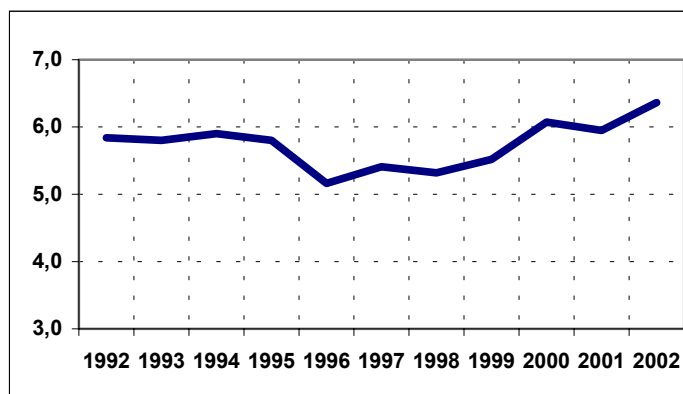
Essas variáveis e suas relações são adaptadas do trabalho de Moraes (1996), no qual a autora baseou-se em Carlton & Perloff (1994), que mostram as condições básicas da oferta e da demanda, a estrutura, a condução e o desempenho de uma indústria e a interação existente dessa indústria com as políticas governamentais.

No paradigma tradicional Estrutura-Condução-Desempenho, cada um desses itens são dependentes entre si. O desempenho de uma indústria depende da sua condução que, por sua vez, é função da estrutura. A variável desempenho engloba a qualidade do produto, o progresso técnico, a eficiência produtiva e alocativa e os lucros. A condução está relacionada às práticas de preços, investimentos e estratégia de propaganda que os vendedores e compradores utilizam em seus negócios. A estrutura engloba a quantidade de vendedores e compradores do setor, as barreiras à entrada no mercado, o grau de integração vertical entre a produção da matéria-prima e a distribuição do produto final no

varejo, a concentração geográfica dos agentes da cadeia, entre outros. A estrutura de mercado e a conduta são influenciadas pelas condições da demanda, da oferta, e das políticas governamentais. A tecnologia, durabilidade do produto, localização e posse da matéria-prima são questões incluídas na oferta. As condições da demanda que interferem na estrutura e na conduta são a elasticidade de preços, sazonalidade, taxa de crescimento da demanda e disponibilidade de bens substitutos. As políticas governamentais, por sua vez, afetam o desempenho e conduta da indústria através da legislação, incentivos fiscais e regulamentações.

3 DESCRIÇÃO DO MERCADO DA BANANA NO BRASIL

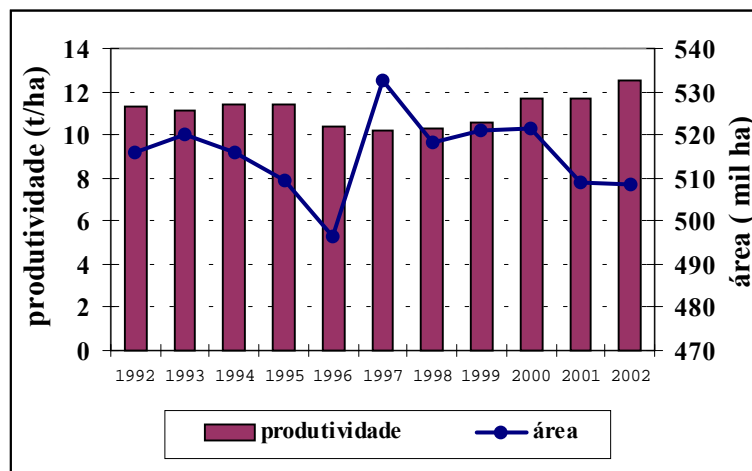
Em 2002, de acordo com dados da FAO (2002), o Brasil ocupou a posição de terceiro maior produtor mundial de bananas, produzindo 6,4 milhões de toneladas, representando 9% da produção mundial. Também segundo a FAO (2002), entre os anos de 1992 e 2002, a produção de banana brasileira, em milhões de toneladas, sofreu pouca variação. O Brasil, segundo a FAO (2002), nos últimos dez anos manteve uma produção média de 5,7 milhões de toneladas ao ano, havendo um decréscimo na produção entre 1996 e 2000. O Gráfico 1 demonstra o comportamento da produção brasileira de banana nos últimos dez anos. Avaliando os dados do IBGE (2001), entre os anos de 1940 e 2001, a produção brasileira de banana sofreu um aumento espetacular na década passada, principalmente entre os anos de 1998 e 2001.



Fonte: FAO (2002)

Gráfico 1 – Evolução da produção de banana entre os anos de 1992 e 2002, em milhões de toneladas.

Quanto à produtividade, no mesmo período, o Gráfico 2 demonstra que a produtividade brasileira de banana quase não sofreu variação nos últimos dez anos, mantendo uma produtividade média, entre 1992 e 2002, de 11,1 toneladas/ha. Essa média é muito inferior às médias dos tradicionais países produtores, que possuem sua produção direcionada ao comércio externo. Em 2002, segundo a FAO, a produtividade brasileira foi de 12,5 t/ha, enquanto a Costa Rica teve uma produtividade de 46,6 t/ha e o Equador de 32,7 t/ha.



Fonte: FAO (2002)

Gráfico 2 – Evolução da produtividade da banana no Brasil em toneladas por hectare e da área plantada, mil hectares, de banana entre os anos de 1992 e 2002.

