



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE ECONOMIA**

CHARLES BORGES ROSSI

**O PADRÃO DE INSERÇÃO INTERNACIONAL DA INDÚSTRIA
AUTOMOBILÍSTICA DO MERCOSUL NA DÉCADA DE 2000**

**DISSERTAÇÃO DE MESTRADO APRESENTADA
AO INSTITUTO DE ECONOMIA DA UNICAMP
PARA OBTENÇÃO DO TÍTULO DE MESTRE EM
CIÊNCIAS ECONÔMICAS.**

PROF. DR. FERNANDO SARTI – ORIENTADOR

**ESTE EXEMPLAR CORRESPONDE À VERSÃO FINAL DA
DISSERTAÇÃO DEFENDIDA POR CHARLES BORGES
ROSSI E ORIENTADA PELO PROF. DR. FERNANDO
SARTI.**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "F. Sarti", written over a horizontal line.

CAMPINAS, 2011

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA POR
Maria Teodora Buoro Albertini – CRB8/2142 –
CEDOC/INSTITUTO DE ECONOMIA DA UNICAMP

R735p Rossi, Charles Borges, 1980-
O padrão de inserção internacional da indústria automobilística do MERCOSUL na década de 2000/ Charles Borges Rossi. -- Campinas, SP: [s.n.], 2011.

Orientador: Fernando Sarti.
Dissertação (mestrado) -- Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Economia.

1. MERCOSUL. 2. Integração econômica. 3. Indústria automobilística. 4. Políticas públicas. I. Sarti, Fernando, 1964-. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Economia. III. Título.

11-049-BIE

Informações para Biblioteca Digital

Título em Inglês: The international insertion pattern of the MERCOSUR automotive industry during the 2000s

Palavras-chave em inglês:

MERCOSUR

Economic integration

Automotive industry

Public policy

Área de Concentração: Ciências Econômicas

Titulação: Mestre em Ciências Econômicas

Banca examinadora:

Fernando Sarti

Célio Hiratuka

Enéas Gonçalves de Carvalho

Data da defesa: 01-08-2011

Programa de Pós-Graduação: Ciências Econômicas

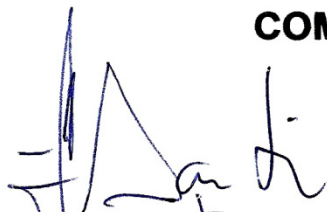
Dissertação de Mestrado

Aluno: CHARLES BORGES ROSSI

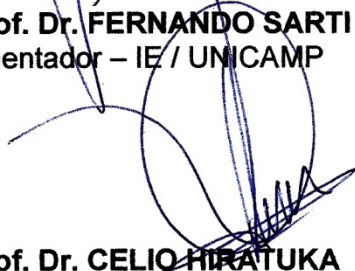
**“O Padrão de Inserção Internacional da Indústria
Automobilística do MERCOSUL na década de 2000”**

Defendida em 01 / 08 / 2011

COMISSÃO JULGADORA



Prof. Dr. FERNANDO SARTI
Orientador – IE / UNICAMP



Prof. Dr. CELIO HIRATUKA
IE / UNICAMP



Prof. Dr. ENÉAS GONÇALVES DE CARVALHO
UNESP/Araraquara

Resumo

Nas últimas décadas as transformações na economia mundial apontam para a crescente importância de três fenômenos. Em primeiro lugar, o aumento do dinamismo das economias emergentes em contraposição à estagnação dos mercados desenvolvidos. Em segundo, o aprofundamento do processo de integração de mercados, sob o ponto de vista comercial e produtivo, acirrando a concorrência entre as corporações que atuam em mercados diversos. Por fim, em parte como resposta ao fenômeno anterior, as estratégias corporativas focam cada vez mais no atendimento das demandas locais e regionais, enfraquecendo a utilização dos princípios da produção em massa próprias do fordismo e das teorias associadas ao taylorismo. Nesse contexto, esse trabalho toma como objeto a indústria automobilística instalada no MERCOSUL para analisar a evolução recente da sua inserção internacional, apontando para as estratégias adotadas pelos principais *players* e para os resultados obtidos em termos de produção, vendas e investimentos durante a década de 2000. Destaca-se a caracterização do ambiente competitivo internacional e o papel das políticas públicas para descrever como a indústria regional se inseriu nesse ambiente.

Palavras-chave: Integração econômica, Mercosul, indústria automobilística, políticas públicas, estratégias corporativas.

Abstract

Over the last decades, changes in the World Economy point to the growing importance of three phenomena. First, the increasing dynamism of emerging economies as opposed to stagnation in developed markets. Second, the deepening integration of markets, from the commercial and productive point of view, making competition grow between corporations that operate in different countries. Finally, partly as a response to the previous phenomenon, corporate strategies increasingly focus on meeting local and regional demands. In this context, this essay focus on the automotive industry in MERCOSUR in order to analyze recent developments in its international insertion, pointing to the strategies adopted by major players and the results obtained in terms of production, sales and investments during the 2000s. The competitive environment and the role of public policy are stressed to explain how the regional industry has evolved internationally in terms of its competitive insertion.

