

Desmanillamento
en el campo de
racimos de banano
del subgrupo
Cavendish.
Palhoça-SC, Brasil



El sector bananero EN BRASIL

Algunos aspectos de su realidad

Por: João Caetano Fioravanço

INTRODUCCION

El cultivo del banano siempre ha sido una de las actividades más importantes de la hortofruticultura brasileña. Su importancia económica y social se pone de manifiesto cuando contabilizamos el expresivo número de familias que dependen de esta cultura como actividad generadora de ingresos, por el gran número de puestos de trabajo que genera, por la dinamización general de la economía de las regiones donde es cultivada (relación entre productores, empresas proveedoras de insumos básicos, industrias transformadoras y comerciantes) y por la recaudación de impuestos que proporciona. Además, el banano siempre ha sido un alimento muy importante en la dieta de muchas familias rurales de bajos ingresos, principalmente en algunas localidades de las regiones Norte y Nordeste del país, donde es cultivado en asociación con otras culturas de subsistencia como la mandioca y el maíz o con otras frutíferas como la papaya, el café o el cacao.

A nivel internacional, Brasil siempre ha

sido reconocido como uno de los grandes productores de banano. De hecho, hasta bien pocos años Brasil se constituía el principal productor mundial. Hoy, se configura como el segundo mayor productor, después de India, con una producción superior a las 6.000 mil toneladas (FAO, 1997b).

• Disminución del consumo en favor de los lácteos

No obstante esa expresiva producción, cuando analizamos los datos referentes a la exportación brasileña de banano y los comparamos con los de otros países exportadores, con producciones nítidamente menores, pero mejor organizados, más profesionalizados y más dinámicos comer-

cialmente, verificamos que ella no se ajusta, en absoluto, a esta realidad de grande productor.

Nuestro objetivo en este artículo es realizar un análisis sobre la situación por la que atraviesa la bananicultura brasileña en el momento actual. Nuestra aportación se basa en la premisa de que el sector bananero atraviesa una grave crisis, la cual intentaremos comprobar en el transcurso del trabajo, analizando tres aspectos: evolución de la producción, del consumo per cápita y de las exportaciones. Por una razón de espacio no abordaremos cuestiones tan importantes en el análisis de cualquier sector hortofrutícola, como por ejemplo son los aspectos relacionados con las técnicas de producción, tecnología post-cosecha o política de investigación científica y tecnológica, que sin ninguna duda aportarían más luz a nuestros argumentos.

UN POCO SOBRE LA PRODUCCION DE BANANOS EN BRASIL

El banano es producido en las cinco regiones geográficas y en los veintiséis Estados Federativos de Brasil. La principal región productora es la Nordeste que en el promedio de los años 1991-95 contribuyó con aproximadamente el 38% del total pro-

(*) Ingeniero Agrónomo
Universidad Politécnica de Valencia.



SECTOR HORTOFRUTICOLA

CUADRO 1: Producción brasileña de banano según la participación de las regiones y de los principales estados productores

Regiones y estados	Promedio 1991-95 (% sobre el total)	Variación Anual 1991-95 (%)
Región Centro-Oeste	7,04	-5,79
Mato Grosso	4,30	-8,83
Goiás	2,07	-2,40
Región Nordeste	37,68	0,10
Bahia	14,06	-3,61
Pernambuco	7,43	3,59
Ceará	5,44	-1,85
Paraíba	5,11	7,73
Región Norte	16,44	6,98
Pará	8,30	9,61
Rondônia	4,33	12,64
Región Sudeste	27,71	-2,61
São Paulo	10,66	-8,44
Minas Gerais	6,88	5,61
Rio de Janeiro	5,51	-5,50
Espírito Santo	4,65	3,37
Región Sur	11,12	1,86
Santa Catarina	7,80	1,61

Fuente: IGBE (1997)

ducido (Cuadro 1). Le siguen en orden de importancia las regiones Sudeste (28%) y Norte (16%). Entre los estados, se destacan principalmente los de Bahía (14%), São Paulo (11%), Pará (8%), Santa Catarina (8%) y Pernambuco (7%).

Los datos del Cuadro 1 muestran una gran variación en el desempeño productivo de las regiones y estados brasileños. La región Norte es la que tiene presentado las mayores tasas anuales de incremento de la producción (6,98%), debido básicamente a las elevadas tasas de crecimiento de los estados de Rondonia (12,64%) y Pará

¹ Para que no se produzcan confusiones entre los lectores menos informados sobre el tema, parece oportuno prestar el siguiente esclarecimiento: los frutos que normalmente consumimos como fruta fresca son denominados bananas (en inglés y portugués), bananos (en la mayoría de los países latinoamericanos), plátanos (en España) o cambures (en Venezuela); a su vez, los frutos consumidos fritos o cocidos son denominados plantains (en inglés y francés) o plátano (en Latinoamérica).

