Kakaorundbrief (Circular „Cacau“)
N° 10, março de 2003

A circular „Kakaorundbrief“ é uma edição da fundação AgroLink. A circular dirige-se a trabalhadores, sindicatos e comissões de trabalhadores na indústria de doces. A fundação AgroLink organiza projetos para o fortalecimento de sindicatos neste setor no leste da Europa. Sindicatos em países como Hungria, Lituânia, Polônia, Eslováquia e na República Checa, que se integrarão brevemente na União Europeia. A „Kakaorundbrief“ tem distribuição nestes países assim como na Áustria, Alemanha e nos Países Baixos (Holanda).

Como se põe a situação na indústria do Cacau em 2002? Quais as tendências que se fazem perceber na produção e na industrialização do cacau? Quais as mudanças atuais na indústria de chocolates? É disto que trata a „Kakaorundbrief“. Atenção particular merecem as estratégias das grandes empresas doceiras no leste da Europa. E sempre: Qual a importância dos Conselhos de Empresa Europeus para os próprios trabalhadores?

Dois projetos da fundação AgroLink são inseridos no chamado programa MATRA, com que o ministério de relações exteriores da Holanda pretende apoiar organizações sociais, que ocupam um papel importante na atual fase de transição. AgroLink organiza estes projetos em cooperação com Food World Research & Consultancy.
No âmbito deste projeto foi realizado um encontro de trabalhadores e representantes sindicais de três países da Europa ocidental e cinco da Europa oriental. O tema do encontro foi o desenvolvimento na indústria de doces e as possíveis respostas na política dos sindicatos e das comissões de fábrica.
O segundo projeto trata de diversos outros problemas. Durante um seminário na Polônia os participantes foram instruídos em técnicas de negociações e adquiriram novos conhecimentos sobre política reivindicativa e a função das comissões de fábrica e os Conselhos de Empresa Europeus. O próximo encontro será na Alemanha. Neste encontro serão discutidos os desenvolvimentos atuais na indústria doceira assim como as diferentes etapas de um processo de reestruturação de uma empresa, incluindo a elaboração de um plano social.

Aumento de preços e de produção
Cacau da Costa do Marfim até à Indonésia

No ano passado os plantadores de Cacau puderam tomar fôlego. O preço do cacau aumentou bastante: No último trimestre de 2002 os preços no mercado mundial foram duas vezes mais altos do que em 2001. Também os prêmios pela qualidade, pagos adicionalmente na Costa do Marfim e em Ghana duplicaram-se. Só que não se sabe até quando este processo durará. O preço alto leva os governos à criação de medidas para o incentivo de mais produção. O aumento de produção levará inevitavelmente a uma queda dos preços.

Maus resultados de colheita
Durante anos os estoques de cacau eram grandes, e o preço permanecia baixo. As margens de lucro na produção e fabricação diminuiam, e por isso, cada vez menos cacau foi moído. Porém na colheita recente, a produção foi menor, devido a resultados menores na colheita e à degeneração das plantações. Também para este ano, a produção prevista é insuficiente, o preço do cacau aumentou. A companhia de comércio Armanjaro de Londres acelerou este efeito, comprando cinco por cento da oferta dentro de um curto prazo.

Preço récorde
O preço do cacau atingiu um valor récorde de 2,450 Euro por tonelada - o maior preço há 17 anos - após o início da guerra civil na Costa do Marfim, o maior país produtor de cacau a nível mundial. Este preço entretanto já baixou, pois a guerra não impediu a produção de cacau na maneira prevista. Mesmo assim, o Cacau ainda rende 1,50 vezes mais do que na temporada passada.

