

DEPARTAMENTO DE ESTUDOS-SÓCIO ECONÔMICOS RURAIS

AS MULTINACIONAIS NO SETOR LÁCTEO: ESTUDO DE CASO DA PARMALAT

Curitiba/ Agosto de 2003

INDICE

INTRODUÇÃO.....	3
A PARMALAT.....	4
A PARMALAT NA EUROPA.....	5
A PARMALAT NA AMÉRICA DO SUL.....	7
A PARMALAT NO BRASIL.....	7
MULTINACIONAIS: PORQUÊ O BRASIL?.....	8
O INVESTIMENTO DIRETO ESTRANGEIRO NO BRASIL.....	9
O PROCESSO DE ABERTURA COMERCIAL.....	11
A DESREGULAMENTAÇÃO DA CADEIA LÁCTEA.....	14
A EXPANSÃO DA PARMALAT.....	17
IMPACTOS DAS MULTINACIONAIS PARA A AGRICULTURA FAMILIAR.....	18
POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O SETOR LÁCTEO.....	30
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	33
REFERÊNCIAS CONSULTADAS.....	35

INTRODUÇÃO

O modelo brasileiro de agricultura dominante sempre foi o agroexportador dada a necessidade de geração de divisas, no entanto, as importações por um longo tempo foram controlados por dois motivos principais: primeiro, para não pesar na balança comercial e assim garantir saldos comerciais; e em segundo lugar, e principal, para proteger o mercado interno para a produção nacional, para tanto existiam diversos programas de fomento a produção para o mercado interno. No entanto, a recessão econômica dos anos oitenta se por um lado reduziu a capacidade do Governo de financiar programas sociais e de fomento a produção, por outro lado, influenciou em muito a adoção do ideário liberal. As organizações mundiais multilaterais, tais como FMI e BID, pressionaram o Brasil, e a outros países, a adotarem os preceitos do liberalismo econômico e a situação de fragilidade econômica em que o Brasil se encontrava não poderia ir contra a importantes agentes financiadores. E é assim que o Brasil passa a adotar, toda uma agenda de liberalização onde o Estado dá condições aos agentes econômicos agirem, pois somente o livre mercado torna uma economia eficiente. Nesse sentido, é que importantes mercados antes regulamentados foram desregulamentados, setores chaves da economia foram privatizados, as importações antes realizadas pelo Estado com a intenção de controlá-las, passaram a iniciativa privada sem qualquer forma de regulação, o Governo que tinha todo um aparato legal de proteção a empresa nacional, desmontou-o, as tarifas de importação, instrumentos importantes para o controle das importações foram drasticamente reduzidas e unilateralmente, iniciando o processo de abertura comercial. Nos anos noventa, tudo isso se justifica como uma necessidade para derrotar a espiral inflacionária, pois a abertura da economia, elevaria a concorrência o que consequentemente reduziria os preços e tornaria os agentes econômicos internos mais eficientes.

Uma das implicações de todo esse processo foi a oligopolização de diversos setores produtivos por multinacionais. O que era para gerar concorrência, em muitos casos resultou em oligopólios. E é nesse contexto que se dá a reestruturação do setor lácteo nacional, que antes dos anos noventa era dominado por empresas nacionais e atualmente é dominado por grandes transnacionais, tais como Parmalat e Nestlé, que dadas suas estratégias empresariais voltadas para a obtenção de lucro e mais lucro, passam a interferir de forma indireta na produção de leite para que esta vá de acordo com a sua lógica empresarial, o que tem ocasionado a exclusão da atividade de milhares de pequenos produtores. No entanto, essa exclusão tem sido também influenciada também pela oligopolização de outros setores tais como do varejo e da indústria produtora de insumos para a indústria e agropecuários.

O impacto dessa nova estrutura tem sido tão danoso à agricultura familiar que diversos estados brasileiros tais como Rio Grande do Sul, Goiás, Minas Gerais, Paraná e Santa Catarina, constituíram Comissões Parlamentares de Inquérito (CPI) para investigar o que tem influenciado o baixo preço do leite pago aos produtores.

A importância do tema está principalmente no fato da agricultura familiar ser responsável por grande parte da produção leiteira do Brasil e pelo fato da produção de leite constituir uma atividade de grande importância na renda da propriedade, um recurso mensal que financia as despesas mensais correntes das famílias.

É a partir de todo esse contexto ligado à reestruturação produtiva do setor e que tem ocasionado a exclusão de milhares de produtores de leite da agricultura familiar que o presente trabalho se estrutura. Pretendendo pormenorizar todo esse processo, optou-se em realizar um estudo de caso da multinacional de origem italiana Parmalat S/A e sua atuação na cadeia produtiva do leite no Brasil. A escolha da empresa se deu pelo fato da mesma ser detentora de parte significativa do mercado de leite e derivados e pela mesma ter pautado sua estratégia de expansão e consolidação a partir da aquisição de empresas nacionais de base

cooperativa ou privada, além de estar entre as empresas que tem mais tem excluído produtores de baixa escala de suas atividade produtivas.

A pesquisa pretende ainda destacar que os impactos negativos da atual configuração do setor lácteo nacional para a agricultura familiar não está somente vinculado a estratégia das empresas multinacionais que industrializam o leite, mas também, a estratégia das grandes multinacionais dominantes no setor varejista, bem como a empresas de embalagens como a empresa norte americana Tetra Pak.

A PARMALAT

A Parmalat Finanziara Spa tem origem em 1961, na Itália, e é resultado da evolução de uma modesta indústria de temperados de presunto. A empresa cunhou seu nome definitivamente no mercado de lácteos em meados da década de sessenta quando passou a acondicionar seu leite em embalagens Tetra Pak, sendo a primeira empresa na Itália a utilizar esse tipo de tecnologia. Certamente que, associado a isso, esteve o fato da empresa investir no diferenciamento de seus produtos, através da introdução no mercado de leites enriquecidos com vitaminas, sais minerais e etc, conhecidos também como alimentos funcionais. Ou seja, a estratégia de expansão da Parmalat, desde seu início esteve associada a inovações de embalagens e de produtos. Em 1966 a empresa passa a produzir o leite UHT (Ultra High Temperature) que viria a ser o grande responsável pela sua expansão mundial. Somente nos primeiros 9 anos de atividade da empresa as vendas cresceram 30% a.a.¹.

Em 1974, a empresa começa a se internacionalizar e passa a operar no Brasil. A Parmalat Brasil teve um papel estratégico de coordenação na expansão regional que ocorreu progressivamente: Argentina e Uruguai em 1992, Chile, Venezuela, Paraguai e Colômbia em 1994, México e Equador em 1995.

Em 2002, as vendas chegaram a quase € 7,6 bilhões, o que representou uma redução de € 212 milhões em relação as vendas de 2001². Essa redução nas vendas é consequência da desvalorização das moedas em importantes países onde a empresa tem atividades, tais como África do Sul, Canadá, EUA e países da América Latina.

A internacionalização da companhia se deu de forma expressiva ao longo da década de noventa. Em 1991, somente 17% das vendas da empresa estavam fora da Itália, sendo que em 2000 esse volume estava acima de 75%. Esse processo se deu através de uma estratégia de aquisições de empresas nacionais. No entanto, ultimamente a empresa tem estancado seu processo de internacionalização e voltado sua estratégia no sentido de reestruturar e consolidar as empresas adquiridas. A tabela abaixo traz os investimentos realizados pela empresa em 2001 e 2002. Os números mostram uma redução no volume de investimentos para aquisição de novas empresas e uma elevação nos gastos para o aumento do patrimônio líquido, o que significa que a empresa tem investido na racionalização das plantas industriais existentes. Além do que a empresa tem empreendido um processo de reestruturação baseado no fechamento de plantas industriais. Em 1999, eram 148 e empregavam 39.747 trabalhadores. Ao final de 2002 eram 139 plantas e empregavam 36.356 pessoas (41 na América Central e do Norte, 32 na América do Sul, 45 na Europa e 21 no resto do mundo).

Grupo Parmalat: Gastos em investimento (€ milhões), 2002		
	2002	2001
Despesa de Capital	184	163

¹Disponível em: <http://www.parmalat.net/en/fset.html?sez=ac>

² Statutory and consolidated financial statements as of for the year ended december 31,2002. Disponível in: <http://www.parmalat.com>

Novas aquisições	48	85
Aumento do patrimônio líquido existente	131	0
Total	363	248

Fonte: Parmalat

Certamente que a estratégia de expansão do Parmalat foi bem sucedida, pois atualmente o Grupo opera em 30 países, e tem uma presença significativa em Itália, Espanha, Canadá, Brasil, Venezuela, Colômbia, África do Sul e Austrália. A Tabela abaixo traz a participação das grandes regiões nas vendas da empresa.

Parmalat – Vendas, segundo grandes regiões - 2002		
	Vendas (€ milhões)	%
Europa	2.697	35,5
América do Norte e Central	2.646	34,9
América do Sul	1.593	21,0
Resto do Mundo*	654	8,6
Total	7.590	100

*abrange importantes países tais como África do Sul, Austrália, China

Fonte:Parmalat

Por outro lado a empresa tem procurado diversificar suas atividades. A tabela abaixo apresenta as vendas da empresa segundo o grupo de produtos. Os números apontam que apesar do processo de diversificação, ainda grande parte das vendas da Parmalat (57,4%) está concentrada na divisão de leite.

Parmalat- divisão das vendas da empresa segundo grupos de produtos- 2002		
	Vendas (€ milhões)	%
Divisão de lácteos	4.355	57,4
Divisão de produtos vegetais	579	7,6
Divisão de alimentos frescos	1.765	23,3
Divisão de padaria e outros*	891	11,7
Total	7.590	100

* Inclui sorvete, água e chocolate

Fonte: Parmalat

A Parmalat na Europa

O mercado europeu é o principal, quando considerado as vendas totais da multinacional. Em 2002, a Europa respondeu por 35,5% das vendas mundiais da empresa. Desse total somente seu país de origem, a Itália foi responsável por 24%, porém a Espanha, Portugal, Reino Unido e Hungria têm sido preponderantes para os lucros da empresa auferidos no continente europeu.

Desde 2000, a companhia continuou expandindo em suas áreas de operação tradicionalmente fortes. Entre 2000-2002, fez cinco aquisições na Itália, duas na Espanha e

uma na Áustria³. Além disso, a empresa tem planos de expansão para a Europa Oriental, financiados pelo Banco Europeu para Reconstrução e Desenvolvimento (BERD) através de um financiamento de US\$ 50 milhões. Parte desse recurso foi utilizado para investir na Parmalat Romênia (produzir UHT, leite pasteurizado e suco de frutas). A empresa já tem também projetos estabelecidos na Hungria, Rússia e Ucrânia.⁴⁵

Na Itália, a Parmalat é a líder nos mercados de leite pasteurizado e UHT. O preço pago pela Parmalat aos produtores italianos é tradicionalmente um dos mais altos da Europa. Entre outubro de 2002 e janeiro de 2003, o preço médio pago pela empresa dentro da União Européia foi de aproximadamente 0,38 €/litro (39,5 € /100kg), muito superior ao valor médio pago por competidores estrangeiros (de 28 a 34 € /100kg)⁶.

O preço alto pago aos produtores italianos pela empresa é explicado pelo fato de a Itália tem uma longa tradição de cooperação entre os produtores o que favorece para que seus produtos alcancem altos preços. Além do que, o mercado local é pouco competitivo para o fornecimento de matéria prima, isso porque a regulamentação nacional em relação ao leite cru é rígida - o prazo de validade do produto, entre produção, processamento e venda, deve ter no máximo 5 dias úteis (1 dia para produção e processamento e 4 dias para comercialização)⁷ - o que dificulta a competição de produtos importados, forçando as companhias a comprar e vender leite perto das áreas onde é produzido.

O domínio do mercado italiano pela Parmalat foi desafiado recentemente pela regulamentação antitruste daquele país. A empresa foi forçada a vender parte de seus negócios voltados para a produção de leite pasteurizado e UHT. Essa decisão decorreu a partir da aquisição pela Parmalat, da Eurolat, em 1999 de julho⁸. Concluiu-se haver uma posição dominante da Parmalat no mercado italiano prejudicando a concorrência no setor, principalmente dando vantagens injustas para a Parmalat no mercado de leite UHT⁹ - o mercado mais importante na Itália já que a maioria dos consumidores italianos ainda prefere esse tipo de leite¹⁰.

Assim, em 2000, parte das operações de leite da Parmalat foi vendida para uma companhia recentemente formada, chamada Newlat SRL. A Parmalat transferiu para esta companhia operações técnicas (produção de diversas plantas) e marcas registradas (Polenghi, Giglio, Torre in Pietra, Matese, Sole). Em virtude dessa venda a Newlat SRL se tornou a terceira maior operadora de lácteos no mercado italiano depois de Parmalat e Granarolo¹¹.

No final de 2001, a Parmalat introduziu no mercado italiano um leite pasteurizado fresco com uma duração prolongada de 8 dias. Conseguiu isso utilizando um novo método de microfiltração. O lançamento desse produto provocou reações negativas por parte dos produtores domésticos por causa da caracterização no rótulo da embalagem de leite fresco, à

³UBM, 2001. Parmalat. Unicredit Banca Mobilaire. 6th September.

<http://www.borsaitalia.it/media/star/db/pdf/6128.pdf>

⁴ EBRD, 1998. EBRD invests in the Romanian Dairy Industry in Partnership with Parmalat. Press Release, 26th November. European Bank for Reconstruction and Development.

<http://www.ebrd.com/new/pressrel/1998/66nov26.htm>

⁵ EBRD, 2003. Frameworks and sub-projects. 23rd February 2003. European Bank for Reconstruction and Development. <http://www.ebrd.com/projects/psd/subproj.pdf>

⁶ MDC, 2003. EU Farmgate Milk Prices. March. MDC Datum.

<http://www.mdcdatum.org.uk/pdfs/EU%20Farmgate%20Milk%20Prices.pdf>

⁷ De acordo com a atual legislação (Lei 169) o leite cru deve ser processado em um dia e vendido em até 4 dias.

⁸ PARMALAT Annual Report 2000. Disponível em <http://www.parmalat.com>

⁹ Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Italian Anti Trust Authority). Annual Report 2001. Available on website at <http://www.agcm.it/>

¹⁰ Sutter's international Red Series. The trend of the milk and dairy market in 2001. Available on website at: <http://www.whoswho-sutter.com/page/food.htm>

¹¹ Ibid.8

medida que a microfiltração não permitiria ao leite ter as mesmas características de um leite fresco.

A Parmalat na América do Sul

A América do Sul é a terceira maior região em termos de vendas da empresa, sendo responsável, em 2002, por 21% do total. Em relação a 2001 as vendas na região decresceram cerca de 17,4%. Essa redução está associada principalmente à desvalorização das moedas correntes da região em relação ao euro, resultado este decorrente dos problemas econômicos e políticos pelos quais passaram diversos países onde a empresa atua como, por exemplo, Brasil, Argentina e Venezuela.