² Término empleado para designar el conjunto de plantas, normalmente tres, madre, hija y nieta, en diferentes estados de crecimiento, y que son las responsables por la producción y la perpetuación del plantío hasta un determinado período de tiempo considerado económicamente viable.

• Brasil presenta deficiencias en la estructura productiva y comercial

(9,61%). Por otro lado, las regiones Centro-Oeste y Sudeste han presentado unas tasas de crecimiento negativas en el promedio del período analizado, respectivamente de -5,79% y -2,61%, arrastradas por la queda en la producción de algunos de sus principales estados productores: Mato Grosso y Goiás y São Paulo y Río de Janeiro.

La producción brasileña se refiere principalmente a la producción de bananos, dada la menor importancia del «plantain» (banano-hortaliza)¹. Aunque no existan plantaciones comerciales a grande escala, este fruto, llamado en Brasil de «plátano» o «banana da terra», puede ser encontrado con relativa facilidad en muchos mercados locales o regionales en las regiones Norte y Nordeste del país o en establecimientos minoristas de las grandes ciudades, donde en la mayoría de los casos son vendidos a precios elevados. El plantain es un fruto mayor que el banano y que debido a su ele-

vado contenido en almidón no se presta para el consumo en fresco, siendo consumido generalmente frito o guisado. También sirve para la elaboración de harina y cerveza.

El plantain presenta una significativa importancia a nivel mundial en lo que a producción se refiere, principalmente debido a la producción africana y latinoamericana, pero tiene muy poca trascendencia a nivel comercial.

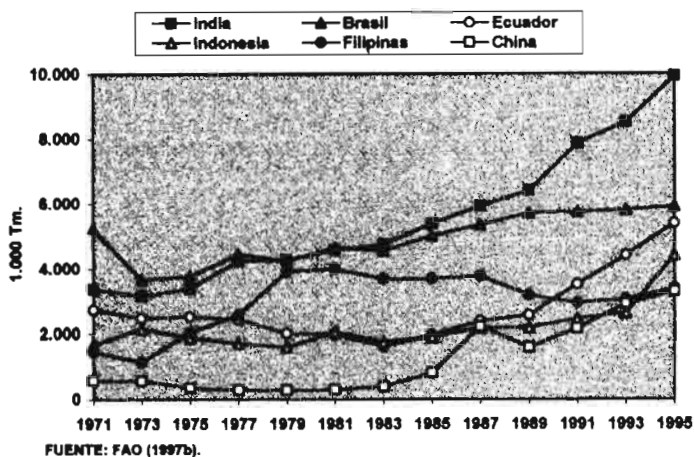
Entre las muchas variedades de bananos cultivadas y comercializadas a nivel de Brasil, se destacan las del subgrupo Cavendish (Dwarf Cavendish, Giant Cavendish y Grand Nine) y las del grupo Prata (Prata, Prata Anã, Branca, Pacovan y Mysore). Las variedades del grupo Prata son responsables por aproximadamente tres cuartos del área cultivada y predominan en la mayoría de los estados de las regiones Norte, Nordeste y Sudeste, en cuanto las del grupo Cavendish, más resistentes al frío, son cultivadas más al sur del país, principalmente en los estados de São Paulo y Santa Catarina.

Las técnicas de cultivo empleadas en la cultura del banano en Brasil se limitan básicamente al control de los daños por el viento (a través de cortavientos y tutoramiento de plantas), deshijado (eliminación de los rebrotes no deseados a fin de mantener la

densidad de plantación ideal, obtener una producción regular y controlar el período entre la formación de un racimo y otro dentro de la misma familia²), eliminación de la flor masculina, bellota o corazón, poda de las hojas dañadas, enfermas o muertas, fertilización y control de malas hierbas, plagas y enfermedades. Otras prácticas como el riego, eliminación de los residuos florales (desflora) y embolsado del racimo, muy importante para la obtención de frutos de elevada calidad, son realizadas en menor escala y se restringen a aquellas explotaciones más desarrolladas técnicamente.

