aos outros países está justamente no que está por vir, por fazer; na implementação de um programa de mudanças no padrão da produção leiteira, processo que já ocorreu nos países hoje com alto grau de tecnologia e competitividade. A transformação revogaria o sistema arcaico de produção e moldaria a atividade no nível da concorrência internacional.

Problemas e promessas

Portanto, os problemas são ao mesmo tempo exemplos da potencialidade brasileira. Hoje é um risco o produtor deixar de investir e de acreditar no futuro do mercado de leite. Há muito espaço para crescer com pequeno investimento. O melhoramento genético por exemplo representa um grande acréscimo de produtividade, porque o rebanho brasileiro ainda é pouco especializado na produção leiteira. Pouca coisa que se faça representa um grande salto em produção.

O país tem ainda muitas áreas a ser exploradas, permitindo produzir mais alimento para os animais e aumentar a produtividade. É uma situação privilegiada, comparando com os grandes produtores mundiais como Estados Unidos, União Européia e Nova Zelândia e mesmo com parceiros do Mercosul, como Argentina e Uruguai, que têm qualidade e produtividade superiores. Nesses países, não há espaço para o desenvolvimento como no Brasil, que tem tudo a seu favor: terra e pastagens abundantes, tecnologia facilmente acessível, insumos de qualidade, mão-de-obra farta, boa assistência técnica, produtores ávidos de crescer e principalmente um mercado consumidor subexplorado, fator de extrema importância e muito raro em qualquer outro país. Além disso, com o segundo maior rebanho do mundo (o primeiro é o da Índia), se a produtividade simplesmente dobrar de três para seis litros/dia, o Brasil poderá estar entre os três maiores produtores de leite do planeta.

Alzemar José Delfino é professor do Centro Universitário do Triângulo – Unit – Uberlândia, MG.
Este artigo é parte da dissertação de mestrado defendida na Universidade Mackenzie, SP, sob o título "Um estudo comparativo da pecuária leiteira nos países do Mercosul", no dia 17-6-1999.

Banana

Sonhando com o mercado

O Nordeste pode fazer do Brasil um grande exportador, mas é preciso atender às exigências do mercado

Clóvis Oliveira de Almeida, José da Silva Souza e Miralva de Souza Leal

O Brasil é o segundo produtor mundial de banana, superado pela Índia. Embora grande produtor mundial, sua participação no mercado internacional ainda é marginal. Nos últimos anos, o país tem exportado menos de 1% do que produz. Vários fatores contribuíram para esse desempenho, destacando-se o tamanho do mercado doméstico; a incompatibilidade entre as variedades produzidas no Brasil e as demandadas no mercado externo; o baixo padrão de qualidade da fruta; o custo do crédito e os níveis atrativos de preços para o produto no mercado doméstico.

São Paulo e Santa Catarina são os maiores exportadores da fruta no Brasil. As exportações se destinam basicamente à Argentina e ao Uruguai. A fruta vai para o Uruguai na forma de cachos e para a Argentina em pencas. Recentemente o governo brasileiro proibiu a exportação da fruta sob a forma de cachos.

Mas apesar de se destacarem como os estados brasileiros que mais exportam banana, São Paulo e Santa Catarina destinam ao mercado doméstico a maior parte da produção obtida. Em 1994 apenas 1,4% da produção de banana de Santa Catarina foi exportada.

Competitividade equatoriana

Maior concorrente do Brasil no mercado de banana da América do Sul, o Equador vem aumentando suas exportações para os países do Cone Sul, enquanto diminuem as exportações brasileiras. Uma explicação é que o Equador consegue comercializar banana de melhor qualidade e a menor custo que o Brasil. O Pacto Andino, que estabelece taxação zero na comercialização entre os países participantes (Argentina, Uruguai e Equador) não deve ser ignorado enquanto componente da competitividade equatoriana.

Vantagens oferecidas pelo Equador como estabilidade e competitividade dos preços, garantia de oferta regular, boa apresentação do produto e transporte marítimo em temperatura constante aos poucos levaram a melhor sobre o produto brasileiro.

As condições climáticas do Equador e de outros concorrentes do Brasil, como Venezuela, Colômbia e os países da América Central localizados na região equatorial, favorecem a produção contínua de banana de alto padrão de qualidade e garantem regularidade de oferta, parâmetro importante para chegar ao mercado internacional.

Clima propício

Outras regiões do Brasil poderiam ser incorporadas como zonas de exportação. É grande o potencial da região Nordeste, que oferece excelentes condições climáticas e recursos hídricos. Seria possível desenvolver ali uma bananicultura com baixa incidência de doenças, alta produtividade, oferta regular e as menores distâncias portuárias entre a região e os principais mercados importadores, fazendo do Nordeste uma subzona de comércio com os Estados Unidos e União Européia.