Na América do Sul, a empresa está presente no Brasil, seu principal mercado na região, Argentina, Uruguai, Chile, Colômbia, Paraguai, Equador e Venezuela. Em todos esses países a empresa ocupa lugar de destaque na produção de diversos lácteos. Sendo que a participação do mercado lácteo nas vendas totais da empresa no continente sul-americano fica acima da média mundial (57,4%). Cerca de 73% das vendas da empresa no continente sul americano vem da divisão de lácteos¹².

A Parmalat no Brasil

Dentre os países localizados no continente sul americano nos quais a Parmalat desenvolve suas atividades, o Brasil é o mais importante em termos de volumes de vendas. Em 2002, a subsidiária brasileira da empresa italiana teve um faturamento de cerca de R\$ 601 milhões, ocupando dessa forma o quinto lugar no ranking de faturamento das empresas do setor¹³.

Apesar de ocupar somente o quinto lugar no ranking das maiores empresas do setor, a Parmalat é líder ou vice-líder no mercado de alguns produtos lácteos importantes. Em 2002, a empresa era líder nas vendas de leite UHT e creme de leite UHT. A participação era respectivamente 25,5% e 41,7%. Era ainda vice-líder nas vendas de leite pasteurizado (9% do mercado) e leite condensado (28,5% do mercado), além de ocupar o terceiro lugar nas vendas de iogurtes, com 14,2%¹⁴.

A Parmalat Brasil S/A tem introduzido no mercado brasileiro produtos diferenciados, procurando assim se distinguir das demais empresas que atuam no mercado. Em 2002, lançou o leite Natura Premium, que teria o sabor do leite fresco e a durabilidade para o consumo. A empresa pretende introduzir progressivamente produtos de última geração no mercado brasileiro e acredita estar numa posição excelente para se beneficiar do crescimento econômico futuro do país¹⁵.

A Parmalat Brasil S.A Indústria de Alimentos passou a atuar no mercado brasileiro em 1973 através de sua associação com uma empresa nacional com o objetivo de produzir iogurtes e sobremesas. Em 1977, a associação terminou, mas a Parmalat permaneceu no Brasil atuando de forma independente.

¹² Statutory and consolidated financial statements as of for the year ended december 31,2002. Disponível in: <http://www.parmalat.com>

¹³ Esse faturamento corresponde somente a Parmalat Brasil S.A, porém, a empresa tem participação majoritária na empresa Batávia que ocupou o sétimo lugar no ranking de faturamento em 2001 e que auferiu um faturamento de R\$ 170 milhões.

¹⁴ Ibid. 12

¹⁵ Ibid. 12

Inicialmente, a Parmalat, como as demais multinacionais do setor que entraram no país antes da década de noventa, tinha sua produção voltada para derivados de leite, sendo o mercado de leite fluído dominado pelas empresas nacionais. Mas, a partir de 1990, a Parmalat inova no mercado brasileiro, sendo a pioneira na produção do leite longa vida (UHT), fato este de fundamental importância para a expansão da empresa. Em 1998, a Parmalat¹⁶ detinha cerca de 25,3% do mercado de leite longa vida¹⁷, sendo que a segunda empresa detinha somente 10,8%¹⁸.

MULTINACIONAIS: PORQUÊ O BRASIL?

Os principais motivos que trouxeram as multinacionais do setor lácteo ao Brasil foram vários, destacando-se o baixo crescimento no consumo de lácteos na Europa, a oligopolização do setor de distribuição no continente europeu e o baixo custo de produção da matéria-prima decorrente das condições climáticas favoráveis e do baixo nível tecnológico aplicado à produção.

Por outro lado, o grande mercado consumidor que representa o Brasil com 170 milhões de habitantes e com baixo consumo de leite e derivados, representava um grande mercado consumidor a ser explorado. Em 2002, foram consumidos no Brasil cerca de 21,6 bilhões de litros de leite¹⁹, sendo que, segundo o Ministério da Saúde²⁰ o recomendado seria um consumo total para o Brasil (levando em consideração a necessidade de ingestão de leite de acordo com a faixa etária) seria de 35,6 bilhões de litros, havendo assim um potencial de consumo de cerca de 14 bilhões de litros

A estrutura do mercado lácteo brasileiro, até início da década de noventa também se constituiu um outro atrativo as empresas multinacionais. A estrutura do mercado lácteo brasileiro era composta por um grande número de pequenas e médias empresas, o que não se tornava uma barreira à entrada (os mercados oligopolísticos são caracterizados por altas barreiras à entrada), de empresas multinacionais.

A formação do Mercosul também foi um fator interessante para as multinacionais à medida que permitiu várias oportunidades para as empresas, estimulando a instalação de multinacionais nos países pertencentes ao bloco ou mesmo a expandirem as estruturas já existentes. Essas oportunidades estavam associadas principalmente à preferência tarifária concedida aos países intra-bloco. Assim as empresas poderiam exportar o produto internamente sem ter que incorrer num adicional de custo dado pelas tarifas de importação, o que aconteceria se elas estivessem exportando a partir de países extra-bloco. Além disso, a especialização da produção de leite existente tanto no Uruguai como na Argentina permitia as empresas garantias no fornecimento de matéria prima a custo baixo.

Além das razões citadas acima, o processo de abertura comercial, bem como as mudanças em relação ao tratamento do capital estrangeiro, foram fatores também importantes para a vinda de grandes empresas multinacionais para o Brasil. No caso do setor lácteo, o mesmo ainda contou com a desregulamentação do mercado de leite e derivados. Todos esses processos ocorreram simultaneamente e partiram do mesmo receituário neoliberal e que para os produtores de leite significaram em grandes perdas.

¹⁶ Fonseca, M. da G. D. & MORAIS, e. M. Indústria de Leite e Derivados no Brasil: uma década de transformações. Informações Econômicas, IEA, set. 99

¹⁷ Vale ressaltar que na verdade a participação da Parmalat nesse mercado é superior a esse valor, pois tanto a Batávia (joint venture entre a Batavo e a Parmalat) como a Betânia (marcas que somam cerca de 5% do mercado) estão inseridas fazem parte da Parmalat Brasil S. A

¹⁸ Possivelmente esse percentual tenha sido reduzido nos últimos anos em virtude de atualmente existirem mais de cem empresas nesse mercado, mas não a números mais recentes disponíveis.

¹⁹ Referentes a disponibilidade interna de leite e derivados. Disponível em <http://www.terraviva.com.br>

²⁰ Disponível em <http://www.cnppl.embrapa.br>

O Investimento Direto Estrangeiro No Brasil

No Brasil a lei que disciplina a aplicação do capital estrangeiro e as remessas de valores para o exterior o capital estrangeiro no Brasil é a Lei nº 4.131, de 3 de setembro de 1962²¹. Apesar de antiga, essa lei ainda é a principal lei sobre o tema, mas sofreu diversas alterações ao longo do anos.

Em síntese, a Lei disciplinava:

- *Pagamento de royalties e de assistência técnica*: todos os contratos e documentos deveriam ser submetidos às autoridades cambiais, as quais também poderiam verificar a efetividade da assistência técnica prestada. A remessa, após o registro do contrato, dependeria de prévio recolhimento do imposto de renda devido. A transferência de *royalties* de patentes e marcas dependeria de prova de existência e vigência do respectivo título no exterior. Quando o beneficiário de tais rendimentos fosse a matriz de subsidiária, a remessa era vedada e a dedutibilidade do imposto de renda impossível. A dedução do imposto de renda das importâncias pagas por *royalties* de patentes e marcas e por assistência técnica eram de no máximo, 5% para patentes e assistência técnica e de 1% para marcas. A dedução seria permitida para os contratos de assistência técnica somente por um prazo de cinco anos.

- *Limites quantitativos à remessa e ao retorno*: a Lei estabelecia que uma vez registrado, o capital não poderia ser repatriado senão à proporção de 20% por ano, os rendimentos do capital de risco não eram remetidos no que excedessem anualmente a 10% do registro. Em 1965, essa restrição foi eliminada e em seu lugar entrou em vigor um imposto suplementar. Esse tributo importava na criação de um ônus considerável, e em escala crescente, às remessas de rendimentos em excesso a 12% do capital médio registrado, sem proibir a remessa.

- *Regime de Crédito e de Bancos*: os órgãos e entidades oficiais de crédito não poderiam estabelecer garantias em favor de empresas sob controle estrangeiro. Exceto projetos de especial interesse para o desenvolvimento nacional, mediante autorização especial do Governo, também não seria dado acesso ao crédito público até o início do funcionamento da empresa e, mesmo após, seria condicionado o crédito para investimento em ativo fixo dependendo da localização do estabelecimento e do setor da economia, segundo prioridades a serem estabelecidas pelo Poder Executivo.

- *Regras cambiais*: a imposição de um limite, em caso de grave desequilíbrio cambial, podendo vedar a repatriação da totalidade do capital registrado e as remessas de lucros e dividendos em excesso a 10% do capital registrado, assim como *royalties* e assistência técnica em excesso a 5% da receita bruta da empresa.

Além da Lei 4.131, nos anos setenta o Governo passou a adotar diversos mecanismos que incentivavam a produção nacional e limitavam a participação do capital estrangeiro. Dentre elas, estão o uso das aquisições de bens e serviços do Estado para favorecer o desenvolvimento da empresa de capital nacional; a prática de apuração de similaridade de bens importados com bens nacionais para efeitos de concessão de benefícios fiscais, cambiais ou creditícios de qualquer natureza; a concessão de créditos públicos a bens com determinado conteúdo nacional; o estabelecimento de uma margem de proteção em favor da indústria nacional em concorrências internacionais; a criação de mecanismos que perfaçam a equiparação à exportação incentivada para bens de produção nacional em caso de concorrências públicas; a vinculação de incentivos fiscais a um conteúdo mínimo nacional dos produtos industriais; os incentivos regionais e setoriais, extremamente abundantes no

²¹ Pode ser acessada pelo endereço <http://www.senado.gov.br>.

período, criando vantagens de localização para o investimento estrangeiro em regiões de menor desenvolvimento. Há ainda o Código da Propriedade Industrial (1971) que manteve uma série de exclusões de patenteabilidade, além de vedar o pagamento de *royalties* a um grande número de casos que, no tocante às marcas, que levou a praticamente excluir o item pertinente da balança de pagamentos brasileira.

Em 1988 a Constituição Federal estabeleceu um novo sistema em relação ao investimento privado, inclusive o capital estrangeiro relacionados ao papel do investimento privado na economia nacional, a definição de empresa brasileira, os poderes específicos de regulação do capital estrangeiro e o controle dos abusos do poder econômico.

As novas normas estabeleceram que o Estado não exerceria nenhuma atividade econômica a não ser quando necessária aos imperativos da segurança nacional ou relevante interesse coletivo, passando, dessa forma ao Estado a função de agente normativo e regulador da atividade econômica, exercendo assim sobre o setor privado somente efeito meramente indicativo. Estabelecia ainda que empresa brasileira era aquela constituída sob as leis brasileiras e que tinha aqui sua sede e administração. Mas, a empresa brasileira de capital nacional era aquela cujo controle efetivo estivesse em caráter permanente sob titularidade direta ou indireta de pessoas físicas domiciliadas e residentes no País ou de entidades de direito público interno.

O texto de 1988 estabelecia ainda proteção temporária às empresas brasileiras de capital nacional, com a finalidade específica de desenvolver atividades consideradas estratégicas para a defesa nacional ou imprescindíveis para o desenvolvimento econômico do país.

Após a Constituição de 4 de outubro de 1988, e apesar do tratamento potencialmente restritivo ao investimento estrangeiro, prosseguiram aceleradas as iniciativas tendentes a eliminar as barreiras ao capital de origem externa.

A partir de 1990, com o governo de Fernando Collor de Mello, houve uma mudança de comportamento em relação às multinacionais. Isso porque, segundo o novo governo²², tanto o Comércio Exterior como a Política Industrial eram componentes centrais para a retomada do desenvolvimento, através do aumento da eficiência na produção e comercialização, mediante a modernização e a reestruturação da indústria. Mas, para tanto, seria necessário utilizar, de forma mais eficaz, as forças de mercado para induzir a modernização tecnológica do parque industrial e para aperfeiçoar as formas de organização da produção e da gestão do trabalho. Assim, diversas restrições ao capital estrangeiro foram extintas, destacando-se a eliminação da vedação das remessa de *royalties* de subsidiárias para matriz, as exclusões de dedutibilidade no caso de pagamentos de *royalties* de patentes e marcas e assistência técnica entre empresas do mesmo grupo econômico, o fim do imposto suplementar, redução do Imposto de Renda incidente sobre remessas de lucros e dividendos ao exterior, além do início do processo de privatização das estatais, que permitia o acesso do capital estrangeiro, mas que distinguia o tratamento entre o capital nacional e o estrangeiro como, por exemplo, a preferência atribuída às empresas de capital nacional nas compras governamentais.

Em 1995, o Governo de Fernando Henrique Cardoso fez uma série de mudanças constitucionais que pôs fim a diversas limitações ao capital estrangeiro remanescentes dos anos sessenta e setenta. Nesse sentido, a principal alteração foi permitir o acesso de multinacionais a determinados setores econômicos até então considerados de acesso restrito às empresas brasileiras e também, em grande medida, o tratamento diferenciado existente entre empresas nacionais e de capital estrangeiro. A partir de então, extinguíam-se as categorias

²² Portaria MEFP nº 365, de 26/06/90.

específicas de empresas brasileiras às quais se atrelavam benefícios e preferências, eliminava-se a preferência às empresas brasileiras de capital nacional nas licitações públicas, ficava garantido o princípio da igualdade do capital nacional e estrangeiro investido no país, o que significava que nenhuma discriminação poderia ser aplicada sem base em lei. A regra geral vigente no processo de privatização das empresas estatais é de livre acesso do investimento estrangeiro, salvo restrição legal ou constitucional. Assim, após as emendas constitucionais de 1995, o capital estrangeiro ao entrar no Brasil deveria ter tratamento idêntico ao capital nacional, exceto em certos casos. Vale ressaltar que havia algumas restrições à entrada das empresas, mas após a entrada da empresa no espaço econômico nacional se estabelecia igualdade jurídica dos agentes econômicos colocados à medida que se encontravam em situações idênticas. Assim, salvo alguma exceção também de base constitucional, não era possível estabelecer distinções ou preferências que implicassem em discriminação injustificada entre brasileiros e estrangeiros residentes no País.

Dessa forma, as privatizações realizadas no Brasil, principalmente a partir de 1996, associada aos fatores descritos acima, incentivaram a entrada de IDE (Investimento Direto Estrangeiro). Para se ter uma idéia do crescimento dos IDEs, o valor recebido pelo Brasil somente no ano de 1996, que foi de US\$ 10,4 bilhões, superou os IDEs que entraram no Brasil entre os anos de 1988 e 1995, que foram da ordem de US\$ 9,6 bilhões.