3.1 PRINCIPAIS REGIÕES PRODUTORAS

No Brasil, as três regiões de destaque no cultivo de bananas são o Nordeste, Sudeste e o Norte. Na Tabela 1 é possível verificar a produção de banana nas regiões geográficas brasileiras em 2002, em toneladas, de acordo com os dados do IBGE (2002).

Tabela 1 – Produção de banana nas regiões geográficas brasileiras, em toneladas.

Região geográfica	Produção (t)
Nordeste	2.210.852
Sudeste	2.063.712
Norte	1.025.374
Sul	869.106
Centro-oeste	286.023
Brasil	6.455.067

Fonte: IBGE (2002)

Os dados do IBGE (2002) mostram que a produção brasileira totalizou 6,4 milhões de toneladas, sendo 8% maior que a de 2001, totalizada em 5,9 milhões de toneladas. O estado que concentrou a maior produção de banana foi São Paulo, com 18% da produção nacional, com produção destinada aos principais centros consumidores brasileiros, com destaque, a capital paulista.

A região nordeste é a principal região geográfica produtora de banana do Brasil, representando 34% da produção nacional, esta posição se deve ao estado da Bahia, segundo maior estado produtor de banana depois de São Paulo, com 12% da produção total. A produção nordestina está mais focada na produção da variedade “pacovan” e atende principalmente as capitais nordestinas, exceto o sul da Bahia, onde se encontra um pólo forte de produção de prata anã e no estado do Rio Grande do Norte, onde se

encontra um pólo forte de produção de nanica voltada para a exportação, principalmente para o mercado europeu.

No presente trabalho não foi analisada a região norte, apesar de se apresentar em terceiro lugar de quantidade produzida – Tabela 1 -, pois sua influência é pouco nítida nos principais mercados brasileiros, pois atende somente a demanda local.

REGIÃO DE PETROLINA (PE) E JUAZEIRO DO NORTE (BA)

Em Petrolina (PE) e em Juazeiro do Norte (BA), observamos uma concentração de propriedades de uva e manga com elevada infraestrutura e tecnologia, capazes de atender as características dos mercados mais exigentes, como foi citado no trabalho de Barros & Boteon (2002). Contudo, a produção de banana na região é secundária. Nas propriedades, a banana não é a cultura principal, pois os melhores preços e a infraestrutura existente para as culturas de uva e manga estimulam os produtores da região a investirem nas mesmas. Têm-se verificado a desistência de alguns produtores pela cultura da banana, optando por culturas mais rentáveis. O mercado nordestino é pouco exigente em qualidade de banana, o que garante a produção de uma fruta de baixa qualidade e pouco favorável a maiores investimentos na cultura.

Segundo dados do IBGE (2001), Petrolina (PE) e Juazeiro do Norte (BA) representaram 1% da produção nacional de banana, numa área de 4 mil hectares, apenas 1% da área plantada com banana no Brasil. A maior parte das propriedades de banana compõe o Projeto CODEVASF (Coordenadoria de Desenvolvimento do Vale do São Francisco e Paraíba). Segundo nossa rede de informantes da região, as propriedades destinadas à produção de banana possuem uma área média de 2 a 5 ha por produtor.

A produção local não utiliza técnicas de pós-colheita adequadas e parte da fruta ainda é comercializada em cachos inteiros. O preço dessa banana é bastante estável durante todo o ano, mas sofre alterações quando outras praças produtoras – regiões de produção sob o sistema de sequeiro, ou seja, sem irrigação – entram no mercado nordestino e quando os ventos fortes nos meses de janeiro e fevereiro atuam na região, obrigando os produtores a colherem os cachos antes do ponto ideal de colheita, concentrando a oferta.

As altas temperaturas e a quantidade ideal de água, advinda da Codevasf, garantem boas condições para produção de banana, mas a ocorrência de fortes ventos no verão causa danos à cultura de banana, derrubando os pés de banana e rasgando as folhas das bananeiras.

O cultivar produzido na região nordeste é diferente das cultivadas nas demais regiões do Brasil (prata e nanica), a maior produção é do cultivar Pacovan. Sua produção é destinada ao mercado nordestino. As grandes distâncias com os principais centros consumidores, com o sudeste e sul, prejudicam a comercialização da banana nordestina nestes mercados, além de se tratar de uma variedade pouco apreciada por estes consumidores.

Na Tabela 2 é possível verificar as áreas de banana em produção plena em mil cachos e a área com banana, em hectares, nos municípios pesquisados pelo Cepea na região nordeste.

Tabela 2 – Produção de banana, em mil cachos, e a área com banana, em hectares, nos municípios pesquisados pelo Cepea.

Municípios	Produção (mil cachos)	Área (ha)
Petrolina - PE	36.000	2.400
Juazeiro - BA	53.550	1.785
Bom Jesus da Lapa - BA	36.000	1.800
Wagner - BA	5.200	260
Brasil	6.177.293	516.678

Fonte: IBGE (2001)

REGIÃO DO VALE DO RIBEIRA (SP)

A região do Vale do Ribeira engloba as cidades paulistas de Jacupiranga, Eldorado, Registro, Cajati, Itariri, Pedro de Toledo e Sete Barras. Segundo os agentes de mercado do Projeto Hortifruti/Banana, conforme já exposto no item 2.1, no Vale do Ribeira, a área média das propriedades nesta região é de 10 a 20 ha. Os produtores dessa região paulista são, de modo geral, de pequeno porte. Apesar do volume total de banana produzido na região ser elevado, sua posição de destaque no mercado dessa fruta se deve a proximidade da região produtora com o principal mercado consumidor do Brasil: São Paulo.