Keywords: Economic integration, MERCOSUR, automotive industry, public policy, corporate strategies.

Lista de Tabelas

Tabela 1. Vendas de veículos elétricos híbridos (HEV) nos principais mercados mundiais (em unidades)	11
Tabela 2. Produção de autoveículos leves, por país (2000/2009, em milhares de unidades)	16
Tabela 3. Crescimento anual da produção de autoveículos com relação ao ano anterior, por zona produtora (2001-2009)	19
Tabela 4. Participação das montadoras nacionais na produção total de automóveis de passeio para os principais produtores asiáticos (em %)	20
Tabela 5. Evolução do número de licenciamentos de autoveículos novos (em milhares de unidades, 2000-2009)	24
Tabela 6. Exportações de autoveículos, por país produtor (em milhares de unidades, 2000-2008).....	27
Tabela 7. Importações de autoveículos dos principais países produtores. (em milhares de unidades, 2000-2007)	27
Tabela 8. Coeficientes de exportação, por país (2000-2008)	28
Tabela 9. Coeficientes de importação (importações/consumo aparente), por país (2000-2007).....	28
Tabela 10. Fluxos de comércio exterior de autoveículos leves dos principais países produtores de autoveículos, em anos selecionados (em US\$ bilhões)	29
Tabela 11. Participação das principais regiões econômicas no total dos fluxos comerciais dos maiores produtores de autoveículos leves (2001-2009, em %)	30
Tabela 12. Japão: Exportações de automóveis de passeio por destino, em milhares de unidades (2000-09).....	34
Tabela 13. Gastos em P&D das principais indústrias, em US\$ bilhões.	45
Tabela 14. Fluxos e estoques globais de IED para o setor de autoveículos dos países desenvolvidos e em desenvolvimento*, em US\$ milhões (1990-2008).....	47

Tabela 15. Fluxos e estoques de IED enviado pelos principais países investidores no setor de fabricação de produtos automotivos* (em US\$ bilhões).....	50
Tabela 16. Fluxos e estoque de IED recebido pelos principais países destinatários no setor de fabricação de veículos automotores* (em US\$ bilhões).....	50
Tabela 17. Produção de autoveículos leves das principais montadoras, em milhões de unidades (2000-2009).....	66
Tabela 18. Toyota: Produção de autoveículos leves por região, em milhares de unidades (2000-09).....	67
Tabela 19. Honda: Produção de autoveículos leves por região, em milhares de unidades (2000-09).....	68
Tabela 20. GM: Produção de autoveículos leves por região, em milhares de unidades (2000-09).....	69
Tabela 21. Ford: Produção de autoveículos leves por região, em milhares de unidades (2000-09).....	70
Tabela 22. Volkswagen: Produção de autoveículos leves por região, em milhares de unidades (2000-09).....	72
Tabela 23. PSA Peugeot Citroën: Produção de autoveículos leves por região, em milhares de unidades (2000-09).....	73
Tabela 24. Renault: Produção de autoveículos leves por região, em milhares de unidades (2000-09).....	73
Tabela 25. Fiat: Produção de autoveículos leves por região, em milhares de unidades (2000-09).....	76
Tabela 26. Hyundai: Produção de autoveículos leves por região, em milhares de unidades (2000-09).....	77
Tabela 27. Brasil: Evolução dos tributos cobrados sobre os autoveículos leves (1990-99)97	
Tabela 28. Brasil: Evolução dos tributos cobrados sobre os autoveículos leves (2002-10)99	
Tabela 29. Brasil: Evolução das alíquotas de importação de autoveículos extrazona, em % (1990-2010).....	104

Tabela 30. Brasil e Argentina: Produção e vendas internas de autoveículos, em unidades (1990-2002)	105
Tabela 31. Brasil: Evolução da produção de autoveículos leves dos principais <i>players</i> , em unidades (1990-2002)	106
Tabela 32. Argentina: Evolução da produção de autoveículos leves dos principais <i>players</i> (1992-2000)	106
Tabela 33. Brasil: Faturamento, saldo comercial e número de empregados do setor de autopeças (1992-08)	110
Tabela 34. Coeficientes de desvio sobre as exportações no comércio bilateral	113
Tabela 35. Brasil e Argentina: Produção, vendas, importação e exportação de autoveículos leves, em milhares de unidades (2000-2009)	132
Tabela 36. Brasil: Participação do comércio intra-firma no comércio das empresas majoritariamente estrangeiras	139
Tabela 37. Brasil: Exportações de autoveículos leves por destino, em unidades (2000-2008)	143
Tabela 38. Brasil: Importações de autoveículos leves por origem, em unidades (2000-2008)	143
Tabela 39. Brasil: Participação dos principais destinos nas exportações de automóveis e utilitários leves (2000-2008).....	144
Tabela 40. Brasil: Participação das principais origens nas importações de automóveis e utilitários leves (2000-2008).....	144
Tabela 41. Argentina: Fluxos comerciais de autoveículos leves, por parceiro (2002-2009)	145
Tabela 42. Brasil: Estoque de IED das empresas automobilísticas de capital majoritário estrangeiro com atividades, por país de origem da <i>holding</i> (em US\$ milhões*)	147
Tabela 43. Principais unidades montadoras de autoveículos leves no Brasil.....	151
Tabela 44. Principais unidades montadoras de autoveículos leves na Argentina*.	151
Tabela 45. Brasil: Produção de autoveículos leves por montadora, 2000-2009 (em milhares de unidades).....	153