Os agricultores da Costa do Marfim já sentiram o aumento de preço na temporada passada. Os preços mínimos, fixados pelo governo nacional no início de cada ano, já foram aumentados dentro de pouco tempo. Após anos de preços baixíssimos os produtores de Cacau atingiram finalmente um rendimento decente. Por outro lado, um grande número de trabalhadores rurais e pequenos agricultores - em sua maioria imigrantes de Burkina Faso - perdeu a sua fonte de subsistência porque sentiam-se forçados a refugiar-se para os seus próprios países, devido à orientação racista desta guerra civil. Também para os agricultores ivorianos, a situação está instável. Não se sabe, por quanto tempo eles ainda podem tirar proveito dos aumentos de preços.
Em Ghana existe um preço fixo para a temporada inteira. No início da temporada passada este preço era mais alto do que na Costa do Marfim. Pouco tempo depois, esta situação se inverteu, e o contrabando de Cacau de Ghana à Costa do Marfim se tornou um negócio lucrativo. Estimadamente 40.000 toneladas de cacau desapareceram atravessando a fronteira no início de 2002. O governo ghanaense tentou melhorar a situação no próprio país investindo em medidas de combate às doenças herbais. Para além disso os agricultores ghanaenses já recebem um preço bem mais alto nesta temporada atual.

No Brasil há grandes esforços pelo melhoramento das plantações de cacau. Nos anos 90 a produção de cacau diminuiu pela metade, devido a doenças das plantas. Desde aí investiu-se muito na investigação por clones resistentes. As primeiras sementes estão sendo desenvolvidos atualmente. Porém, os agricultores só renovam as suas plantações pouco a pouco, pois um pé de cacau leva três a quatro anos até carreagar frutos, e eles não querem ficar sem colheita. O governo brasileiro começou a subsidiar e acelerar este processo, e diante os preços elevados do cacau, esta medida perece vir no momento certo. Provavelmente a produção brasileira de cacau chegará a um ponto mínimo neste ano, para depois aumentar outra vez. Isto tem grande importância para o Brasil: Nos anos passados o Brasil importava cacau em números crescentes. Em 2000 nada menos do que 90.000 toneladas. A produção de chocolate aumentou ao mesmo tempo, tanto para o mercado interno, como também para a exportação, principalmente para os países sul americanos.
Também outros países como Equador ou Venezuela estão afastando as ervas daninhas nas plantações de cacau tentando assim aumentar a produção de cacau.

Pés de café derrubados
A área de plantação de cacau nos países asiáticos cresce constantemente. Como o preço de café permanece estruturalmente baixo, o Vietnã - que num período de dez anos se tornou o segundo maior produtor de café no mundo - derruba os seus pés de café para plantar cacau e seringueiras. Malaysia já é, desde o início dos anos 90, o maior produtor de cacau do continente e possui a maior indústria moeira. Quando os preços baixaram, também aqui foram derrubados pés de cacau. Atualmente estão surgindo novas plantaçoes. Na Indonésia a produção continua a crescer, e ano passado o país até superou Ghana como segundo maior produtor de cacau do mundo. O que não se repetirá este ano, pois a colheita diminuiu novamente devido à seca neste país.

Concentração e especialização
Manteiga de cacau, pó e chocolate industrial

A indústria cacaueira produz semiprodutos à base de cacau. Neste setor o lucro foi baixo nos anos passados. A indústria sofria os efeitos do excedente de producao.

