

# MERCADO INTERNACIONAL E PRODUÇÃO DE BANANA: A ESTRUTURA PRODUTIVA E COMERCIAL DO COMPLEXO BANANEIRO MUNDIAL<sup>1</sup>

José Sidnei Gonçalves<sup>2</sup>  
Luis Henrique Perez<sup>3</sup>  
Sueli A. Moreira Souza<sup>4</sup>

## RESUMO

O presente trabalho analisa a presença dos países latino-americanos na produção e no comércio mundial de banana, levantando aspectos diferenciadores das estruturas produtivas e comerciais. A produção e a comercialização de bananas centro-americana e caribenha, ao lado da equatoriana e colombiana, são dominadas por grandes empresas multinacionais estadunidenses e européias, sendo a banana um dos principais produtos da pauta de exportação nesses países, com elevada participação do volume físico exportado na produção nacional. No caso brasileiro, embora se qualifique como um dos principais produtores mundiais, não se constituiu a mesma organização produtiva e comercial, resultando daí uma presença exportadora extremamente reduzida. A organização da produção em bases empresariais modernas em toda a cadeia produção-distribuição e a melhoria da qualidade do produto constituem-se em fundamentos de uma política nacional, buscando colocar o Brasil num lugar compatível, em termos de mercado mundial, com sua posição de grande produtor.

**Palavras-chave:** mercado mundial, multinacional, complexo bananeiro, política internacional, comércio internacional.

## INTERNATIONAL MARKET AND BANANA PRODUCTION: THE PRODUCTION AND COMMERCIAL STRUCTURE OF THE BANANA WORLD COMPLEX

### SUMMARY

This work analyzes the presence of Latin American countries in the world production and trade of bananas, raising aspects that differentiate their production and commercial structures. The Central American and Caribbean production and trade of bananas, besides the Equatorian and Colombian, are dominated by large multinational American and European companies. In these countries, the banana is one of the main export produce presenting a high participation in the exported physical volume concerning the national production. In the Brazilian case, although the country is qualified as one of the main world exporters, the same organization regarding production and trade has not been constituted, thus showing an extremely reduced presence in the world market. The organization of the production, according to a modern entrepreneurial basis throughout the production/distribution chain, as well as quality improvements are the fundamental aims for a national policy seeking to place Brazil in a compatible ranking, in terms of world market, with its position of great producer.

**Key-words:** world market, multinational, banana complex, international policy, international trade.

## 1 - INTRODUÇÃO

A banana é uma fruta tropical cultivada nas regiões quentes do mundo, onde é produzida durante quase o ano todo. No comércio mundial, a banana é a fruta de maior volume transacionado por ser consumida também nas regiões frias e temperadas, adquirindo, por isso, papel relevante nas trocas inter-

nacionais. A bananeira é originária do Sudeste asiático, tendo sido cultivada pelas sociedades antigas há vários séculos e se disseminado pelos países do Oriente Médio e da Europa Mediterrânea. Na América Latina, foi introduzida em São Domingos em 1516, sendo que, a partir da segunda metade do século XIX, ganhou expressão no comércio mundial com base nas produções centro-americanas e caribenhas (CHAMPION,

1963).

A perecibilidade do fruto, por elevada sensibilidade a choques físicos e rápida maturação, conferiu uma característica de "comércio de vizinhança" a essas transações, com os Estados Unidos se convertendo no principal comprador dos produtos centro-americano e caribenho, o que explica também a presença marcante de empresas estadunidenses na produção e no comércio da fruta nessa região. Do mesmo modo, o mercado europeu tem participação importante do produto africano, originário das colônias européias nesse continente, e o mercado platino é abastecido pela fruta brasileira. O surgimento do moderno transporte em navios dotados de câmaras frigoríficas não rompeu totalmente com as relações comerciais calcadas no "comércio de vizinhança" que, entremeado de antigas vinculações coloniais, conferiu características geopolíticas importantes para o entendimento do mercado mundial de bananas (CHAMPION, 1963).

O presente trabalho pretende apresentar a evolução recente da presença latino-americana no comércio internacional de banana, particularizando aspectos das estruturas produtiva e comercial dos maiores exportadores mundiais localizados na região centro-americana, além das produções equatoriana e colombiana na América do Sul. De um ângulo global, procura-se mostrar como evoluiu o mercado mundial de banana nas últimas três décadas, mostrando tanto os países exportadores como os importadores mais expressivos, além do perfil dos agentes atuantes nessas transações comerciais. A perspectiva básica é demonstrar que a preponderância de alguns países no mercado internacional está associada às estruturas produtiva e comercial montadas por grandes empresas que consolidaram o moderno complexo bananeiro produtor e distribuidor de frutas frescas.

## 2 - LEVANTAMENTO E SISTEMATIZAÇÃO DOS DADOS

Para realizar este estudo, foram utilizados dados de importação e exportação mundiais da fruta publicados pela Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO), compreendendo desde o início da década de 60 até o começo dos anos 90, contemplando o período 1961-91 (FAO, 1961-1991). Para complementar, utilizou-se dados de origem das importações estadunidenses do Departamento de Comércio dos Estados Unidos (EUA) e das compras européias da Commonwealth Secretariat e da Diretoria de Comércio Exterior (DECEX-Brasil).

As informações serão sistematizadas para mostrar a evolução das receitas totais de exportação por país, bem como da parcela proveniente da venda de banana e da participação da fruta na obtenção de divisas. O mesmo será feito com o volume físico, identificando a produção de cada nação, a parte destinada ao mercado externo e seu percentual da produção nacional, além de se trabalhar dados de importação para identificação dos principais centros compradores da fruta exportada. Cabe ressaltar que as estatísticas de comércio exterior da FAO consideram a soma da banana, cujo consumo pode se dar *in natura*, com o plátano, fruta destinada à culinária. A banana representa maior volume físico transacionado. A principal decorrência dessa sistemática de apresentação dos dados está em que, excluindo-se o plátano, o Brasil seria o maior produtor mundial, mas com a inclusão a Índia assume essa posição.

## 3 - MERCADO MUNDIAL E ESTADO NACIONAL

Na análise econômica, os termos empregados têm conteúdos nem sempre explicitados que normalmente geram confusões decorrentes desse fato. Um conceito largamente empregado, que se confunde com o próprio objeto da economia, é o de **mercado**. Este é definido "como o 'local' onde operam as forças da oferta e da demanda, através de vendedores e compradores, de tal forma que ocorra a transferência de propriedade das mercadorias" (BARROS, 1985). É importante destacar desde logo o caráter abstrato da definição, pois local tem um conteúdo de universalidade que subentende a necessária generalização, abrangendo desde os mercados mais restritos, como as feiras livres, até as compras e vendas realizadas entre regiões distantes do mundo, como a de suco de laranja do Brasil para o Japão.

Essa definição de mercado tem sido utilizada em termos de comércio internacional, numa visão funcionalista, desprovida de conteúdo histórico. As análises econômicas de tradição neoclássica, calcadas na concorrência perfeita, apresentam o **mercado mundial** como instituição atemporal, comumente impondo-lhe a situação de fato dado, ou seja, como uma condição prévia à produção. Calcados na Lei dos Mercados de Say, para a qual "a oferta cria sua própria demanda", esses estudos preconizam que aos agropecuaristas basta produzir que a sociedade mundial absorverá essa produção a um preço de equilíbrio, sobre o qual nem o ofertante nem o vendedor têm poder de influência. As análises de preços e quantida-

des não contemplam, nessa visão, nem as condições históricas que constituíram esse mercado mundial, nem o perfil de agentes que lhe dão concretude atuando nas transações efetuadas nesse mercado.

Noutras palavras, o mercado existe porque alguns consumidores de um dado país querem certa cesta de produtos e os agropecuaristas de outros países, como vendedores, ofertam essas mercadorias. Em função de outra lei, a da oferta e procura, no caso da quantidade ofertada ser elevada frente ao consumo médio tem-se uma queda de preços, e quando ocorre o inverso há um crescimento das cotações. Nesse universo analítico, inexistente a possibilidade, seja de qualquer comprador ou de qualquer vendedor, de interferir nos preços de mercado, além de que o conjunto dos consumidores, detendo a última palavra na transação, determina o comportamento do mercado. Como produto da ordem natural, o mercado tem o atributo da neutralidade e leva inexoravelmente ao equilíbrio.

Na verdade, o **mercado mundial** é uma construção histórica permeada por contradições e conflitos de várias naturezas. A transição do feudalismo para o capitalismo, rompendo com as barreiras que impediam a expansão do comércio, criou o mercado nacional na mesma medida que constituía o Estado Nacional. Da mesma forma, o **mercado mundial** foi erigido pela Inglaterra, implantando o livre-cambismo, apoiado na poderosa Armada de Vossa Majestade, a Rainha, num momento histórico em que, já tendo realizado a Primeira Revolução Industrial, tinha de expandir os centros compradores de seus produtos (POLANYI, 1980). Nessa época, surge a teoria ricardiana das vantagens comparativas, pela qual uns países produziram produtos agrícolas e outros, produtos industriais, cada um especializando-se naquelas mercadorias em que detinham condições mais vantajosas frente aos demais.

A teoria ricardiana de defesa do livre-cambismo, da qual derivaram as concepções neoclássicas de concorrência perfeita aplicadas ao comércio exterior, tratava o mercado mundial como resultado da ordem natural e não levava em conta as diferenças entre os Estados Nacionais. Por essa "teoria liberal a Grã-Bretanha era apenas mais um átomo no universo do comércio e ocupava precisamente o mesmo lugar que a Dinamarca e a Guatemala" (POLANYI, 1980). Na verdade, as diferenças de poderio eram enormes, e a Inglaterra impôs-se sobre o Mundo com a supremacia de sua produção industrial. O **mercado mundial**, tal como atualmente é concebido, representa uma criação britânica num processo de afirmação de sua hegemonia sobre os

demais países, não sendo, portanto, nem neutro nem a-histórico. Ao contrário, o **mercado mundial** é datado historicamente tendo sob o capitalismo dois momentos bem definidos: o período de hegemonia inglesa no final do século XIX e início deste e o de hegemonia estadunidense, consolidada no ciclo virtuoso da economia mundial na fase posterior à Segunda Guerra Mundial.

Outro aspecto também importante, e que a visão funcionalista não leva em conta, diz respeito aos perfis distintos dos agentes atuantes nesse mercado mundial. A presença de vendedores e compradores genéricos passa a impressão de que se tem a realização das trocas entre comerciantes de igual poder de mercado. Tal como ocorre entre os Estados Nacionais, que têm poderios distintos, também as empresas comerciais, que predominam nos diversos ramos comerciais, são poderosas organizações com poder de impor normas e limites restritos sobre os agropecuaristas dos países vendedores e sobre a rede de distribuição nos países consumidores. Essas companhias regulam o fluxo produção-consumo de mercadorias a partir da posição estratégica que ocupam nas transações internacionais.

A própria constituição do mercado mundial deu-se com base nas grandes companhias ocidentais de comércio que, por delegação de poder dos governos e sob a proteção do país de origem, empreendiam as guerras para conquistarem áreas de influências para suprimento e para alargarem suas transações. A Inglaterra e a Holanda rivalizavam-se nessa disputa do século XVI ao XVIII, processo que acabou chancelando o maior poderio inglês (LE FRANC, 1948). Por exemplo, foi a Companhia das Índias Ocidentais que, com base numa poderosa armada e força militar montada por comerciantes holandeses, dominou o Nordeste brasileiro, produtor de açúcar, e o litoral angolano, fornecedor de escravos, num conflito que nada mais era que uma decorrência da luta pelo controle do comércio colonial. Por outro lado, os ingleses foram os financiadores das expedições de expulsão, e inclusive tinham uma companhia com o mesmo fim e com a mesma denominação.

No período recente de hegemonia estadunidense sobre a expansão mundial, a internacionalização das plantas produtivas da Segunda Revolução Industrial foi realizada por grandes corporações desse país. O crescimento expressivo do comércio internacional deu-se sob a égide das empresas comerciais dos EUA, sendo que, especificamente no tocante aos produtos agropecuários, essa nação consolidou-se como a maior produtora e exportadora, abastecendo o Mundo. A partir da década de 70, esse predomínio

começou a ser questionado com a emergência das empresas européias que, com base numa política ativa de proteção à agropecuária, passou de importadora à segunda maior exportadora de produtos agropecuários, e, nesse processo, as corporações da União Européia (UE) avançam no domínio dos mercados, rivalizando-se com as estadunidenses (GREEN, 1993).