Tabela 46. Argentina: Produção de autoveículos leves por montadora, 2000-2009 (em milhares de unidades)	154
Tabela 47. Brasil: Participação das montadoras na produção doméstica de autoveículos leves (2000-2009)	155
Tabela 48. Argentina: Participação das montadoras na produção doméstica de autoveículos leves (2000-2009)	155
Tabela 49. Participação das filiais do MERCOSUL na produção mundial de autoveículos leves, por montadora (2000-2008)	156
Tabela 50. Brasil: Participação das montadoras nas vendas de autoveículos leves nacionais e importados (2000-2009)	175
Tabela 51. Argentina: Participação das montadoras nas vendas de autoveículos leves nacionais e importados (2000-2009)	175

Lista de Gráficos

Gráfico 1. ...Produção mundial de autoveículos leves (2000-09, em milhões de unidades)13	
Gráfico 2. Taxa média geométrica de crescimento anual da produção mundial de autoveículos (1980-2007, em %).....	13
Gráfico 3. Participação das principais zonas produtoras de autoveículos na produção mundial (2000-2009)	18
Gráfico 4. Evolução do Índice de <i>Herfindahl-Hirschman</i> normalizado (IHH*) da produção e do consumo aparente de autoveículos leves (2001-07)	22
Gráfico 5. Participação das principais montadoras nas vendas de autoveículos nos EUA (2000-09)	31
Gráfico 6. Relação entre a produção e o número de licenciamentos de autoveículos novos, por país (2000-2007)	44
Gráfico 7. Participação no fluxo global de IED recebido para o setor de autoveículos48	
Gráfico 8. Projetos de investimento direto estrangeiro anunciados pelos fabricantes de autoveículos entre 2003 e 2009, por região de destino (US\$ bilhões)	51

Gráfico 9.Destinação dos investimentos diretos estrangeiros anunciados por país produtor entre 2003-2009 (%).....	51
Gráfico 10.Participação relativa das principais montadoras de autoveículos leves, por continente de origem (2000-2008)	77
Gráfico 11.Participação dos destinos no total das exportações brasileiras de autoveículos (1996-2008).	92
Gráfico 12.Brasil: Investimentos realizados no setor de autoveículos (1990-2008, em US\$ bilhões)	107
Gráfico 13.Evolução das taxas de câmbio: Brasil e Argentina (2000-2009)	124
Gráfico 14.Brasil: Evolução da produção, venda, importação e exportação de autoveículos leves (2000-2009, em milhões de unidades)	133
Gráfico 15.Argentina: Evolução da Produção, Venda, Importação e Exportação (2000-2009, em milhões de unidades)	133
Gráfico 16.Brasil: Modalidade de pagamento na venda de veículos e comerciais leves, em % (2004-2010).....	135
Gráfico 17.Brasil: Financiamentos para aquisição de veículos,em R\$ bilhões (2004-2010)	135
Gráfico 18.Brasil: Duração dos planos de financiamento disponíveis ao consumidor, em meses (2004-2010)	136
Gráfico 19.Participação de automóveis de 1000 cc no total de automóveis novos licenciados (1993-2008)	137
Gráfico 20.Distribuição percentual do licenciamento de autoveículos leves por combustível (1999-2008, em %)	138
Gráfico 21.Brasil e Argentina: Coeficientes de exportação da indústria automobilística (2000-2009)	140
Gráfico 22.Brasil e Argentina: Coeficientes de penetração das importações da indústria automobilística (2000-2009).....	140
Gráfico 23.Brasil: Evolução do IHH* da produção e do consumo das fabricantes de autoveículos leves (2000-09).....	148

Gráfico 24. Brasil: Coeficientes de exportação por montadora do grupo I (2000-2009)	176
Gráfico 25. Brasil: Coeficientes de exportação por montadora do grupo II (2000-2009)	176
Gráfico 26. Argentina: Coeficientes de exportação por montadora do grupo I (2005-2009)	176
Gráfico 27. Argentina: Coeficientes de exportação por montadora do grupo II (2005-2008)	177
Gráfico 28. Brasil: Coeficientes de penetração das importações por montadora do grupo I (2000-2009)	177
Gráfico 29. Brasil: Coeficientes de penetração das importações por montadora do grupo II (2000-2009)	177
Gráfico 30. Argentina: Coeficientes de penetração das importações por montadora do grupo I (2005-2008)	178
Gráfico 31. Argentina: Coeficientes de penetração das importações por montadora do grupo II (2005-2008)	178