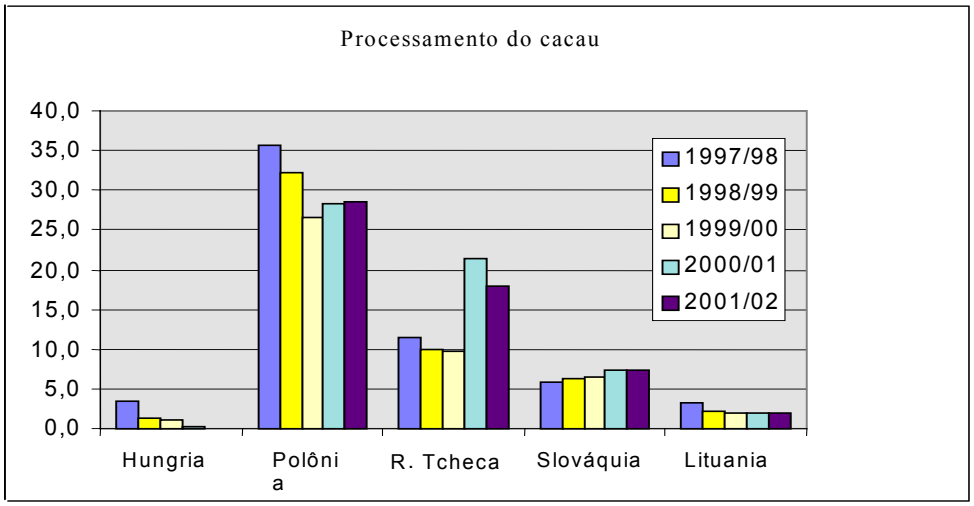
Durante anos observava-se um aumento significnate de moenda. Na temporada de 2000/2001 foram moídos, pela primeira vez, mais de 3 milhões de toneladas de grãos. As capacidades de moenda foram aumentadas significantemente, também nos países produtores - principalmente na Costa do Marfim. Esta evolução produziu uma grande pressão em cima dos lucros das empresas. Principalmente nas prensas, em que a matéria prima é transformada em manteiga de cacau ou pó, o rendimento diminuiu. Tornou-se cada vez mais difícil vender estes semiprodutos em uma relação razoável. Mesmo que um bom número de firmas acumulasse os seus estoques de manteiga, acumulou-se um amontoado de cerca de 100.000 toneladas, e o preço da manteiga permaneceu baixo. O preço do pó permaneceu baixo também e não pôde preencher estas lacunas no rendimento.

Capacidades a mais
Nas prensas o nível de producao de excedentes foi expandido.Isso gerou aciosidade nas capacidades instaladas das indústrias, que ficaram em desuso. Em fins do ano 2001, cerca de 30% da capacidade em nível mundial (correspondendo a uma capacidade de 2.223.000 toneladas) se encontrava em desuso. Aproximandamente a metade destas capacidades encontram-se na Europa e na Ásia. Também na Europa Oriental, o nível de excendente de producao é grande . Estimadamente, a capacidade das prensas de 129.000 toneladas no total encontra-se com apenas 32 % de uso.

Por causa do excedente muitas companhias decidiram reduzir as suas capacidades. Diversas companhias menores, principalmente na Ásia, fecharam as suas prensas temporariamente e despediram o pessoal. Firmas maiores fecharam filiais ou produziram em montantes menores. Em vários casos fecharam-se linhas de produção, despedindo o pessoal temporariamente ou definitivamente.

Alguns exemplos para esta diminuição de capacidades
- ADM, o maior produtor de semiprodutos reduziu a moenda e a pressão em várias repartições. Na Costa do Marfim a firma reduziu a moenda de maneira significativa, atingindo agora um volume de 80.000 toneladas. A companhia Savannah nos EUA foi fechada em Abril 2002. Ali trabalhava-se à base de 40.000 toneladas de grãos. Desde Julho de 2002 já não se trabalha no moinho de Koscian (Polônia).
- Na Indonésia apenas 6 dos 14 moinhos continuam produzindo apenas com 65% de sua capacidade.
- 3 dos 10 moinhos na Malaysia foram fechados.
- A moenda no Basil reduziu-se por 20%.
- Também a indústria de chocolate está reduzindo as suas atividades no setor dos semiprodutos de maneira crescente.