Segundo dados do IBGE (2001), a produção dos municípios que formam o Vale do Ribeira, citado anteriormente, representou 11% da produção nacional de banana desse ano. Dentre as regiões pesquisadas, o Vale do Ribeira é a maior área produtora, com mais de 30 mil hectares de banana, 6% da área plantada de banana no Brasil.

Diferente dos produtores nordestinos, os produtores dessa região geralmente possuem somente a cultura de banana na propriedade. A maioria das propriedades não possui boa infraestrutura em pós-colheita e de classificação da fruta produzida, o que prejudica a qualidade do produto e sua durabilidade na prateleira. Pode-se verificar, que àqueles produtores que investem em pós-colheita conseguem uma banana de melhor qualidade e também um melhor preço na capital paulista, direcionando o produto para nichos de mercados exigentes e com mais disposição a pagar em função de uma melhor qualidade.

A região apresenta um clima ideal para a cultura, com bastante calor e alta umidade, que também acarreta altos índices de proliferação de fungos e faz com que os gastos com o controle das doenças sejam mais elevados que regiões mais secas.

O Vale do Ribeira é muito prejudicado durante o período das chuvas, entre os meses de dezembro e março, que elevam o nível do principal rio da região, o Ribeira, inundando grande parte das propriedades que o margeiam. O ponto prejudicial à cultura na região é os ventos fortes nesse mesmo período, que derrubam os bananais, obrigando os produtores paulistas a cortarem os cachos antes do ponto ideal, afetando a oferta momentaneamente e nos meses seguintes.

O Vale do Ribeira não possui cooperativas dos produtores de banana, devido à falta de organização dos produtores. Essa dificuldade tem origem nas diversas tentativas de se formar na região – uma das mais antigas regiões produtoras de banana - cooperativas e/ou associações de produtores de banana, mas que não obtiveram sucesso.

Segundo os dados do IBGE (2001) e do Programa Integrado de Banana do Vale do Ribeira (1996), em 2001, a área de banana reduziu 21% em relação ano de 1996. Entretanto, a produção da região cresceu vertiginosamente nesse período, saltando de 35.400 mil cachos em 1996, para 671.071 mil cachos em 2001. O Vale do Ribeira vem sofrendo modificações e aumentando a produtividade por área. Assim, os produtores mais tecnificados têm conseguido se manter no mercado, competindo com bananas de melhor qualidade de outras praças.

REGIÃO NORTE DE MINAS GERAIS

O norte mineiro é uma forte região produtora de banana prata anã e engloba os municípios de Montes Claros, Janaúba, Jaíba e Itacarambi (Cepea, 2002). Janaúba, Jaíba e Itacarambi fazem parte dos projetos de irrigação da CODEVASF. Em 2001, segundo os dados do IBGE (2001), essa região produziu 141.821 mil cachos de banana (2% da produção total), numa área de 6.521 hectares (1% da área total de banana).

A região é composta principalmente por pequenos e médios produtores, ou seja, as propriedades possuem áreas que variam de 5 a 20 hectares, organizados por meio de cooperativas e associações que lhes dá toda a assistência técnica, desde o campo até a comercialização, possibilitando a produção de um fruto de excelente qualidade. Além disso, o clima seco semelhante ao do Nordeste também beneficia o desenvolvimento da cultura na região e reduz os gastos com controladores de doenças, mas também é prejudicada pelos ventos fortes de verão, que causam queda das bananeiras.

Apesar dos menores gastos com fungicidas, a receita das propriedades mineiras é muito prejudicada devido às elevadas contas com energia elétrica, fundamental para o funcionamento do sistema de irrigação, aumentando o custo de produção e encarecendo o preço final da banana regional.

A associação e a cooperativa importantes na região de Janaúba são a Abanorte, Frutvale e Companhia da Fruta, sendo as duas últimas cooperativas. A Frutvale ainda permite a venda particular da fruta, pois não é capaz de comercializar todo o volume produzido pelos seus cooperados.

A produção local é grande e de excelente qualidade, mas essa ainda deixa a desejar para exportação, como o europeu e o norte-americano. O potencial para produção de banana destinada para esses tipos de mercados é alto, pois grande parte da infraestrutura já está instalada na região, mas o paladar da principal variedade cultivada na região, a prata, ainda é desconhecido no mercado internacional, dominado pela nanica. Além disso, o capital e infraestrutura ainda são insuficientes para a entrada no mercado internacional, pois muitos produtores se aventuraram na produção de banana quando os projetos de irrigação se iniciaram em Janaúba e Jaíba, acreditando se tratar de uma forma de ganhar dinheiro “fácil”, mas foram poucos os que continuaram na bananicultura. Assim, a região passa por um processo de abandono das áreas com produção de banana, colocando frutas com qualidade inferior, prejudicando o que poderia ser um pólo exportador de banana. A bananicultura persiste na região com o profissionalismo de uma parcela de produtores da região e a eficiência de algumas cooperativas locais.