O Processo De Abertura Comercial

O processo de abertura comercial iniciado em fins da década de oitenta e intensificado na década de noventa, foi outro elemento determinante para a expansão e fortalecimento das multinacionais no Brasil.

A política brasileira de importações sofreu profundas alterações a partir do final da década de 80. Depois de um longo período de fechamento do mercado brasileiro às importações, acentuado pela crise do balanço de pagamentos dos anos 80, o país iniciou seu processo de liberalização comercial. Em 1988, foram adotadas as primeiras medidas neste sentido, apesar de consideradas tímidas se comparadas às adotadas ao longo dos anos noventa, porém significaram uma mudança na orientação comercial brasileira que desde o início dos anos oitenta tinha se mostrando restritiva às importações. Essas medidas concentraram – se na redução das tarifas de importação. Antes da reforma o intervalo de variação das alíquotas de importação se situava entre zero e 105%. Após a sua implementação, o intervalo foi reduzido, situando-se entre zero e 85%, com poucos itens com tarifa superior a 50%. Por outro lado, houve também a eliminação de regimes especiais de importação, considerados como barreiras não tarifárias, mas que abrangiam somente 15,8% das importações totais do país, porém não abrangiam o fim do contingenciamento de gêneros alimentícios, fertilizantes, defensivos agrícolas e suas matérias-primas.

A partir de 1990, seguindo as novas diretrizes de desenvolvimento e pautada no comércio exterior e na política industrial, a política brasileira de importações foi novamente alterada com destaque para a eliminação das restrições não tarifárias, a manutenção da redução gradual das alíquotas de importação, agora através de um cronograma de redução tarifária, e a abolição da maior parte dos regimes especiais de importação.

Em relação às tarifas de importação, foi implementado um cronograma de redução das alíquotas que previa a queda gradual da tarifa média e modal entre 1991 e 1994. A implantação do cronograma de redução tarifária teve um impacto direto sobre a tarifa média que foi reduzida gradualmente de 33,2%, que vigorava em 1990, para 25,3% no primeiro ano, 20,8% no segundo, 16,5% no terceiro e 14% em 1994.

Sob o governo de Fernando Collor, foram também tomadas várias medidas no sentido de ampliar o grau de inserção da economia brasileira na economia mundial, através de uma mudança profunda na política de importações²³. Destacam-se as seguintes medidas: eliminação de uma lista de aproximadamente 1.200 produtos cuja importação ainda estava proibida, e a suspensão da apresentação de programas de importação por parte das empresas para a obtenção de guias de importação acima de determinados valores. Também se eliminou a anuência prévia de órgãos da administração federal para a importação de diversos produtos, além da mudança na estrutura dos órgãos responsáveis pelo controle e promoção do comércio exterior. Também foi eliminada a maioria dos regimes especiais de importação, o que acarretou na queda do valor das importações que dependiam deste incentivo para serem efetuadas.

A partir de julho de 1994, o controle inflacionário, a partir do Plano Real, tornou-se o principal objetivo da política econômica. Desta forma, o ritmo da abertura comercial esteve condicionado aos interesses conjunturais do Plano Real. Pode-se dividir o período em três fases distintas, sob o ponto de vista específico da política de importação. A primeira, que se estendeu de julho de 1994 ao primeiro trimestre de 1995, foi marcada pela adoção de medidas de caráter nitidamente liberalizantes. A partir do segundo trimestre de 1995 e até o segundo trimestre de 1996, observou-se uma reversão do processo de abertura comercial, com a imposição de uma série de restrições às importações. A terceira fase, compreendida desde o terceiro trimestre de 1996, configurou-se em um período de nova flexibilização da política de importações, embora em ritmo e intensidade bastante inferiores àquela verificadas no final de 1994.

Durante a primeira fase, a política de importações foi claramente liberalizante. Com a intenção de manter a inflação sob controle, via ampliação da oferta doméstica dos bens, o governo utilizou-se do instrumento tarifário. Por um lado, diminuiu substancialmente as tarifas de uma série de produtos com maior peso nos índices de preços, e por outro lado, antecipou a Tarifa Externa Comum (TEC) de janeiro de 1995 para setembro de 1994. O efeito total da redução tarifária permitiu que a alíquota média de importação diminuísse de 13,2%, em julho de 1993, para 11,2%, em dezembro de 1994.

Entretanto, no início de 1995, em virtude dos déficits contínuos da balança comercial, e após a formação de um quadro externo desfavorável ao financiamento destes déficits, (marcado pela crise cambial mexicana e pela elevação das taxas de juros internacionais), a situação se alterou e novos rumos foram dados à política de importação. Buscando evitar que os déficits comerciais sinalizassem uma situação de risco potencial para os investidores externos, a política econômica teve de ser alterada, com reflexos na política de importações. Criou-se, assim, um impasse entre a obrigatoriedade de se manter os acordos comerciais junto ao Mercosul e à OMC e a necessidade de um retrocesso, mesmo que temporário, no processo de abertura comercial. A alternativa encontrada pelo governo foi a de se elevar as tarifas de importação de determinados produtos, geralmente incluindo-os na lista de exceção à Tarifa Externa Comum ou impondo restrições não-tarifárias, como quotas de importação.

No segundo semestre de 1996, o governo reassumiu uma postura liberalizante, tanto em função da pressão exercida pelos seus parceiros do Mercosul e do risco de retaliações

²³ Ao longo de 1990 foi lançado um conjunto de medidas para facilitar o financiamento das importações. Em 13.09.90, a Resolução 1.749, do Banco Central suspendeu a exigência de financiamento externo com cobertura cambial, para a importação de máquinas, equipamentos, aparelhos e instrumentos (anteriormente estabelecida pela Resolução 1.537), desde que se destinassem a compor o ativo fixo da empresa e já tivesse alíquota de importação reduzida a zero. A Resolução 1.751, do Banco Central, de 21.09.90, suspendeu as exigências de prazos mínimos para pagamento de importações de que tratava a Resolução 1.537, exclusivamente nos casos em que a celebração do contrato de câmbio, em pagamento ao exterior, se efetivasse até 31.03.91. Em 28.11.90 a Resolução 1.769 permitiu que também as sociedades de arrendamento mercantil realizassem operações de leasing com bens importados.

junto à OMC, como pela solução da crise externa, com o retorno dos capitais que haviam migrado com o advento da crise cambial mexicana.

Desde o início do processo de abertura comercial, em 1988, as importações passaram a ter uma trajetória ascendente, porém o período de valorização do Real e, principalmente, o período compreendido entre o segundo semestre de 1994 e o final de 1995 foi marcado por um crescimento exponencial desta variável. Em apenas dois anos, entre 1993 e 1995, o valor das importações cresceu algo em torno de 100%.

A conjugação de uma série de fatores colaborou para que as importações apresentassem este desempenho, entre os quais destacam-se: o crescimento econômico verificado, a acentuada valorização nominal e real da taxa de câmbio, a manutenção da queda das alíquotas de importação e o maior acesso a financiamentos externos para as importações.

Além das condicionantes macroeconômicas (taxa de câmbio e crescimento econômico), a política comercial, através de medidas tarifárias, exerceu um papel importante para a expansão das importações. Embora, de forma geral, as tarifas tenham sido reduzidas para se adequarem à Tarifa Externa Comum do Mercosul até o final de 1994, alguns produtos tiveram as suas alíquotas rebaixadas para valores abaixo dos previstos na TEC.

Outro fator importante para se explicar o comportamento das importações é o aumento do financiamento externo. Isso porque o importador tem acesso a financiamentos que apresenta taxas de juros substancialmente mais baixas que as vigentes no mercado doméstico de crédito (essa operação é conhecida como arbitragem de taxa de juros). Esse ganho constitui, portanto, um estímulo adicional ao crescimento das importações. Esses financiamentos às importações acabavam por representar uma burla ao controle monetário do real, pois se tornaram uma forma de obtenção de capital de giro a juros inferiores àqueles vigentes nas operações financiadas pelo sistema bancário doméstico, único alvo das regulamentações do Banco Central.

Ademais, o simples fato de poder contar com financiamento com prazos substancialmente superiores aos prevalecentes no mercado interno acrescenta uma vantagem adicional ao produto importado. No caso dos principais produtos agrícolas, essa operação parece ter tido uma importância decisiva para o aumento das importações na última década. Para se ter uma idéia da importância das importações financiadas, em 1991, dos produtos intermediários para indústria e matérias primas, cerca de 33,2% do valor das importações brasileiras eram pagas à vista, enquanto 66,9% (exceto petróleo) eram financiadas sendo 52,6% até 180 dias e 14,3% com mais de 180 dias. Já em 1996, somente 21,8% dos pagamentos eram realizados a vista enquanto 78,2% eram financiados sendo 50,2% até 180 dias e 27,9% com mais de 180 dias²⁴. Dessa forma, os produtos importados tornavam-se mais competitivos internamente. Porém, a partir de 1999, o governo, pretendendo dificultar os ganhos advindos dos financiamentos externos, regulamentou a partir da Lei 9817²⁵, os pagamentos das importações. Estas deveriam ser realizadas até 180 dias após o primeiro dia do mês subsequente ao previsto para pagamento na Declaração de Importação, caso contrário seriam sujeitas a multas.

Vale colocar que a abertura comercial brasileira adotada desde o final dos anos 80 trouxe consigo a reduzida capacidade. A pequena margem de manobra do governo em retroceder no processo de abertura é consequência da própria forma como foi conduzido o processo, baseado tanto em medidas unilaterais, como de caráter regional (acordos firmados junto ao Mercosul) e de natureza multilateral (adesão à OMC). As medidas de caráter regional e multilateral implicam na impossibilidade de rupturas unilaterais, sob pena de represálias que

²⁴ RESENDE, Gervásio Castro de; NONNENBERG, Marcelo José Braga et al. **Abertura Comercial, Financiamento das Importações e o Impacto sobre o Setor Agrícola**. Rio de Janeiro, julho de 1997. Ipea. Disponível em www.ipea.gov.br

²⁵ Lei 9817 de 223/08/99. Disponível em <http://www.senado.gov.br>

tornariam as iniciativas protecionistas pouco eficientes. Mesmo as medidas unilaterais, que, em tese, poderiam ser revogadas, já foram incorporadas, em sua maioria, ao escopo das negociações no âmbito do Mercosul e da OMC.

A Desregulamentação Da Cadeia Láctea

A mudança na orientação do Estado que passou de um Estado intervencionista para um Estado regulador implicou numa mudança radical do setor lácteo. No bojo do processo de liberalização comercial ocorreu a desregulamentação do mercado lácteo. O mercado lácteo, que até fins dos anos oitenta estava nas mãos de empresas brasileiras, em fins dos anos noventa já era dominado por empresas multinacionais. Atualmente das cinco maiores empresas do setor no Brasil, segundo o faturamento, quatro são multinacionais e três delas têm origem européia²⁶. Em primeiro lugar encontra-se a suíça Nestlé, que faturou cerca de R\$ 2,5 bilhões, em segundo lugar está a francesa Danone, com um faturamento de cerca de R\$ 1 bilhão, em terceiro a empresa nacional Itambé²⁷ com R\$ 740 milhões, em quarto lugar a Elegê (controlada pelo Grupo Avipal, de capital Chinês), com R\$ 670 milhões, e em quinto lugar a Parmalat²⁸, com um faturamento de R\$ 601 milhões²⁹ no ano de 2001.

Entre os anos sessenta e oitenta, o Estado priorizou a geração de divisas através da exportação, implicando na modernização da agricultura e na agregação de valor dos produtos. Essas diretrizes se materializavam através de diversos fundos e programas setoriais que definiam várias modalidades de crédito, subsídios e isenções, além de implicarem em ações no sentido de limitar as importações. Por outro lado, havia também um forte interesse em controlar salários e preços internos dos alimentos como forma de combater a inflação, bem como adotar medidas de caráter tributário, cambial e fiscal que implicavam tanto no controle inflacionário como no controle de importações e incentivo às vendas externas.

Essas medidas, no caso do setor lácteo, se traduziram num ambiente de forte proteção e incentivo à produção nacional. Desde 1945, estava instituído o tabelamento de preços e margens de comercialização. Nessa época, o governo exercia rigorosos controles no câmbio para desestimular as exportações, as importações, e a elevação dos preços de um conjunto de produtos considerados de primeira necessidade. A partir de 1962, houve o tabelamento de preços do leite tipo C, com o intuito de proteger os produtores e suas cooperativas, já que esse tipo de leite era produzido principalmente pelas cooperativas. Em 1962, houve ainda a criação de órgãos públicos para realizar importações e coibir exportações, visando manter o abastecimento do mercado interno, interferir nos preços internos através de estoques reguladores e de produtos adquiridos no exterior pelo Estado. Em 1974, foi instituído também o subsídio ao segundo percurso, pretendendo estimular as empresas a buscarem o leite em regiões mais distantes. Foi instituída ainda a diferenciação do preço do leite, segundo a qual o leite destinado ao consumo fluído teria o preço cota, enquanto o destinado à indústria teria um preço menor. Passou-se a financiar estoques para cobrir déficits na entressafra, dar capacidade às empresas através do fornecimento de capital de giro para as empresas comprarem leite na safra, e evitar a industrialização do leite na entressafra em detrimento do consumo de leite fluído. Porém, a formação de estoque tinha, em grande medida, importações de leite em pó

²⁶ Revista Indústria de Laticínios.

²⁷ A Itambé é uma empresa de origem cooperativa. Atualmente passou a ser uma sociedade anônima e tem demonstrado interesse em se associar.

²⁸ Vale ressaltar que no ano de 2000 a Parmalat ocupava o segundo lugar em faturamento no ranking das empresas, ficando somente atrás da Nestlé

²⁹ Esse faturamento corresponde somente a Parmalat Brasil S.A, porém, a empresa tem participação majoritária na empresa Batávia que ocupou o sétimo lugar no ranking de faturamento em 2001 e que auferiu um faturamento de R\$ 170 milhões.

para ser reidratado (prática essa que somente a partir de 1994 passou a ser proibida³⁰). Quem ganhou com isso foram as multinacionais, que tinham facilidade de acesso ao mercado subsidiado e grande poder de estocagem.

Os anos oitenta trazem consigo uma enorme recessão, afetando gravemente o setor lácteo, principalmente as cooperativas. A recessão provocou a contração da demanda, a produção de leite caiu e o recurso às importações bloqueou a modernização do setor. Nessa época, boa parte do abastecimento de leite no Brasil veio da importação de leite subsidiado da Comunidade Econômica Européia e dos Estados Unidos, sendo que essas importações, em sua maioria, eram realizadas por empresas multinacionais. No caso do Governo Federal, os anos oitenta significaram corte de gastos, o que implicou na redução ou mesmo no fim de diversas iniciativas de incentivo ao setor lácteo como, por exemplo, o fim de programas sociais que demandavam grande volume do produto e que eram abastecidos por empresas nacionais, o fim do subsídio ao transporte do leite, entre outras. O Estado havia apoiado na década anterior a formação de cooperativas, que passaram a ser as principais fornecedoras de produtos menos elaborados, principalmente do leite tipo C, enquanto as multinacionais produziam produtos derivados, de maior valor agregado.