Barry Callebaut encerrou a produção de semiprodutos para terceiros completamente. A companhia fechou as suas repartições em Bossum (Países Baixos) e continua somente na produção de cacau para a sua própria produção de chocolate líquido industrial. A ADM retirou-se por parte deste setor industrial. Barry Callebaut mantém uma faixa de quase 40% do mercado mundial em chocolate industrial, e pretende aumentar esta posição. Ao mesmo tempo a empresa cresce no setor dos chocolates para o consumidor: Barry Callebaut comprou a parte ocidental européia do companhia alemã Stollwerk (vide „Setor chocolate“)
O mercado de chocolate industrial expande, pois cada vez mais produtores de chocolate compram este semiproduto de terceiros. Companhias menores já o faziam há tempo, pois um investimento em capacidades moleiras e de prensas era demasiadamente caro. Mas agora cada vez menos, companhias maiores produzem o seu próprio semiproduto. Nestlé por exemplo, vendeu a sua produção de cobertura “Peter’s Chocolate” nos EUA à Cargill, que com isto adquiriu a posição da Peter’s como a maior produtora neste setor nos EUA.
A produção de semiprodutos, que até aí permanecia nas mãos das próprias multinacionais do chocolate, concentrou-se. Kraft concentrou as suas capacidades de prensa na Áustria, uns anos atrás. E Nestlé está reduzindo o seu número de filiais, em que ainda produzia cacau por conta própria, uma evolução que pode ser observada de maneira extrema na Europa Oriental. A firma concentrou a produção para a República Checa. Ali este setor atingiu um crescimento significativo, enquanto a capaciadade de produção na Polônia e na Hungria diminuiu. Provavelmente esta tendência continuará: Os produtores de chocolate concentram as suas capacidades de produção nos países do leste europeu e compram cada vez mais semiprodutos de terceiros.


Processamento do cacau
40,0
35,0
30,0
25,0
20,0
15,0
10,0
5,0
0,0
1997/98
1998/99
1999/00
2000/01
2001/02
Hungria
Polônia
R. Tcheca
Slováquia
Lituania

Fusões e deslocamento de produção
O chocolate migra para o leste

A firma alemã Stollwerck já não existe como firma independente. No ano 2001 este produtor de chocolate foi dividido e vendido em partes. Kraft Foods comprou as filiais na Polônia e na Rússia. Triaz-Perry Ltd. comprou as filiais húngaras em cooperação com a Raiffaeisen Private Equity Management austríaca. As filiais no oeste da Europa foram adquiridas por Barry Callebaut. Para o proprietário maoritário desta empresa, Klaus Jacobs, ex-proprietário de Jacobs Suchard, esta aquisição significa a volta ao mercado do chocolate.
Uma pressão local impediu no ano passado, que na cidade norte americana, Hershey, a companhia Hershey fosse vendida. Dos 22.000 habitantes desta cidade – nomeada pela companhia – 6.200 trabalham nas fábricas de chocolate. Hershey é, com um movimento de 4,8 bilhões de dólares e uma faixa de mercado de 43%, o líder de mercado nos EUA. Durante muito tempo a empresa estava à venda. Ano passado a venda a uma combinação Nestle-Cadbury parecia perfeita, quando o maior produtor de chicletes do mundo, Wrigley, fez uma proposta maior. Wrigley demonstrou aptidão de pagar cerca de 12 bilhões de dólares pela Hershey. Sob a pressão da cidade de Hershey e diante os protestos de seus habitantes, a fundação Hershey cancelou o leilão. A venda está, por enquanto, impedida.

A luta pela venda da Hershey é um exemplo da concorrência por setores no mercado do chocolate. O consumo de chocolate aumenta pouco. A nível mundial conta-se com um aumento de 2% por ano até 2005. A maneira mais fácil de assegurar setores deste mercado e estabelecer a própria posição, são as aquisições de outras companhias.
Novos mercados têm, neste sentido, um papel cada vez mais importante. Os mercados mais importantes são ainda os da Europa ocidental e da América do Norte. Os maiores crescimentos de lucros atinge-se porém na Ásia, na América do Sul e na Europa Oriental e Central. Assim, nos anos passados, estas regiões sofreram o maior número de aquisições de produtores locais por empresas maiores, que agora estão racionalizando a produção.