Lista de Quadros

Quadro 1. Perfil dos investimentos em P&D realizados por montadora: Montantes realizados e principais aplicações (em US\$ bilhões)	59
Quadro 2. Volkswagen: Principais institutos de P&D, engenharia e design de veículos de passeio	60
Quadro 3. Toyota: Principais institutos de P&D, engenharia e <i>design</i> de veículos de passeio	61
Quadro 4. GM: Principais institutos de P&D, engenharia e <i>design</i> de veículos de passeio	62
Quadro 5. Ford: Principais institutos de P&D, engenharia e <i>design</i> de veículos de passeio	63
Quadro 6. PSA Peugeot Citroën: Principais institutos de P&D, engenharia e <i>design</i> de veículos de passeio	64

Quadro 7. Renault: Principais institutos de P&D, engenharia e <i>design</i> de veículos de passeio	65
Quadro 8. Principais características do padrão de inserção das indústrias automobilísticas	79
Quadro 9. Principais elementos dos acordos setoriais assinados antes dos Regimes Automotivos.	100
Quadro 10. Principais cláusulas do 30º e do 31º Protocolo Adicional do ACE	112
Quadro 11. Principais cláusulas do 35º Protocolo Adicional do ACE	117
Quadro 12. Principais determinações do 38º Protocolo Adicional do ACE	119

Sumário

Introdução.....	1
Capítulo 1 Panorama da indústria automobilística no mundo.....	5
1.1 Transformações recentes na indústria.....	7
1.2 Evolução da produção	12
1.3 Mercado: A evolução da demanda	21
1.4 Evolução do comércio exterior.....	25
1.5 Fluxos e estoques dos investimentos diretos estrangeiros.....	44
1.6 Principais <i>players</i> da indústria.....	52
1.7 Principais conclusões.....	78
Capítulo 2 Condicionantes da inserção relacionados às políticas públicas	83
2.1 A importância das políticas públicas para o condicionamento do padrão de inserção	85
2.2 O papel das políticas públicas para a inserção da indústria automobilística do MERCOSUL	89
2.2.1 O Regime Automotivo Argentino	94
2.2.2 As Câmaras Setoriais no Brasil	95
2.2.3 O Regime Automotivo Brasileiro.....	101
2.2.4 Resultados observados na vigência dos Regimes Automotivos.....	105

2.2.5 A Política Automotiva do MERCOSUL (PAM) e o Acordo sobre a Política Automotiva Comum entre a Argentina e o Brasil	107
2.2.6 A política cambial no MERCOSUL.....	120
2.3 Principais conclusões e comentários adicionais	124
Capítulo 3 Caracterização da inserção da indústria automobilística do MERCOSUL.	129
3.1 Produção, demanda e comércio exterior por país.....	130
3.2 Investimentos no setor automobilístico no MERCOSUL	145
3.3 <i>Players</i> na Argentina e no Brasil.....	148
3.3.1 Produção por montadora.....	152
3.3.2 Vendas domésticas por montadora.....	156
3.3.3 Principais estratégias das montadoras na região.....	157
Conclusões finais.....	179
Referências	185

Introdução

Esse trabalho tem por objetivo discutir algumas das principais características do padrão de inserção internacional da indústria automobilística do MERCOSUL ao longo da década que se encerrou. Para tanto, uma parte desse trabalho será dedicada a descrever sucintamente os traços mais gerais da indústria automobilística mundial, bem como os principais condicionantes desse padrão de inserção.

Em razão da amplitude do conteúdo que poderia ser incluído dentro de um estudo com a finalidade proposta que tem por objeto a “indústria automobilística”, e sem desprezar a importância dos setores que não serão tratados aqui, será abordado nesse trabalho somente o segmento de fabricação de automóveis leves (automóveis de passeio e comerciais leves), ficando de fora do escopo desse trabalho, portanto, os subsetores de caminhões, ônibus, autopeças e componentes automobilísticos, motocicletas, máquinas agrícolas automotrizes, máquinas rodoviárias, de carrocerias de ônibus e implementos rodoviários.

O padrão de inserção internacional, por sua vez, refere-se nesse trabalho ao conjunto de atributos identificado a partir dos dados de produção, demanda, comércio exterior, investimentos e estratégias das firmas para cada unidade geográfica que compartilha dessas características, sendo normalmente um país ou uma região econômica.