Dessa forma, no caso do leite tipo C, o tabelamento de preços ao produtor e ao consumidor, criado inicialmente para proteger as cooperativas e os consumidores do processo inflacionário, tornou-se seu algoz à medida que os demais produtos lácteos (produzidos pelas multinacionais) tinham os preços sem controle, podendo auferir altas margens de lucro. Vale ressaltar também que, com a recessão, as pessoas de mais alta renda demoravam mais para sofrer os impactos da crise, continuando a consumir produtos mais elaborados, enquanto as pessoas de menor poder aquisitivo sofriam mais rapidamente os efeitos da crise, diminuindo o ritmo de consumo. Além disso, as cooperativas eram obrigadas a comprar todo o leite de seus sócios, o que acarretava custos adicionais de processamento e estocagem, além da ausência de políticas públicas de apoio³¹.

As cooperativas, que haviam investido pesadamente na modernização do sistema agroindustrial do leite, ao intermediarem o acesso ao crédito para o produtor, a compra de insumos e maquinário e na comercialização, tiveram altos índices de inadimplência, dado o fim dos juros subsidiados e a escassez do crédito oficial (fato também potencializado pela extinção do Banco Nacional de Crédito Cooperativo na época). Isso tudo, associado à fragilidade gerencial das cooperativas, que ficaram expostas com a estabilização da economia e a maior concorrência advinda da abertura comercial, principalmente com a entrada no país de leite a preços inferiores por serem subsidiados e por possuírem tarifas zero no caso de países do Mercosul, levou a maioria das cooperativas e suas centrais, bem como as empresas nacionais, a entrarem numa profunda crise. Já as multinacionais, atingidas em menor grau pela recessão dos anos oitenta e se aproveitando da crise no setor nacional, passaram a adquirir as cooperativas e empresas nacionais. Das nove centrais cooperativas constituídas na década de 1970, somente uma permanece nos dias atuais³².

Nesse processo, sem dúvida, a empresa que mais empreendeu fusões e aquisições foi a Parmalat. Das 27 empresas adquiridas entre 1989 e 2000 (nem todas com produção de lácteos), uma delas era uma central de cooperativas de leite. Essa estratégia de expansão da Parmalat foi bem sucedida, colocando-a entre as maiores empresas do setor lácteo do país. No

³⁰ A Portaria 196 do Ministério da Agricultura de 23/09/94 estabelece a proibição de comercialização de leite pasteurizado reconstituído, durante 4 meses no ano, coincidente com o período de safra (os quatro meses varia segundo certas regiões geográficas) exceto para as regiões Norte e Nordeste dada a insuficiência o abastecimento. A Portaria estabelece também que fica proibida em qualquer época do ano e em qualquer região a elaboração e comercialização do leite esterilizado através do processo UHT a partir da reconstituição de leite em pó.

³¹ MARQUES, V. de A. Setor Agroindustrial - Leite e Derivados - Panorama Nacional. Dez. 1998.

³² Essa central cooperativa, a Itambé, a pouco tempo tornou-se Sociedade Anônima (S.A.) e tem procurado uma empresa para se associar.

início dos anos noventa, a Parmalat lançou no mercado brasileiro o leite longa vida, o que significou a ocupação por uma multinacional de um mercado, o do leite fluído, até então dominado pelas empresas nacionais e pelas cooperativas. Com a entrada do leite longa vida no Brasil, o mercado de leite fluído deixou de ser caracterizado como um mercado regional e passou a ser um mercado nacional, em virtude de sua durabilidade, das facilidades de armazenamento e de transporte. Esses motivos, associados ao preço semelhante ao preço do leite pasteurizado, tornaram o produto bem aceito pelos consumidores, fazendo com que a participação do leite UHT no consumo total de leite fluído passasse de 4% em 1990, para 72% em 2000³³.

A partir de 1994 veio o Plano Real, que por um lado trouxe a estabilidade econômica e o conseqüente aumento no consumo de lácteos, mas que por outro lado, incentivou a importação à medida que se utilizou da valorização do câmbio como principal instrumento de sustentação do controle da inflação. Dessa forma, parte significativa do aumento do consumo de lácteos, durante o período de vigência da valorização cambial (ou seja, até janeiro de 1999), foi sustentado pela importação de lácteos. Entre 1990 e 1994, em média, 5% do consumo brasileiro de leite veio de importações, entre 1994 a 1999, período no qual o Real se manteve valorizado, essa média mais que dobrou, ficando em cerca de 11%³⁴.

Por outro lado, ainda em 1994 se estabeleceu o Mercosul que, para o Brasil, no que diz respeito ao setor lácteo, foi sinônimo de problemas à medida que implicou no aumento das importações de leite e derivados. A tabela abaixo traz a taxa de crescimento das importações brasileiras entre 89/91, período pré-formação do Mercosul e entre 94/96, período no qual o Mercosul já estava em vigor. Os números apontam que, nos primeiros anos após a entrada em vigor do Mercosul, as importações cresceram 47% a.a, valor este muito superior aos verificados nos anos anteriores a formação do bloco, que foi de somente 1% a.a. Esse aumento foi sustentado principalmente pelo Mercosul e União Européia. A União Européia e os países que hoje compõem o Mercosul, antes da formação do Mercosul e da valorização do Real, tinham suas taxas de crescimento o fornecimento de leite e derivados para o Brasil negativas em 16% e 18%, o que significou tendência a redução da participação de ambos no fornecimento total. No entanto, após a formação do Mercosul ambos demonstraram aumento das taxas de crescimento de exportações de leite e derivados para o Brasil. Entre 94/96 a União Européia teve uma taxa de crescimento de 28% a.a, enquanto o Mercosul foi de 60% a.a.

Taxa anual de crescimento (%) das importações de leite do Brasil, segundo o total e alguns blocos comerciais.			
	Total	Mercosul	União Européia
89/91	1	-18	-16
94/96	47	60	28

Fonte: Ministério da Indústria e Comércio

Elaboração: Deser

Todas essas alterações permitiram que o setor lácteo brasileiro elevasse as importações de 6,3 bilhões de litros na década de 1980, para cerca de 16,6 bilhões de litros na década de 1990. A partir de 1997, o Brasil passou a impor uma série de medidas tarifárias pretendendo reduzir as importações do bloco. Atualmente está em vigor um direito *antidumping* de aplicar uma taxa de 16,9% às importações vindas do Uruguai. A Argentina também foi acusada e condenada de praticar dumping, no entanto, comprometeu-se a corrigir a distorção. Vale ressaltar que essa medida vale somente para o leite em pó³⁵. Ou seja, outros derivados tais

³³ Associação Brasileira de Leite Longa Vida.

³⁴ Leite Brasil. Disponível em <http://www.leitebrasil.com.br>.

³⁵ Essa medida abrange 6 itens da Nomenclatura Comercial do Mercosul relacionados ao leite em pó.

como leite UHT, manteiga, queijos ainda sofrem com as importações. E ainda há denúncias de que a Argentina tem exportado derivados de leite para o Paraguai, que não está envolvido em *dumping* para o Brasil, e este por sua vez exportado para o Brasil, assim os produtos Argentinos estariam entrando no Brasil sem o pagamento a tarifa imposta pelo direito *antidumping*.

As importações de lácteos também foram influenciadas pela redução tarifária inicialmente unilateral que o Brasil empreendeu, principalmente nos anos noventa. Entre 91 a média da tarifa de importação de leite e derivados estava entre 30% e 40%. Já em 1994 a média tarifária ficou em 20%. E atualmente o Brasil tem uma tarifa de importação de cerca de 27% .

Atualmente, cerca de 8% das importações de leite vêm da Europa, 7% da Nova Zelândia e 80% do Mercosul³⁶. O fato de a maior parte das importações de lácteos virem tanto do Mercosul como da União Européia também contribuiu para o fortalecimento das multinacionais. O subsídio da União Européia na sua produção de leite permitiu às multinacionais, maiores empresas importadoras de lácteos no Brasil, importar leite a um custo inferior ao custo doméstico. Em primeiro lugar, isso incentivou o aumento das importações, prejudicando a Balança Comercial do país. Em segundo lugar, pressionou os preços pagos aos produtores para baixo e, em terceiro lugar, conseguiu se colocar de forma mais competitiva nos mercados domésticos de forma desleal, à medida que possuem maiores facilidades ao acesso ao crédito para importar e prazos de pagamento dilatados, bem como conhecem muito bem o processo e os melhores canais de importação. Em 2001, a União Européia (exceto a Dinamarca) juntamente com o Uruguai e Nova Zelândia foram acusadas e condenadas por práticas de *dumping* nas exportações de leite para o Brasil entre os anos 1998 e 1999, sendo aplicadas medidas *antidumping* para correção das distorções. Por outro lado, o Mercosul tem possibilitado que as multinacionais do setor lácteo se instalem em seus países membros, principalmente Argentina e Uruguai, dada suas vastas bacias leiteiras, e se utilizem da ausência de tarifas para colocarem seus produtos nos mercados do Bloco. A Parmalat, por exemplo, inaugurou, em 1995, a sua fábrica mais moderna na Argentina, sendo o objetivo da planta daquela fábrica exportar leite para o Brasil³⁷. Além disso, tem havido denúncias de que multinacionais têm feito triangulação de leite para o Brasil através da Argentina.

Assim, antes da liberalização comercial, da desregulamentação do setor lácteo e da criação do Mercosul as importações de lácteos eram expressivas mas esporádicas se cumpriam o papel de regular o mercado e o abastecimento doméstico na entressafra e controlar a inflação. Antes, era regulada pelo Estado e regulada através da imposição de tarifas. Atualmente, é realizada por agentes privados, especialmente transnacionais, atacadistas, indústrias de alimentos, supermercados e empresas “ sem fábricas” que atuam no mercado para obter lucros decorrentes das variações cambiais e da taxa de juro. Além de o instrumental tarifário ser limitado à medida que está sujeito às normas do Mercosul e da Organização Mundial do Comércio.

A EXPANSÃO DA PARMALAT.

Apesar da Parmalat Brasil S/A estar presente no Brasil desde 1974, foi a partir de 1989 que a empresa passou realmente a empreender sua estratégia de internacionalização calcada na aquisição de importantes laticínios nacional. No Brasil, esse processo se internacionalização foi muito bem sucedido, tanto que em 1993 a Parmalat Brasil S/A era a segunda maior subsidiária da empresa no mundo. Somente entre 1989 e 2001, a Parmalat fez

³⁶ Segundo dados do MDIC - Ministério do Desenvolvimento da Indústria e Comércio.

³⁷ Revista Exame, 24/05/95.

27 aquisições³⁸ de empresas brasileiras principalmente no setor de lácteos, sendo a maioria delas empresas detentoras de marcas fortes regionalmente. Somente entre 1989 e 1993, a empresa adquiriu 14 empresas. Essa estratégia possibilitou à empresa se instalar em diversos Estados brasileiros, se concentrando nas regiões sul e sudeste, onde há grande concentração populacional, bem como permitiu a redução de custos de entrada à medida que, ao adquirir empresas já consolidadas no mercado, não incorreu em “custos de entrada” principalmente vinculados à construção da marca. Atualmente a empresa³⁹ possui 11 plantas industriais distribuídas em 8 estados brasileiros, porém, a empresa já esteve presente em número maior de estados e chegou a possuir um número maior de plantas industriais. Essa contração em sua estrutura foi resultado do processo de reestruturação pelo qual o Grupo Parmalat vem passando.

Em 1995, a empresa passou a diversificar suas atividades incorporando empresas que atuam nos mercados de sucos, biscoitos, chás e chocolates e atomatados. A diversificação da empresa permitiu uma menor dependência do segmento de produtos lácteos, apesar de, no Brasil, como nos demais países onde a está presente, a divisão de lácteos ser a mais importante. Em 2002, cerca de 70,5% das vendas da empresa no país vieram da divisão de lácteos⁴⁰.

Com a entrada do leite longa vida no Brasil, o mercado de leite fluído passou a ser um mercado nacional. Isso associado ao preço quase igual do preço do leite pasteurizado tornaram o produto bem aceito pelos consumidores, fazendo com que a participação do leite UHT no consumo total de leite fluído passasse de 4% em 1990, para 72% em 2000⁴¹. Atualmente cerca de 37% da receita líquida da Parmalat tem como origem a venda de leite UHT⁴².

A estratégia da Parmalat de conquista de mercado sempre se apoiou no fortalecimento da marca o que por sua vez fez a empresa investir sempre muito no marketing, principalmente no marketing associado ao esporte, patrocinando eventos esportivos e atletas.

A estratégia da Parmalat, em seu processo de internacionalização durante os anos oitenta e principalmente nos anos noventa, pautou-se em:

- investir em países com potencial de crescimento, em especial os países em desenvolvimento;
- transformar a companhia de uma simples companhia de produtos alimentícios, numa companhia “de nutrição”, oferecendo produtos de alto conteúdo nutricional;
- entrada em novos mercados, segmentos e países, através da aquisição de empresas e marcas, priorizando inicialmente a expansão em mercados tradicionais.
- expansão P&D (pesquisa e desenvolvimento) pretendendo com isso explorar cada vez mais o mercado de alimentos funcionais, bem como, dos derivados de leite;
- ênfase na exportação da empresa (princípios, marcas, tecnologias) menos que na exportação de produtos finais.

IMPACTOS DAS MULTINACIONAIS PARA A AGRICULTURA FAMILIAR

No ano de 2002, dos 20,4 bilhões de litros de leite produzidos no Brasil, boa parte foi produzido pela agricultura familiar, já que o Censo Agropecuário de 1995/96 mostrou que, cerca de 80% dos estabelecimentos produtores de leite são de agricultores familiares⁴³ e 52%

³⁸ Jornal Valor Econômico- 17/10/01 “Parmalat enxuga operações no país”.

³⁹ Ver a distribuição locacional das plantas no Brasil em www.parmalat.com.br

⁴⁰ Fonte: Comissão de Valores Mobiliários. Informações sobre companhias abertas. Disponível em <http://www.cvm.gov.br>

⁴¹ Associação Brasileira de Leite Longa Vida.

⁴² Ibid. 40

⁴³ Censo Agropecuário 1995/1996, tabulação especial FAO/INCR.

do VBP (Valor Bruto da Produção) da atividade leiteira é obtido através da produção desses estabelecimentos. No entanto, essa participação tende a diminuir à medida que muitos agricultores têm sido excluídos dessa atividade, principalmente dado os preços reduzidos que têm sido pagos a eles por diversos motivos, em muito associados à atuação de multinacionais no mercado, como já discutido anteriormente. A saída dos agricultores pode ser constatada quando se observa a evolução da produção brasileira de leite. Desde 1993 não se observava retração da produção, o que veio a ocorrer no ano de 2002. Se comparada à produção de 2001, houve uma redução em cerca de 100 milhões de litros de leite, e o principal motivo que ocasionou essa redução foi o baixo preço pago aos agricultores⁴⁴.