El punto de cosecha normalmente es determinado según la experiencia del productor o del responsable por esta actividad, basándose en determinados aspectos físicos como tamaño, forma y uniformidad de los frutos (o dedos) o edad del racimo. En la gran mayoría de los casos, los racimos son desmanillados en el campo, en un lugar sombreado y sobre hojas de banano, acon-

FIGURA 1: Evolución de la producción brasileña de banano y de otros grandes productores mundiales



Racimo o piña de plátano en fase de desarrollo

dicionándose las manos en cajas de madera. De esta forma se transporta el fruto hasta las cámaras de maduración, algunas veces del propio productor, pero en la mayoría de los casos de propiedad de intermediarios que realizan posteriormente la maduración artificial y la venta a minoristas. El lavado de las manos, para la eliminación del látex y suciedades, y el tratamiento con fungicidas, para el control de enfermedades que se manifiestan durante el almacenamiento y comercialización, también son poco realizados, máxime si el producto se destina al mercado interno.

Los intermediarios se ubican casi siempre en las CEASAS (Centrales de Abastecimiento) localizadas en las grandes ciudades del país o en las inmediaciones de estas ciudades, donde poseen una o varias cámaras para la maduración del banano y donde acuden los vendedores minoristas a comprar el banano necesario para el venta en sus tiendas.

Aunque el transporte del banano en cajas sea el corriente, todavía se puede encontrar algunos cargamentos de racimos (sin desmanillar), hecho que causa enormes daños físicos a los frutos y concurre a disminuir su calidad y presentación.

UNA PRODUCCION ESTABILIZADA

Aunque la producción brasileña corresponde, como ya nos referimos, a una de las mayores del mundo, ella ha aumentado muy poco en los últimos años. De 1971 a 1995 la cantidad producida se ha incrementado de 5.251.000 toneladas a 5.907.000 toneladas, lo que equivale a un incremento medio anual de tan sólo 0,49% (Figura 1).

La tasa anual de crecimiento de la producción brasileña de bananos ha sido la más modesta entre los principales países productores, a saber: India (4,60%), Ecuador (2,87%), Indonesia (4,09%), Filipinas

(3,40%) y China (7,38%). Esto ha permitido a India arrebatarse a Brasil el liderazgo en la producción mundial y que otros países como Ecuador e Indonesia se encuentren ya muy próximos de superarlo.

Además de haber sido muy pequeño, el crecimiento de la producción brasileña de bananos se ha debido únicamente al incremento del área de cultivo, como se puede apreciar en la Figura 2. El área cosechada con bananos en Brasil se ha incrementado significativamente en los últimos 25 años, pasando de aproximadamente 300 mil hectáreas en 1971 a poco más de 500 mil hectáreas en 1995. Por otro lado, el rendimiento medio, tras una importante queda a principios de los años setenta, en los últimos veinte años se ha mantenido estabilizado en torno a las 11 o 12 toneladas por hectárea.

Levándose en consideración el potencial productivo de esta cultura, que puede alcanzar rendimientos de hasta 870-880

FIGURA 2: Evolución del área cosechada con bananos en Brasil y del rendimiento medio por hectárea

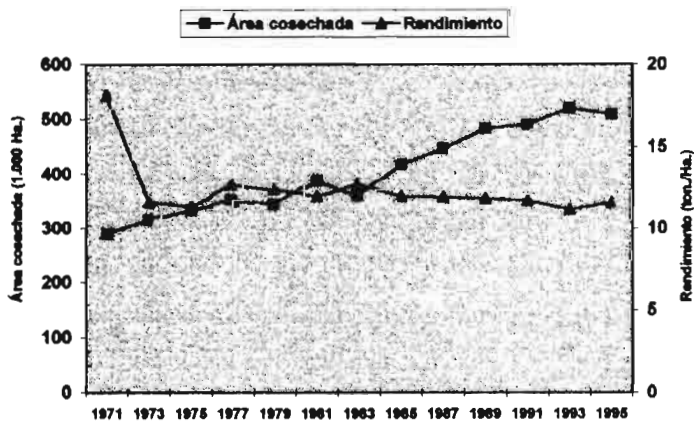
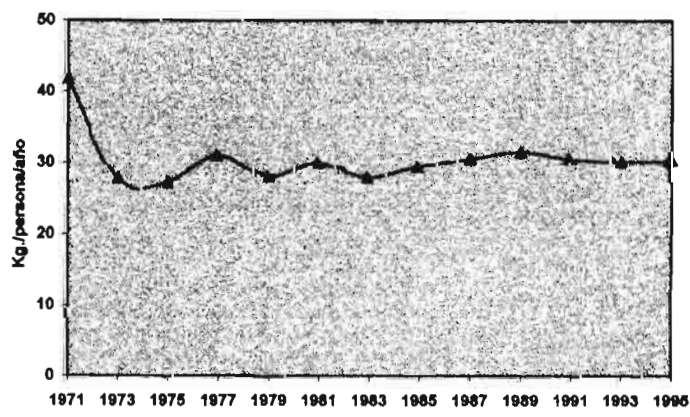
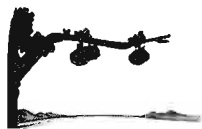