A metodologia adotada para o objetivo proposto se assentará na consulta a fontes de informação primária, divulgadas pelas montadoras em seus relatórios financeiros anuais e em seus sites na internet, e secundária, em especial os dados estatísticos disponibilizados pelas associações empresariais brasileira (ANFAVEA), argentina (ADEFA), e internacionais (OICA, CCFA, VDA, JAMA, KAMA, CAAM, ANFIA, NAAMSA, OSD e OAR); as bases de dados do INTRACEN, da UNCTAD, do COMTRADE, da ANEF, do BACEN, da Ward's Auto, da Booz & Co., do Financial Times, da CSM, da PWC, dentre outras; as publicações da UNCTAD, em especial nos seus relatórios WIR (*World Investment Report*); bem como a literatura acadêmica produzida por núcleos de pesquisa,

universidades e periódicos especializados, como o NEIT/IE/UNICAMP, as publicações da rede GERPISA, e diversas teses e publicações da própria UNICAMP, da USP e de outras universidades nacionais e estrangeiras.

Essa dissertação está estruturada em três capítulos. No primeiro, será feito um panorama da indústria automobilística no mundo, destacando os principais mercados em termos de produção, consumo, comércio exterior e investimentos, bem como os principais *players* no âmbito global. O objetivo desse capítulo é delinear as principais características e alterações verificadas no período com relação aos tópicos destacados.

No segundo, o escopo passa para a dimensão regional, passando a discutir a evolução dos principais condicionantes do padrão de inserção da indústria automobilística do MERCOSUL relacionados às políticas públicas, amplamente divulgadas por diversos meios. Entre esses condicionantes destacam-se a evolução histórica das negociações entre o Brasil e a Argentina que consolidaram o arcabouço normativo de comércio e de investimentos dentro do bloco e a política cambial, com impactos principalmente nos resultados de comércio.

No que se refere ao arcabouço normativo formado a partir das negociações bilaterais e multilaterais, esse estudo busca descrever a evolução dos principais aspectos jurídico-institucionais relacionados ao comércio e ao investimento do setor automobilístico. Para tanto, será enfatizada nesse trabalho a parcela desse sistema que se encontra materializada nos Acordos de Complementação Econômica firmados no âmbito da ALADI, assinados e estruturados de maneira separada em relação à maioria dos outros setores econômicos que sofreram mais incisivamente as conseqüências da liberalização e desregulamentação próprias dos anos 1990. Essa escolha, porém, não ignora a importância das normas sem ligação com esse foro, mas incidentes diretamente sobre a inserção do setor em questão, como aquelas relacionadas aos incentivos aos investimentos produtivos promovidos pelos governos estaduais e municipais no Brasil.

Com relação à política cambial, calcada no regime de flutuação suja (*dirty floating*) ao longo da década analisada (a partir de 1999), será discutido de que maneira as suas variações influenciaram o condicionamento do padrão de inserção das montadoras no MERCOSUL, ainda que, como veremos adiante, essa influência possa ser questionada em função do elevado grau de regulamentação a que o comércio exterior de autoveículos está submetido e do grande peso que o comércio intra-firma possui no total de autoveículos transacionados com o exterior.

Por fim, no terceiro capítulo, discute-se mais diretamente o padrão de inserção, analisando de forma mais detalhada os principais *players* atuantes no Brasil e na Argentina, as estratégias de complementaridade adotadas por essas empresas tanto no nível intra como no inter-regional e os principais fluxos de investimentos destinados a ampliar a capacidade instalada e a modernizar o leque de produtos oferecidos. Para tanto, a análise será dividida por montadora, ressaltando os principais aspectos das estratégias por elas adotadas.

Capítulo 1 Panorama da indústria automobilística no mundo

O estudo da indústria automobilística no seu aspecto relacionado à inserção internacional das suas várias subdivisões nacionais e regionais requer uma discussão inicial a respeito de sua história recente. A melhor compreensão do objeto dessa dissertação se assenta na consciência de que a indústria automobilística mundial, desde o seu nascimento, foi em grande medida influenciada pelos impactos que a ascensão de uma nova geração de montadoras, detentoras de novas competências e tecnologias, trouxe para as suas antes dominantes concorrentes.

Primeiro, por meio da implantação dos métodos de produção em massa pelas montadoras norte-americanas a partir de meados da década de 1910, que praticamente dizimaram as práticas das montadoras européias que produziam de maneira artesanal até então.

Depois, pela difusão dessas tecnologias pelo mundo a partir do pós-II Guerra, que viabilizou o ressurgimento da indústria automobilística européia (Volkswagen, Peugeot, Citroën, Fiat, dentre outras) e, mais importante para esse estudo, a consolidação de uma nova onda de internacionalização da indústria¹. Destacamos nesse contexto as iniciativas tomadas pelas grandes norte-americanas (GM e Ford) na própria Europa e no México, e as iniciativas européias no Brasil e na Argentina ao longo da década de 50.