Para os defensores da agricultura familiar a exclusão dos produtores da atividade é extremamente preocupante, dada a importância que a mesma desempenha não somente pela renda mensal que a produção de leite fornece a seus produtores, mas também, a própria economia local no qual esses produtores estão inseridos.

A agricultura familiar⁴⁵ brasileira é caracterizada pela diversidade à medida que nas propriedades produz-se diversas culturas, destinadas não somente ao mercado, mas também, ao autoconsumo. É nessa realidade que o leite se insere, pois se torna uma atividade complementar às demais, à medida que se utiliza das culturas já existentes na propriedade (tais como o milho o trigo utilizados para alimentação do gado leiteiro), não incorrendo em gastos elevados e permitindo que o leite excedente ao consumo familiar seja vendido, gerando renda às famílias. Ou seja, o leite produzido nas propriedades familiares tem um baixo custo, uma vez que sua produção depende de fatores já existentes na propriedade. Por outro lado, pelo fato do leite ser uma atividade contínua, gera uma renda mensal grande importância para as famílias, por que é com essa renda que as famílias pagam as despesas mensais com a manutenção da família, tais como luz, água, telefone e outros. Na região Sul por exemplo, a renda gerada pela atividade varia entre R\$ 100,00 a R\$ 500,00 por mês, para produtores que produzem cerca de 50 litros/dia.⁴⁶

Por outro lado, a atividade leiteira tem um caráter distributivo da renda. Nos pequenos municípios é nos dias que os produtores recebem o pagamento do leite que o comércio local apresenta algum movimento mais intenso. Esse dinamismo do comércio se justifica justamente pelo fato dos gastos serem realizados de forma descentralizada e periódica, já que em outras culturas que não são perenes esse dinamismo no comércio acontece somente nos períodos de safra. Além disso, nas regiões onde há produção superior ao consumo regional, a atividade contribui para o ingresso de renda da região.

Vale destacar outros pontos positivos do envolvimento da agricultura familiar na atividade, não somente como produtora, mas também como agroindustrializadora tais como: (i) a absorção de mão de obra; (ii) alto valor agregado na propriedade; (iii) fácil descentralização de unidades industriais; (iv) grande alcance social; (v) uso de terras “não nobres”.

Integração Industrial : Melhor para quem?

Nossa Senhora da Glória, município do Noroeste sergipano, localiza-se a 120 km de Aracaju. O leite produzido na região é basicamente um produto da agricultura familiar, de pequenos agricultores que têm na atividade sua principal fonte de renda. Requeijão, queijo mussarela e queijo de coalho são os principais produtos obtidos. Destinam-se aos

⁴⁴ FAEP. O desempenho da Pecuária de Leite em 2002 e Perspectivas para 2003. Boletim Informativo. Disponível em <http://www.faep.com.br>

⁴⁵ Agricultura familiar: agricultura realizada em pequenas propriedades, cuja mão-de-obra utilizada na produção é quase que exclusivamente a da própria família.

⁴⁶ Fonte: FORUM SUL DO LEITE DA AGRICULTURA FAMILIAR. Políticas para o fortalecimento da produção leiteira. Documento entregue ao Governo Federal. Junho 2003

mercados populares, especialmente nos Estados de Alagoas, Paraíba, Pernambuco e Piauí.

Em 1997, a Parmalat encerra as atividades da unidade de resfriamento, deixando os produtores sem importante canal de comercialização. A solução encontrada revela-se na proliferação de estabelecimentos informais de produção de queijos. A quantidade dessas fabriquetas ainda é indefinida em virtude da sua grande volatilidade.

Quando a oferta de leite é maior e os preços caem, o momento torna-se propício à dinamização ou, até mesmo, ao surgimento de fabriquetas. Existem no município cerca de 30 desses estabelecimentos, correspondendo ao maior contingente do Noroeste sergipano. Ao absorverem a produção local, as fabriquetas asseguram a manutenção da atividade. A parcela do leite vendida aumenta consideravelmente - para cerca de 70% do total produzido. Atualmente, o que mais se discute é a qualidade dos produtos, especialmente quanto aos aspectos higiênico-sanitários do processo produtivo. Na pesquisa de campo, realizada em setembro de 2002, constata-se que esse atributo necessita de maior atenção por parte dos órgãos reguladores. Além da sua importância econômica, as fabriquetas têm um importante papel social no município. Estando próximas das unidades produtivas de leite, seus proprietários pagam, à vista e em espécie, diretamente aos produtores - ao contrário do pagamento a prazo, via bancos, da Parmalat. Ademais, as fabriquetas empregam exclusivamente mão-de-obra local. Outro importante benefício consiste na devolução aos fornecedores de parte do soro, que é um subproduto da fabricação de queijos. Esse pequeno detalhe explica o desenvolvimento de sistemas produtivos mais diversificados, com a inclusão da suinocultura, paralelamente à atividade leiteira - o soro é utilizado na alimentação suína. Gera-se, assim, alguma renda extra aos produtores.

Pressões pela redução e mesmo pelo fim desse mercado informal não levam em consideração os impactos sociais que o corte abrupto do mercado pode trazer à produção familiar de leite. Os queijos são destinados aos mercados populares de baixa renda - e não aos grandes supermercados -, a um consumidor pouco exigente em termos de qualidade higiênico-sanitária do produto. As autoridades sanitárias do Estado, estando conscientes do problema, adotam um comportamento tolerante.

Já existe, no município, uma verdadeira rede de fornecedores, atravessadores e comerciantes dos queijos, garantindo a sustentabilidade e reprodução econômica, não apenas das famílias dos produtores, mas de todas as pessoas envolvidas naquele agronegócio.

Esta análise remete ao dilema que se coloca aos produtores. ... melhor continuar na informalidade, produzindo a custos baixos para um mercado popular garantido? Ou arriscarem-se, formalizando seus negócios, procurando agregar valor aos produtos, incrementando o processo produtivo, obtendo certificados de inspeção estadual ou federal? A última opção, além de excessivamente burocrática, pode incorrer em novos custos e, conseqüentemente, elevar os preços finais, excluindo consumidores.

Em Nossa Senhora da Glória tem-se a confirmação da existência de soluções alternativas ao complexo agroindustrial leite/ laticínios. As fabriquetas não se comparam a unidades industriais formais, sendo mais bem definidas como estabelecimentos artesanais de fabrico de queijos. Não se observam a presença de grandes grupos nacionais ou transnacionais, nem a dominação, no mercado, de redes distribuidoras de insumos e de produtos (redes de supermercados, por exemplo). Apesar disso, não se constata a regressão e/ou desaparecimento da atividade. Pelo contrário, os produtores primários continuam ativos e a presença desses canais tradicionais de comercialização garante a manutenção da principal atividade econômica dos municípios.

Extraído de " Integração Industrial : Melhor para quem? Dois casos do complexo leite/ laticínios". Publicado no boletim Conjuntura e Planejamento da Superintendência de Estudos econômicos e sociais da Bahia (SEI, Salvador, n.102, p.15-20, Nov. 2002

Mas foi justamente a agricultura familiar com todo seu caráter multifuncional que foi a mais prejudicada pelo processo de liberalização ocorrido ao longo dos anos noventa.

Segundo MELO, (2001)⁴⁷, o setor agropecuário brasileiro foi severamente afetado nos anos noventa pelas mudanças tanto de política econômica como de política agrícola. Entre 1989 e 1999, os preços recebidos pelos produtores familiares reduziram-se em 4,74% a.a, enquanto os preços recebidos pelos produtores patronais (ou grande produtores) reduziram-se em 2,56% a.a⁴⁸, ou seja, foram os produtos caracteristicamente produzidos pela agricultura familiar que tiveram as maiores reduções de preços.

Dentre os produtos da agricultura familiar, o leite foi o que mais sofreu redução de preço (cerca de 6,38% a.a.) isso em grande medida também foi influenciado não somente pela abertura comercial, mas também pela entrada de multinacionais que influenciaram em larga medida o preço pago pelo produto final por parte dos consumidores, bem como o preço pago aos produtores.

A Tabela 1 traz informações sobre o preço recebido pelos produtores e pago pelos consumidores. Houve tendência à redução nos preços pagos pelo consumidor, bem como nos preços pagos aos produtores. Entre 1989 e 2002, os preços pagos aos produtores tiveram uma redução de 50% , enquanto o preço pago pelo consumidor teve uma redução, menor, de 36%. Isso significa que algum segmento entre produtor e varejo teve sua margem de lucro ampliada em cima do preço do produtor, porque caso contrário ambas variações teriam sido bem próximas. A tabela mostra ainda que houve tendência à redução na participação do preço recebido pelos produtores ao longo da década. Em 1989, cerca de 58% do preço de venda do produto final era destinado ao produtor, chegando a representar somente 42% em 1999, o que significa que 58% do preço do produto final ficou com a indústria e/ou com o varejo.

Os dados indicam ainda que em anos de baixa importação, como em 1992 e 2001, o preço recebido pelos produtores não tendeu ao aumento (o que teoricamente deveria acontecer à medida que teria havido uma redução da oferta de leite) o que, de certa forma, mostra a força das grandes empresas em manipular o preço do produto.

Tabela 1 – Preço Recebido pelo Produtor e Pago pelo Consumidor pelo Leite Pasteurizado Tipo C no Estado de Minas Gerais¹ – Brasil

Ano	Preços recebido pelos produtores (R\$) ²	Preços pago pelos consumidores (R\$) ²	Participação do preço recebido pelo produtor no preço do produto final (%)	Importações (milhões de litros)
1989	0,88	1,50	58,2	1.357
1992	0,84	1,68	50,0	276
1994	0,66	1,39	47,4	1.250
1995	0,58	1,30	44,7	3.200
1996	0,58	1,25	46,4	2.450
1999	0,45	1,07	42,0	2.410
2000	0,50	1,13	44,6	1.808
2001	0,44	1,01	43,6	800
2002	0,44	0,96	46,3	1.400
Var 89/02 (%)	-50,0	-36,0		

Fonte: FAEMG/SMAA/PJF.

¹ O Estado de Minas Gerais é o maior produtor de leite do Brasil, dessa forma demonstra em grande medida a tendência em todo país.

² Preços corrigidos pelo IGP-DI para novembro de 2002 (R\$/litro).

Certamente que a redução do preço do leite tipo C, como apresentada na tabela acima foi benéfica ao consumidor. No entanto, essa redução abrangeu somente uma pequena parcela

⁴⁷ MELO, Fernando Homem de. Liberalização Comercial e agricultura familiar no Brasil. *In*: Comércio Internacional, segurança alimentar e agricultura familiar. Action Aid Brasil. Rio de Janeiro, set. 2001

⁴⁸ Ibid. 41

dos consumidores de leite fluído à medida que somente 20% do consumo de leite são do leite tipo C, percentual este que era de 87% em 1990. Provavelmente o preço do leite longa vida também tenha sofrido redução ao longo do tempo, no entanto, também não deve justificar uma redução tão acentuada nos preços pagos ao produtor.

Vale ressaltar que o preço do leite é uma faca de dois gumes, por um lado à redução é benéfica ao consumidor à medida que o leite e derivados representa um importante alimento na dieta alimentar dos brasileiros, mas por outro lado é prejudicial ao produtor de leite. Dessa forma, o preço do leite pelo consumidor deve ponderar esses dois lados.

O produtor de leite precisa ter as condições necessárias de permanecer na atividade, e isso depende do preço que ele recebe, caso contrário sua saída pode representar perdas não somente para o produtor, mas também perdas para a sociedade à medida que são esses agricultores sem condições de permanecer no campo que ampliam as massas populacionais dos grandes centros urbanos, principalmente as periféricas. Trazem ainda perdas culturais à medida que acabam por abandonar sua origem e boa parte de sua cultura.

Além da redução do preço recebido ao longo dos anos noventa, os produtores sofreram ainda com o aumento dos preços de vários insumos. A ração para bovinos de raça leiteira, por exemplo, aumentou 160% entre 1994 até 2002. Dessa forma, se em 1989 o produtor comprava 2,6 sacos de ração (de 40 kg) com a venda de 100 litros de leite, em 2002 ele conseguiu comprar somente 1,5 sacos⁴⁹.

Mas também não é somente o produtor de leite que sofre com o domínio das multinacionais sobre a cadeia do leite. As indústrias de base cooperativa também têm sofrido os impactos negativos com a oligopolização tanto no setor de embalagens como no varejo. Nesse sentido, o produtor sofre ao ter que negociar preço e condições de trabalho com as multinacionais sofre ao ter que negociar a compra de insumos para preparar a terra e plantar as pastagens para suas vacas e sofrem as pequenas e médias indústrias de base cooperativa que industrializam o leite, ao ter que negociar com as grandes redes de varejo para terem acesso a suas lojas.

Apesar do leite longa vida ser um produto muito demandado, tem apresentado baixa margem de lucro para a indústria, principalmente para as indústrias menores como as de base cooperativa. O motivo dessa redução, em primeiro lugar, está associado ao aumento da concorrência no mercado de leite UHT que fez com que o preço do produto fosse reduzido. Em segundo lugar, o elevado custo da embalagem Tetra Pak (para a qual inexistente produto similar), da empresa norte-americana Tetra Pak, que representa grande parcela dos custos do produto. Na média, o valor desse tipo de embalagem tem representado cerca de 30% do custo final do produto⁵⁰, nas empresas de base cooperativa. Provavelmente nas empresas de grande porte do setor a participação no custo final da embalagem seja menor isso, porque, a empresa Tetra Pak possui uma tabela de preço da embalagem que é regressiva dependendo do tamanho do pedido, ou seja quem compra mais tem desconto sendo que há acréscimo de preço para que compra menos que um determinado volume de embalagens. A CPI sobre o preço do leite no Rio Grande do Sul apurou que a diferença entre os preços mínimo e máximo da embalagem varia de 3% a 21% de acordo com a quantidade.

No entanto, o prejuízo trazido pela produção de leite longa vida não se limita ao preço das embalagens. A assistência técnica prestada para manutenção das máquinas fabricadas pela própria Tetra Pak é outro problema, pois somente os técnicos da empresa possuem os equipamentos e programas necessários para realizar a manutenção das máquinas, não havendo assim a possibilidade de outro fazê-lo, o que gera custos considerados, por vezes, abusivos.

A influência negativa da empresa Tetra Pak é tamanha nos preços pagos aos produtores, que a própria CPI do leite do Rio Grande do Sul conclui “ *As provas coletadas*

⁴⁹ FAEMG/Informações Econômicas.

