

## **TECNOLOGIA TETRA PAK &QUOT; UHT&QUOT; E (RE)ESTRUTURAÇÃO DA CADEIA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DOS LÁCTEOS NO BRASIL**

Bruno Milan Carneiro de Albuquerque - UFF  
[geobrunoalbuquerque@gmail.com](mailto:geobrunoalbuquerque@gmail.com)

### **RESUMO**

Neste trabalho de pesquisa, a tecnologia do cartonado da indústria Tetra Pak, utilizando o processo UHT no envasamento de leite fluido para o consumo de produtos lácteos, reestruturou a cadeia produtiva leiteira a partir da década de 1990. Este processo conseguiu se difundir entre os diferentes nichos de mercado, apropriando-se e construindo círculos espaciais de cooperação dentro da cadeia produtiva leiteira nacional, migrando de mercados restritos e concentrados por grandes corporações e consumidores de alto poder aquisitivo, para a atomização entre mercados de menor poder aquisitivo. Esta atomização, baseia-se no monopólio da fabricação e comercialização das embalagens Tetra Pak em âmbito nacional. A imbricação com as forças produtivas tradicionais, através dos fornecedores de matéria prima para as embalagens, incrementa este processo de atomização da tecnologia do cartonado com a chamada modernização conservadora. Formam-se redes geográficas que tendem a manter o declínio dos preços finais sem a presença de uma concorrência evidente com a imbricação do setor supermercadista que se apresenta como o canal fundamental na distribuição para o varejo nacional. E esse processo de ampliação do envasamento UHT nos mercados articulou o monopólio da Tetra Pak com o controle e o domínio da fabricação desse tipo de embalagem, que tentamos neste trabalho desvendar. Este processo ocorreu mesmo com a inibição dos lucros na comercialização do leite em embalagens cartonadas e com a limitação do seu transporte através do modal rodoviário nacional. Antes do advento desta tecnologia, na década de 1990, a maioria das indústrias brasileiras de lácteos era de pequeno e médio porte, com alcance limitado em mercados regionais e locais e a comercialização no varejo monopolizado pelos pequenos estabelecimentos como mini mercados e padarias. Assim, as atuais grandes indústrias de laticínios começaram a distribuir o leite envasado em cartonado no Brasil, através dos supermercados que investiram em grandes estoques de produtos UHT, mesmo com os custos iniciais sendo altos, ajudando a citada atomização da tecnologia da Tetra Pak em mercados consumidores mais amplos. Portanto, houve a imbricação dos

interesses econômicos que visaram à abertura do mercado lácteo na década de 1990 e o crescimento da importância dos supermercados na distribuição de alimentos que favoreceu o aumento das vendas de leite UHT no Brasil, dando a condição de monopólio do mercado para a Tetra Pak e o controle de todas as etapas do processo de produção de lácteos para as indústrias lácteas com a dependência tecnológica do envasamento em cartonado.

**Palavras-chave:** Tetra Pak, UHT, cadeia produtiva, círculos espaciais de cooperação.