Um ponto prejudicial para a produção mineira é à distância entre o mercado de São Paulo e a região de Janaúba, que diminui a competitividade do norte de Minas neste mercado. As bananas produzidas nas praças mais próximas, como no Vale do Ribeira, transportadas com fretes menores, garante a maior parte do mercado paulista para sua

produção. Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Brasília e Goiânia são os principais destinos da fruta de Janaúba.

Segundo os dados do IBGE (2001), nos últimos dez anos, a importância da cultura da banana na região do norte mineiro aumentou vertiginosamente, saltando dos 143 hectares em 1991 para 6.521 hectares plantados com banana.

REGIÃO NORTE DE SANTA CATARINA

As cidades de maior importância no estado de Santa Catarina são: Corupá, Schroeder, Luiz Alves, Massaranduba, Guarimir e Jaraguá do Sul (Cepea, 2002). Dados do IBGE (2001) mostram que a produção desses municípios representa 6% da produção nacional em uma área de 12.500 hectares (2% da área total de banana no Brasil). Também segundo os dados do instituto no mesmo período, a produção do estado de Santa Catarina gerou 3,7% da receita total com nesse ano, com uma área superior de 29 mil hectares.

Os produtores desses municípios são de pequeno porte, com pouca infraestrutura de produção e de pós-colheita. O clima na região não é ideal para a produção de bananas, pois é afetada pelas baixas temperaturas de inverno, que causam o “*chilling*”, escurecendo a casca e depreciando o preço dessa banana. Além disso, nos meses de verão, devido à maior umidade, os produtores catarinenses são obrigados a gastarem mais com o controle de doenças, aumentando os custos de produção dessa banana. Nessa região, cada município possui uma associação dos produtores, elas apresentam um bom poder de barganha na compra dos insumos e fornecem assistência técnica aos bananicultores locais. Entretanto, não participam da comercialização da produção de seus associados.

A produção de nanica em Santa Catarina é muito superior à da prata, pois a área destinada à produção dessa variedade é menor, pois os mercados atendidos pela produção catarinense preferem a variedade nanica à prata.

A produção de banana na região no ano de 2002 ganhou um grande incentivo após o aumento das exportações de nanica para a Argentina e Uruguai. Após a crise econômica, no início de 2002, enfrentada por esses países, que reduziu o poder de compra dos consumidores argentinos e uruguaios e, favorecidos pela maior proximidade da região catarinense com esses países; a banana equatoriana, que possui qualidade superior às bananas brasileiras, foi substituída pela nacional. Esse mercado ainda é desconhecido pelos produtores brasileiros, mas atualmente têm sido o principal incentivador para maiores investimentos na bananicultura local e garantindo melhores preços nas bananas da região. Seria muito importante para os produtores locais que os investimentos fossem direcionados para a aquisição de maior tecnologia de produção e de pós-colheita, para que esses mercados se tornassem realmente dominados pela banana brasileira.

3. 2 ASPECTOS GERAIS DA COMERCIALIZAÇÃO DE BANANA

Na cultura da banana não ocorre uma nítida sazonalidade da oferta, com períodos de escassez total da fruta, pois se trata de uma cultura perene e com produção relativamente constante durante todo o ano, principalmente para a nanica, já que a prata, essa sazonalidade já é mais marcante. De qualquer forma, a distribuição da oferta de banana nanica e prata durante o ano obedece ao quadro de sazonalidade anual de banana

abaixo. Entretanto, vale ressaltar, que estes limites muitas vezes não são tão nítidos, pois qualquer alteração climática causa mudanças nessa distribuição.

Quadro 1 - Diagrama de sazonalidade na oferta de banana na praças pesquisadas pelo Cepea

	Mês	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
VR*	Prata												
	Nanica												
SC**	Prata												
	Nanica												
MG***	Prata												
	Nanica												
Petrolina	Pacovan												

*Vale do Ribeira/ SP, ** Norte de Santa Catarina e *** Norte de Minas Gerais

Fonte: Elaboração própria dos autores

Maior oferta	Menor oferta	Oferta estável
---------------------	---------------------	-----------------------

A oferta de banana é muito regulada pelas temperaturas registradas nas regiões produtoras. A banana é uma fruta de clima quente e úmido, contudo nestas condições climáticas, a infestação de fungos também é maior. As produções locais de banana sofrem com as alterações nas temperaturas médias diárias, pois interfere no ciclo de formação da fruta. Quando as temperaturas estão mais baixas, como nos invernos catarinense e paulista, a maturação da banana é retardada. Entretanto, quando o calor é mais intenso, durante os verões e durante todo ano nas regiões nordeste e no norte de Minas, a maturação da banana obedece a seu ciclo natural de formação, permitindo uma oferta mais constante durante todo o ano, principalmente para a nanica.

Na Ceagesp ocorre a comercialização de banana nanica, maçã e prata durante todo o ano, mas em alguns meses do ano ocorre uma maior escassez do produto todo. O período de menor volume da fruta é entre os meses de maio e julho, período das temperaturas mais baixas que retardam a “engorda” da fruta, ou seja, a fruta não atinge o diâmetro ideal para a colheita. Nesses meses do ano, a banana também pode sofrer um escurecimento da casca, processo chamado “chilling”, que nada mais é que a queima da casca da fruta pelo frio.