Previsão de vendas de chocolate (peso e valor) por área - 2001-2005

	venda por peso (x1.000 toneladas)		venda por valor (em milhões de U$)	
Região	**2001**	**2005**	**2001**	**2005**
Europa Ocidental	1.985	2.044	16.880	17.698
América do Norte	1.761	1.840	14.041	15.168
América do Sul	677	726	6.870	7.830
Europa Oriental e Central	484	540	3.547	3.992
Extremo Oriente	364	390	4.726	5.035
Afrika e médio Oriente	202	273	1.162	1.434
Australia e Asia	122	131	1.062	1.165
Total	**5.595**	**5.944**	**48.288**	**52.322**

Fonte: Leatherhead Food RA/Seymoore-Cooke, 2002

O mercado de chocolate na Europa Oriental
O mercado oriental é o que mais cresce atualmente, com um aumento previsto de mais de 3,1% por ano. Para a Europa ocidental esta região significa um mercado favorável e geograficamente pouco afastado. Por isto, não só o aumento no consumo é significante para este setor, mas também o desenvolvimento do mercado de chocolate a nível europeu.
Diante deste quadro, por exemplo, já se verifica na Alemanha atualmente a producao de excedentes. Por isso, empresas vão à falência ou são compradas por outras. Para além de Nestlé, Kraft, Mars, Cadbury e Ferrero, cada vez mais empresas de médio porte dirigem a sua atenção para os mercados do leste. Ali é que eles ainda conseguem crescer mais – em parte por aquisições de empresas locais.
Mas não só aquisições levam a mudanças profundas no setor do chocolate. A União Européia será alargada, e as empresas pensam cada vez mais em dimensões européias – também em termos de reestruturacao de sua producao. Isto terá consequências nos países em que atualmente os custos de produção são significantemente menores, e que fazem fronteira com a União Europeia. Um exemplo da indústria de biscoitos serve como demonstração. A Bahlsen decidiu redistribuir a produção. Uma parte será deslocada de Oldenburg (Alemanha) a Varel (Polônia), pelo que cerca de 50 pessoas perderão os seus empregos. Os produtos que hoje são empacotados à mão em Barsighausen perto de Hannover, serão deslocados à Polônia. Em Barsighausen trabalham 230 pessoas. No setor do chocolate a tendência é a mesma. Cadbury ergueu uma nova fábrica nas zonas fronteiriças com a Alemanha e deslocará a sua

produção em Varsóvia para estas novas instalações. Quando grandes produtores deslocam a sua produção ou compram outras empresas, a produção é necessariamente racionalizada e modernizada. Por isto, é importante entender todas estas mudanças e as suas implicações para os trabalhadores.

Aquisições em 2002
Um perfil das principais aquisições e crescimentos de empresas no ano passado:
Kraft comprou as fábricas da Stollwerck na Rússia (Pokrov) e Polônia (Jankowice). A empresa já está engajada na Lituânia, slovaquia e Hungria.
Nestlé aumentou as capacidades da sua fábrica de chocolate na Rússia (Samara) e pretende atingir uma faixa de 24% do mercado de chocolate na Rússia. A concorrência russa não permanece inativa. Red October, Rot Front e Gosinkor-Hoding fundiram-se e atingem assim 25% do mercado de doces na Rússia.
Hamester (repartição do grupo Hosta) da Alemanha aumentou a sua participação na fábrica de chocolates e doces Wawel na Polônia para quase 50%.
O grupo alemão Krüger-Gruppe comprou a fábrica de chocolates em Wissoll do grupo Tengelmann. Além disso a empresa acrescentou um departamento de chocolates à fábrica da Krüger em Yegoriewsk na Rússia.
A empresa alemã **Ritter** coopera com a Odintsovo Confectionery Factory na Rússia. No último trimestre de 2003 a fábrica moscovita começará a produzir os chocolates quadrados característicos da Ritter, destinados para os mercados russo e de seus países vizinhos.
Storck da Alemanha (com vendas de 1,2 Milhões de Euros em 2001) vende há algum tempo, chocolate na Hungria e na República Checa. A empresa está à procura de firmas polonesas que ela possa adquirir.