Resumindo as colocações anteriores, é fundamental ter-se clareza que: a) o mercado mundial não é produto da ordem natural, mas criação realizada e mantida sob a hegemonia de uma potência mundial dominante nos planos militar, político e produtivo, o que dá origem ao predomínio comercial; e b) não sendo os países iguais em termos de influência sobre o mercado mundial, também existe uma diferença dentre as empresas comerciais dominantes que, com lastro nos seus países de origem, ocupam posição estratégica nas transações comerciais. A participação ativa no mercado mundial exige, portanto, o fortalecimento do Estado Nacional e a organização das estratégias comerciais para a constituição de mercados para seus produtos, onde a competitividade da estrutura produtiva é pré-condição fundamental para o sucesso.

#### 4 - EXPORTAÇÕES DE BANANA E EXPORTAÇÕES TOTAIS: ANÁLISE DO ÂNGULO DA RENDA NACIONAL

A presença exportadora de um Estado Nacional no mercado mundial depende de sua estrutura produtiva e de sua inserção geopolítica. Noutras palavras, as receitas conseguidas com as exportações refletem a competitividade da base produtiva, que confere uma presença marcante de cada país na definição dos movimentos de mercado nos quais participa. Nesse aspecto, apesar de o Brasil ser o maior produtor latino-americano de banana, sua participação no mercado mundial dessa fruta tropical é insignificante, bem como a participação dessas vendas nas receitas cambiais oriundas da atividade de exportação é reduzida. A primazia nesse segmento de mercado cabe aos países centro-americanos e caribenhos, bem como aos do Norte da América do Sul.

Os países centro-americanos e caribenhos são tradicionais exportadores de banana, embora sejam um conjunto de nações de pequena extensão e reduzida capacidade exportadora. O principal país da região em volume de exportações é a Costa Rica, que passou de US\$84 milhões de receita em 1961 para US\$1,59 bilhão em 1991, com notável crescimento de 1.793% em três décadas. Em seguida, vem a Guatemala, que evoluiu de US\$110 milhões para

US\$1,20 bilhão (+991%), a Jamaica que cresceu de US\$178 milhões para US\$1,15 bilhão (546%) e de Honduras que aumentou de US\$73 milhões para US\$0,93 bilhão (1.174%). Tem-se, portanto, um conjunto de pequenos países que, apesar do crescimento das exportações, apresentam pequena participação no comércio mundial. A própria América Central e o Caribe, no todo de seus principais países produtores de banana, têm um volume global de receitas de exportação reduzido, saindo de US\$621 milhões para US\$5,98 bilhões no período 1961-91<sup>5</sup> (NAÇÕES UNIDAS FAO, 1961-1991).

Esse desempenho contrasta com o realizado pelos principais países produtores de banana da América do Sul, onde se destaca o Brasil, cuja receita cambial advinda de exportações saltou de US\$1,40 bilhão em 1961 para US\$31,82 bilhões em 1991, com crescimento de 2.173% no período. A seguir, tem-se a Venezuela que avançou de US\$2,43 bilhões para US\$15,05 bilhões (+519%), a Colômbia que cresceu de US\$0,43 bilhão para US\$7,23 bilhões (+1.581%), o Equador que saiu de US\$0,13 bilhão para US\$2,85 bilhões (+2.092%) e o Suriname com exportações crescendo de US\$41 milhões para US\$380 milhões (+827%). As características são, portanto, distintas, englobando países com economias industriais e desenvolvidas, como o Brasil, a despeito de sua importante inserção agropecuária, de grandes exportadores de petróleo, como a Venezuela e o Equador, de grandes produtores de café, como a Colômbia, até países menores, com características semelhantes aos centro-americanos, como o Suriname (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991).

A análise das receitas cambiais, quando são contempladas apenas as decorrentes da produção de banana, revela um quadro nítido da importância desse produto para a economia centro-americana e a caribenha. O principal exportador em volumes de receita também é a Costa Rica, que evoluiu de US\$18,55 milhões em 1961 para US\$404,88 milhões em 1991, com significativo incremento de 2.083% nas três décadas, no que é secundado por Honduras, que saltou de US\$39,51 milhões para US\$341,90 milhões no mesmo período, o que representa 765% de acréscimo (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991). A evolução do comércio mundial de banana tem uma importância estratégica para a economia desses países, sendo que, apesar de todos apresentarem ganhos em receitas, a maioria deles apresenta limitações territoriais para a expansão da produção, como é o caso da Jamaica, Guadalupe e Martinica, que perdem participação relativa no comércio internacional da fruta.

A América do Sul mostra um quadro

diferente com o Equador, a despeito de sua pequena dimensão territorial, ter se convertido no principal exportador mundial de banana. As receitas das exportações de banana passaram de US\$80,90 milhões em 1961 para US\$715,86 milhões em 1991, com incremento de 785%, seguido da Colômbia, cujas exportações avançaram de US\$14,06 milhões para US\$404,87 milhões no mesmo período, com aumento de 2.780%, que representa um desempenho proporcionalmente mais expressivo nas três décadas consideradas (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991). Chama atenção o fato de que o Brasil, um dos maiores produtores mundiais da fruta e com amplas condições climáticas e econômicas para um papel mais expressivo, tem uma evolução modesta, perdendo até mesmo para a Venezuela a posição relativa que chegou a ocupar nesse mercado.

A América do Norte tem um desempenho superior ao Brasil no comércio mundial de banana, no qual se destaca os EUA que de US\$6,79 milhões em 1961 conseguiram receitas de US\$198,25 milhões em 1991, com incremento de 2.819%, com o comércio internacional com essa fruta tropical. Como os EUA não têm uma presença marcante na produção de banana, a expressividade das suas exportações mostra a posição estratégica que as empresas estadunidenses desempenham na produção e comercialização da fruta, permitindo a esse país rivalizar-se com os principais exportadores latino-americanos em volume de receitas de exportação. Chama atenção também o fato de que o México, com participação irrisória até o início dos anos 80, ter apresentado notável crescimento nessa década e já atingir posição de importância nas vendas externas de banana (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991).

A análise da participação das exportações de banana nas receitas totais de exportação permite revelar a posição estratégica ocupada por essa fruta na economia dos diversos países latino-americanos. Para um grupo de países, as vendas externas de banana representam mais de um quarto das exportações totais, enquadrando-se nesse conjunto Costa Rica, Dominica, Guadalupe, Honduras, Martinica, Panamá, Equador e, com índices menores, mas expressivos, Granada e Nicarágua. A participação da banana nas exportações totais da Costa Rica esteve próxima a 20% desde o início dos anos 60, que após ter crescido para patamares em torno de 29% no primeiro triênio dos anos 70, voltou aos níveis iniciais na fase seguinte, sendo o comportamento de 1991 atípico. Essa estabilidade não é encontrada nos demais países, como é o caso de Honduras, país onde a banana respondeu por mais da metade (54,6%) das receitas cambiais

em 1961, reduziu-se para 20% em 1974, quando iniciou uma recuperação para patamares em torno de 37% no começo dos anos 90 (Tabela 1).

Comportamento semelhante tem o Panamá, cuja participação da banana de 66,3% em 1961 reduziu-se para níveis menores que 20% em 1980, reconduzindo-se para patamares maiores que 25% no início dos anos 90 (Tabela 1). Na América do Sul, tal desempenho tem o Equador, que tinha na banana 61,3% de suas receitas, mostra um recuo para apenas 5,2% em 1984, voltando, contudo, a crescer para recuperar sua importância e atingir 25,1% em 1991 (Tabela 2). Para países menores, como a Dominica, esse significado é extremamente maior, chegando a mais da metade das receitas de exportação, o mesmo ocorrendo com a Martinica que, com exceção de 1980 e 1991, tem uma exportação de banana representando cerca de 40% das suas vendas externas (Tabela 1).

A banana constituiu-se, portanto, num produto estratégico para inúmeros países centro-americanos e caribenhos, bem como para o Equador na América do Sul. A constituição de estruturas exportadoras desenvolvidas 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. A Colômbia e o México ganham expressão no mercado bananeiro mundial, confirmando estruturas produtivas e comerciais também competitivas internacionalmente. A base de sustentação econômica para a competitividade da exportação de bananas centro-americana e equatoriana está associada à presença nessas regiões de grandes empresas que engendraram um predomínio nesse segmento de mercado, numa configuração supranacional.

## 5 - EXPORTAÇÕES DE BANANA E PRODUÇÃO NACIONAL: ANÁLISE DA ÓTICA DO VOLUME FÍSICO

Na América Central e no Caribe, o principal produtor de banana é a Costa Rica, cuja produção, saindo de 398 mil toneladas em 1961, atingiu 1.770 mil toneladas em 1991, com grande incremento de 345%, mais que quadruplicando sua capacidade produtiva. A seguir, tem-se Honduras, cuja produção no início dos anos 60, de 737 mil toneladas, passou para 1.619 mil toneladas em 1972, com aumento de 120%, ainda mantendo a primeira posição na região centro-americana. Posteriormente, ocorre queda na sua oferta de fruta para situar-se em 973 mil toneladas em

1991, quando ocupa a terceira posição da região. O Panamá é outra nação destacada, saindo da segunda posição em 1961 com 544 mil toneladas, atingiu 1.019 mil toneladas em 1969, crescendo 87% e mantendo-se em torno desse nível de produção até 1991. Com isso sustentou a mesma colocação entre os países produtores centro-americanos e caribenhos (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991). Nesse conjunto de informações, tem-se notório o maior dinamismo da bananicultura costa-riquenha, ao mesmo tempo em que fica nítida a dificuldade dos países menores de aumentarem suas capacidades de oferta.

Na América do Sul, o principal produtor é o Brasil que, de uma produção de 2.714 mil toneladas em 1961, incrementou em 104% sua capacidade produtiva, atingindo 5.526 mil toneladas em 1991. A segunda posição é ocupada pelo Equador que de 2.597 mil toneladas em 1961, teve incremento muito menor, da ordem de 36%, para atingir 3.525 mil toneladas em 1991. Esse espaço vem sendo ocupado por outros dois países do norte da América do Sul, no caso a Colômbia que, de 572 mil toneladas em 1961, cresceu 215%, passando a produzir 1.800 mil toneladas em 1991, e a Venezuela que, de 753 mil toneladas em 1961, aumentou 61%, atingindo 1.215 mil toneladas em 1991. Desempenho semelhante tem o México, na América do Norte, cuja produção avançou 192%, saindo de 647 mil toneladas em 1961 para 1.889 mil toneladas em 1991 (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991). O quadro da produção brasileira mostra um avanço de países de maior área geográfica que aproximam-se da produção equatoriana, cuja expansão enfrenta limitações de área. O México tem posição estratégica sob o ponto de vista geográfico, podendo conquistar parcelas do mercado estadunidense e com isso ampliar ainda mais sua oferta.

Ao se visualizar o volume físico exportado pelos principais países exportadores, tem-se um quadro distinto do detectado apenas com dados da produção nacional. Na América Central,

TABELA 1 - Evolução da Participação das Receitas de Exportação de Banana nas Receitas Totais de Exportação dos Principais Países Produtores da América Central e do Caribe, 1961-91

(em percentagem)

(continua)

Ano	Costa Rica	Dominica	Granada	Guadalupe	Guatemala
1961	22,03	64,91	24,97	36,73	10,57
1962	22,76	63,20	20,29	33,96	5,94
1963	23,93	68,70	21,89	30,48	6,26
1964	24,88	67,66	21,95	20,68	4,56

1965	25,47	60,07	21,08	28,49	1,59
1966	21,77	65,80	25,49	30,86	2,32
1967	21,78	76,15	41,37	34,90	2,24
1968	25,48	79,47	38,64	34,90	3,84
1969	27,74	70,79	21,91	33,39	4,96
1970	29,25	68,05	21,08	27,16	4,98
1971	28,63	63,75	17,49	31,53	5,28
1972	29,68	59,38	14,91	40,76	5,38
1973	26,54	57,14	13,58	35,78	4,44
1974	22,48	49,02	16,98	46,74	3,94
1975	29,39	35,71	23,07	36,95	2,82
1976	25,24	60,49	21,64	42,08	3,00
1977	18,32	59,16	22,11	35,63	2,04
1978	19,92	59,41	20,03	55,96	2,27
1979	20,80	51,19	18,14	38,31	1,72
1980	21,41	31,24	23,62	25,91	3,52
1981	22,73	48,10	19,60	35,90	5,23
1982	26,78	41,36	18,32	50,58	5,98
1983	25,14	41,84	17,07	51,78	6,51
1984	26,78	44,78	16,09	56,97	5,12
1985	21,07	48,19	15,97	43,20	6,15
1986	20,17	59,25	13,38	48,82	6,74
1987	20,82	67,42	12,93	51,43	7,48
1988	20,64	71,28	14,29	32,48	6,19
1989	21,86	53,37	14,40	33,23	7,38
1990	21,87	57,27	14,78	28,99	6,02
1991	25,46	56,02	16,56	28,39	6,66

Fonte: Dados básicos das NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991.