A exemplo da manga e da uva, frutas que o Nordeste consegue exportar com qualidade e competitividade, a banana, fruta mais

consumida no mundo, poderia constituir uma excelente possibilidade de expansão das exportações agrícolas nordestinas. Entretanto, para que isso aconteça é necessário superar uma fase de baixa eficiência na produção da fruta, cultivar as variedades mais demandadas e tornar a qualidade da banana compatível com as exigências dos mercados.

Enquanto a banana tipo *cavendish* é a mais aceita e transacionada no mercado internacional, o Nordeste orientou o cultivo e o consumo para a banana prata. Seria preciso reorientar a produção para se inserir ativa e competitivamente no mercado internacional de banana a curto e médio prazos. Essa foi uma das estratégias utilizadas nos plantios empresarias do vale do Açu, localizados no Rio Grande do Norte, para alcançar o mercado externo. No prazo de apenas um ano, o estado passou a exportar banana para a Argentina e tem como meta o cobiçado mercado europeu.

Ao sabor do mercado

Na atual conjuntura, ainda que os países produtores de banana prata venham a conquistar espaço no mercado internacional, dificilmente conseguiriam concorrer com os países que produzem a *cavendish*, a exemplo da Grand Naine. Irrigada, a produtividade média dessa banana alcança 70t/ha, enquanto a banana prata dificilmente ultrapassa a média de 30t.

Num horizonte temporal mais longo, a suscetibilidade da *cavendish* à sigatoca pode impor fortes mudanças ao mercado internacional de banana, como aliás já ocorreu em épocas passadas, quando o mal-do-panamá induziu a mudança de variedade. Ademais, a forte tendência por frutas livres de produtos químicos é outro fator que pode deslocar a demanda de banana do tipo *cavendish* para o tipo prata. Os maiores exportadores de banana fazem uso intensivo de defensivos químicos.

ESTADOS BRASILEIROS *que mais exportam banana, São Paulo e Santa Catarina destinam ao mercado doméstico a maior parte da produção obtida. Em 1994 apenas 1,4% da produção de banana de Santa Catarina foi exportada.*

A banana tipo *cavendish* é ainda a mais comercializada na União Européia, que constitui o maior mercado mundial da fruta, movimentando cerca de US$5 bilhões por ano em nível de varejo. Além de ser um mercado guiado para essa variedade, o regime de importação de banana da União Européia penaliza os países exportadores da América Latina e beneficia as ex-colônias britânicas e francesas localizadas na África, no Caribe e no Pacífico, introduzindo fortes distorções comerciais no mercado internacional.

Políticas comerciais

Na última revisão do regime de importação de banana da União Européia, os países da América Latina tiveram suas cotas de exportação reduzidas. Como efeito dessa política, parte da oferta equatoriana e costarriquenha, que antes era destinada aos mercados europeus, passou a seguir para a Argentina e o Uruguai. As cotas de exportação são estabelecidas com base no desempenho exportador do país, sendo reservadas apenas àqueles que têm tradição no mercado. O Brasil não é contemplado porque não é um exportador tradicional da fruta. Em 1998 o Brasil reivindicou uma cota de 200 mil toneladas anuais.

Após forte pressão dos Estados Unidos e dos principais países exportadores de banana da América Latina, a união Européia revisou o regime de importação de banana em outubro de 1998, que passou a vigorar a partir de janeiro de 1999. No novo regime, os países latino-americanos tiveram suas cotas aumentadas e o Brasil, finalmente, foi contemplado com 9,43% da cota de exportação cedida aos países da América Latina.

Às eventuais restrições impostas pelo tipo de banana mais comercializada internacionalmente alia-se o fato de as transações no mercado mundial serem dominadas por grandes *tradings companies*, entre elas as norte-americanas Chiquita e Dole e a equatoriana Noboa, que representam concorrentes de peso, já estabelecidas nos principais mercados importadores e exportadores.

Não será fácil expandir as exportações brasileiras de banana mediante a inclusão do Nordeste como região produtora e exportadora, como deseja o governo através dos programas Padefin e Brasil em Ação. As possibilidades existem e podem ser concretizadas, mas é preciso traçar uma estratégia capaz de separar o objetivo que se deseje alcançar – aumento das exportações nordestinas de banana – dos interesses imediatos de grupos organizados.

Clóvis Oliveira de Almeida é pesquisador da Embrapa Mandioca e Fruticultura, professor colaborador do Curso de Pós-Graduação em Ciências Agrárias da UFBA, doutor em economia aplicada pela Esalq/USP.
José da Silva Souza é pesquisador da Embrapa Mandioca e Fruticultura, professor colaborador do Curso de Pós-Graduação em Ciências Agrárias da UFBA, mestre em economia rural pela UFC.
Miralva de Souza Leal é acadêmica do Curso de Engenharia Agronômica da UFBA, bolsista estagiária da Embrapa Mandioca e Fruticultura (área de socioeconomia e estatística).