Por fim, pelo nascimento das técnicas abrangidas pela genérica expressão “produção enxuta” a partir da década de 60, que impulsionou as montadoras asiáticas para uma posição privilegiada dentro do mercado de autoveículos anos depois, imprimindo na indústria uma dinâmica competitiva com grandes repercussões sobre a inserção das diversas indústrias nacionais. Nessa fase, em especial a partir dos anos 70 e 80, consolda-

¹ A primeira onda de internacionalização tinha sido realizada pelas montadoras norte-americanas entre as décadas de 1910 e 1930, movimento que incluiu a expansão da Ford para a Irlanda (1917), Alemanha (1925), Áustria (1925), Argentina (1925), África do Sul (1924) e Austrália (1925); e da GM para o Canadá (1918), Inglaterra (1925), Alemanha (1929) e Austrália (1931). (UNCTAD, 1993).

se um novo movimento de internacionalização produtiva, iniciada pelas asiáticas em direção aos EUA (primeiro as japonesas, depois as coreanas) e, alguns anos depois, como reação à competição promovida pela entrada das asiáticas, das norte-americanas em direção ao México e das européias em direção ao Leste Europeu, com objetivo primordial de reduzir custos para fornecer mais barato aos mercados desenvolvidos².

A partir da década de 90, porém, o crescimento da demanda nos países emergentes influenciou uma nova onda de internacionalização não mais tão voltada aos mercados desenvolvidos, mas para os próprios mercados onde essas novas fábricas estavam sendo instaladas, em especial na China. Refletindo essa tendência assistimos à ascensão do país ao posto de maior mercado de automóveis do mundo, superando os EUA, que detinham essa posição desde o advento das inovações de Henry Ford na produção do Ford Modelo T³.

Diante dessas transformações, esse capítulo busca responder às seguintes indagações: Como evoluíram a oferta e a demanda por automóveis no mundo ao longo da década de 2000? E os investimentos? E os fluxos de comércio? E, principalmente: É possível falar num padrão de inserção internacional capaz de explicar a dinâmica da indústria nos diversos países e regiões onde ela se encontra instalada?

Desde logo, é necessário destacar que a indústria automobilística mundial atual congrega um retalho de características herdadas de cada uma dessas fases de transformação, sendo a sua separação um esforço didático que jamais pode ser ampliado para tentar descrever precisamente os contornos que delimitam cada indústria nacional e regional.

Partindo dessa observação, buscaremos concluir ao final do capítulo que não se pode falar num único padrão de inserção internacional na indústria, mas tão somente em

² (WOMACK, et al., 2004 pp. 1-59)

³ (YING, 2010)

diversos padrões regionais, uma vez que cada país/região produtora possui características que a particulariza em função do tamanho e peculiaridades de seu mercado interno, do seu grau de acessibilidade a outros mercados via comércio exterior, das características da indústria de peças e componentes, da disponibilidade de mão de obra especializada, do parque industrial instalado e da participação de cada montadora na economia local/regional.

Em matéria de evolução da oferta e da demanda, tentaremos demonstrar que houve no período uma desconcentração da demanda mais rápida e incisiva do que da produção, reforçando o argumento de que a onda de internacionalização produtiva mais recente consistiu num esforço dos grandes produtores em atender os mercados consumidores dos países emergentes. Seguindo essa lógica, a importância de países como a China, a Índia e o Brasil como países destinatários de IED (investimentos externos diretos) aumentou significativamente no período, aumentando também os fluxos de comércio exterior entre as empresas do setor.

Faremos também nesse capítulo uma breve discussão sobre as inovações tecnológicas que vêm ocorrendo na indústria, destacando a posição privilegiada das novas montadoras chinesas que, fortemente apoiadas pelo governo chinês e pelas perspectivas de crescimento da demanda interna e, possuindo capacitações tecnológicas em áreas como a de baterias e de microeletrônica, se projetam como possíveis líderes no seu processo evolutivo.

1.1 Transformações recentes na indústria

Em linhas gerais a indústria automobilística mundial é composta por montadoras de autoveículos que são, via de regra, grandes corporações que concorrem num ambiente de oligopólio e possuem suas matrizes nos EUA, Japão ou na União Européia, ainda que importantes exceções tenham surgido nos últimos anos em países como a Coréia do Sul, China e Índia.

Conforme comentado anteriormente, ao longo das últimas décadas essa indústria tem passado por profundas transformações, marcadas por uma forte reestruturação

produtiva e organizacional liderada pelas montadoras asiáticas e pela crescente internacionalização produtiva e comercial da indústria. Dividiremos os vetores condicionantes dessas transformações a partir de sua origem, de um lado provenientes da dinâmica competitiva dentro do mercado ofertante e, de outro, da evolução do mercado consumidor.