Quadro 2 - Diagrama de sazonalidade na oferta de banana de acordo com a CEAGESP (2001).

variedade	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
maçã	est	boa	estável						escasso	est		
nanica	boa		estável						escasso			
prata	escasso	boa	estável	boa	estável		boa	estável				

Fonte: Ceagesp (2001)

Vale destacar que, no mês de dezembro, a oferta de banana é abundante e a queda na comercialização por causa das festas natalinas pressiona ainda mais os preços da banana no mercado e na roça.

Quanto à distribuição, destaca-se a situação privilegiada do pólo de produção de banana da região do norte de Minas Gerais e o nordeste que, devido ao clima favorável, pode obter colheitas em qualquer época do ano, condição que lhe permite aproveitar as melhores oportunidades de preços, ocupando as janelas deixadas pelas regiões produtoras concorrentes. E Santa Catarina, que consegue bananas nãicas de melhor qualidade no período de maior escassez no Vale do Ribeira e norte de Minas Gerais.

3. 3 CONSIDERAÇÕES REGIONAIS SOBRE A COMERCIALIZAÇÃO DE BANANA

Na região do Vale Ribeira, associações não têm grande atuação na comercialização, sendo que esta é feita de forma independente pelos produtores. A comercialização nesta região é feita através de intermediários. Os intermediários são muito importantes neste mercado, uma vez que compram a fruta dos pequenos produtores, que não possuem infraestrutura para climatizar e embalar a fruta, ou então oportunidade de comercializar a banana, que é vendido à granel ou então embalada.

Entretanto, cresce o número de produtores que também participam dessa etapa de comercialização e climatização e venda no atacado ou negociando diretamente com os supermercados. Essa participação em toda a cadeia permite uma maior competitividade desses produtores no mercado, pois garantem o dinheiro que seria perdido nessas etapas de comercialização. A maioria da banana produzida no Vale do Ribeira é destinada ao mercado atacadista, concentrado na Ceasgsp.

Na região mineira (Janaúba e Jaíba), a estrutura de comercialização é realizada “pelo sistema de atravessadores”, que coleta a fruta já embalada, monta a carga e distribui para os mercados atacadistas. Com uma melhor estrutura e auxiliados pelas cooperativas, os produtores já tentam estabelecer padrões para a classificação do produto. O atacado para esses produtores é a principal forma de escoamento do produto, sendo que atendem os CEASAS de Belo Horizonte, Rio de Janeiro e São Paulo.

No norte de Santa Catarina, como já foi explanado anteriormente, ocorrem predominantemente pequenos produtores em várias cidades, onde existem as associações de bananicultores, mas elas não conseguem centralizar a comercialização, que acaba sendo esta feita por intermediários. Os intermediários dessa região são responsáveis pela coleta da fruta nas propriedades que é escoada pela região e outros mercados do Brasil. Alguns, assim como nas outras regiões possuem câmaras climatizadoras e embalam o produto. Eles também levam o produto para países como Argentina e Uruguai, principais compradores do produto catarinense. Nesta região já ocorrem produtores que possuem toda quase a sua produção destinada para os mercados argentinos e uruguaios, trabalhando com uma banana de qualidade superior e conseguindo preços melhores numa mesma praça.

O atacado no sul do Brasil é representado pelos CEASAS e mercados de Curitiba, Rio Grande do Sul.

Em Petrolina (PE) e Juazeiro do Norte (BA), a comercialização de bananas nessas regiões ocorre de duas maneiras. A primeira e mais comum é a venda direta para os intermediários, que se encarregam de transportar e comercializar nas centrais de

abastecimento das capitais nordestinas e com as redes de supermercados. A segunda, também bastante difundida é através do Mercado Produtor em Juazeiro de Norte (BA), como próprio nome já diz, todo produtor da região tem o direito de colocar sua produção à venda nesse mercado e os preços praticados são de atacado e não de roça.

Contudo, muitos produtores ainda preferem não participar dessa comercialização, principalmente no caso da banana, optando pela venda com o preço de roça para os intermediários e outros produtores, que se encarregam de vender nesse mercado. O Mercado Produtor trabalha com todas as frutas produzidas na região.

4. PRINCIPAIS AGENTES DE COMERCIALIZAÇÃO

De modo geral, o canal de comercialização da banana brasileira é composto pelos seguintes agentes: intermediário (bananeiro), atacadista, varejista e exportador.

“Bananeiro” é o nome que se dá ao intermediário que compra a banana de pequenos produtores e a revende ao atacado. A importância desse agente é o grau de informação que possui, uma vez que conhece profundamente a região produtora e o período que a fruta é mais demandada pelos consumidores.

Em todas as regiões produtoras, o “bananeiro” ocorre e tem influência em todas as regiões. Seu papel é bastante importante, uma vez que muitos produtores não possuem condições de entregar a fruta no atacado, pois suas propriedades encontram-se em locais de difícil acesso, ou ainda não tem condições de embalar a fruta adequadamente.

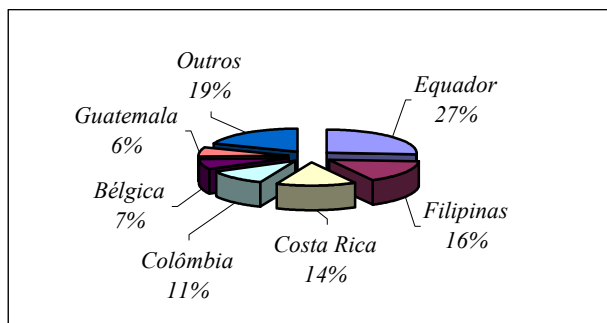
No mercado doméstico de banana, os atacadistas são, ainda hoje, os principais agentes de distribuição do produto para o varejo. Eles compram e vendem a banana a granel ou em caixas e, muitas vezes, realizam outras funções como classificação e padronização do produto, financiamento do produtor, armazenamento, transporte, etc. Existem vários tipos de atacadistas dependendo da área de atuação e das funções de comercialização que assumem, dentre eles destacam-se os atacadistas nacionais, representados principalmente pelos atacadistas das CEASAS e das centrais de distribuição privada.