⁵⁰ Coorlac- Companhia Riograndense de Laticínios e Correlatos.

sugerem que (...) a conduta da Tetra Pak, ao discriminar arbitrariamente seus clientes através de preços e quantidades mínimas viáveis para aquisição da embalagem cartonada e ao condicionar a contratação dos serviços de assistência técnica, compromete o desenvolvimento competitivo e contribui para a exclusão de produtores da atividade leiteira no Rio Grande do Sul”. (Relatório da Comissão Parlamentar de Inquérito do Preço do Leite, pág. 187)

Dessa forma, a produção de leite longa vida é para os pequenos laticínios mais uma forma de manutenção de sua marca no mercado de leite fluído do que propriamente uma fonte de lucro dada à reduzida margem de lucro. O que falta hoje são alternativas à embalagem Tetra Pak, que tenham um custo menor viabilizando maior margem de lucro e, por outro lado, estabelecendo concorrência à Tetra Pak, o que incentivaria a redução de preços desta, bem como o fim de certas exigências e a inclusão de outros benefícios.

A entrada de grandes redes varejistas, principalmente empresas transnacionais, foi outro elemento determinante para a consolidação e ampliação das multinacionais no setor lácteo. As grandes redes varejistas internacionais consolidaram sua expansão no mercado brasileiro também nos anos noventa. Estas empresas empreenderam sua estratégia de expansão no Brasil (e em outros países em desenvolvimento) principalmente por dois fatores. Em primeiro lugar, por causa da pulverização do mercado varejista que existia no Brasil, o que facilitava e incentivava a entrada das grandes redes e em segundo lugar, por causa das sanções que estas redes tem sofrido na Europa por infração de concentração de mercado e abuso do poder econômico. Na França, por exemplo, a rede Carrefour foi obrigada a ceder, em determinadas regiões, 8 hipermercados e 26 supermercados para a concorrência por determinação do Governo⁵¹, tendo em vista a necessidade de reduzir sua concentração de mercado.

Por outro lado, é necessário considerar que as redes varejistas também contaram para sua expansão e consolidação no Brasil com vantagens financeiras, dada a obtenção de empréstimos no exterior à taxa de juros bem abaixo das existentes no mercado interno. Um caso citado na CPI do leite do Rio Grande do Sul foi o da rede Carrefour. A empresa obteve um empréstimo de €13 bilhões na Europa a uma taxa de juros de 3,5%a.a e prazos de até 10 anos para pagar. Se esse recurso tivesse sido obtido no mercado financeiro brasileiro, o custo financeiro seria bem superior a 3,5%a.a e possivelmente o prazo de pagamento não seria tão dilatado.

Em virtude desses benefícios (além de outros motivos já citados), que as grandes redes multinacionais de varejo puderam empreender sua estratégia de expansão e consolidação no mercado brasileiro. Em parte, essa expansão foi e tem sido realizada através de aquisições de empresas nacionais e da construção de novos pontos de venda. Em 2001 no Brasil, das dez maiores redes de varejo segundo o faturamento, três eram nacionais, duas de capital misto nacional e europeu, quatro de capital europeu e uma de capital americano⁵².

A consolidação das redes varejistas tem passado também pela redução de custos e aumento da eficiência e da produtividade, a partir do alcance de uma maior economia de escala. Por outro lado, o fato do varejo ser detentor de informações sobre tendências e hábitos de consumo e por concentrar grande parte dos consumidores tornou-se elemento chave para a indústria fornecedora. Dessa forma, as grandes redes varejistas tornam-se de grande importância para os fornecedores. No entanto, o fornecimento para essas grandes redes tem sido realizado, em sua grande maioria, por grandes empresas em função de dois motivos principais. Em primeiro lugar, por causa das práticas de “rapel” que são as exigências contratuais feitas pelas redes varejistas aos seus fornecedores, tais como pagamento de aluguel por espaço nas gôndolas (dependendo da localização na gôndola varia o valor do

⁵¹ Comissão Parlamentar de Inquérito sobre o preço do leite. Assembléia Legislativa do Rio Grande do Sul. Disponível em <http://www.pt-rs.org.br/cpidoleite/menu.htm>

⁵² Revista Exame. *Melhores e Maiores*, jun. 2001.

aluguel), pagamento especial destinado ao lançamento de um novo produto no supermercado, pagamento pelo não fornecimento de promotores ou repositores por parte do fornecedor, percentual de desconto (do valor a ser pago ao fornecedor) destinado a inserções de TV, comunicações em rádios, *out door*, e outras formas de publicidade institucional, além das multas em razão do não cumprimento das metas estabelecidas, tanto de entrega dos pedidos, como de vendas.

Em segundo lugar, há fortes indícios, como relatada na CPI do leite do Rio Grande do Sul, de que há acordos estabelecidos em nível internacional ou nacional entre indústrias lácteas e redes varejistas transacionais, segundo os quais estaria garantido o fornecimento dos hipermercados (dessas redes varejistas) por essas grandes empresas. Há fortes indícios que a Parmalat tenha esse tipo de acordo. Segundo dados fornecidos pela CPI, no estado do Rio Grande do Sul, cerca de 80% do leite UHT vendido nas lojas pertencentes ao Grupo Carrefour naquele estado, são da Parmalat (inclui aí a marca Batavo de propriedade da Parmalat).

As grandes redes são os principais pontos de venda dos produtos lácteos, principalmente os de maior valor agregado, que são também em grande parte produzidos pelas multinacionais. Os dados da Parmalat confirmam essa realidade⁵³. Em 2002, somente cinco grandes redes de varejo foram responsáveis por 32,7% das vendas da empresa, sendo os 67,3% restantes disseminados em trinta mil pontos de venda.

Em geral, as indústrias de lácteos estabelecem critérios para a fixação do preço ao produtor. Tais critérios, quando não utilizados de forma abusiva e que gerem discriminação, são importantes para a obtenção de uma matéria-prima com qualidade que gera benefícios tanto para a indústria processadora (menores perdas no processo produtivo) bem como para o consumidor. No entanto, o que se constata é que esses critérios, no caso da Parmalat, tem significado exclusão de produtores. A Parmalat aplica critérios de pagamento vinculados ao preço de mercado, o volume de produção individual por produtor, a qualidade e a safra e a entressafra.

O critério de pagamento por volume de produção é um critério discriminatório, pois o preço pago aos produtores de leite familiares acaba sendo reduzido quando comparado aos demais. O principal argumento utilizado pelas empresas para a adoção desse tipo de critério é a questão da logística com o transporte do produto já que ficaria mais caro para a empresa recolher o leite em propriedades que produzem pouco, por causa do custo do frete e o custo da depreciação dos caminhões dada a circulação de estradas não pavimentadas. No entanto, essa justificativa não se verifica à medida que o custo do frete já é descontado do produtor quando este recebe o pagamento mensal pelo leite entregue. Assim, não há motivo razoável para se pagar diferentemente por questão de escala. A CPI sobre o preço do leite do Rio Grande do Sul apurou que a diferença entre os valores mínimos e máximos do preço cota varia de 17% a 39% e que as bonificações por volume variam de 0% a 26%, com percentuais significativamente maiores nos estratos de maior produção. Este comportamento é induzido ou praticado diretamente pela ação das duas maiores empresas do estado, Parmalat e Elegê, que juntas exercem poder de mercado na captação e processamento de leite cru.

A produção de leite brasileira é bastante sazonal, tendo períodos de grande produção e períodos de baixa produção. As indústrias em geral argumentam que isso se torna um problema à medida em que coloca a produção industrial em risco nos meses de entressafra e nos meses de safra se vê frente a uma oferta muito além de sua capacidade de processamento. No entanto, para aos pequenos produtores de leite esse diferencial de preço não é positivo. Como a agricultura familiar produtora de leite não é especializada na produção de leite, sendo

⁵³ Fonte: Comissão de Valores Mobiliários. Informações sobre companhias abertas. Disponível em <http://www.cvm.gov.br>

uma atividade complementar às demais, nos períodos de entressafra não se justifica uma maior produção, seguindo assim a tendência à redução da produção, há poucos ganhos. Já no período de safra, a situação é pior, pois as indústrias se valem do fato da maior produção, para pagarem menos aos produtores. Em muitos casos, nem há excesso de produção que justifique essa redução de preço, como os produtores têm pouco acesso às informações sobre o mercado, acabam por se submeterem aos preços mais baixos.

Por outro lado, há ainda a questão da qualidade do produto. As indústrias argumentam a necessidade de aumento da qualidade da matéria-prima em nome da qualidade dos produtos para o consumidor, bem como, uma necessidade do Brasil entrar no mercado internacional de produtos lácteos. Certamente que o aumento da qualidade é interessante para o consumidor e para as indústrias. No entanto, há diversas formas de se alcançar uma melhor qualidade da matéria-prima, que não causem a exclusão de milhares de pequenos produtores da atividade. Na verdade o que vem acontecendo é que, nas empresas, a busca por qualidade é justificativa para obtenção de maiores lucros, não somente pelo preço, maior que as empresas podem cobrar por produtos classificados como de maior qualidade, mas também pelo fato de poderem justificar a redução do número de produtores fornecedores (à medida em que os excluídos não estariam se adequando aos padrões de qualidade da empresa), bem como um motivo para poder pagar menos aos produtores menores com a justificativa de que o leite destes seria de menor qualidade já que suas práticas produtivas e os equipamentos utilizados para a produção e armazenamento do leite não levam ao aumento da qualidade. Esse sistema de qualidade se justifica dentro das empresas como uma forma de transferência de renda, ou seja, os pequenos produtores que teriam um leite de menor qualidade têm um preço menor, assim o que eles deixam de ganhar pela qualidade é que subsidia o preço superior pago aos produtores que teriam um leite de maior qualidade.

Assim a busca por maiores margens de lucro fez com que as empresas do setor lácteo passassem a adotar um novo padrão de qualidade do produto. Esse novo padrão vai desde a adoção de tecnologias de resfriamento do leite e de ordenha, até a inclusão de uma série de testes a serem realizados com a matéria-prima, procurando atestar sua qualidade. A adoção desse novo padrão tem por objetivo, em primeiro lugar, dificultar a entrada de novos concorrentes no mercado, já que para se adequar a esses novos padrões de qualidade são necessários investimentos elevados. Em segundo lugar, permite às empresas diferenciar seu produto, através da divulgação aos consumidores do que representa, em termos de qualidade e de saúde e, dessa forma, cobrar preços mais elevados. Em terceiro lugar, permite à empresa reduzir custos, pois uma matéria-prima de melhor qualidade reduz as perdas no processo produtivo e permite à empresa ganhar escala no transporte e na logística (a adoção de um tanque resfriador na propriedade permite que o leite mantenha suas características físico-químicas por um tempo maior, sem haver a necessidade do tanque de coleta passar todo dia na propriedade).

No entanto, esse processo tem levado à exclusão de milhares de pequenos produtores de leite, por não terem condições financeiras de se adequarem a esse novo padrão. Por outro lado, tem permitido o aumento da produtividade dos que permanecem por estarem se tornando cada vez mais especializados na atividade. Entre 1996 e 2002, quatro dentre as maiores empresas do setor excluíram cerca de 70 mil produtores, obtendo um acréscimo de produção de 15%⁵⁴. Nesse processo, somente a empresa Parmalat excluiu 23,2 mil produtores entre 1996 e 2002, perdendo apenas para a Nestlé, que excluiu 32 mil produtores. Mesmo assim, a Parmalat obteve um aumento de produção de cerca de 19% no período mencionado.

Além da redução do número de produtores, a Parmalat tem pressionado seus produtores a adotarem resfriador, ou tanque de expansão. Segundo a empresa a adoção dessa tecnologia

⁵⁴ Fonte: Leite Brasil.

incrementaria o preço pago ao produtor em R\$ 0,02 por litro⁵⁵, incremento este que poderia ser utilizado para pagar o financiamento do resfriador. Nesse sentido, se for considerado que um tanque resfriador custa em média R\$ 5.000,00 (modelos mais simples) e que os produtores entregam em média cerca de 50 litros/dia⁵⁶, esses produtores levariam em torno de 13,6 anos para pagar o equipamento. Isso sem considerar que o leite é um produto com alta variação de preço, de forma que, em diversos períodos, significaria muito para os produtores destinar R\$ 0,02 por litro para pagar o resfriador. Existem também evidências de que a empresa Parmalat estaria pressionando os produtores a comprarem os resfriadores por ela indicados (a grande maioria importados), implicando no não pagamento da bonificação caso os resfriadores adquiridos pelos produtores não estejam entre as marcas indicadas como, por exemplo, a marca Westfalia, na qual a empresa tem parceria na venda⁵⁷. Assim, através do sistema de bonificação, que vai além da adoção do tanque de expansão e da utilização de outras tecnologias e insumos necessários para o alcance do padrão de qualidade da empresa, a Parmalat tem pago melhores preços para os produtores que se adaptam ao padrão de qualidade exigido, em prejuízo dos produtores menores e descapitalizados, que não têm condições econômicas de acompanhar as mudanças tecnológicas exigidas.

A intermediação na compra dos resfriadores é uma estratégia da Parmalat, o que tem significado o endividamento dos produtores integrados. Nesse processo, a empresa é avalista do produtor e este se compromete a pagar as parcelas com os recursos vindos da venda do leite. Desta forma, antes mesmo da empresa pagar ao produtor, a parcela é debitada do total a ser pago. Um agravante dessa situação é que quem determina o preço a ser pago mensalmente ao produtor é a própria Parmalat, não existindo um contrato formal entre produtor e empresa que regule ao menos um valor mínimo a ser pago, ou lhe garanta algum tipo de direito. Assim, o produtor fica dependente da empresa e subordinado ao preço imposto pela mesma, não tendo liberdade para optar por comercializar seu produto com outras empresas à medida que não sabe quanto vai ganhar.

Os depoimentos de Elaine e Baldur Frederich, casal de agricultores entrevistado na região de Ibirubá (Rio Grande do Sul), ilustram a importância do leite para a manutenção das famílias de agricultores, conforme será visto a seguir. O casal produz leite há doze anos e há quatro anos deixaram de entregar leite para a Parmalat. Além de leite, eles também produzem soja, bovinos de corte, milho e trigo, que são vendidos no mercado, e batata, mandioca e outras culturas para subsistência.

“(...) não vou dizer que é para tu fazer fortuna [com o leite], mas para tu se manter, para tu ter cada mês dinheiro para pagar luz, água, rancho e algumas coisas que tu precisa para manter a família é muito importante” (Elaine Frederich).

Quando o casal entrevistado passou a entregar leite para a Parmalat, a empresa se comprometeu a pagar um preço superior ao que eles vinham recebendo da empresa que trabalhavam anteriormente (Elegê). Conforme destacou Elaine Frederich em sua declaração, isso aconteceu por cerca de três meses. Depois desse período, a empresa começou a efetuar uma série de descontos no momento dos acertos, de forma que o preço recebido chegava a ser inferior ao da empresa anterior. De acordo com a entrevistada, a Parmalat cobrava o frete mais caro também cobrava despesas administrativas que, no seu modo de vista, era uma forma de diminuir o valor do preço pago pelo leite. A empresa também passou a exigir que os

⁵⁵ Isso tem acontecido no Estado do Rio Grande do Sul, uma importante bacia leiteira da Parmalat. Nesse estado, a empresa é responsável por 25% do leite captado.