FIGURA 3: Consumo per cápita de banano en Brasil





toneladas por hectárea, dependiendo de la variedad cultivada, de las condiciones edafoclimáticas y de los tratos culturales dispensados, un rendimiento medio de 11 a 12 toneladas por hectárea para un país dotado de unas condiciones de clima y suelo de las mejores del mundo y donde los centros de investigación agrícola han estado trabajando con esta frutífera hace muchos años, es muy poco satisfactorio y evidencia graves problemas. Problemas que dentro de nuestra modesta forma de entender se relacionan fundamentalmente con el carácter minifundista de las explotaciones que se dedican a esta cultura, cuyos rasgos más característicos son: empleo de la mano de obra de la propia familia, pequeño capital disponible para inversiones y deficiente grado de utilización de las modernas técnicas de producción y manejo post-cosecha.

EL CONSUMO PER CAPITA ESTANCADO

La evolución del consumo per cápita de bananos en Brasil, reflejada en la Figura 3, permite comprobar una disminución muy fuerte a principios de la década de los setenta, cuando bajó de aproximadamente 40 kg/persona/año en 1971 a poco más de 27 kg/persona/año en 1975. Sin embargo, a partir de ahí hasta 1995 el consumo se ha estabilizado en torno a los 30 kg/persona/año.

La disminución del consumo de banano, a principios de la década de los setenta, es principalmente reflejo de la disminución que también se verifica en la producción (ver Figura 1) y que coincide con un período donde se empiezan a cultivar a gran escala otras especies frutíferas como por ejemplo los cítricos y la manzana. Otro factor que muy probablemente también haya contribuido a frenar el consumo ha sido la sustitución del banano por otras frutas u otros tipos de

meriendas o postres (lácteos, principalmente), considerados más «apropiados» al tipo de vida de las personas que viven en las grandes ciudades. No podemos olvidar que la mayor parte de la población brasileña vive en ciudades medias y grandes, donde los hábitos alimentarios cambian más fácilmente debido a aspectos como la mayor penetración en los hogares de las campañas publicitarias y promocionales de ciertos tipos de alimentos producidos por grandes grupos multinacionales, por la influencia del modo de vida sobre los hábitos alimentarios y también, por que no decir, por el escaso interés de las autoridades nacionales en potenciar el consumo de frutas.

• El productor está sujeto a las condiciones del consumidor

Además, el banano siempre ha llevado consigo el estigma de ser una «fruta de pobre», quizás debido a su abundancia y facilidad de compra en cualquier tipo de tienda dedicada a la venta de alimentos frescos. Infelizmente, esto es un hecho lamentable, pues se trata de una de las frutas más ricas en nutrientes y más fáciles de transportar y consumir, además de ser muy sana, al estar la parte comestible muy bien protegida de hongos, bacterias o suciedades, propia, por lo tanto, al consumo de los niños.

Pero, el banano es un fruto que no se presta únicamente al tradicional consumo en fresco; al contrario, sirve espléndidamente para la elaboración casera o industrial de dulces, helados, zumos, mermeladas, ensaladas de frutas, batidos con leche, etcétera. Asimismo, puede ser empleado como materia prima en la industria alimentaria para la fabricación de tartas, panes, bizcochos, harina, azúcar y frutos secados al sol, entre otros.

El banano, además de ser muy apreciado y consumido en todos o casi todos los países del mundo, de prestarse muy bien para el consumo tanto de niños como de personas mayores y de presentar una inmensa gama de posibilidades de consumo, es un fruto muy rico en calorías, debido a su elevado contenido en azúcares y almidón, y que contiene muchos otros nutrientes, como vitaminas y sales minerales.