TABELA 1 - Evolução da Participação das Receitas de Exportação de Banana nas Receitas Totais de Exportação dos Principais Países Produtores da América Central e do Caribe, 1961-91

(em percentagem)

(conclusão)

Ano	Honduras	Jamaica	Martinica	Nicarágua	Panamá
1961	54,64	7,68	44,70	0,08	66,29

1962	44,33	6,96	45,46	0,93	31,26
1963	40,64	6,72	34,91	1,40	28,71
1964	37,41	7,76	40,93	1,82	34,15
1965	42,64	7,96	55,12	0,55	44,33
1966	51,30	7,79	62,06	0,86	43,70
1967	50,56	8,08	60,97	2,27	48,62
1968	47,99	7,55	61,75	2,05	55,66
1969	45,73	5,93	54,13	1,37	55,43
1970	42,50	4,23	49,80	0,14	55,63
1971	51,02	4,18	49,73	0,00	54,18
1972	43,28	3,94	53,09	1,36	52,88
1973	33,21	4,63	47,97	2,02	46,37
1974	20,80	1,78	44,05	1,40	23,59
1975	21,00	1,90	47,77	1,31	20,80
1976	27,55	2,08	56,69	0,85	26,96
1977	25,38	2,16	56,07	0,63	27,17
1978	22,76	2,49	57,65	0,74	29,05
1979	26,06	2,23	43,50	1,01	22,29
1980	27,42	1,09	18,58	1,86	17,46
1981	25,70	0,44	35,63	4,20	21,81
1982	32,72	0,61	52,03	2,42	21,45
1983	28,56	0,96	39,11	4,30	24,81
1984	31,61	0,22	37,62	3,09	28,94
1985	34,89	0,77	46,67	5,31	25,97
1986	29,15	1,58	49,11	6,02	21,52
1987	39,08	2,77	47,91	4,61	25,40
1988	38,93	1,80	47,65	6,45	27,05
1989	35,67	1,93	46,24	5,19	27,77
1990	38,99	3,31	40,38	7,16	27,94
1991	36,96	3,95	25,70	11,43	25,29

Fonte: Dados básicos da NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991.

TABELA 2 - Evolução da Participação das Receitas de Exportação de Banana nas Receitas Totais de Exportação dos Principais Países Produtores da América do Sul, 1961-91

(em percentagem)

Ano	Brasil	Colômbia	Equador	Suriname	Venezuela
1961	0,27	3,23	61,29	0,11	0,01
1962	0,27	2,30	61,97	0,21	0,01
1963	0,21	2,97	57,30	0,28	0,02
1964	0,41	2,26	54,57	0,20	0,02
1965	0,39	3,45	53,19	1,70	0,03
1966	0,36	3,94	57,23	0,79	0,04
1967	0,34	4,90	52,93	1,33	0,04
1968	0,30	4,08	41,53	2,35	0,03
1969	0,42	3,23	52,33	1,68	0,03
1970	0,39	2,46	37,69	1,31	0,05
1971	0,36	2,11	50,81	1,62	0,04
1972	0,24	1,59	33,41	1,52	0,03
1973	0,24	1,31	20,57	1,18	0,01
1974	0,28	1,79	10,10	1,04	0,01
1975	0,35	2,16	14,24	1,22	0,01
1976	0,18	2,34	8,25	1,51	0,01
1977	0,16	1,87	10,32	1,08	0,01
1978	0,18	2,68	9,69	1,04	0,01
1979	0,16	2,41	7,44	0,92	0,01
1980	0,06	2,39	7,88	1,18	0,01
1981	0,05	4,14	9,59	1,50	0,02
1982	0,05	4,88	9,53	1,81	0,01
1983	0,05	4,79	6,87	2,12	0,02
1984	0,06	5,68	5,21	2,46	0,05
1985	0,06	4,40	6,42	3,07	0,07
1986	0,06	3,91	12,05	3,68	0,05
1987	0,05	4,19	13,85	3,33	0,03
1988	0,03	5,02	13,58	3,16	0,03
1989	0,04	4,54	16,03	1,85	0,08
1990	0,03	4,72	17,26	2,21	0,09
1991	0,06	5,60	25,11	2,63	0,09

Fonte: Dados básicos das NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991.

tem-se a prevalência da Costa Rica, com a quantidade de banana destinada ao exterior crescendo 567%, ao sair de 230,92 mil toneladas em 1961 para atingir 1.541,14 mil toneladas em 1991, o que é seguido pelo Panamá, cuja produção exportada avançou 160% ao saltar de 271,53 mil toneladas para 706,63 mil toneladas no mesmo período. Também tem importância Honduras que, tendo exportado 430,44 mil toneladas no início da década de 60, aumentou esse volume em 62% para atingir 698,75 mil toneladas no começo dos anos 90 e a Guatemala que, havendo vendido externamente 163,89 mil toneladas em 1961, avançou 102% para exportar 332,27 mil toneladas em 1991 (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991). Mais uma vez fica nítida a posição mais dinâmica das exportações costa-riquenhas nos universos centro-americano e caribenho, bem como também fica marcada a existência de limites à expansão da produção de pequenos países, como Guadalupe e Martinica, mantendo seu volume físico exportado em torno do mesmo patamar em todo o período.

Na América do Sul, tem-se a presença marcante do Equador como principal exportador, com o volume físico vendido ao exterior saindo de 985,30 mil toneladas em 1961 para, com crescimento de 175%, atingir a cifra de 2.714,31 mil toneladas em 1991, secundado pela Colômbia que, saindo de 205,63 mil toneladas no início dos anos 60, cresceu 616% para vender 1.473,45 mil toneladas de banana no começo dos anos 90. O Brasil teve um desempenho exatamente inverso, perdendo posição no mercado mundial, tendo exportado 245,95 mil toneladas em 1961, reduziu drasticamente o volume físico destinado ao exterior para 91,14 mil toneladas em 1991, com decréscimo de 63% em termos percentuais (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991). Esses números mostram o dinamismo externo da bananicultura equatoriana, enquanto a brasileira evoluiu "na contramão" do mercado mundial, perdendo expressão em níveis significativos.

Até mesmo países que não produzem banana, mas detêm uma poderosa estrutura comercial e o controle sobre o fluxo do mercado exterior da fruta, como os EUA, têm um comportamento melhor que o brasileiro. Os EUA exportaram 42,35 mil toneladas da fruta em 1961, incrementaram essa atividade evoluindo 749% para vender 356,09 mil toneladas no mercado externo em 1991. Esse crescimento também foi apresentado pelo México, que, de 22,57 mil toneladas em 1961, após uma queda drástica de suas vendas externas, recuperou-se na década de 80 quando, de 5,93 mil toneladas em 1981 avançou

3.441%, para alcançar 210 mil toneladas em 1991 (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991). O desempenho estadunidense é explicado pela presença das empresas domésticas na produção e na distribuição das bananas centro-americana e caribenha, enquanto o caso mexicano mostra um reflexo da política recente de aproximação e inserção no mercado dos EUA, o que certamente produzirá um incremento ainda maior das suas exportações, permitindo rivalizar com os demais países centro-americanos.

A participação do volume exportado na produção nacional de banana revela, de maneira nítida, a estratégia desenvolvida por cada país. Na América Central e no Caribe, a porcentagem exportada é crescente e elevada para os principais países, sendo que a Costa Rica aumenta esse indicador de 58% em 1961 para 90,7% em 1991, o que denota uma perspectiva eminentemente exportadora de sua bananicultura com pequena preocupação com o consumo interno. Percentuais elevados são também apresentados pela Nicarágua, que evoluiu de 46% para 80,2%, por outros países menores, como Dominica, embora diminuindo de 97,9% para 83% e por Guadalupe (74,2% para 91%). Honduras tem um crescimento menor (58,4% para 71,8%) e Panamá idem (49,9% para 63,9%). No conjunto dos dados para as produções centro-americana e caribenha de banana, nota-se um crescimento do percentual destinado à exportação, configurando índices elevados, variando de 56,2% até 91,0% em 1991, reforçando a perspectiva exportadora dessa atividade regional (Tabela 3).

Na América do Sul, o comportamento não é distinto para os principais países exportadores, como o Equador, cujo percentual vendido ao exterior evoluiu de 35,9% em 1961 para 77,0% em 1991 e a Colômbia, que saindo de 37,9%, alcançou 81,9% em igual período. O Suriname, após avançar de 35,7% em 1961 para 89,2% em 1982, mostra sensível redução na fase seguinte, para atingir 57,6% em 1991. Extremamente contrastantes são os comportamentos do Brasil e da Venezuela, cujas vendas externas pouco representam de sua produção interna, embora tenham maior área territorial. Na América do

TABELA 3 - Evolução da Participação da Quantidade Exportada de Banana na Produção Nacional Realizada pelos Principais Países Produtores da América Central e do Caribe, 1961-91

(em percentagem)

(continua)

Ano	Costa Rica	Dominica	Granada	Guadalupe	Guatemala
1961	58,0	97,9	75,0	74,2	44,4
1962	61,8	97,0	72,7	72,4	27,3
1963	59,3	110,3	74,4	64,6	36,4
1964	60,8	99,8	68,1	33,8	33,4
1965	61,7	98,4	80,8	48,3	17,7
1966	63,6	81,1	81,7	56,2	23,1
1967	63,5	89,2	83,9	51,4	20,1
1968	70,5	88,9	85,0	75,1	30,3
1969	73,7	83,4	81,9	71,3	34,8
1970	75,6	82,4	79,7	67,8	45,2
1971	74,3	99,7	74,7	70,1	56,3
1972	86,7	98,9	73,5	63,8	65,9
1973	92,5	105,2	68,8	81,9	65,8
1974	91,0	87,3	65,0	74,3	74,3
1975	91,4	74,5	72,9	68,7	68,8
1976	90,7	86,4	75,6	81,0	72,6
1977	90,1	85,7	73,2	61,9	71,0
1978	90,7	78,2	63,5	92,5	70,1
1979	90,4	67,6	67,0	93,5	56,4
1980	90,2	54,8	77,9	72,9	82,3
1981	89,9	78,7	67,9	72,3	82,4
1982	90,1	79,4	68,3	71,4	85,4
1983	89,4	78,4	65,2	80,6	75,8
1984	88,9	81,1	61,4	80,7	75,1
1985	83,5	80,3	62,6	80,9	75,2
1986	81,2	85,1	68,2	89,2	75,4
1987	86,7	95,4	67,8	62,2	76,2
1988	91,3	91,6	70,2	70,2	92,0
1989	84,4	90,7	71,9	74,9	94,2
1990	83,0	92,2	69,8	82,1	76,6

1991	90,7	83,0	60,6	91,0	72,2
------	------	------	------	------	------

Fonte: Dados básicos das NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991.