Györi Keksz
A empresa húngara Györi Keksz já foi vendida várias vezes, o que levou a uma grande insegurança por parte dos trabalhadores. A primeira foi a da fábrica de chocolate em Székesfehérvar, propriedade da firma alemã Stollwerck. Fins de 1999 a joint-venture hungaro-inglesa United Biscuits-Györi Keksz passou a ser proprietária. Já em 2000 Danone comprou a Györy Keksz da United Biscuits. Em seguida a Danone comunicou ao sindicato e à comissão de trabalhadores em março de 2001, que a fábrica em Györ seria fechada. A fábrica estava ultrapassada em seu equipamento e além disso situada numa área residencial. Danone tinha intenções de renovar a fábrica em Székesfehérvar, no âmbito do programa de reestruturação da indústria para a aderência à Comunidade Européia. Este programa que vigora até 2004. A fábrica em questão era relativamente moderna e situava-se numa zona industrial.
O sindicato, a comissão de fábrica e a prefeitura de Györ reagiram indignados perante esta decisão. Depois de meio ano de negociações com o sindicato, a comissão e o movimento sindical internacional, a Danone alterou a sua decisão. A fábrica em Györk permanece em funcionamento, mas com capacidade de produção reduzida. O acordo internacional entre Danone e UITA foi assinado em outubro de 2001 em Geneva.
Em consequência da redução de capacidades em Györ, 330 operários perderam os seus empregos. A diretoria da Danone, o sindicato local e a comissão de fábrica combinaram um plano social em unanimidade, que define o regulamento das demissoes e dos deslocamentos de equipamentos para Székesfehérvár. Um período de inseguranças chegou ao fim.

Kraft Foods na Europa Oriental
Em 1 de agosto de 2001 a Kraft Foods anunciou a sua decisão de comprar as fábricas da Stollwerck na Rússia, Polônia e Hungria (Budapest). Os operários temiam pelos seus empregos. Os sindicatos tantaram receber informações das direções de Kraft e Stollwerck, mas não o conseguiram. Mais tarde ficou evidente, que a Kraft não recebeu a permissão das autoridades húngaras para esta aquisição.
Nesta situação apareceu uma nova firma interessada, a Raiffeisen Private Equiti Management (RPEM), da Áustria, o que significava nova insegurança para os operários.
Finalmente, Triász-Perry fez o negócio. Em agosto de 2002 a empresa comprou, com participação da RPEM, 99,98% da Stollwerck Budapest. Os operários receberam a garantia do diretor geral da RPEM Witold Szymánski, de que eles desenvolveriam a empresa e a produção. E os trabalhadores agora têm a esperança de poderem voltar ao trabalho normalmente, sem as ameaças de demissoes.

Mars na Polônia
A fábrica da Mars em Sochaczew, perto de Varsóvia é um bom exemplo de uma empresa da Europa Oriental, dirigida por uma multinacional ocidental. A fábrica pertence, desde 1994, à Mars. A empresa transferiu as linhas de produção de Veghel para a Polônia e formou os operários de produção poloneses. Primeiro os operários poloneses se deslocaram à Holanda, para adquirirem experiências em Veghel, e após a deslocação da produção vários operários holandeses trabalharam na Polônia.
A rotatividade de pessoal na Polônia foi significativa, mesmo que os salários que a Mars pagava fossem relativamente altos. Por isso, programas de formação em questões de segurança e higiene no trabalho tiveram pouco sucesso pela falta de continuidade. Mars tentou incentivar a responsabilidade dos operários através de apelos. Um outro problema foi a falta de interesse por melhores condições de trabalho. Foi difícil conseguir ferramentas boas, mas os operários também não demonstraram interesse, nem pela qualidade