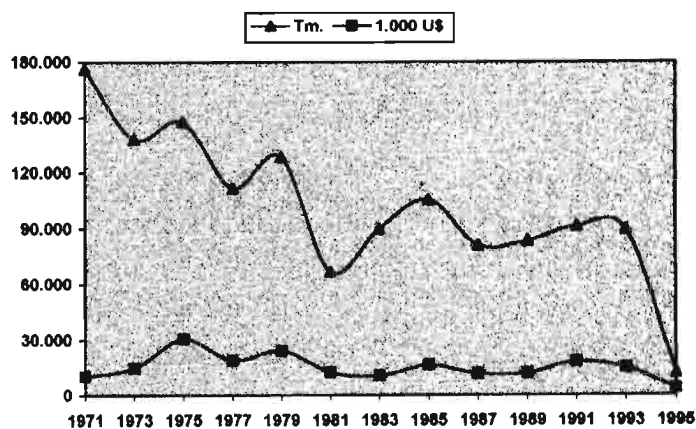
LAS EXPORTACIONES EN QUEDA LIBRE

Un tercer aspecto que quisiéramos destacar en este análisis es el que se refiere al desempeño exportador brasileño. La exportación brasileña de bananos se ha desplomado vertiginosamente y continuamente a lo largo del período 1971-1995, como se puede comprobar por la Figura 4. Aunque hayan ocurrido algunos intentos de crecimiento en determinados años, Brasil no ha sido capaz de sostener y, mucho menos, de incrementar el volumen de sus exportaciones. En 1971 la exportación brasileña de bananos alcanzaba la cantidad de 176.323 toneladas (3,36% de la producción) y la cifra de 22.641 mil dólares, al paso que en 1995 esta pasó a una cantidad de 12.493 toneladas (0,21% de la producción) y una cifra de 3.907 mil dólares.

Este desempeño tan pobre de las exportaciones quedaría mucho más evidente si realizásemos una comparación entre las



FIGURA 4: Evolución de las exportaciones brasileñas de banano



FUENTE: FAO (1996).

exportaciones de los años 60, que en promedio han sido superiores a las 200 mil toneladas anuales, y las actuales. Pero, los datos de la Figura 4 ya son suficientes para demostrar la difícil situación por la que atraviesa este sector en Brasil.

La elevada perecibilidad y sensibilidad del banano a daños mecánicos, aliado a su rápido proceso de maduración, ha conferido a sus transacciones una especie de comercio de proximidad o vecindad. Con eso, el comercio internacional se ha configurado mucho más en función de la proximidad o vecindad. Con eso, el comercio internacional se ha configurado mucho más en función de la proximidad geográfica entre los países productores y los consumidores que por otros motivos comerciales o políticos. Esto justifica, en parte, porque el mercado norteamericano ha sido tradicionalmente abastecido por la fruta proveniente de América Central y Caribe, el europeo ha presentado siempre una participación importante del banano proveniente de antiguas colonias africanas y latinoamericanas, el mercado japonés se ha abastecido de la fruta proveniente de Malasia y Filipinas y el mercado de los países latinos por la fruta brasileña.

Las importaciones del banano brasileño por Argentina y Uruguay han sido favorecidas en gran medida justamente por esta proximidad geográfica, además de unas ligaciones comerciales tradicionales entre estos países, lo que les han convertido en una especie de «mercado cautivo» para el banano de Brasil. Sin embargo, en los últimos años, la fruta brasileña viene gradualmente siendo sustituida por la fruta proveniente de Ecuador, reconocidamente de mejor calidad y precio. Y esto todo ante la pasividad de todo el sector, impotente para reaccionar y que ve como se pierde enormes cuotas de mercado conquistados y sostenidos hasta entonces a base de mucho labor y perseverancia.

No hay ningún margen de desacuerdo en considerar que en los mercados actuales, principalmente de los países industrializados, pero también cada vez más en los mercados de los países en desarrollo, un producto hortofrutícola con precio adecuado, oportuna comunicación e idoneidad en su distribución no sirve de nada si le falta un aspecto insustituible: la calidad con que el consumidor le demanda.

La privación de los mercados latinos ha traído como consecuencia la pérdida de prácticamente todo el mercado de exportación que Brasil disponía, pues su participación en otros mercados es simplemente nula. Pero lo más dramático es que, al continuar esta situación de atraso en el sector bananero, Brasil podría pasar de ser un importante exportador a constituirse en importador de bananas, como lo han demostrado algunos intentos de importación hace algunos años.

Ante esta situación, Brasil precisa urgentemente abandonar la pasividad con que siempre ha asumido la inserción del sector bananero en los mercados externos, creando y sosteniendo una base productiva y un sistema comercial basado en la calidad del producto, competitividad y eficiencia empresarial.