TABELA 3 - Evolução da Participação da Quantidade Exportada de Banana na Produção Nacional Realizada pelos Principais Países Produtores da América Central e do Caribe, 1961-91

(em percentagem)

(conclusão)

Ano	Honduras	Jamaica	Martinica	Nicarágua	Panamá
1961	58,4	70,9	86,1	46,0	49,9
1962	56,2	71,5	86,4	38,0	45,6
1963	54,5	73,5	78,0	49,3	53,1
1964	48,8	74,3	71,7	71,4	46,9
1965	78,8	76,5	80,8	44,2	58,0
1966	80,1	76,3	79,8	52,1	65,8
1967	69,7	75,2	79,6	69,6	68,4
1968	68,7	71,0	80,6	65,9	57,0
1969	60,7	70,6	78,8	45,7	57,8
1970	60,3	70,5	79,2	15,6	60,8
1971	70,3	67,6	84,7	0,2	61,5
1972	58,4	68,4	81,1	78,5	61,2
1973	61,5	64,9	82,6	84,2	57,6
1974	56,6	55,6	75,3	88,5	43,4
1975	46,5	53,6	80,2	87,6	50,2
1976	61,3	55,6	87,4	84,0	52,4
1977	62,9	47,6	77,2	73,0	53,3
1978	60,0	47,0	61,8	78,6	59,5
1979	66,3	38,6	75,7	79,4	53,1
1980	70,5	23,7	57,4	80,3	48,8
1981	59,3	12,1	88,2	82,7	54,8
1982	64,2	13,4	88,3	35,9	54,7
1983	60,2	14,6	94,3	78,9	62,4
1984	77,2	7,1	93,7	59,5	62,1
1985	79,9	8,7	85,1	76,1	64,3
1986	78,5	14,4	82,7	68,2	64,7
1987	79,9	25,1	83,3	74,3	54,0

1988	75,5	20,7	79,0	80,0	47,1
1989	77,8	33,1	78,2	88,5	54,0
1990	81,2	47,8	86,4	88,4	64,0
1991	71,8	56,2	57,5	80,2	63,9

Fonte: Dados básicos das NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991.

Norte, o México tem os percentuais crescentes do volume físico exportado frente à produção nacional, a despeito de ainda configurar-se em níveis baixos. Os EUA voltam a se configurar como caso atípico, pois suas exportações de banana superam a produção nacional, dado que as informações de vendas externas, tomadas em toneladas, que em 1961 eram 958,7% maiores que o total produzido, passaram para índices ainda superiores, iguais a 7.021,7% em 1991 (Tabela 4).

Na visão global desses dados, têm-se dois grupos de países: as plataformas exportadoras e os produtores para consumo interno. No primeiro grupo, situam-se todos os países centro-americanos e caribenhos, além do Equador e da Colômbia. Nesses países nota-se um crescimento significativo da produção para a exportação, convertendo as culturas realizadas em seus territórios em áreas quase exclusivas para destinação aos centros consumidores mundiais. Noutro grupo, destacando-se dentre esses países o Brasil, tem-se uma produção prioritariamente consumida no próprio país, o que certamente tem reflexos na estrutura produtiva e comercial associada à fruta. Outro ponto relevante é que um aumento do consumo mundial de banana demandaria um incremento de área de cultivo nos países exportadores, e como a maioria tem territórios de tamanho reduzido, isso poderia beneficiar a Colômbia, grande exportadora com maior extensão territorial, e o México, exportador emergente e próximo ao mercado estadunidense.

## **6 - MERCADO MUNDIAL E IMPORTAÇÕES DE BANANA: IDENTIFICAÇÃO DOS PRINCIPAIS PAÍSES COMPRADORES E SEUS FORNECEDORES**

Os principais importadores de banana são também os mais importantes países desenvolvidos da América do Norte, da Europa e da Ásia, sendo que, na América do Sul, têm-se três pequenos consumidores: Chile, Argentina e Uruguai. As importações argentinas aumentaram de US\$4,16 milhões em 1961 para

US\$60,08 milhões em 1981, com avanço de 1.344%, sendo que, dessa data em diante, têm significativa queda de 70% para atingir US\$18,00 milhões em 1991. No caso uruguaio, têm-se níveis bastante menores, saindo de US\$1,36 milhão e tendo crescido 694%, atingiu US\$10,80 milhões em 1980, quando também teve decréscimo de 66%, para atingir US\$3,67 milhões em 1984. Daí passou a apresentar recuperação que, acumulando 94%, elevou as compras externas de banana do Uruguai para US\$7,14 milhões em 1991. No conjunto, o Mercado do Prata contemplava importações de US\$5,53 milhões em 1961 que, tendo crescido 1.167,09%, atingiu US\$70,07 milhões em 1980, teve uma redução de 64,12% para atingir US\$25,13 milhões em 1991 (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991).

O Mercado do Prata mostra um desempenho recente bastante problemático, não só pelo crescimento da produção argentina, mas também pela redução da expressão do comércio de banana. A década de 80 marcou uma retração nas compras dessa fruta, consolidando dessa maneira uma pequena expressão internacional como centro consumidor. Comportamento semelhante tem o Chile que, de US\$1,64 milhão em 1961, cresceu 1.580,83% para atingir US\$27,62 milhões em 1981. Dessa data até 1985, teve redução de 69,34% para alcançar US\$8,47 milhões, para depois reencontrar a tendência ascendente, crescendo 124,40% para totalizar US\$19 milhões em 1991 (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991). A retomada do consumo de banana na segunda metade da década de 80 está diretamente relacionada com a recuperação da economia chilena nos anos 80.

A América do Norte tem uma presença marcante como compradora de banana no mercado mundial. Os EUA gastavam US\$77,47 milhões com a importação da fruta em 1961, tendo uma tendência sempre crescente e, nesse comportamento, aumentando 1.492,38% para totalizar US\$1,23 bilhão em 1991. Dessa maneira, os EUA consolidam-se como o principal mercado comprador de banana dentre as nações. Também expressivo é o mercado canadense que, saindo de US\$24,65 milhões, apresentou cresci-

mento menor, embora também contínuo, da ordem de 627,29%, para atingir US\$179,26 milhões em 1991. Com isso, tem-se na América do Norte uma importação de banana que avançou de US\$102,11 milhões em 1961 para US\$1,41 bilhão em 1991, com incremento de 1.283,57% em todo o período 1961-91, quando considerado o desempenho de ponta a ponta

TABELA 4 - Evolução da Participação da Quantidade Exportada de Banana na Produção Nacional Realizada pelos Principais Países Produtores da América do Sul e da América do Norte, 1961-91

(em porcentagem)

Ano	América do Sul					América do Norte	
	Brasil	Colômbia	Equador	Suriname	Venezuela	Estados Unidos	México
1961	9,1	35,9	37,9	35,7	0,5	958,7	3,5
1962	7,2	28,3	44,2	42,8	0,8	1.256,3	1,2
1963	6,6	34,9	54,2	46,4	1,2	1.548,6	1,2
1964	6,7	30,6	41,9	60,0	1,5	1.466,8	1,8
1965	6,2	38,8	36,3	85,1	1,6	1.807,6	1,4
1966	5,8	43,2	50,2	47,6	2,4	1.523,5	1,1
1967	4,2	42,6	49,4	58,2	2,0	1.429,6	0,8
1968	3,8	52,1	45,3	81,1	1,5	2.505,1	1,3
1969	3,5	42,9	39,2	73,0	1,7	2.796,1	0,2
1970	4,1	33,6	42,8	62,6	2,4	6.270,0	0,1
1971	3,5	28,5	49,2	77,8	1,9	8.904,1	0,0
1972	2,0	25,7	54,5	94,5	1,2	9.291,2	0,1
1973	3,9	23,8	54,8	77,1	0,9	6.172,0	0,1
1974	4,4	35,3	50,7	86,5	0,7	6.398,6	0,0
1975	4,1	35,4	54,4	89,0	1,3	6.138,2	0,3
1976	2,1	43,1	36,5	86,0	0,5	9.927,4	0,9
1977	2,6	43,4	53,8	88,0	0,6	6.546,1	1,2
1978	3,2	59,3	56,9	70,9	0,6	6.585,8	1,3
1979	3,1	60,2	57,6	88,1	0,6	6.482,8	1,3
1980	1,5	67,1	56,9	87,2	0,6	10.171,1	1,1
1981	1,5	72,3	61,2	81,1	0,8	7.128,2	0,4
1982	1,3	70,1	63,1	89,2	0,8	6.884,0	0,4
1983	2,1	67,1	55,4	86,9	1,5	9.278,7	1,2
1984	2,2	71,0	55,1	85,2	2,6	4.961,2	1,5
1985	2,2	65,3	54,6	86,8	2,8	4.831,0	2,2
1986	2,0	73,1	60,4	81,8	3,0	3.966,6	5,5
1987	1,6	71,0	58,9	75,3	1,5	3.651,4	5,3
1988	1,5	68,9	60,2	67,1	1,5	2.904,3	5,7
1989	1,5	68,0	68,7	62,7	3,0	2.983,5	8,4
1990	1,0	71,8	72,3	58,9	3,2	6.647,3	9,7
1991	1,6	81,9	77,0	57,6	3,2	7.021,7	11,1

Fonte: Dados básicos das NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991.

(NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991). A tendência de crescimento ininterrupto mostra o crescente  
*Agricultura em São Paulo, SP, 41(3):161-188, 1994.*

fortalecimento dessas economias capitalistas consideradas dentre as mais dinâmicas em nível mundial, o que trouxe como consequência aumento no consumo de banana.

No seu conjunto, entretanto, o mercado importador mais importante é o formado pela UE. Dentre os países-membros da UE, o maior comprador é a Alemanha, cujo gasto na compra de banana evoluiu de US\$61,96 milhões em 1961 para US\$824,73 milhões, num avanço de 1.231,09% nos trinta anos, seguido da França, cujas aquisições totalizaram US\$64,30 milhões em 1961 e, tendo crescido 559,45% de maneira consistente, atingiram US\$424,04 milhões em 1991. Praticamente no mesmo nível dos franceses tem-se a Inglaterra, cuja importação era de US\$65,92 milhões em 1961 e passou a ser de US\$384,04 milhões em 1991 (+482,61%). São relevantes também a Bélgica-Luxemburgo, cujas compras somaram US\$7,66 milhões em 1961 e, tendo aumentado em 1.294,98%, atingiram US\$106,91 milhões em 1961, e a Dinamarca que comprou US\$4,21 milhões em banana no início do período e US\$28,89 milhões no final (586,27%), ambos com avanço persistente do consumo da fruta tropical. Na UE como um todo, partindo de compras externas no valor de US\$267,36 milhões em 1961, houve crescimento de 968,38% para atingir US\$2,86 bilhões em 1991 (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991), a qual se consolida como principal centro consumidor do mercado mundial, representando o dobro das importações da América do Norte no final do período.

Há ainda o Mercado Asiático com importância também expressiva. O principal comprador regional é o Japão, que gastou com importações de banana o total de US\$11,58 milhões em 1961 e, tendo o crescimento expressivo da ordem de 3.885,99%, atingiu US\$461,70 milhões em 1991, consolidando um potencial que pode ser ainda muito maior no Sudoeste asiático. A Arábia Saudita, que apesar de ainda pequena importadora, saindo de US\$724 mil em 1961, aumentou 4.872,38%, totalizando US\$36 milhões em 1991, demonstrando as amplas possibilidades de expansão do consumo no Oriente Médio. O Mercado Asiático no seu conjunto, partindo de US\$17,20 milhões em 1961, teve incremento de 4.417,72% ao somar US\$777,14 milhões no final do período (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991), o que demonstra ser o mercado com maior crescimento nas últimas décadas dentre os principais importadores mundiais.

A análise da evolução do valor das importações dos principais mercados consumidores e dos maiores países importadores de banana mostra que os

países desenvolvidos têm uma presença marcante no total das compras e como elas evoluíram vigorosamente nas últimas três décadas. Têm-se bastante claras as importâncias relativas aos megabloques econômicos, com primazia para a UE, seguida da América do Norte e da Ásia. Isso significa uma inserção específica do produto na nova conformação do mercado internacional, sendo que a maior renda constitui o elemento fundamental do crescimento do consumo da fruta, uma vez que os demais mercados não apresentam uma tendência nítida de crescimento contínuo, como é o caso do mercado de fruta que recuou na década de 80. As conformações dos megabloques, notadamente no caso da UE e da América do Norte, com certeza têm uma importância relevante no mercado mundial em face das históricas relações peculiares de "comércio da vizinhança" desenvolvidas pelas principais nações desses agrupamentos supranacionais.

O entendimento da importância dos distintos mercados para os países exportadores de banana pode ser mensurado de dois ângulos, ou seja, pela abordagem da procedência da fruta destinada a cada país importador e pelo destino do produto de cada exportador<sup>6</sup>. Particularizando o Mercado do Prata, tem-se a Argentina como principal país comprador que, tendo adquirido 133,1 mil toneladas em 1973, aumentou suas compras para atingir 195,2 mil toneladas em 1980 (+46,6%) e, a partir de então, apresenta queda para fechar o período com 78 mil toneladas em 1991 (-60,00%). Em termos de fornecedores, o Brasil era praticamente absoluto na década de 70, com a banana brasileira totalizando 126 mil toneladas (94,7%) das compras argentinas da fruta em 1973, o que se repete até 1978 com 108 mil toneladas (97,7%). A situação começa a se modificar já em 1979, pois, enquanto a banana brasileira totalizava 114,1 mil toneladas (64,8%), o produto equatoriano somava 55,2 mil toneladas (31,3%) (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1983; NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1992).