⁵⁶ Utilizou-se 50 litros/dia como exemplo porque, segundo o estudo “Avaliação de programas de assistência técnica no setor leiteiro: um estudo de caso do departamento de assistência técnica ao produtor Parmalat”, cerca de metade dos produtores que entregam leite para a empresa produzem menos que 50 litros/dia.

⁵⁷ Conforme informações contidas no Jornal Gazeta Mercantil de 05/05/2000 e nos depoimentos dos produtores entrevistados nas regiões de Ibirubá e Três Passos (Rio Grande do Sul), em março de 2003.

produtores tivessem resfriador para melhorar a qualidade do leite e, caso isso não fosse cumprido, os produtores não recebiam bonificação.

A Parmalat propôs para a família a compra de tanques de expansão financiados pela própria empresa. Segundo Elaine, *“o lucro que nós íamos ter iria para pagar as 36 parcelas, e iria sobrar lucro zero, iria só dar para pagar o resfriador, mais aí também não dá porque nós vendemos leite, mas esse não é o único negócio”*. Nas palavras de Baldur, *“quando tem que aumentar o preço do leite eles dizem que é uma bonificação, mas quando tem que baixar eles diminuem essa bonificação, não mexem no preço do leite. Eles tiram de uns e passam para os outros, do menor para o maior, aí quando o pequeno se dá conta que está recebendo menos, eles aumentam um pouco, mas aí estão tirando de outro”*. A família deixou de entregar leite para a Parmalat e passou para o sistema cooperativista, passando imediatamente a receber cerca de R\$ 0,07 a mais por litro. O produtor Baldur Frederich declarou que em conversa com os representantes da Parmalat ouviu que *“(...) não faziam questão de receber leite de quem vendia pouco leite, eles queriam aqueles que produziam bem mais, para reduzir os fornecedores e ganhar escala”*.

Outro exemplo da prática predatória da Parmalat foi o que aconteceu na região de Carambeí, no Estado do Paraná. Nessa região, a Parmalat adquiriu 51% da maior cooperativa de produtores do Estado, a CCLPL (Batavo). Segundo depoimentos⁵⁸, a troca de comando da cooperativa fez com que os preços pagos aos produtores na época caíssem de R\$ 0,32 para R\$ 0,27.

Outro exemplo das expectativas da empresa foi o lançamento de um novo tipo de leite, o *Natura Premium*. Esse leite passa por um processo que permite alcançar a durabilidade do leite longa vida, sem perder o sabor original⁵⁹. A embalagem também é especial, de polietileno, com proteção à luz e ao ar (como a embalagem Tetra Pak). O leite *Natura Premium* é vendido com preço superior ao leite UHT. Mas para chegar ao leite *in natura*, necessária para a produção do *Natura Premium*, foi realizado um programa de aumento de qualidade junto aos produtores. Esse programa foi chamado de Parmaleite⁶⁰, que bonifica o leite do produtor segundo critérios de qualidade, como o percentual médio de proteínas e gordura, a temperatura do produto no momento da coleta e a contagem média bacteriana e de células somáticas, que estão ligadas à saúde do úbere da vaca. Cada item recebe uma escala de pontuação, que serve de base para a remuneração final, podendo crescer em até R\$ 0,05 o valor do litro. Porém, para se alcançar pontuação nesses itens, o produtor precisa dispor de todo um aparato tecnológico, como resfriador e ordenhadeira, e ainda arcar com maiores custos tanto para alimentação como medicamentos para as vacas.

O agricultor familiar Eduardo Hildt, residente numa propriedade na região de Campos Novos (Rio Grande do Sul) descreveu as dificuldades de ser um produtor do Parmaleite. Em uma determinada data, a Parmalat fez uma reunião com os produtores da região e avisou aos mesmos que iriam fazer parte do Programa Parmaleite. Eduardo Hildt aceitou, afinal acreditava que iria ganhar mais pelo leite que produzia. Na época, ele já recebia R\$ 0,02 de bonificação por ter o resfriador. Participando do Parmaleite ele deixou de ganhar os R\$ 0,02 e passou a receber a bonificação somente pelos critérios de qualidade segundo sua pontuação, o que representou receber, no máximo, R\$ 0,03 de bonificação. Ou seja, ele passou a ganhar somente um centavo a mais, porém aumentou muito mais suas despesas, além de demandar muito mais tempo de trabalho. Para Eduardo, *“(...) entrar no Parmaleite dava bem mais serviço, tirando o tempo para fazer outras coisas e não é só isso, aumentou as despesas. A gente tinha que gastar com farelo de soja. Antes de contar pontos de preço [antes de entrarem*

⁵⁸ Jornal Gazeta Mercantil, 07/04/1998.

⁵⁹ Press release. Disponível em www.parmalat.com.br.

⁶⁰ O Parmaleite foi introduzido somente no Estado do Rio Grande do Sul, onde está localizada a planta industrial que produz o *Natura Premium*.

no Parmaleite], *o leite nosso era alto em gordura. Depois nunca mais fizemos muito ponto em gordura* [um dos itens que conta como bonificação] ”.

Assim, em nome de sua lucratividade, a Parmalat tem ignorado a realidade de seus produtores de leite (descapitalizados e diversificados), induzindo-os a se especializarem. Esses produtores não demonstram interesse em se especializarem na atividade leiteira, já que o leite constitui-se numa atividade complementar às demais. Além disso, a especialização pode ser considerada para muitos como sinônimo de prejuízo, devido aos baixos preços que recebem. As metas e ações do programa de assistência técnica da Parmalat⁶¹ deixam isso claro, relacionam-se com a introdução de tecnologias de processo e de gestão nos processos produtivos dos fornecedores, como, por exemplo, introdução de tecnologias que elevem a produtividade e a qualidade das forragens, mudanças no manejo alimentar do rebanho, substituição do rebanho comum por matrizes especializadas na produção de leite, incentivo à aquisição estratégica de alimentos concentrados, orientação na construção de instalações adequadas, incentivos à aquisição de ordenhadeiras mecânicas e tanques isotérmicos de expansão, identificação dos animais, introdução de prática do controle reprodutivo e descarte de animais improdutivos, utilização de planilhas de custo e levantamento do patrimônio envolvido na atividade. Assim torna-se quase impossível um produtor de baixa escala se adequar ao padrão exigido dado o custo que isso implica.

O novo padrão de produção de leite ditado pelas multinacionais, como a Parmalat, vem sendo muito bem aceito pelo Governo Federal. Em 2002, o governo brasileiro, através da Instrução Normativa 51, de 18 de setembro, colocou em prática o Programa Nacional de Melhoria da Qualidade do Leite (PNMQL), que tem por objetivo aumentar e dar qualidade à produção nacional, pretendendo assim beneficiar o consumidor e dar competitividade às exportações dos produtos que ainda são poucos representativos em termos de volumes na pauta de exportações brasileira. As propostas do PNMQL são coincidentes com a postura de grandes empresas, como a Parmalat, e das entidades representativas de grandes produtores rurais, tais como a Confederação Nacional da Agricultura (CNA). A incoerência das novas propostas para produção de leite, incorporadas pela Normativa 51, com a realidade da produção de leite é tamanha que indiretamente exige por exemplo que os produtores tenham um resfriador para o leite que, o que, sem existir um programa adequado de financiamento público, torna-se inviável para a grande maioria dos agricultores familiares.

Atualmente, existem somente dois tipos de linhas de financiamento para o produtor de leite. A primeira é o PRONAF (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar) que dependendo do enquadramento do produtor pode ter juros até o teto de 4%a.a. A segunda alternativa é o Pró-Leite que tem por objetivo a modernização do setor. Disponibiliza uma linha de financiamento aos produtores para a compra de tecnologias, tais como resfriadores, ordenhadeiras, melhoria genética e outros, e tem uma taxa de juros de 8,75%a.a. O problema dessas linhas de financiamento é que o acesso a uma delas inviabiliza o acesso à outra. Os agricultores familiares para os quais o leite em geral não é atividade principal da propriedade, dão preferência ao PRONAF utilizando para a produção das demais culturas, inviabilizando acessar o Pró-Leite. Ou seja, somente os grandes produtores de leite, conseguem acessar o Pró-Leite e dessa forma se adequar às novas normas de produção.

Dessa forma, o próprio Governo tem contribuído para a exclusão de produtores de leite. Como coloca a própria CPI do leite:

“ a cadeia produtiva do leite deve ser analisada como um todo e não somente em seus aspectos econômicos. Numa visão de bem comum da comunidade é necessário se equilibrar o econômico e o social. O lucro pode ser a força motora de uma empresa, mas não pode ser o de uma sociedade. Há necessidade de que o Estado cumpra o seu papel de promotor da paz e

⁶¹ NOVO, A.L.M; TOLEDO, J.C. de, “Avaliação de programas de assistência técnica no setor leiteiro: um estudo de caso do departamento de assistência técnica ao produtor Parmalat”.

da justiça social, implementando políticas públicas, especialmente para os negativamente privilegiados. As ações governamentais existentes são precárias e inviáveis até para os que podem ter acesso ao sistema financeiro. Os equipamentos existentes, face ao seu valor de mercado, são acessíveis somente aos médios e grandes produtores. Mesmos assim, esses necessitam tomarem empréstimos bancários a juros altos, levando vários anos para solver o financiamento bancário. Os pequenos produtores estão totalmente excluídos”.(Relatório da Comissão Parlamentar de Inquérito, pág. 270)

E ainda:

“As grandes empresas, por questão de redução custo, pretenderem excluir os pequenos produtores de leite é até explicável, sob estrito ponto de vista econômico. Seu objetivo é obter lucro. Porém, é inadmissível para uma entidade governamental cujo fim é o bem comum da comunidade estabelecer regras que excluam os pequenos produtores rurais da cadeia produtiva de leite”. (Relatório da Comissão Parlamentar de Inquérito, pág. 200)

Por fim, vale destacar parte do depoimento do Frei Sérgio Antônio Görden, membro do Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA), presente no relatório da já citada CPI: *” (...) existe um movimento forte na produção de leite que leva estruturalmente à exclusão dos pequenos e é este processo que nós achamos que tem que ser estancado. Esse processo vai não só do preço, mas vai da indução tecnológica (...). Obriga o agricultor a entrar num padrão de tecnologia com o argumento de que aquilo vai dar qualidade e nem sempre isso dá qualidade (...), mas que o principal objetivo é induzir a retirada do pequeno do mercado. Porque, por exemplo, eu ouvi de um técnico de uma grande empresa aqui do Estado uma coisa que do ponto de vista da maximização do lucro por parte da empresa é racional. Ele diz assim: É preferível recolher 300 litros de leite, resfriado num tanque de expansão, num único local, do que recolher 30 litros de cada um em 10 locais. Do ponto de vista da maximização do lucro da empresa é natural. A minha pergunta é: O que que isso implica para o conjunto da economia do Estado, da economia dos municípios e da população? E outra coisa, eu pergunto também, em termos de custos de produção, esse que produz 30, com o tipo de tecnologia que ele utiliza, se ele garantir higiene na ordenha e possibilidade de resfriamento em... resfriadores de imersão de tarro, que resolve o problema de resfriamento sem maior problema, por que ele não pode permanecer no mercado se ele garante uma enorme distribuição de renda? Por que eu tenho que optar exclusivamente pelo grande? ”.*(Relatório da Comissão Parlamentar de Inquérito, pág. 270)

Além das transnacionais estarem conseguindo que o governo institua seu padrão de produção a toda cadeia, tais empresas têm conseguido também acessar linhas de financiamento de instituições públicas. Somente a Parmalat, ao longo da década de noventa e início da atual, recorreu a financiamentos do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) entre vinte e trinta vezes⁶². Uma das últimas vezes (em janeiro de 2003) a empresa acessou no BNDES cerca R\$ 27,3 milhões, enquanto muitas cooperativas e pequenas e médias indústrias têm sua capacidade de expansão limitada, dada as dificuldades de conseguir acessar recursos públicos. Atitudes como essa vêm somente a fortalecer a oligopolização do setor.

Por outro lado, a Parmalat não tem sido incorreta somente com seus produtores, mas também com seus funcionários e com o meio ambiente. Em documento publicado pelo Observatório Social⁶³ em julho de 2001, que avalia a atuação da empresa segundo as convenções da OIT, foram constatadas diversas irregularidades, tais como:

- denúncias de perseguição à sindicalistas em algumas unidades da empresa;
- punição injustificada de trabalhadores que organizam resistência ao banco de horas;

⁶² Fonte: funcionário do BNDES. Infelizmente o Banco não disponibilizou maiores informações relativas a essas transações alegando serem sigilosas

⁶³ Disponível em www.observatoriosocial.org.br.

- restrição à reunião de trabalhadores no local de trabalho;
- abusos no que diz respeito às horas extras e pressão injustificada para o trabalho em fins de semana e feriados;
- a empresa não garante responsabilidade social em toda cadeia produtiva, principalmente junto aos produtores de leite;
- há discriminação de gênero no acesso aos cargos de entrada;
- há discriminação de gênero nos aspectos ligados à promoção e também cargos de chefia;
- a empresa possui um grande passivo ambiental por ter comprado empresas que estavam fora dos padrões ambientais, dentre outras;

No mesmo sentido, a CUT (Central Única dos Trabalhadores) comunicou ao Governo Brasileiro, em setembro de 2002 sobre a violação da Parmalat em relação às Diretrizes para Empresas Multinacionais da OCDE, da qual o Brasil é signatário. Segundo o comunicado, a planta industrial da Parmalat em Porto Alegre (Rio Grande do Sul) transferiu a linha de produção de iogurtes para outra planta da empresa, acarretando a demissão de grande parte dos funcionários. Essa decisão não foi comunicada com devida antecedência nem aos funcionários nem a seus representantes, fato este que fere o Artigo 6 do Cap. 4 das Diretrizes da OCDE⁶⁴.

POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O SETOR LÁCTEO.

As mudanças ocorridas no setor lácteo, discorridas ao longo do texto, e associadas a idéias de livre mercado que permitiram a oligopolização não somente das empresas processadoras de leite, mas também de setores envolvidos na cadeia, como o varejo e à indústria produtora de insumos, marginalizaram os produtores de leite de baixa escala e suas cooperativas não somente de produção, mas também de industrialização. A cadeia do leite demonstra claramente que o livre mercado é uma falácia e que ideário liberal somente é uma forma de dominação dos grandes sobre os pequenos. Nesse sentido, não há como o Estado não intervir nesse processo no sentido de equilibrar as forças entre os agentes envolvidos, o que significaria interceder para dar condições da agricultura familiar produtora de leite se fortalecer. No entanto, a intervenção que tem sido feita até então por parte do Governo não tem ido muito neste sentido.

Dado o poder de influenciar a economia nacional, bem como o lobby junto ao Governo, atualmente as políticas públicas no setor acabam por refletir os interesses dessas empresas e de outras organizações que vêm a produção de leite somente sob o ponto de vista econômico e não sob o ponto de vista social. O espaço rural não é apenas local de produção agrícola, mas, sobretudo, local de vida e trabalho das pessoas, que precisa ser valorizado e estimulado por políticas específicas. A construção e consolidação da atividade leiteira necessita incorporar a noção de desenvolvimento rural sustentável, Isto é, mais equilibrado, social e economicamente e mais parcimonioso com os recursos naturais.