de seus locais de trabalho e a sua atitude perante o trabalho. Consideraram o uso de capacetes e outas medidas de segurança uma perda de tempo. Por isso estas medidas tornaram-se obrigatórias. Levou muito tempo para familiarizar os operários com estas novas maneiras de trabalhar.
Neste caso, a Mars comprou a fábrica, mas na maioria dos casos, a empresa constrói as suas plantas por força própria. Assim eles têm melhor controle das condições de trabalho. Mars aplica estas condições de propósito para conseguir uma melhor identificação dos trabalhadores com a sua empresa, tanto na Europa Oriental, como na Ocidental. Em contrapartida, esses operários sentem pouca necessidade de se filiarem a um sindicato.

O Conselho de Empresa Europeu na Kraft Foods.
de Bente Loevaas (Operário na Kraft Jacobs Noruega e vice-presidente do Conselho de Empresa Europeu da Kraft)

Kraft Foods possui muitas filiais na Europa, e é, por isso, um excelente exemplo de uma empresa com um Conselho de Empresa Europeu. Philipp Morris, que era proprietário da Kraft, até que esta se tornou independente, em 2001, adquiriu uma grande quantidade de empresas a partir de 1985. Entre outras, Kraft e General Foods (EUA), Jacobs Suchard (Alemanha, Áustria e França), Figaro (Slováquia), Csemege (Hungria), Freia Marabou (Noruega), Terry's (Grã Bretanha) e Kaunas (Lituânia). Como trabalha uma comissão de trabalhadores numa empresa deste perfil, de que se ocupa, e quais as vantagens de um Conselho de Empresa Europeu?

1996 foi aprovada a lei européia sobre os Conselhos de Empresa Europeus. O sindicato europeu dos trabalhadores na indústria alimentícia (EFFAT) entrou imediatamente em negociações com a diretoria de Kraft sobre a instalação de uma comissão deste tipo na empresa. Já no mesmo ano, Kraft possuía um Conselho de Empresa Europeu. Um tema importante durante as negociações foi a questão dos países que participariam deste regulamento. A diretoria queria restringir a aplicação aos países da União Européia e do mercado europeu. Em 2002 houve novas negociações entre a diretoria o Conselho de Empresa Europeu desta empresa. Desta vez a diretoria ofereceu um status de „observadores" às comissões nos países orientais em adesão à UE. Num congresso em Budapest (em 2001) com participantes da Lituânia, Hungria, Bulgaria e Slováquia foi iniciada a cooperação entre operários da Kraft do leste e do oeste da Europa. Operários de 11 países são membros de nosso Conselho de Empresa Europeu. Em cada um destes países, Kraft emprega mais de 150 operários. O conselho consiste de 19 representantes, uma a três pessoas por país, dependendo do número de operários. Todos estes representantes são filiados a um sindicato. Além disso, há sempre um representante da EFFAT nas nossas reuniões. A reunião anual dura dois dias e meio. Durante um dia há uma conferência com a direção européia da Kraft, com temas como o desenvolvimento de novos produtos e tendências comerciais. Pesquisamos também as estratégias para as unidades de produção e comercialização e os resultados econômicos. Outros temas importantes de comissão são a higiene alimentar, segurança e higiene no trabalho, a abolição do trabalho infantil e atitudes e valores éticos.