A década de 80 foi marcada pela forte luta pelo controle do Mercado do Prata entre a banana do Equador e do Brasil, sendo que, em 1980, ocorre uma abrupta inversão, com a venda à Argentina de 107,3 mil toneladas da fruta equatoriana (55,0%) e apenas 48,9 mil toneladas do produto brasileiro (25,1%). Essa supremacia das exportações de banana do Equador perdurou até 1983, quando o Brasil retoma sua posição de principal fornecedor do mercado argentino, vendendo 58,5 mil toneladas (80,2%), cabendo 14,4 mil toneladas ao Equador (19,8%). Essa posição favorável do Brasil mantém-se até 1991, com a venda

de 46,5 mil toneladas da banana brasileira (59,6%) e 31,2 mil toneladas do produto equatoriano (40,0%) (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1983; NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1992).

Dois fatores podem ajudar a explicar as mudanças de predomínio no fornecimento de banana para o mercado argentino: a) o primeiro diz respeito à queda abrupta das compras desse país platino em função da grave crise econômica vivida por essa nação na década de 80, fazendo reduzir drasticamente as compras externas e, principalmente nessas condições, o produto brasileiro ganha espaço, pois, apesar de qualidade inferior, tem preços menores que o produto equatoriano; b) o segundo fator é a organização das empresas exportadoras brasileiras para a construção de bases competitivas de forma a manter sua hegemonia sobre o mercado platino, e esse esforço resultou numa redução das diferenças de qualidade. A retomada do crescimento da economia argentina no período recente pode problematizar essa conquista, favorecendo as vendas do Equador, de qualidade ainda superior, e que já dominam de forma absoluta o mercado chileno. Com a grave crise do conglomerado cooperativo Cooperativa Agrícola de Cotia (CAC), que havia empreendido a reconquista do mercado com elevação do padrão de qualidade, esse fato tem chances ainda maiores de concretização.

Nas Américas, o mercado mais expressivo, sem dúvida, é o estadunidense, cujas compras saltaram de 1.899,1 mil toneladas em 1973 para 3.094,2 mil toneladas em 1990 (+62,9%). O fornecimento de produtos para esse mercado atende primordialmente à característica do "comércio de vizinhança", estabelecido desde o século passado, para o abastecimento das necessidades dos EUA dessa fruta. Em 1973, o principal fornecedor era Honduras, com 660,5 mil toneladas (34,8%), seguida da Costa Rica, com 431 mil toneladas (22,6%), do Equador, com 338,9 mil toneladas (17,8%), da Guatemala, com 170 mil toneladas (9,0%) e do Panamá, com 122,4 mil toneladas (6,4%). As mudanças de posição no volume de fornecimento dão-se praticamente entre as mesmas nações, sendo que, em 1990, o principal vendedor foi o Equador, com 1.142 mil toneladas (36,9%), seguido da Costa Rica, com 571,6 mil toneladas (18,5%), de Honduras, com 485,6 mil toneladas (15,7%), da Colômbia, com 357,3 mil toneladas (11,5%), da Guatemala, com 332,7 mil toneladas (10,8%)<sup>7</sup> (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1983; NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1992).

O mercado estadunidense de banana vem sendo disputado pelas nações centro-americanas e do norte da América do Sul. Em 1973, prevaleciam os

países da América Central (72,8% do mercado), que têm sua hegemonia ameaçada no período recente pelos exportadores sul-americanos da fruta com o avanço das presenças equatoriana e colombiana, que controlavam 48,4% das compras dos EUA em 1990. Desempenho oscilante tiveram as compras estadunidenses de banana panamenha, que passou de 122,4 mil toneladas (6,4%) em 1973 para 343,5 mil toneladas (11,6%) em 1985, mas tendo uma queda abrupta em 1990 para apenas 46,1 mil toneladas (1,5%), fruto certamente da crise política e econômica desse país no final da década de 80. Deve-se destacar também o crescimento vertiginoso das vendas mexicanas de banana para os EUA, que iniciaram-se em volumes significativos em 1982 com 11,4 mil toneladas (0,4%) e atingiram a expressiva marca de 151,8 mil toneladas em 1990 (4,9%) (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1983; NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1992). A maior presença do México decorre da crescente integração da sua economia à norte-americana, que deve ser reforçada com a entrada em vigor do Acordo Norte-Americano de Livre-Comércio (North American Free Trade Agreement - NAFTA) com perdas, em termos relativos, de fatias de mercado pelos países centro-americanos e sul-americanos.

Destaca-se na Ásia a presença marcante do mercado japonês, cujos volumes de importações de banana apresentaram ligeira retração, de 931,1 mil toneladas em 1973 para 803,3 mil toneladas em 1991 (-13,7%). Em 1973, o fornecimento da fruta para esse mercado era predominado pelas Filipinas, com 442,1 mil toneladas (47,5%), seguido do Equador com 259 mil toneladas (27,8%) e da China com 223,3 mil toneladas (24,0%). No período 1973-80, as compras japonesas sofreram retração de 22,0%, atingindo 726,1 mil toneladas em 1980, e nesse movimento as vendas equatorianas reduziram-se a níveis quase nulos (1,4 mil toneladas ou 0,2%), bem como diminuíram as compras de frutas chinesas (82,6 mil toneladas ou 11,4%) em contraponto com o avanço absoluto da banana filipina que atingiu 642,1 mil toneladas em 1980, ou seja, um crescimento de 45,2%, passando a controlar 88,4% do mercado do Japão. No período seguinte, 1980-91, com a recuperação da quantidade comprada pelos japoneses que atingiram 803 mil toneladas em 1991, o que representa 10,6% de crescimento, as Filipinas viram reduzido seu volume de vendas para 586,9 mil toneladas (-8,6%) e com isso sua participação no mercado para 73,1% das compras, tendo crescido a presença chinesa com 54,8 mil toneladas (6,8%) e principalmente a equatoriana com 135,0 mil toneladas (16,8%) (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1983; NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1992).

Também no mercado asiático tem-se a prevalência do comércio de vizinhança, com maior presença do produto filipino no mercado japonês.

O mercado da UE não é unificado do ponto de vista dos fornecedores para os diversos países em função de distintas relações com exportadores. A França tem um consumo anual de banana bastante estável em todo o período 1973-91, situando-se em torno de 450 mil toneladas. Em 1973, os principais fornecedores eram Camarões, com 147,9 mil toneladas (31,2%), Martinica, com 119,5 mil toneladas (25,2%), Madagascar, com 83,8 mil toneladas (17,7%) e Costa do Marfim, com 60,5 mil toneladas (12,5%). Em 1991, tem-se como mais importante Martinica, com 155,5 mil toneladas (34,6%), Guadalupe, com 98,4 mil toneladas (21,9%), Costa do Marfim, com 89,1 mil toneladas (19,8%) e Camarões, com 76,8 mil toneladas (17,1%) (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1983; NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1992). O mercado francês encontra-se dominado pelas ex-colônias, que formam o grupo de países denominado ACP (África, Caribe e Pacífico) que recebe tratamento preferencial para seus produtos no mercado europeu. Entretanto, dentre esses países há uma mudança importante com o movimento da posição relativa dos caribenhos frente aos africanos. O mercado da Grã-Bretanha segue o mesmo perfil do francês, com a notória prevalência das relações com as ex-colônias. Esse mercado conheceu uma significativa expansão na quantidade adquirida, saindo de 281,7 mil toneladas em 1973 para 489,3 mil toneladas em 1991 (+73,5%). O principal fornecedor em 1973 era a Jamaica, com 102,5 mil toneladas (36,4%), seguida das demais colônias britânicas nas Antilhas, com 87,5 mil toneladas (31,1%), e do Suriname, com 24,3 mil toneladas (8,6%). Em 1991, o conjunto das ex-colônias antilhanas da Inglaterra foi o principal fornecedor, sendo Santa Lúcia, com 85,1 mil toneladas (17,4%), Jamaica, com 69,5 mil toneladas (14,2%), e São Vicente com 61 mil toneladas (12,5%). Dentre as demais nações tem-se a Colômbia, com 58,9 mil toneladas (17,0%) e a Dominica, com 49,4 mil toneladas (10,1%) (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1983; NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1992). No geral, quanto ao número de nações, o mercado britânico apresenta-se como o de fontes de fornecimento mais diversificado, prevalecendo entretanto, claramente a banana oriunda de ex-colônias do Caribe, fato também associado à preferência européia aos países da ACP pela Convenção de Lomé.

O mercado italiano de banana é outro cuja expansão das compras externas foi expressiva, saindo de 355,6 mil toneladas em 1973 para 452,0 mil

toneladas em 1991 (+27,1%). Em função da pequena significação colonial desse país, a presença dos exportadores latino-americanos é predominante. Em 1973, a Itália era abastecida principalmente pela Costa Rica, com 138,6 mil toneladas (39,0%), seguida do Panamá, com 95,4 mil toneladas (26,8%), da Somália, com 63,5 mil toneladas (17,9%), e do Equador, com 42,2 mil toneladas (11,9%). Em 1991, o principal fornecedor continuou sendo a Costa Rica, com 93,3 mil toneladas (20,6%), seguida do Panamá, com 84,9 mil toneladas (18,8%), do Equador, com 79,5 mil toneladas (17,6%) e da Colômbia, com 59,6 mil toneladas (17,6%) (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1983; NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1992). Denota-se aí a presença marcante dos exportadores da região centro-americana e norte da América do Sul, que controlam o mercado italiano, sendo que apenas o da Somália aparece como uma nação que no passado tinha relações coloniais com a Itália. Mas a profunda crise que vive esse país africano pode explicar seu desempenho oscilante no fornecimento.

Comportamento semelhante à Itália têm as compras externas alemãs, que evoluíram de 770,4 mil toneladas em 1973, quando se considera as duas Alemanhas unificadas, para 1.355,2 mil toneladas em 1991 (+75,9%). Os principais fornecedores no início do período foram o Equador, com 272,4 mil toneladas (35,4%), a Costa Rica, com 243,2 mil toneladas (31,6%), o Panamá, com 125,3 mil toneladas (16,3%) e Honduras, com 81,2 mil toneladas (10,5%). Em 1991, o Equador continuava predominando com 358,0 mil toneladas (26,4%), seguido da Costa Rica, com 341,8 mil toneladas (25,2%), do Panamá, com 296,9 mil toneladas (21,9%), e da Colômbia, com 250,0 mil toneladas (18,4%) (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1983; NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1992). Desse conjunto de fornecedores apenas a Colômbia entrou para o grupo em substituição à Honduras, sendo notória a predominância da produção latino-americana, o que explica a posição alemã em conjunto com a italiana contra a posição dos demais países europeus de conferir privilégios aos países da ACP.

Invertendo o sentido da discussão, avaliando quais os principais mercados importadores de banana de um país exportador, pode-se caracterizar o grau de dependência pelos principais vendedores frente aos vários compradores. A Costa Rica em 1973 tinha como importadores principais os EUA com 458,9 mil toneladas (38,9%), a Alemanha com 318,8 mil toneladas (27,1%), a Itália com 167,3 mil toneladas (14,2%) e a Bélgica-Luxemburgo com 123,8 mil toneladas (10,5%). Em 1993, aquele país tinha os mesmos compradores, liderados pelos EUA, com

855,9 mil toneladas (50,8%), a Alemanha, com 386,2 mil toneladas (22,9%), a Bélgica-Luxemburgo, com 244,4 mil toneladas (14,5%), e a Itália, com 178,4 mil toneladas (10,5%) (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1983; NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1992). Fica bastante nítido nessa série de dados o crescimento da dependência costa-riquenha em relação ao mercado estadunidense, não tendo ampliado a sua rede comercial, ficando o desempenho de suas vendas submetido à expansão dos negócios com seus compradores tradicionais.