CONSIDERACIONES FINALES

Incuestionablemente, el moderno complejo bananero actual, dominador del comercio internacional, tiene sus fundamentos claramente asentados sobre una eficiente organización productiva (elevada productividad y calidad), por un lado, y en una sólida estructura logística y comercial (transporte, centros de distribución), por otro. Luego, en esta estructura no ha lugar para productos de baja calidad y empresas o países que buscan una inserción internacional basándose en improvisaciones y deficiente organización productiva y comercial.

La realidad del sector bananero brasileño dentro de este cuadro muéstrase verdaderamente desalentadora y no cabe dudas que ya se está en la hora de cuestionar y reflexionar un poco más profundamente sobre la ostentada posición brasileña de grande productor de banano y de frutas en general, pues cuando se trata del mercado internacional esto sirve de poco. Brasil debe decidirse si realmente desea asumir una posición de protagonismo en los mercados mundiales, no sólo del banano, sino también de otros productos frutícolas, conquistando su lugar con competencia y eficiencia. De no ser así, lo mejor es buscar otras alternativas de producción y exportación.

Entonces, ¿qué debe hacer el sector bananero brasileño para asumir una posición realmente compatible con su realidad productora? Apuntar soluciones es una tarea sumamente difícil y compleja y que exige un perfecto conocimiento de la situación. Sin embargo, de forma alguna podríamos apuntar los problemas y no intentar ofrecer alguna solución.

De esta forma, dentro de nuestra forma de ver y entender las cosas que afectan al sector bananero brasileño, osamos afirmar que para que Brasil tenga alguna posibilidad de suceso en términos de competitividad internacional, necesita en primer lugar cambiar urgentemente su orientación volcada a la productiva hacia una orientación de mercado. Ya se ha pasado el tiempo en que el productor dictaba lo que producir y lo que consumir. Hoy día la orden es la inversa, es decir, el productor antes de aventurarse en el cultivo de cualquier fruta, principalmente si a la exportación se destina, debe, ante todo, realizar un amplio estudio acerca de las condiciones del mercado, de las necesidades de los importadores, de los requisitos de los distribuidores y, por

supuesto, de las preferencias del consumidor. Además, la presencia en los mercados internacionales ha de ser continua y programada para proporcionar confianza a los operadores. Ninguna empresa o país puede conquistar un lugar al sol en los mercados mundiales si en determinados años está presente y en otros no.

En segundo lugar, Brasil necesita dotar al sector de una estructura productiva-comercial actual y eficiente, que le permita obtener elevados rendimientos y producir frutos de altísima calidad. En otras palabras, el sector bananero brasileño debe proveerse de la competitividad necesaria para competir con cualquier país exportador. Sin embargo, un incremento de competitividad no se consigue de una hora a otra y no ocurre de forma aislada, más bien él debe enmarcarse dentro del contexto general de modernización agrícola y de crecimiento económico del país.

Y, en tercer lugar, frente a las características del complejo bananero mundial, perfectamente controlado por grandes grupos internacionales, tanto en el lado de la producción-exportación como en el lado de la importación-distribución, y donde la participación de algunas empresas aisladamente se hace prácticamente imposible, Brasil debe aprovechar la buena inserción en los mercados internacionales de otras frutas, como por ejemplo el mango, melón y papaya, para a través de la unión de varias empresas ir incrementando poco a poco la presencia de esta y de otras frutas con potencial, pero actualmente con participaciones poco importantes en los mercados mundiales.

Estas medidas, auxiliadas por mayores estudios sobre los mercados internacionales, las posibilidades de acceso y los aspectos relacionados con la demanda de productos hortofrutícolas, mejoras en las infraestructuras de apoyo (carreteras, puertos, etcétera) y campañas de divulgación y promoción de la fruta brasileña bajo una marca genérica podría dar buenos resultados.

BIBLIOGRAFIA

- FAO (1996). **Statistical database. Agriculture. Trade: crops & livestock, primary & derived.** Roma, FAO. Versión Internet actualizada en 31.12.96.
- FAO (1997a). **Statistical database. Agriculture. Food Balance Sheet.** Roma, FAO. Versión Internet actualizada en 12.06.97.
- FAO (1997b). **Statistical database. Agriculture. Production: crops primary.** Roma, FAO. Versión Internet actualizada en 05.11.97.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Anuário estatístico do Brasil.** Río de Janeiro, IBGE. (varios años).