Select Comittee
Cinco representantes do Conselho de Empresa Europeu e o representante da EFFAT constituem-se como *Select Committee* (Comitê Especial). Esta comitê reúne-se pelo menos duas vezes por ano, com a diretoria da empresa. O diretor de gestão pessoal é o nosso principal parceiro dentro da diretoria da Kraft, e o contato é valorizado pelo *Select Committee*. O *Select Committee* trata do aprofundamento do trabalho do Conselho de Empresa Europeu e continuidade do trabalho do mesmo. Um exemplo: Um dos temas da reunião anual em setembro de 2002 foi „Trabalho infantil no setor Cacau e Café". O *Select Committee* dá continuidade ao tema. Faz a pesquisa da situação atual perante a *International Cocoa Initiative* e combina novas atividades. Outro exemplo: O *Select Committe* discutiu a política da Kraft perante dados pessoais dos trabalhadores, em várias reuniões e negociou com a diretoria da empresa sobre um acordo a este respeito. O resultado foi o primeiro acordo em nível europeu sobre a proteção de dados pessoais. O *Select Committee* tem um papel importante neste processo.

O *Select Committee* também recebe informações sobre a situação econômica da empresa. A partir destas informações podemos interferir em decisões sobre deslocamento de produção, sistemas de informação ou estruturas na cúpula da empresa. Infelizmente ainda não há unanimidade entre a diretoria e o *Select Committe* sobre o tipo de informação à qual o *Select Committee* e o Conselho de Empresa Europeu têm direito. Leva tempo gerar confiança. No início a diretoria reagia com grande reserva. Pouco a pouco recebíamos mais informações, e a atitude da diretoria tornou-se mais aberta. Nossa influência nos regulamentos gerais da empresa ainda permanece bastante restrita. Muitas informações nos chegam com bastante atraso, quando as decisões já foram tomadas. Além disso, ainda não recebemos todas as informações que solicitamos, por exemplo sobre as fábricas no leste da Europa.

Para nós operários, a cooperação no Conselho de Empresa Europeu tem grande importância. Nós já não estamos isolados, não estamos mais sós diante da diretoria de um dos maiores produtores de alimentos do mundo. Já agora podemos conversar com alguém. Entre nós combinámos um código de comportamento, que nos obriga a uma informação mútua sobre deslocamentos de produção. Juntos, tentamos evitar a competicao social e de sermos colocados uns contra os outros. Pois dentro de uma empresa grande como a Kraft, muitas vezes vale: „O prejuízo de um é o lucro do outro". O *Select Committe* mantém contato com todos os países. Comunicamos via email, o que já é difícil devido a problemas linguísticos. Por isso é importante que o maior número de pessoas possível aprenda o Inglês, que é a língua usada dentro da empresa. Sindicatos organizam-se em nível nacional. Os nossos direitos só valem dentro das fronteiras

nacionais. Mas uma multinacional com Kraft Foods se organiza em nível internacional. Por isso o Conselho de Empresa Europeu é um instrumento tão importante: diminui a desigualdade de poder entre a diretoria e os operários.

Direitos do Conselho de Empresa Europeu
Segundo a Lei Européia de 1996, um Conselho de Empresa Europeu tem o direito de receber informações e ser consultada na seguintes questões:
- estrutura da empresa
- situação financeira e econômica da empresa
- a gestão recente da empresa
- planos futuros
- tendências de vendas, lucros e número de empregos
- investimentos importantes
- mudanças relevantes na estrutura organisativa
- introdução de novas formas de produção e trabalho
- a política de segurança e higiene no trabalho

Ao regulamento podem ser acrescentados outros direitos, negociados entre o Conselho de Empresa Europeu e a respectiva empresa. O Conselho de Empresa Europeu não é um órgão reivindicativo. Os seus direitos atingem a informação e consulta. Eles valem para a empresa como unidade inteira e para assuntos que sejam de importância para pelo menos dois países em que esta empresa opera. Um ponto conflituoso entre o Conselho e a empresa é, como a nível nacional, à partir de quando uma certa informação é transmitida. A aquisição rápida de informações é e permanece assim, um dos pontos mais importantes do Conselho de Empresa Europeu.