O Equador não tem um desempenho muito distinto e o seu principal mercado em 1973 eram os Estados Unidos, comprando 394,7 mil toneladas (28,8%), a Alemanha, com 312,7 mil toneladas (22,8%), a Bélgica-Luxemburgo, com 92,6 mil toneladas (6,8%), e a Itália, com 68,0 mil toneladas (5,0%). No ano de 1991, o quadro de compradores não sofreu alteração, com os EUA adquirindo 1.127,8 mil toneladas (42,6%), a Alemanha, 399,4 mil toneladas (15,1%), a Bélgica-Luxemburgo, 225,7 mil toneladas (8,5%), o Japão, 150,3 mil toneladas (5,7%) e a Itália, 143,7 mil toneladas (5,4%) (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1983; NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1992). Para a banana equatoriana repete-se o mesmo problema da situação costa-riquenha, com enorme dependência dos mercados norte-americano, alemão, belga e italiano. A Colômbia segue na mesma trilha, com as maiores aquisições em 1973 dos EUA, de 94,4 mil toneladas (44,0%) e da Alemanha, de 51,3 mil toneladas (23,9%); em 1991, permanecem os EUA, com 535,2 mil toneladas (42,2%), a Bélgica-Luxemburgo, com 376,6 mil toneladas (29,7%), a França, com 122,9 mil toneladas (9,7%), a Itália, com 93,5 mil toneladas (9,7%), e a Arábia Saudita, com 86,2 mil toneladas (6,8%). As vendas colombianas de banana, dentre os principais exportadores, foram aquelas que mais ampliaram as opções de compradores e com isso ao menos não aumentaram a dependência.

O principal exportador asiático, Filipinas, em 1973 dependia exclusivamente do mercado japonês e tentou uma diversificação entrando no mercado da Arábia Saudita, mas teve que recuar frente à supremacia colombiana, reduzindo suas vendas de 148,4 mil toneladas em 1980 para 60,8 mil toneladas. Em 1991, o Japão ainda era o principal destino das vendas filipinas, com 661,0 mil toneladas (69,2%), e a Arábia Saudita, com 6,3%. Na África, as exportações de Camarões em 1973 foram destinadas principalmente à França, no total de 63,1 mil toneladas (97,8%), o mesmo ocorrendo em 1991 com 82,7 mil toneladas (73,6%); caso idêntico ao da Costa do Marfim, cujas vendas em 1973 para a França foram de 86,1 mil toneladas (65,4%) e em 1991 de 110,4 mil

toneladas (95,0%). No Caribe, esse é o caso de Guadalupe que vendia à França 114,2 mil toneladas em 1973 e 106,6 mil toneladas em 1991, ou seja, todas suas exportações, caso assemelhado à Martinica, com 145,2 mil toneladas (96,7%) no primeiro ano e 180,3 mil toneladas (89,2%) no último. A Grã-Bretanha também recebe toda a exportação de Santa Lúcia, São Vicente, Jamaica e Suriname. Entre os países de expansão recente no mercado bananeiro, o México destina todas suas vendas para os EUA, enquanto o Brasil encaminha todas as suas exportações para o Uruguai e a Argentina (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1983; NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1992).

Todo o conjunto de dados de importações de banana revela um quadro complexo de inter-relações entre estados nacionais que problematizam a possibilidade de configurar o mercado dessa fruta tropical como auto-regulável. Os maiores centros compradores são os países desenvolvidos da América do Norte, da Europa e da Ásia, que mantêm relações comerciais e políticas especiais com diversos fornecedores. A Grã-Bretanha e a França, antigas potências coloniais, têm uma sistemática de privilegiar suas ex-colônias da África e do Caribe nas aquisições de banana. Os EUA têm fortes laços com as nações centro-americanas e do norte da América do Sul, com o que compra quase toda sua fruta nesses países. O Japão desenvolve relações preferenciais com as Filipinas. Exceções a essas regras são a Alemanha e a Itália, países europeus que não adquirem de ex-colônias, estando abertos aos grandes exportadores latino-americanos. Contudo, todo esse processo é mediado por uma gama de relações geopolíticas que determinam todo esse movimento, reduzindo as possibilidades de mudanças no conjunto de países que já estão inseridos nessas relações que apenas alterarão suas posições relativas, como é o caso das exportações mexicanas e colombianas. Dessa maneira, sobra pouco espaço para a emergência de outras nações produtoras nas vendas internacionais, podendo ocorrer o contrário, a ampliação do atual domínio exercido para os pequenos mercados ainda não conquistados, como o Mercado do Prata. A análise da estrutura produtiva e comercial poderá confirmar esse quadro.

## **7 - ESTRUTURA PRODUTIVA E COMERCIAL: FORMAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DO COMPLEXO BANANEIRO MUNDIAL**

A análise entre os países mostra o condicionamento geopolítico das transações comerciais de banana no mercado internacional, visando desvelar

qual o tipo de organização empresarial predominante neste comércio. A construção do que se denomina "indústria bananeira" representa o primeiro movimento das empresas norte-americanas na implantação de bases produtivas no exterior, controlando desde a produção através de contrato com bananicultores, passando pelo transporte, com a exploração de ferrovias e portos, até a distribuição dos países destinatários. A prática de predomínio sobre toda a cadeia produtiva da fruta tropical já no final do século passado dá a conotação exata de uma linha de montagem de seu produto para exportação, cujo núcleo é dominado por uma grande empresa que tem domínio absoluto sobre a tecnologia, o tratamento pós-colheita, o transporte e a distribuição. Assim, o modelo "industrial" surge no plano institucional com a fruta tropical comercializada *in natura*.

A montagem do complexo bananeiro teve início na Costa Rica e, como primeiro elemento diferenciador que pode ser um fato explicativo do surgimento nessa nação centro-americana em detrimento das demais, está na predominância da pequena propriedade rural, dado que a população indígena foi exterminada rapidamente e poucos escravos negros foram introduzidos, sendo a terra cultivada por espanhóis. Dessa maneira, a população branca na sua maioria contrastava com as das regiões vizinhas bastante mestiçadas, o que deu à Costa Rica uma característica de enorme estabilidade política não encontrada nos demais países da região, quase sempre convulsionadas por enormes conflitos sociais (PARKER, 1964). As dificuldades de comunicação deixaram o país isolado por longo tempo das demais nações regionais.

Exatamente a procura de romper com esse isolacionismo irá resultar num desdobramento que forjaria o complexo bananeiro. O personagem central foi Minor Cooper Keith, construtor de ferrovias na América Central, que em razão da morte de seu irmão a quem ajudava na construção, substituiu-o no comando dos negócios. Tendo já construído 70 milhas, com a suspensão do pagamento pelo Governo costa-riquenho, obteve empréstimo em Londres para terminar a obra. Ao mesmo tempo fundava em Londres a Tropical Trading Transport Co. para produção, transporte e exportação de banana para o mercado norte-americano. Em 1844, fez acordo com o Governo de Costa Rica, consolidando a dívida e construindo mais 52 milhas em troca da concessão por mais 99 anos dos ramais já construídos e de 800 mil jeiras<sup>8</sup> de terra ao longo das estradas de ferro e em outras áreas do país e isenção de impostos por vinte anos. Com base nessa estrutura, conquistou a hegemonia sobre a

produção e o comércio de banana. Daí, passou a adquirir o controle de outras companhias e em 1889 absorve sua principal competidora, a Boston Fruit Co., cuja produção dava-se nas Antilhas. Da fusão de sua companhia original, a Tropical Trading Transport Co., com a Boston Fruit Co. e outras, das quais passou a ser controlador, Keith fundou em 1889 a United Fruit Co., principal empresa do complexo bananeiro mundial (WATT, 1964).

A United Fruit Co., no início, teve um papel exclusivamente extensivo, aproveitando-se da riqueza natural do solo, com plantio de grandes áreas, e utilizando-se das terras em que houve derrubada da floresta ao lado das ferrovias e de seus ramais. Como diz CHAMPION (1963), "as vantagens da United Fruit derivam da posse das vias de comunicação e das concessões adjacentes obtidas com uma hábil política seguida com as repúblicas centro-americanas. As outras companhias tinham que re-correr a ela para seus transportes, de maneira que utilizando as mesmas técnicas agrícolas não tinham outra saída que abandonar o empreendimento ou inte-grar-se à United Fruit Co. Não havia lugar para o desenvolvimento de plantadores independentes: simplesmente lhes era negada a possibilidade de exportação... A única via de grande circulação era a ferrovia, o que deu grande independência à companhia". Sustentada nessas condições a United Fruit Co. montou uma poderosa estrutura de produção e comercialização de banana na Guatemala, no Panamá, na Colômbia e no Equador, consolidando o complexo bananeiro centro-americano e do norte da América do Sul. Atualmente poucas grandes firmas atuam nesse complexo, no qual se nota uma profunda interdependência entre produção, tecnologia e distribuição, tendo sido já no final do século passado o precursor do domínio integrado de toda uma cadeia produtiva.

Analisando a estrutura de produção, tem-se a presença das grandes empresas do complexo bananeiro atuando diretamente nos principais países exportadores, com apoio de políticas ativas dos governos na sustentação dessas atividades, como a garantia financeira do governo costa-riquenho a programas de expansão e à política de preços mínimos para exportação e de regulação das plantações das autoridades equatorianas. As ex-colônias francesas e britânicas sofrem uma intervenção governamental explícita das ex-metrópoles, com a organização da indústria com controle rígido dos mercados e da exportação. Nesses países, a presença da metrópole apresenta-se elevada, com ampliação de recursos para a dinamização da produção, bem como a realização de acordos comerciais que permitam a entrada preferen-

cial dos produtores das antigas colônias no mercado europeu (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1971). Exemplo disso é a recente alteração no preço de entrada da banana no mercado europeu, com elevação da tributação do produto proveniente de outras regiões que não as ex-colônias, denominadas ACPs, ou seja, nações não abrangidas pela Convenção de Lomé. Na realidade, isso representa a limitação a 2 milhões de toneladas para as bananas centro-americana, equatoriana e colombiana, criando o excedente de cerca de 500 mil toneladas a serem colocados em outros mercados, como o Mercado do Prata, que tem sido cativo do produto brasileiro (PEREZ, 1993). A resistência da Alemanha e da Itália a essa elevação da proteção para os ACPs está associada ao fato de que seu abastecimento provém das regiões na América Central e do Sul atingidas pela sobretaxa. Entretanto, tem-se fora dos ACPs a base mais moderna do complexo bananeiro, onde deve ser analisada a estrutura produtiva.

Na Costa Rica, a produção de banana é efetuada diretamente pelas companhias exportadoras instaladas no país desde o início do século. A Companhia Bananera de Costa Rica dispõe de cultivo próprio em amplas áreas, tendo produzido em 1969 285 mil toneladas, com o produto recebendo tratamento pós-colheita, maturação e embarque na sua própria estrutura ferroviária e portuária. Trata-se, na verdade, de uma subsidiária da United Fruit Co. que atua em solo costa-riquenho desde o final do século passado. Outra grande empresa, também de capital norte-americano, a Standard Fruit Co., tinha em 1969 uma produção própria de 106 mil toneladas e adquirindo de produtores associados mediante contrato outras 150 mil toneladas, perfazendo um total exportado de 256 mil toneladas. A Del Monte Co., outra grande empresa, entrou na produção do complexo bananeiro quando adquiriu a West Indies Fruit Co. Em 1969, essa empresa obteve uma produção própria de 7 mil toneladas e uma produção associada de 55 mil toneladas, perfazendo o total exportado de 62 mil toneladas. Deve ser destacado o papel exercido pelo Governo da Costa Rica no programa de expansão da bananicultura com a criação da Comissão de Coordenação Bancária, inclusive financiando os produtores mediante a apresentação de um contrato com a companhia exportadora, recebendo um máximo de US\$1.230 por hectare a juros de 10% ao ano, reembolsáveis em seis anos com juros nulos no primeiro ano (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1971).

As exportações costa-riquenas no período 1973-82 mantinham de forma clara a predominância das três grandes corporações dominantes do complexo

bananeiro. A United Fruit Co. (atualmente denominada United Brands) dominava em média 31% das exportações nacionais, no que era suplantada pela Standard Fruit Co., que comercializava 37% das vendas externas, enquanto a Del Monte Co. vendia 29% da fruta destinada ao exterior (Tabela 5). Dessa maneira, as três grandes corporações juntas eram responsáveis por 97% das exportações de banana da Costa Rica, estando estritamente vinculadas ao dinamismo da expansão do volume exportado por esse país centro-americano, suplantando os países vizinhos. As presenças na América Central dessas em-presas, ou produzindo diretamente ou comprando de bananicultores mediante contratos, podem ser mensuradas nos percentuais importados, uma vez que, na Guatemala, a Del Monte Co. controlava 100% das exportações de banana, situação semelhante à United Fruit Co. no Panamá, sendo que, em Honduras a United Fruit Co. atuou, na média do período 1973-82, em 55% das vendas enquanto a Standard Fruit Co. realizou 45% dos negócios (Tabela 5).