O atacado geralmente está localizado nas CEASAS do Brasil e seus principais clientes são as casas tradicionais de frutas, como sacolões, feirantes de mercados municipais e de feiras livres, além de mini mercados de bairros.

Das regiões estudadas no presente trabalho, os exportadores concentram-se principalmente na região de Santa Catarina, responsável por parte das exportações brasileiras. Esse segmento é formado por grandes e pequenos exportadores que carregam os caminhões e vão vender nos principais mercados da Argentina e Uruguai. Algumas empresas de exportação também atuam nas regiões produtoras de São Paulo, mas com volume muito reduzido em comparação a Santa Catarina.

5. PARTICIPAÇÃO DO BRASIL NO MERCADO EXTERNO

Apesar do Brasil possuir a terceira maior produção de banana no mundo, de 6,37 milhões de toneladas em 2001. Segundo a FAO, sua participação no mercado externo ainda é bastante tímida, apenas 0,1 milhões de toneladas é exportada, ou seja 1% do total. No Gráfico 3 é possível visualizar os principais países exportadores.



Fonte: FAO (2001)

Gráfico 3 – Representatividade dos países produtores de banana nas exportações mundiais em 2001.

O Equador é o maior exportador mundial de banana (27%), enquanto a Alemanha e os Estados Unidos são os principais compradores (FAO,2001).

Apesar da pequena participação no mercado externo, o Brasil tem apresentado crescente aumento nas exportações nos últimos anos. Esse incremento foi possível principalmente porque a banana brasileira bem mais barata que a equatoriana, tornou-se atrativa para países como a Argentina e Uruguai, depois da crise enfrentada por esses países em 2002.

O grande impulso nas exportações ocorreu em 2002, com as crises argentinas e uruguaias, tornando a banana brasileira mais competitiva nesses mercados.

O mercado argentino e uruguaio são os principais compradores da banana produzida no Brasil, importando praticamente 84% do produto nacional. O Tabela 3 mostra os principais importadores e quanto cada país compra da banana brasileira.

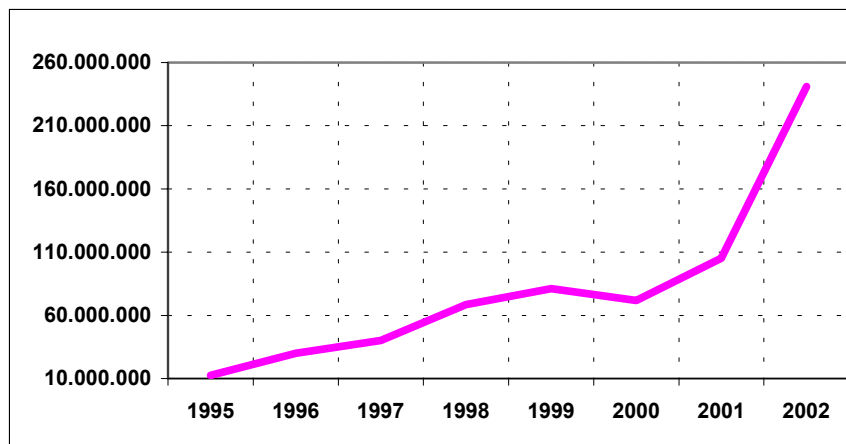
Tabela 3 – Principais países importadores de banana brasileira, em quilograma.

Países	anos		
	2002	2001	2000
Argentina	163.088.023	60.942.954	35.005.092
Uruguai	39.452.218	27.277.656	23.317.189
Reino Unido	30.093.519	15.972.234	9.846.331
Chile	130.760	2.580	2.895

Fonte: SECEX (2002)

Esse aumento nas exportações também se deve a instalação de empreendimentos bananícolas, já em produção, no nordeste brasileiro, utilizando as águas do rio Açu (RN), onde o clima é seco e tem cerca de 40 km de distância do porto marítimo. Nelas se produz banana de padrão internacional, tanto em qualidade de produto como em embalagem, pois são embaladas em caixas de papelão (MOREIRA, 1999).

No Gráfico 4 é possível verificar o crescimento das exportações de banana brasileira nos últimos 8 anos, é sensível o aumento entre os anos de 1999 e 2002.



Fonte: SECEX (2002)

Gráfico 4 – Evolução das exportações de banana brasileira entre os anos de 1995 e 2002, em quilograma.

Os principais concorrentes do Brasil no mercado externo são o Equador, Filinas, Costa Rica e Colômbia.

Segundo MASCARENHAS (1997), as barreiras para o livre comércio internacional da banana são várias, como as sanitárias, as quotas, as tarifas impostas pelos países e blocos e organizações, além da elevada rede de intermediação e da estrutura concentrada do mercado.