Na ótica do mercado ofertante, a inserção das montadoras japonesas entre as principais montadoras do mundo em função do sucesso obtido com o lançamento de automóveis mais baratos e econômicos a partir da década de 1970 provocou um importante movimento de *catch-up* tecnológico por parte das montadoras ocidentais mais tradicionais a partir do início dos anos 1990, levando à difusão dos princípios de Produção Enxuta (*Lean Manufacturing*) ao longo de toda a cadeia produtiva das grandes corporações do setor. Ao mesmo tempo, também com o objetivo de produzir automóveis com as mesmas características que deram aos japoneses a privilegiada liderança desse mercado, outras montadoras buscaram repetir a receita japonesa respaldadas por fortes incentivos estatais em países como a Coreia do Sul, a China e a Índia. Soma-se a esse fenômeno a saturação dos principais mercados consumidores (EUA, União Européia e Japão) e o resultado é um mercado de concorrência acirrada, com *players* voltados não somente à manutenção de seus mercados já conquistados, mas também à conquista de novos mercados nos países emergentes.

Do ponto de vista do mercado consumidor, por sua vez, se enfraqueceu a concepção centrada na oferta de bens a um consumidor universal e com preferências uniformes, própria das empresas com cultura organizacional mais próxima dos princípios da produção em massa. No seu lugar, surgiu uma concepção que acomoda a possibilidade de atendimento das particularidades locais das preferências dos consumidores, cada vez mais imprescindíveis para a lucratividade dos produtos, e as vantagens em termos de custos que só a produção especializada e com escala otimizada permite. Em termos mais concretos, se enfraquecem as estratégias de foco na produção de veículos globais e ganham espaço as

políticas de plataformas globais, que permitem o lançamento de diversos veículos com custos de desenvolvimento mais reduzidos⁴.

Para atender as exigências de um mercado com essas características sem abrir mão dos ganhos de eficiência associados à economia de escala e de escopo, proliferaram-se as políticas de alianças estratégicas voltadas ao compartilhamento de custos e riscos em projetos de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) firmados entre montadoras concorrentes (horizontais) e entre as montadoras e as suas fornecedoras (verticais)⁵.

Muitas dessas iniciativas ocorreram por meio do fomento a institutos de P&D pelas grandes empresas automobilísticas sediadas em uma mesma região geográfica em parceria com os respectivos governos desses países, como o *USCAR (United States Council for Automotive Research)*, formado pela GM, Ford e Chrysler, o *EUCAR (European Council for Automotive R&D)*, formado pelas principais montadoras européias, inclusive as filiais estrangeiras instaladas no continente, o *JARI (Japan Automobile Research Institute)*, o *KATRI (Korean Automobile Testing & Research Institute)* e o *CATARC (China Automotive Technology & Research Center)*. Com inúmeros projetos relacionados a temas como tecnologias ambientalmente amigáveis, segurança e manufatura, essas instituições têm coordenado esforços de pesquisa e desenvolvimento das empresas automobilísticas reduzindo custos e promovendo a capacidade tecnológica dos seus membros, viabilizando incrementos na sua competitividade.

A combinação das transformações observadas do lado da oferta e da demanda no mercado automobilístico colocou na habilidade para responder rapidamente às variações nas preferências do consumidor a partir do desenvolvimento, introdução e adaptação de

⁴ As chamadas “plataformas globais”, ainda que sejam um anseio de muitas montadoras em função dos potenciais ganhos de eficiência produtiva, nunca se disseminaram a ponto de se tornar um padrão na indústria. A grande diversidade dos mercados consumidores em termos de preferência dos consumidores, geografia, e condições de infra-estrutura têm limitado o sucesso das iniciativas tomadas nesse sentido. Assim, diante das restrições impostas pelo mercado nesse quesito, as montadoras têm adotado a estratégia de produzir automóveis sobre plataformas “regionais” semelhantes.

⁵ (LAMMING, 1993), (MIRANDA, et al., 1996)

novos veículos um papel central na busca pela competitividade para as empresas do ramo. Ao mesmo tempo, com o aumento das exigências dos governos e dos mercados por veículos menos poluentes e danosos ao meio-ambiente, e com o surgimento de novas possibilidades de inovação viabilizadas pelas novas tecnologias de informação e de comunicação (TICs), alguns autores sugerem haver um afastamento do regime incremental de inovação⁶ conhecido na literatura como *Schumpeter Mark II*⁷. A eclosão da crise econômica de 2008 acelerou esse afastamento dos tempos de relativa estabilidade tecnológica na indústria, passando as montadoras a acenar para o lançamento de produtos com tecnologias radicalmente inovadoras. Certamente os incentivos concedidos por diversos governos tiveram uma influência significativa sobre esse fenômeno.

Em outras palavras, estaríamos observando a indústria automobilística se aproximar novamente de uma fase de “destruição criativa” (*Schumpeter Mark I*), em função do aumento do esforço inovativo em áreas como a de materiais avançados, de microeletrônica embarcada, de tecnologia de informação e, principalmente, de novos sistemas de propulsão (motores elétricos, híbridos ou movidos a células de combustível).