Na América do Sul, destacam-se o Equador e a Colômbia como as mais relevantes nações exportadoras. Na Colômbia, a produção de banana está associada, desde o início do século, à United Fruit Co., por intermédio de sua subsidiária a Companhia Frutera de Sevilla. Tal como no caso costa-riquenho, a United Fruit Co. controla a infra-estrutura de trans-porte com a ferrovia e o porto exportador, e dessa maneira, mesmo os exportadores locais, como a Union de Bananeros (UNIBAN), efetuam suas movimentações por meio dessa estrutura. Assim, estabeleceu-se nesse país uma presença marcante das grandes companhias, ou com base na produção própria ou na proliferação de contratos com os bananicultores (KAMALAPRIJA, 1965). A United Fruit Co. dominava no período 1973-82 o percentual médio de 41% das vendas de banana ao exterior, sendo que a UNIBAN também concentrava 41% dos negócios. Tomando apenas o último quinquênio (1977-82), os negócios realizados pela Standard Fruit Co. representavam cerca de 20% do total (Tabela 5). A utilização da infra-estrutura da United Fruit Co. pela UNIBAN reforça a posição dessa companhia nas exportações colombianas.

A produção equatoriana tem uma sustentação efetiva do governo, atuando diretamente na fixação de preços mínimos e regulando o plantio e as exportações (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1971). No Equador, um aspecto importante diz respeito à não presença da United Fruit Co., que deixou de atuar regularmente no país em 1965, sendo que compra ocasionalmente das demais organizações quando sua estrutura de distribuição mundial exige maiores quan-

tidades do produto. A produção equatoriana provém de produtores autônomos, que realizam a produção por contrato que respeita as determinações da política governamental. No período 1973-82, a principal organização exportadora era a Exportadora Bananeira NOBOA, de capital nacional, que, associando-se a exportadores europeus ou criando subsidiárias nesse continente, conseguiu impor-se como importante estrutura distribuidora, vendendo em média 45% da banana destinada ao exterior. A Standard Fruit Co. é a grande corporação norte-americana com maior presença, controlando 30% das transações (Tabela 5). Cabe lembrar que as inúmeras empresas autônomas que operam no mercado equatoriano, mesmo a poderosa NOBOA, têm relações com as empresas líderes para obterem acesso aos mercados dos países desenvolvidos.

Outro país importante, notadamente para o abastecimento do mercado asiático em emergência como o Japão e a Arábia Saudita, é a Filipinas. A Standard Philippines Fruit Co. (STANPHILCO), entre as grandes empresas exportadoras, tem a maior superfície plantada que garante produção própria, ao que se acrescenta a produção advinda de agricultores associados. A Del Monte Co. tem a subsidiária Philippine Packing Co., que realiza as operações de

TABELA 5 - Participação das Grandes Empresas nas Transações de Venda de Banana nos Principais Países Exportadores, 1973-82

(em percentagem)

País	Companhia	1973	1975	1977	1979	1980	1981	1982
Costa Rica	United Fruit	31	25	32	34	34	30	32
	Standard Fruit	38	39	39	37	36	39	34
	Del Monte	22	27	29	29	30	31	32
	Outras	9	9	-	-	-	-	-
Guatemala	Del Monte	100	100	100	100	100	100	100
Honduras	United Fruit	58	52	52	57	53	56	59
	Standard Fruit	42	48	48	47	47	44	41
Panamá	United Fruit	100	90	93	93	93	100	100
	Outras	10	7	7	7	7	-	-
Colombia	United Fruit	88	33	38	45	42	35	35
	Union de Bananeur (UNIBAN)	32	62	45	30	38	43	39
	Standard Fruit	-	-	16	24	20	22	17
	Outras	10	5	1	1	-	-	9

Equador	Exportadora Bananera (NOBOA)	42	51	53	48	46	37	37
	Standard Fruit	33	37	34	26	23	25	31
	Outras	25	12	13	26	35	38	32
Filipinas	Standard Fruit	38	30	23	25	29	30	28
	Del Monte	33	33	35	29	29	28	26
	United Fruit	14	22	24	27	26	22	22
	Sumitomo	11	10	11	10	12	11	11
	Outras	4	5	7	9	4	9	13

Fonte: Dados básicos das NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991.

pós-colheita comprando mediante contrato das empresas e produtores locais. A United Fruit Co. tem participação na Taggum Agricultural Development Co. (TABECO), também atuando mediante contrato. De uma maneira geral, a estrutura apresentada na bananicultura filipina segue muito de perto os padrões das produções centro-americana e sul-americana, sendo que nesse país, contudo, surge a Davao Fruits Co., de capital japonês (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1971). No período 1972-82, a Standard Fruit Co. controlava 29% das vendas externas das Filipinas, praticamente o mesmo nível da Del Monte Co. enquanto a United Fruit Co. detinha 22% e a Davao Fruits Co., do grupo japonês Sumitomo, 9% das transações externas (Tabela 5).

O predomínio comercial das grandes empresas bananeiras do lado da oferta no mercado internacional é reforçado pelo controle de estruturas do lado da demanda nos principais mercados que tendo montado enormes estruturas distribuidoras, formam uma poderosa barreira de entrada, pois, atuando no controle do fluxo produção-consumo nas duas pontas, sobrava pouco espaço para empreendedores de pouca tradição no negócio ou de pequeno porte (VALLES, 1968). No mercado norte-americano, as duas maiores corporações, United Fruit Co. e Standard Fruit Co., mantêm uma extensa rede de distribuição, sendo que a primeira dominava de 70% a 80% do mercado em 1950 e detinha 50% em 1962-64, contudo, retomando uma participação maior que no período 1964-66. A estrutura de distribuição num produto com alta perecibilidade tem papel fundamental na determinação da capacidade de distribuição no país importador, visto que exige elevada rapidez no processo de fazer chegar a fruta aos centros de consumo final, e exatamente essa logística em todo território dos EUA forma a base

do poder de mercado das grandes companhias, forjando no trajeto produção-consumo uma poderosa estrutura, em cadeia que confirmam o complexo bananeiro (ARTHUR; HOUCK; BECKFORD, 1968).

Numa avaliação da participação dessas grandes corporações do complexo bananeiro mundial nas principais nações importadoras, no período 1973-82, tem-se a confirmação do lado da demanda do mesmo poderio visto do lado da oferta:

- nos EUA, as importações foram divididas entre a United Fruit Co. (36%), Standard Fruit Co. (37%) e Del Monte Co. (18%);

- na Alemanha, a despeito da presença majoritária dos Grupos Atlanta (32%) que estabeleceram contratos de fornecimento com empresas centro-americanas, e da Pacific Frucht-import relacionada com a equatoriana NOBOA que participou com 13% do mercado entre 1977 e 1982, a participação das grandes corporações é significativa. A Asthumer, ligada à Castle and Cooke que, segundo ARTHUR; HOUCK; BECKFORD (1968), desde 1965 tem controle sobre a Standard Fruit Co., atuava com 20% das compras da banana no exterior para o mercado alemão, sendo que a United Fruit Co. detinha 11% das transações e a Del Monte Co. 9% do volume dos negócios;

- na França, a Compagnie Fruitiere detinha 13% e a subsidiária da United Fruit Co. denominada Compagnie des Bananes controlava 17% das compras. Isso num país marcado pela presença ativa dos interesses franceses em ex-colônias caribenhas e africanas produtoras de banana;

- na Itália, o mercado era dominado pela Compagnie Italiana Della Fruta, subsidiária da Standard Fruit Co. (24%), pela equatoriana NOBOA por meio da Pacific Fruit Italy Co. (14%) e da Del

Monte Co. (12%);

- na Grã-Bretanha, apesar da grande participação das estruturas da Jamaica Producers (19%) e da Geest Industries (37%), ambas ligadas a grupos com base nas relações com as ex-colônias, a Fyffes Group, subsidiária da United Fruit Co., detinha a ex-pressiva participação de 40% do mercado britânico;

- no Japão esse quadro se repete com a C. Itoh, ligada à Standard Fruit Co., controlando 27% do mercado, seguida da United Fruit e associados (18%), da Del Monte Co. e associados (27%) e da Several Imports, ligada ao grupo japonês Sumitomo (24%) (Tabela 6).

As grandes empresas têm uma estrutura de produção própria, associam-se a produtores independentes por contratos de produção, dominam a estrutura de preparo e transporte de produtos nos principais países exportadores de banana. Além disso, têm associações ou subsidiárias nos principais países importadores, garantindo uma ampla base de distribuição de um produto cuja perecibilidade exige uma logística estrategicamente situada para que o consumidor seja atingido rapidamente. Mas o poderio não se resume

TABELA 6 - Participação das Grandes Empresas nas Transações de Compra de Banana nos Principais Países Importadores, 1973-82

(em percentagem)

País	Companhia	1973	1975	1977	1979	1980	1981	1982
Estados Unidos	United Fruit	36	36	35	35	35	34	34
	Standard Fruit	43	38	38	38	37	35	33
	Del Monte	13	17	17	18	19	20	20
	Outras	8	9	10	9	9	11	13
Alemanha	Atlanta	34	35	32	30	33	30	30
	United Fruit	9	10	11	11	12	13	13
	Standard Fruit	18	16	18	24	21	20	20
	Del Monte	10	10	6	7	8	10	11
	NOBOA	-	-	11	10	13	14	15
	Outras	29	29	22	18	13	13	11
França	Compagnie Fruitiere	...	24	11	...	13	...	5
	United Fruit	...	15	15	...	24	...	14
	Outras	...	61	74	...	63	...	81
Itália	United Fruit	40	43	32	34	36	36	30

	Standard Fruit	30	28	23	24	22	22	18
	NOBOA	11	15	14	16	16	15	13
	Del Monte	-	-	11	11	11	13	13
	Outras	19	14	20	15	15	14	26
Grã-Bretanha	United Fruit	40	42	40	40	40	39	39
	Geest Industries	40	36	35	35	36	37	37
	Jamaica Producers	19	18	20	20	18	19	19
	Outras	1	4	5	5	6	5	5
Japão	Standard Fruit	16	28	21	30	33	34	30
	United Fruit	11	14	20	21	19	18	21
	Del Monte	15	32	27	24	24	33	31
	Sumitomo	30	24	31	25	24	15	18
	Outras	28	2	1	-	-	-	100

Fonte: Dados básicos das NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1961-1991.

a isso, dada a presença majoritária dessas corporações na inovação tecnológica que levou a Standard Fruit Co. a selecionar a *Cavendish Gigante* no final da década de 50 e a United Fruit Co. a variedade *Valery* também do Grupo *Cavendish* na década de 60, ambas para substituir a *Gros Michel* muito apreciada pelo consumidor, mas altamente susceptível ao Mal-do-Panamá (BANCO, 1986), além de uma ampla gama de técnicas de cultivo, tratamento fitossanitário e de pós-colheita. Essas tecnologias foram disseminadas para os plantios próprios ou associados em todas as regiões produtoras do mundo.

O complexo bananeiro tem na qualidade do produto uma característica fundamental que o diferencia da fruta plantada nas nações não exportadoras. Portanto, de início, deve-se separar plantios extensivos de banana num sistema semicomercial, largamente disseminados em todo o mundo que resultam em produtos de baixa qualidade, dos modernos plantios comerciais de alta tecnologia. Aí está a diferença fundamental das produções centro-americanas, equatorianas, colombianas e filipinas das africanas e brasileiras. Os tratamentos pré-colheita e pós-colheita para garantir a obtenção de frutos uniformes, com coloração adequada e livres de quaisquer marcas de danos físicos, são técnicas aplicadas rigidamente nas produções para o complexo bananeiro, ao que se associam ainda um vigoroso controle de qualidade do produto no embarque, além da aplicação de selo de garantia identificando a procedência da fruta (MO-

REIRA, 1973).