Entretanto, a União Européia pode ser considerada a mais complexa política de protecionismo no comércio internacional de banana. STEEG A. (2001) defende que a política de mercado europeia para banana sempre foi um tópico delicado, particularmente à partir de 1993, quando a União Européia adotou uma organização de mercado comum de banana. Com o novo regime instalado, o comércio de banana na Europa se tornou uma verdadeira batalha para os produtores norte-americanos e latinos. Até 1993, as regras de mercado para a banana eram diversas, individuais para cada país europeu. Países como a França, Espanha e Gran Bretanha, com seu passado colonial rico, privilegiavam a importação de frutas dessas antigas colônias. Esses países davam prioridade à importação de bananas produzidas nos países denominados ACP, formados países africanos, caribenhos e do Pacífico.

Outros países europeus, como a Alemanha, sem ligação com ex-colônias, compravam suas bananas de diversos fornecedores existentes no mercado. Assim, acabavam comprando bananas muito mais baratas e de melhor qualidade, originárias dos países da Latina América, como Equador, Colômbia, Costa Rica etc; conhecidas como “dólar” banana (STEEG A., 2001).

Segundo MASCARENHAS (1997), após a rodada do Uruguai, em 1994, definiu-se o regime de quotas e tarifas vigente na União Européia. De acordo com o regime previsto para os anos de 1994 e 1995, para os países membros da União Européia e os ACP foi estabelecida uma cota, livre de tarifas, de 1,8 milhões de toneladas. Para os países não-membros da União Européia e não-associados, as quotas foram de 2,1 e 2,2 milhões de toneladas, respectivamente. As importações além da quota só seriam permitidas a tarifas exorbitantes, irrealistas para o comércio de banana. Com a inclusão, na

União Européia, da Áustria, Suécia e Finlândia, o limite anterior da quota foi expandido para 2,55 milhões de toneladas, em 1995. Permitiu-se também, desde janeiro de 1995, que as quotas fossem transferíveis entre os países ACP. A União Européia definia que os países membros e os ACP tradicionais (Costa do Marfim, Camarões, Santa Lúcia, Jamaica, São Vicente, Dominica, Somália, Belize, Suriname, Granada, Madagascar e Cabo Verde) são isentos de tarifas até ultrapassarem a quota.

Com o novo regime, de acordo com STEEG A. (2001), a parcela o mercado das bananas “dólar” foi realmente prejudicado no Europa.

Essas restrições tarifárias e quantitativas causaram significativos aumentos no comércio de banana, e muitos países produtores de banana, situados na América Latina, principalmente, migraram do mercado europeu para o mercado norte-americano, pressionando os preços nesse país.

Empresas norte-americanas, como a Chiquita e Dole, sentiram o impacto do novo regime, principalmente a Chiquita, que justificou seus problemas financeiros em 2000, devido ao regime instalado na União Européia e a perda de mercado. Entretanto, as empresas Dole Food e Del Monte Fresh reagiram de modo diferente com a instalação do novo regime, iniciando um agressivo programa de *joint-venture*, fazendo parcerias, adquirindo distribuidores e produtores na Europa e nos países da ACP, optando pela diversificação de mercado, investindo em frutas frescas, como de melão, abacaxi, em frutas desidratadas, sucos, polpas, verdura e legumes frescos.

Segundo STEEG A. (2001), obviamente o novo regime afetou o consumo e os preços na Europa. Nos antigos mercados abastecidos pelas suas ex-colônias, como na Espanha e no Reino Unido, os preços da banana caíram assim como a competitividade e o consumo aumentaram. Já nos mercados abastecidos pelos mais variados países, como a Alemanha, os preços da banana aumentaram com a entrada das bananas originárias dos países da ACP, mas o consumo foi prejudicado.

O sistema implantado sempre foi alvo de ataques, principalmente dos governos norte-americanos e latino-americanos, produtores de banana, argumentando estar se praticando discriminação e não ser compatível com a OMC (Organização Mundial do Comércio), que regula e fiscaliza as transações no mercado mundial. A principal crítica se encontra na quantidade reservada para os países da ACP comercializarem com a União Européia.

Em geral, o comércio de banana com a Europa não pode ser realizado sem um contrato prévio entre o produtor e alguém que seja detentor de uma cota. Esse comércio é regido pelo GATT, no qual se fixam cotas mundiais de vendas as quais são divididas pelos países produtores com base na sua tradição (MOREIRA, 1999).

Algumas dessas companhias são produtoras e também atuam como intermediadoras. Neste caso, há um contrato direto com o produtor, estabelecendo-se responsabilidades, sendo certo que as bananas são inspecionadas durante a produção, nos galpões de embalagem e, finalmente, nos portos de embarque.

No caso do Mercosul, essas regras não são válidas e a comercialização é feita pelo importador e pelo exportador, que às vezes é o produtor.

Atualmente, o mercado internacional de banana é dominado pelas bananas do subgrupo Cavendish. O Brasil produz a “Nanica” e “Nanicão” do subgrupo Cavendish, a segunda é igual àquelas da América Central.

6 CONSIDERAÇÕES GERAIS

Nas regiões produtoras de banana avaliadas pelo presente estudo, pode-se concluir que há mais semelhanças do que diferenças quanto à estrutura produtiva e de comercialização. Os produtores, em sua maioria, apresentam propriedades de pequeno porte com baixa infra-estrutura tecnológica. A região com maior diferença é o eixo Petrolina-Juazeiro na qual a variedade difere das demais e sua produção é totalmente voltada ao mercado local. Além disso, devido à alta rentabilidade de cultura como a manga e a uva, região vem perdendo o interesse pela produção de banana.