Certamente que a política macroeconômica (fiscal, monetária e cambial) é determinante ao desenvolvimento do setor produtivo do leite. No entanto, a formato com está vem se desenrolando tem implicado na redução do poder de compra da população, o que ocasiona a redução no consumo de lácteos e que pode vir a ser um fator de pressão no

⁶⁴ O respectivo artigo diz: “Fornecer aos representantes dos trabalhadores, e quando apropriado às autoridades públicas competentes, com a devida antecedência, todas as informações que digam respeito à previsível introdução de alterações na atividade da empresa, suscetíveis de afetar, de modo significativo, o modo de vida dos trabalhadores, em especial, no caso de fechamento de unidades que impliquem demissões coletivas (...), dependendo das circunstâncias específicas de cada caso e na medida do possível, fornecer tais informações antes mesmo de ser tomada a decisão final”.

rebaixamento dos preços pagos aos agricultores, por outro lado, coloca também numa situação difícil as indústrias de base cooperativa.

Tendo isso em vista, apresentar-se na seqüência uma série de orientações para as políticas públicas⁶⁵ que pretendem se não contornar os efeitos negativos da situação do setor para a agricultura familiar, ao menor amenizar e das condições de que essa agricultura possa enfrentar a atual situação do setor. Nesse sentido as propostas estão separadas de acordo com o tema de inserção.

SISTEMA DE INFORMAÇÃO - Instituição de um sistema de informação público para monitorar os principais indicadores da cadeia produtiva do leite e auxiliar a determinação de um preço de referência para o preço do leite pago ao agricultor. Esse valor servirá para subsidiar a negociações entre os diversos agentes do sistema agroindustrial do leite na fixação da remuneração destes agricultores.

Instituir também a obrigatoriedade de divulgação antecipada pelos compradores e processadores de leite cru, dos critérios utilizados para concessão de bonificações e aplicação de descontos sobre o preço pago aos produtores.

INCENTIVO À REDUÇÃO DE CUSTOS - O incentivo a sistemas produtivos que reduzam custos de produção e ampliem a autonomia dos produtores é fundamental para manter e estimular a atividade e melhorar a renda das famílias. Nesse sentido, é de fundamental importância a assistência técnica. Seria interessante a formulação de convênios de parceria entre as cooperativas e os órgãos oficiais de extensão rural.

PRODUÇÃO AGROECOLÓGICA - Regulamentação de normas para produção agroecológica. A produção agroecológica é uma alternativa interessante para a agricultura familiar, pois agrega muitas práticas já tradicionais dessa agricultura e que permite agregar valor ao produto e reduzir custos de produção. No entanto dada a falta de uma legislação que normatize essa categoria de produto, os mesmos não podem ser comercializados (com SIF).

CONDIÇÕES PARA ADEQUAÇÃO À NOVA LEGISLAÇÃO - Ampliação dos programas de capacitação dos agricultores, através da liberação de recursos diretos às cooperativas, tendo em vista a necessidade de qualificação dos agricultores sobre a qualidade e, assim atender às novas necessidades da legislação.

Por outro lado, torna-se imprescindível a disponibilidade de linhas especiais de crédito para aquisição de tecnologias necessárias ao enquadramento da produção as novas normas de qualidade (Normativa 51) que sejam condizentes com a realidade financeira da agricultura familiar.

INVESTIMENTO EM TECNOLOGIAS ALTERNATIVAS - Realização de investimentos em tecnologias alternativas que sejam pautadas na realidade da produção de baixa escala e que possam ser reconhecidas oficialmente como garantidoras da qualidade do leite.

ALTERNATIVAS DE EMBALAGENS - Incentivar a geração e desenvolvimento de tecnologia alternativa à embalagem longa vida e à reciclagem da mesma. Para tanto seria importante a realização de parcerias entre órgãos de pesquisa e médias e pequenas indústrias para o desenvolvimento dessas embalagens.

⁶⁵ Estas propostas estão relacionadas a propostas de diversas organizações e parlamentares envolvidos com a questão da cadeia do leite.

INCENTIVAR O SISTEMA COOPERATIVO DE LEITE - As cooperativas são uma importante alternativa às empresas transnacionais, pois além de estabelecer competição na captação de leite, essas cooperativas estão permanentemente discutindo e construindo alternativas de organização e gestão, o que possibilita garantir a autonomia administrativa e financeira, numa estratégia de desenvolvimento com sustentabilidade na agricultura familiar e na cadeia do leite. Dessa forma, torna-se conveniente um programa especial que disponibilize, recursos, assessoria e estrutura para estimular essa proposta.

IMPORTAÇÕES - Apesar da existência de direitos antidumping contra as importações de países que eram grandes concorrentes no mercado interno, sugere-se a manutenção das tarifas de importação no máximo permitido tanto para leite UHT como para derivados.

Por outro lado seria interessante ao desenvolvimento da produção interna que leite e derivados, quando negociado a inserção do país em novos blocos comerciais, figurem na lista de exceção.

Propõem-se igualmente a proibição da utilização de leite importado para atender programas governamentais. O Governo deve dar prioridade na compra de leite e derivados das cooperativas e empresas de capital nacional.

Monitorar as importações e aplicar, de forma permanente, uma efetiva política de defesa comercial, com aperfeiçoamento da legislação anti-dumping e anti-subsídios, regras de origem contra operações de triangulação de produtos, salvaguardas e fixação de tarifas alfandegárias, especialmente da Tarifa Externa Comum (TEC).

Aperfeiçoar as medidas de caráter administrativo e higiênico-sanitário sobre as importações de produtos lácteos, como a obrigatoriedade de anuência prévia para a liberação das licenças de importação de Leite em Pó, Leite Longa Vida, Leite Condensado e Queijos, e a exigência de inspeção federal nos locais de armazenamento e processamento de produtos importados.

EXPORTAÇÕES - Disponibilidade de linha de crédito para exportações de leite e derivados compatível com a realidade da agricultura familiar, além da identificação de barreiras aos produtos lácteos brasileiros nos principais mercados mundiais e negociação de melhor acesso ao mercado. Estas medidas poderão auxiliar o desenvolvimento da produção no sentido de alcançar o mercado externo

PROGRAMAS SOCIAIS - Criação de programas sociais de leite e derivados nos estados e municípios, com a utilização de produtos de origem nacional e, preferencialmente, local, onde sejam privilegiados os produtos provenientes da agricultura familiar.

Estimular ainda a utilização de leite e derivados nacionais, produzidos pela agricultura familiar produtora e suas cooperativas processadoras de leite na merenda escolar e para o abastecimento de outras instituições públicas como hospitais, presídios e outros.

Dessa forma, o poder público se tornaria um grande comprador de leite contribuindo para a regulação dos preços o que fortaleceria os pequenos produtores.

CAMARA SETORIAL DO LEITE - Criação da Câmara Setorial do Leite, que funcionará como um fórum permanente da cadeia produtiva do leite a fim de elaborar políticas públicas de apoio ao leite, a ser integrada por representantes de órgão públicos como EMBRAPA, MDA e MAPA, além de entidades representantes dos produtores, tais como CONTAG (Confederação Nacional dos Trabalhadores da Agricultura), FSLAF (Fórum Sul do Leite da Agricultura Familiar), FETRAF- SUL (Federação dos Trabalhadores da Agricultura Familiar da região Sul), CNA(Confederação Nacional da Agricultura). dentre outros.

INCENTIVO À AGROINDUSTRIALIZAÇÃO - Concessão de linhas especiais de crédito do PRONAF para modernização e recuperação de unidades industriais cooperativadas de leite da agricultura familiar, com juros acessíveis e com pagamento de longo prazo.

PAGAMENTO DO LEITE - O fim do pagamento de preço diferenciado pelo leite extracota, pois esse serve muitas vezes como justificativa para o rebaixamento do preço do produtor. Além disso, seria também interessante o fim do critério de pagamento do leite por volume de produção que é apenas uma justificativa para reduzir o preço pago ao agricultor familiar.

Instituição de um percentual mínimo destinado ao agricultor do preço final pago pelo consumidor pelo leite fluído. Esse mínimo deve cobrir os custos de produção e ainda fornecer uma margem de lucro ao produtor.

Criação de mecanismos que venham a exigir que a indústria, no ato da aquisição da produção leiteira, informe o preço que será pago ao produtor, ficando proibida a prática ilegal e abusiva de fixação posterior do preço.

Obrigatoriedade de contrato formal entre indústria e produtor, onde deva constar o preço a ser pago ao leite, o critério de pagamento pelo leite, bem como, as contribuições a serem debitadas do total a ser pago.

TRANSPORTE - O pagamento pela indústria do primeiro transporte (propriedade-posto de resfriamento) atualmente pago pelo produtor. Essa despesa onera o produtor, girando em torno de 10% do que o mesmo tem a receber.

FISCALIZAÇÃO DAS MULTINACIONAIS - A criação de uma agência nacional responsável em fiscalizar as atividades das multinacionais, e a aplicação de punições necessárias, tendo em vista a responsabilidade social, ambiental e trabalhista que as empresas devam ter nos países onde se instalam.

VAREJO - Introdução de mecanismos mais eficientes de monitoramento às grandes redes varejistas que contemplem desde as exigências abusivas junto aos fornecedores até o processo de concentração que vem ocorrendo no setor. Nesse sentido, seria interessante a reformulação das leis que regulam o poder de mercado de uma empresa, com o intuito de torná-las mais rígida e eficiente.

REGULAMENTAÇÃO E ORGANISMOS INTERNACIONAIS – Torna-se necessário, por parte dos organismos multilaterais, a regulamentação da atividade das empresas transnacionais, evitando dessa forma os impactos sociais e econômicos que a atividade dessa empresa possa trazer a segmentos da sociedade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não é preciso muito para diagnosticar a exclusão da agricultura familiar na produção de leite, ao menos no mercado formal. O preço baixo pago aos produtores familiar, associado à exclusão realizada pelas multinacionais e futuramente com a entrada em vigor da Normativa 51, inviabilizará a produção para o mercado formal e ampliará a produção de leite informal. Atualmente 34% da produção nacional de leite já vêm do mercado informal.⁶⁶ Certamente que isso não colocará em risco o abastecimento interno de leite e derivado, dada a alta produtividade dos segmentos especializados na produção, no entanto, poderá influenciar direta ou indiretamente para que os produtores de leite abandonem o campo em direção da

⁶⁶ Fonte: CNPGL-EMBRAPA

cidade, ou ainda contribuir para ainda mais para a pobreza que, em grande parte, já está localizada na área rural.

Vale ressaltar que uma alternativa às empresas multinacionais e que tem dado excelentes resultados tem sido o sistema cooperativo que pode ser intermediador da venda da produção, conseguindo melhores preços, e que em alguns casos também processa o leite de seus cooperativados colocando-os no mercado, principalmente em nível local e regional.

Nesse sentido a intervenção estatal no setor lácteo torna-se de extrema relevância para o fortalecimento da agricultura familiar e de suas organizações.

REFERÊNCIAS CONSULTADAS

ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. Comissão Parlamentar de Inquérito do Preço do Leite. Disponível em <http://www.pt-rs.org.br/cpidoleite/menu.htm>

ASSESSORIA DE IMPRENSA DA BANCADA DO PT NA ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. CPI do preço do Leite. Bancada do PT quer que investigações sobre o Zaffari continuem. Disponível em <http://www.pt-rs.org.br/imp/2002/062002/20020614001.htm>

AZEVEDO, André Filipe Z. de; PORTUGAL, Marcelo S. **Abertura Comercial Brasileira e Instabilidade da Demanda de Importações. PPGE/ UFRGS.** Disponível em <http://www8.ufrgs.br/ppge/pdf/msp/97-05.pdf>

BORTOLETO, E.; WILKINSON, J. **Trajetórias e demandas tecnológicas nas cadeias agroalimentares do Mercosul Ampliado - lácteos.** Montevideo : PROCISUR; BID, 1999. 9 p. (Serie Resúmenes Ejecutivos, 5).

CONJUNTURA ESTATÍSTICA. In: **Revista Conjuntura Econômica.** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas. v. 57, n. 02, fev. 2003.

FAO/INCRA. **Novo Retrato da Agricultura Familiar: O Brasil Redescoberto.** 2000. In: <http://www.incra.gov.br>.

FONSECA, M. G. D.; MORAIS, E. M. **Indústria de Leite e Derivados no Brasil: uma década de transformações. Informações Econômicas,** IEA, set. 1999.

FORUM SUL DO LEITE DA AGRICULTURA FAMILIAR. Políticas para o fortalecimento da produção leiteira. Documento entregue ao Governo Federal. Junho 2003

MARQUES, V. A. Setor Agroindustrial- Leite e Derivados Panorama Nacional. dez. 1998.

MELO, Fernando Homem de. Liberalização commercial e agricultura familiar no Brasil. In: Comércio Internacional, segurança alimentar e agricultura familiar. Action Aid Brasil. Rio de Janeiro, set. 2001

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. Serviço Nacional de Proteção de Cultivares. **Legislação sobre Proteção de Cultivares.** In: <http://www.agricultura.gov.br>. Acesso em 19/03/03.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. **Legislação.** Circulares Secex n. 9, 17, 42 e 49. In: <http://www.mdic.gov.br>. Acesso em 04/04/03.

NOVO, A. L. M.; TOLEDO, J. C. **Avaliação de Programas Privados de Assistência Técnica no Setor Leiteiro.**

OBSERVATÓRIO SOCIAL. **Comportamento Social e Trabalhista- Relatório executivo de observação: Parmalat.** Jul. 2001. In: <http://www.observatoriosocial.org.br>.

RESENDE, Gervásio Castro de; NONNENBERG, Marcelo José Braga et al. **Abertura Comercial, Financiamento das Importações e o Impacto sobre o Setor Agrícola**. Rio de Janeiro, julho de 1997. Ipea. Disponível em www.ipea.gov.br

TOMICH, F.A.; MAGALHÃES, L.C.G.; SILVEIRA, F.G. Desempenho de Comércio Internacional e a Competitividade do Agronegócio Brasileiro: avaliação da década de 1990 e cenários. In: GASQUES, J.G.; CONCEIÇÃO, J.C.P.R. (Org.). **Transformações da Agricultura e Políticas Públicas**. Brasília: IPEA, 2001. p. 339-372.

WILKINSON, J. **Competitividade e reorganização no sistema agroalimentar do Brasil e do Mercosul – a cadeia de lácteos no contexto da reforma do Estado**. CPDA/UFRJ. In: http://www.redcapa.org/Downloads/johnwilk_competitividade.doc.

WILKINSON, J. **Estudo da Competitividade de Cadeias Integradas no Brasil: impactos das zonas de livre comércio**. Cadeia: Biotecnologia e Agronegócios. Nota Técnica Final. Campinas: UNICAMP, 20