As análises da formação do moderno *agribusiness* sob as várias matrizes têm mostrado quase que exclusivamente a conformação da produção em cadeias produtivas integradas de produtos finais que passaram por transformações agroindustriais. Ou seja, tem-se aliado a conformação da moderna estrutura produtiva de mercadorias de origem agropecuária à presença da indústria de insumos e máquinas, encadeando-se para frente com a produção de bens agropecuários intermediários, que a indústria de processamento transforma em agroalimentos industriais. Mas na verdade, o processo mundializado pelas grandes corporações do complexo bananeiro mostra, ao não captar sob o manto do conceito de complexos agroindustriais ou outra denominação, processo similar da cadeia produtiva de frutas. As grandes corporações com domínio do núcleo tecnológico organizam uma cadeia integrada que vai dos insumos especiais ao produto final diferenciado, inclusive utilizando-se de marcas próprias para identificação de seus produtos específicos como a "Chiquita" e "Valery" da United Fruit Co., "Cabaña" da Standard Fruit Co., "Del Monte" da empresa do mesmo nome e "Bonita" da exportadora equatoriana NOBOA (NAÇÕES UNIDAS, FAO, 1971). Nesse moderno complexo bananeiro dominante do comércio internacional da fruta tropical, não há lugar para inserções com base em improvisações e baixa organização produtiva.

## 8 - CONSIDERAÇÕES FINAIS E SUGESTÕES

Antes da análise sobre as possibilidades e as características de uma política brasileira para produção e comercialização de banana no mercado internacional, torna-se relevante destacar três aspectos considerados nesse processo:

- o primeiro ponto está relacionado com a inserção internacional de cada nação na definição de sua importância nas transações comerciais da fruta tropical, que tendo prosperado com base no comércio de vizinhança, tem sua estrutura permeada por um emaranhado de relações geopolíticas de domínio de áreas de influência como a presença estadunidense na região centro-americana e na parte norte da América do Sul, e das ex-colônias francesas e inglesas da África e do Caribe. Dessa maneira, qualquer política de exportação de banana desenvolvida por um país que não tem presença relevante nas transações internacionais da fruta, para obter sucesso, deve estar contemplada dentro de uma política mais ampla de relações externas capaz de inserir a nação no espaço geopolítico que envolve os países consumidores. A expansão do México com o aprofundamento da integração com a economia norte-americana que se consolida com a vigência do NAFTA é um exemplo marcante dessa necessidade. A economia dos países desenvolvidos, que representam os maiores importadores de banana, tem uma relação estável, com um mesmo universo de países fornecedores que, por seu lado, têm apenas os mercados já conquistados como espaço para ampliar suas vendas;

- o segundo ponto compreende a conformação de um mercado internacional de banana onde predominam grandes empresas transnacionais principalmente estadunidenses, que controlam a produção, tanto de plantações próprias como de terceiros, as realizadas sob contrato, a preparação pós-colheita dos produtos, o transporte especializado e a logística de distribuição nos principais importadores por intermédio de subsidiárias ou empresas associadas. Ao realizarem suas transações e espriarem suas operações em horizontes incomensuravelmente mais amplos que o espaço territorial dos diversos estados nacionais onde atuam, as corporações bananeiras têm uma capacidade operativa e um nível de autonomia que confrontam até mesmo o poder de regulação dessas pequenas nações. Ademais, essas empresas são lastreadas na defesa de seus interesses pela potência econômica à qual estão ligadas. Dominando o núcleo do fluxo produção-consumo de banana, essas grandes empresas rompem com qualquer possibilidade de um processo de livre

comércio prosperar, pois a ampliação da liberalização das trocas certamente significaria em igual medida a amplificação de suas possibilidades de expansão, reduzindo ainda mais a capacidade das pequenas nações de efetuarem alguma política de regulação com sucesso;

- o terceiro ponto corresponde à conformação do complexo bananeiro com notável dinamismo tecnológico e a concorrência pela diferenciação de produtos típicos de mercados oligopólicos. As transações com frutas, produtos altamente perecíveis, exigem uma logística organicamente integrada para o transporte e a distribuição em tempo hábil da produção até o consumo. Associa-se a isso a característica da demanda da população de alta renda dos países desenvolvidos, que tem aumentado o consumo de frutas com qualidade elevada, necessitando uma apurada tecnologia pós-colheita e de acondicionamento para se evitar danos físicos no traslado. Ademais, o tratamento tem que seguir padrões rígidos de controle da contaminação, notadamente de produtos químicos, pois as frutas apresentam-se como alternativa de alimentação mais saudável e natural, daí sua elevada elasticidade-renda da demanda. Por todo esse conjunto de características tem-se uma ampla cadeia produtiva integrada, ligada a um produto não transformado, cuja formação no tempo histórico precede até mesmo à própria mundialização dos processos agroindustriais. Desse modo, fica problematizada a concepção de complexos agroindustriais baseada numa tendência "inexorável" de que toda atividade agropecuária terá um processo de agroprocessamento.

O complexo bananeiro tem uma conformação internacionalizada de produção, transporte e distribuição, concebida dentro de uma logística perfeitamente integrada para um produto de demanda moderna crescente como todas as frutas e nem por isso submete-se à conceituação rígida da seqüência: indústria de insumos e máquinas, produção agropecuária e indústria de processamento. Por outro lado, não há como confundi-lo como área de atuação do capital comercial tradicional, cuja lógica é comprar barato qualquer produto para vender caro, uma vez que têm-se contratos de produção com critérios de qualidade para venda de produtos diferenciados com marca própria em função dos cuidados na produção, classificação e transporte. O complexo de frutas rompe, dessa forma, com a formulação de cadeia produtiva de produtos agroindustrializados típica do conceito de complexos agroindustriais, por exigir um conceito mais amplo que permita maior universalidade, abarcando a crescente produção integrada de alimentos *in natura*. Sendo uma das áreas mais

dinâmicas do comércio mundial, tem-se no complexo bananeiro um **fluxo produção-consumo** concebido dentro da logística moderna, o que o torna uma das áreas mais dinâmicas do comércio mundial, conformada como uma teia de relações geridas por uma grande empresa, num processo de orquestração de interesses legitimados pelas políticas de vários estados nacionais.

A realidade da bananicultura brasileira inserida nesse quadro mostra uma profunda precariedade, apesar da primeira colocação no plano mundial em volume de produção. Numa primeira colocação, é preciso mesmo questionar essa posição de liderança, pois, quando se trata de mercado internacional de banana, está se referindo a um moderno complexo integrado do fluxo produção-consumo dessa fruta tropical, no qual a marca essencial é a qualidade do produto final, conseguida com baixos níveis de perdas e elevada produtividade dos processos. Noutras palavras, não há como comparar mundialmente uma bananicultura calcada em plantações de agricultores de reduzida profissionalização com os modernos bananais geridos em bases empresariais, em função de contratos rígidos de procedimentos técnicos que conferem uma qualidade peculiar ao produto. Nem mesmo há base para relacionar as poderosas organizações e suas estruturas de tratamento e transporte de produtos com a precária situação brasileira na qual a mais importante e avançada organização, a CAC, que garantia a manutenção do Mercado do Prata, entra numa grave crise e a bananicultura assiste passiva, sem condições de reação, à perda de enormes conquistas até então realizadas em termos de logística e qualidade realizadas por esse conglomerado cooperativo.

Em síntese, o que se quer afirmar é que, frente à característica do complexo bananeiro mundial, para que a produção brasileira de banana tenha alguma possibilidade de sucesso em termos de competitividade, exige-se uma política ativa do Governo Federal lançando as bases da organização de uma moderna produção da fruta que rompa com a tradição de "fruticultura extrativa" a ela associada e constitua uma ampla cadeia integrada, da produção ao consumo, para abastecer o próprio mercado interno. Isso porque as frutas estrangeiras, com o avanço inevitável no processo de integração comercial da América Latina, poderão adentrar com vigor nesse espaço à medida que entrem em vigência políticas mais amplas de abertura comercial. Paralelamente, a ação governamental não pode ficar restrita a uma simples prática de melhoria tecnológica mediante amplos programas de apoio à modernização. Isso é importante, mas insuficiente se não estiver strategi-

camente associada à orquestração de interesses dos vários segmentos de capitais atuantes no fluxo produção-consumo de banana, de modo a ampliar os horizontes gerenciais forjando um amplo complexo bananeiro capaz de atuar dinamicamente nos planos interno e externo. A política equatoriana, que alavancou o grupo NOBOA no mercado internacional, mostra o acerto desse caminho.

Noutras palavras, o governo brasileiro deve constituir também uma organização do capital nacional atuante no segmento de frutas, dando-lhe sustentação para aplicar as bases empresariais de gerência moderna numa estrutura de grande empresa. A partir disso, lastreado numa política nacional de relações exteriores, deve-se buscar constituir uma posição no mercado internacional compatível com a potencialidade da produção brasileira de banana. Nesse segmento das transações comerciais mundiais, mais enfaticamente que nas dos grãos, não há espaço para improvisos, impondo-se à constituição orgânica de uma estrutura de logística de transporte com base na qualidade final do produto para o exigente consumidor de alta renda dos mercados importadores. Ainda assim, tendo tais condições de forma plena, a constituição de mercados para a banana nacional não representa tarefa fácil, mas na ausência delas essa realização torna-se uma impossibilidade.

## NOTAS

<sup>1</sup>Este trabalho é parte integrante do projeto SPTC 16-052/90. Recebido em 13/05/94. Liberado para publicação em 14/06/94.

<sup>2</sup>Engenheiro Agrônomo, Pesquisador Científico do Instituto de Economia Agrícola (IEA).

<sup>3</sup>Engenheiro Agrônomo, MS, Pesquisador Científico do Instituto de Economia Agrícola (IEA).

<sup>4</sup>Economista, Assistente Técnico à Pesquisa Científica e Tecnológica do Instituto de Economia Agrícola (IEA).

<sup>5</sup>No corpo do trabalhos, são apresentados apenas os dados mais relevantes para dar sustentação à análise pretendida. Tal procedimento faz-se necessário em virtude do grande número de tabelas. Entretanto, tais informações para o período 1961-91 estão disponíveis no Sistema AGROSTAT da FAO, encontrado no Instituto de Economia Agrícola (IEA).

<sup>6</sup>Essa análise, realizada para o período 1973-91, teve como base os dados disponíveis em duas publicações da FAO, ou seja, NAÇÕES UNIDAS, FAO (1983) e NAÇÕES UNIDAS, FAO (1992), nas quais são encontradas informações ano a ano.

<sup>7</sup>Não estão disponíveis dados de volume fornecido aos EUA por países referentes ao ano de 1991.

<sup>8</sup>Unidade de área equivalente a 0,4 hectares, ou ainda 4.046,71m<sup>2</sup> (1 acre).

## LITERATURA CITADA

s.ed., 1948.

ARTHUR, Henry B; HOUCK, James P.; BECK-FORD, George L. **Tropical agribusiness structures and adjustments:** bananas. Boston, Harvard University, 1968. 209p.

BANCO INTERAMERICANO DE DESENVOLVIMENTO - BID. **Desenvolvimento da agricultura.** New York, BID, 1986. 460p.

BARROS, Geraldo S. A. C. **Economia da comercialização agrícola.** Piracicaba, USP/ FEALQ, 1985. 306p.

CHAMPION Jean. **Le bananier.** Paris, Maisovineuve et Larose, 1963.

GREEN, Raul H. Principales tendencias de la reestructuración del sistema alimentario mundial. In: WORKSHOP SOBRE REESTRUTURAÇÃO DA INDÚSTRIA ALIMENTAR. Campinas, UNICAMP/IE, 22-23 jun. 1993. p.1-37.

KAMALAPRIJA, V. **Descriptive survey of the colombian banana market structure for export.** Bogotá, Colômbia, ILMA, 1965. 139p.

LE FRANC, Georges. **Histoire du commerce.** Paris,

*Agricultura em São Paulo*, SP, 41(3):161-188, 1994.

**bananeiras da América Central e Caribe.** Campi-

NAÇÕES UNIDAS. FAO. **Agrostat.** Roma, FAO, 1961-1991.

29p.

ma, FAO, 1971. 29p.

\_\_\_\_\_. **World banana economy:** statistical compendium. Roma, FAO, 1983. 29p.

PARKER, Franklyn D. **The central american republics.** London, s.ed., 1964.

situação e perspectivas. **Informações Econômicas,**

de Janeiro, Campus, 1980.

VALLES, Jean-Paul. **The world market for bananas, 1964-72.** New York, Frederick A. Praeger Publishers, 1968. 38p.

WATT, Stewart. **Keith and Costa Rica:** a biography of minor cooper Keith. Albuquerque, University of New México, 1964.