Contudo, há algumas diferenças regionais que influem no desempenho de cada região, principalmente quanto à proximidade do mercado consumidor, o grau de tecnificação de produção e de pós-colheita e a organização dos produtores.

As regiões praticamente não competem por mercados consumidores e desenvolvem sua comercialização nos mercados próximos a sua produção. O Vale do Ribeira (SP) concentra sua comercialização em São Paulo, o Norte de Santa Catarina para o mercado argentino, Petrolina-Juazeiro direciona sua produção para o mercado local enquanto o Norte de Minas para Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Brasília e Goiânia.

No Vale do Ribeira (SP), apesar de predominância de pequenos produtores, alguns vem elevando sua produção e produtividade, além de melhorias nas tecnologias de produção e pós-colheita. Assim, esses produtores mais tecnificados obtêm uma melhor remuneração pelo produto devido à escala de produção e a qualidade da fruta.

Outra diferença é quanto à organização dos produtores que possibilita mesmo o pequeno produtor elevar seu poder de barganha na compra de insumos bem como ofertar um produto de melhor qualidade. Uma região que merece destaque é o Norte de Minas. A bananicultura persiste na região com profissionalismo de parte dos produtores bem como a eficiência de algumas cooperativas locais, possibilitando a produção de um fruto de excelente qualidade.

Nas regiões analisadas, o principal estado exportador é o Norte de Santa Catarina, mas isso se deve principalmente a proximidade da região produtora com os nossos países vizinhos em relação à produção dos demais.

Entre as quatro regiões estudadas, o Norte de Minas apresenta um grande potencial exportador para países com elevada exigência em qualidade. A produção local é de excelente qualidade, mas essa ainda deixa a desejar para exportação voltada ao mercado europeu e o norte-americano. O potencial para produção de banana destinada para esses tipos de mercados é alto, pois grande parte da infraestrutura já está instalada na região, mas o paladar da principal variedade cultivada na região, a prata, ainda é desconhecido no mercado internacional, dominado pela nanica. Contudo, há elevadas barreiras internacionais para elevação do volume exportado, principalmente para a Europa, devido às diversas políticas de cotas para favorecer ex-colônias e a elevada concentração de multinacionais especializadas na comercialização do produto no mercado externo. Um exemplo de parceria para desenvolver grandes pólos exportadores desse produto com elevado valor agregado é como ocorre no Rio Grande do Norte com a Del Monte, trazendo tecnologia e, principalmente, experiência e escala no comércio mundial.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- AMARO, A. A. aspectos econômicos e comerciais de bananicultura. **Agroquímica**, n. 25, p. 4-11, 1984.
- BARROS, M. H. C. & BOTEON, M. **Avaliação do desempenho dos principais pólos produtores de uva no Brasil**. 2002. 18 p. Ponta Grossa, 2002. (Trabalho publicado no XL Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural)
- CARLTON, B. & PERLOFF J. **Modern Industrial Organization**. 2 ed. New York: Harper Collins College Publishers, 1994. 973 p.
- CARVALHO, J. M. **Comercialização de frutos de qualidade: a importância dos tratamentos pós-colheita**. Lavras, 1998. Dissertação (Mestrado).
- CEAGESP. Centro de Entrepósitos Gerais do Estado de São Paulo. 2001. **Disponível em:** <<http://www.ceagesp.com.br>>. **Acesso em: 12 jan. 2003**
- CEPEA. Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada. 2003. **Disponível em:** <<http://cepea.esal.usp.br>>. **Acesso em: 24 mar. 2003**
- CINTRA, R. F. & BOTEON, M. **Avaliação do desempenho dos principais pólos produtores de manga no Brasil**. 2002. 13 p. Ponta Grossa, 2002. (Trabalho publicado no XL Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural.)
- CODEVASF. Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba. **Disponível em:** <<http://www.codevasf.gov.br>>. **Acesso em: 10 mar. 2003**
- FAO. Food Agriculture Organization: crops & livestock primary & processed. **Disponível em:** <<http://fao.org>>. **Acesso em: 20 dez. 2002**
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2002 **Disponível em:** <<http://www.sidra.ibge.gov.br>>. **Acesso em: 10 jan. 2003**
- MASCARENHAS, G.C. C. **Viabilidade mercadológica e financeira da produção de banana na região de Ilhéus-Itabuna**. Viçosa, 1997, ? p. Dissertação (Mestrado).
- MOREIRA, R. S. **Banana: Teoria e prática de cultivo**. 2 ed. São Paulo, 1999. Fundação Cargill.
- SECEX. Secretaria de Comércio Exterior. **Disponível em:** <<http://www.portaldoexportador.gov.br>>. **Acesso em: 15 abr. 2003**
- SHERER F. M. & D. ROSS **Industrial market structure and economic performance**. Boston, Houghton Mifflin Co., third edition, 1990.

STEEG, A. EU adopts new banana system. **Industry & Agrobusiness Research.**
Rabobank International. Jan. 2001

STEEG, A. Fruit traders in trouble. **Industry Note: Food & Agribusiness Research.**
Rabobank International. Jan. 2001.

TOMICH, F.A. **Competitividade das exportações brasileiras de frutas selecionadas.**
Viçosa, 1999. 100p. Dissertação (Doutorado).