Com relação aos sistemas alternativos de propulsão, os veículos híbridos (HEV), que utilizam o motor à combustão interna associado a um sistema de propulsão elétrico, estão liderando a corrida tecnológica até o momento. Com a capacidade de minimizar o

⁶ Isto é, a indústria automobilística ainda volta-se substancialmente à produção dos mesmos sistemas que compõem o autoveículo há décadas, como os já difundidos sistemas de propulsão formados por um motor de combustão interna movido a gasolina ou a diesel, sistemas de direção mecânicos, de suspensão de molas, de transmissão mecânica e automática, com carrocerias de aço, etc.

⁷ Essa sugestão foi colocada por (CARVALHO, 2008), em referência ao conceito de *de-maturity* industrial proposto originalmente por (ABERNATHY, et al., 1984). O regime de inovação denominado de *Schumpeter Mark II* se verifica quando “a mudança tecnológica se desenvolve, em geral, segundo trajetórias bem conhecidas e fundamentalmente através de inovações incrementais de produtos e de processos”, em indústrias maduras. (CARVALHO, 2008 apud MALERBA (2001), MARSILI (2001) e CORIAT, et al. (2001)). Esse conceito se contrapõe ao regime de inovação denominado *Schumpeter Mark I*, no qual as inovações são majoritariamente realizadas por novos empreendedores numa indústria ainda em sua fase histórica inicial, na qual as barreiras a entrada são baixas. “Elevadas oportunidades tecnológicas, baixos níveis de apropriabilidade e de cumulatividade e um limitado papel do conhecimento genérico também são dimensões características do padrão de atividades inovativas *Schumpeter Mark I*”. (CARVALHO, 2008 p. 447)

gasto de combustível e a emissão de gases poluentes, e, ao mesmo tempo, dispensar investimentos maciços em infra-estrutura dos postos de abastecimento (já que os HEV são abastecidos com os mesmos combustíveis dos veículos convencionais), essa tecnologia está crescentemente ganhando mercado, em especial no Japão, nos EUA e, mais recentemente, na União Européia (ver tabela abaixo).

Tabela 1. Vendas de veículos elétricos híbridos (HEV) nos principais mercados mundiais (em unidades)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Japão	15.490	42.163	65.296	59.756	90.410	90.523	121.101	466.631
EUA	36.035	47.600	84.199	209.711	252.636	352.274	312.386	290.271
União Européia	3.250	3.850	10.270	23.000	34.560	51.230	65.574	66.062
SUB-TOTAL	54.775	93.613	159.765	292.467	377.606	494.027	499.061	822.964

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da JAMA, do United States Department of Energy e do <http://www.jato.com>

Espera-se que com a difusão de normas ambientais mais rígidas e com a maior aceitação desse tipo de autoveículo pelo mercado consumidor, os impactos sobre a competitividade das indústrias automobilísticas nacionais deverão ser aumentados em função da capacidade de cada montadora em assimilar internamente essas inovações, conquistar *market-share* e adotar estratégias produtivas e comerciais eficazes. Até o momento, o Japão parece ter saído na frente no que se refere à introdução da nova tecnologia. Além de ser o maior mercado do mundo para veículos híbridos, ultrapassando os EUA que detinham essa posição até 2008, sedia os dois maiores fabricantes mundiais do produto, a Toyota e a Honda⁸.

A China, entretanto, diante das perspectivas de crescimento do seu mercado interno e da sua forte indústria tanto de autoveículos como de baterias, se prepara para protagonizar

⁸ A soma da produção das duas montadoras em relação à produção mundial de autoveículos híbridos ultrapassa os 70%, o que se pode presumir a partir dos dados disponibilizados pelo *US Department of Energy* para o mercado norte-americano.

um papel de destaque no desenvolvimento dos novos veículos, com forte apoio do governo central. Para tanto, criou uma associação envolvendo 16 empresas estatais que incluem montadoras como a Dongfeng, a FAW e a Chang'an com o objetivo de desenvolver autoveículos elétricos e híbridos⁹. Além dessa iniciativa governamental, a BYD, maior produtor mundial de baterias de íon lítio, utilizadas nos veículos híbridos, expande sua produção de veículos de passeio no mercado interno e, atualmente, planeja se internacionalizar, instalando uma fábrica de veículos elétricos híbridos na Califórnia, nos EUA¹⁰.

Sem, porém, nos aprofundar nas discussões tecnológicas e relativas ao mercado dos autoveículos de tecnologia limpa de propulsão, buscaremos a partir desse ponto sustentar as teses identificadas no início desse capítulo, tentando descrever aspectos dos diversos padrões de inserção internacional dos principais mercados de autoveículos. Começaremos pela observação dos dados de produção, de demanda, de comércio exterior e de investimentos dos principais países produtores e consumidores, e, posteriormente, focalizaremos nossa análise nos principais *players* da indústria. O intuito principal do capítulo será o de formar uma base com a qual será possível comparar o padrão de inserção da indústria automobilística do MERCOSUL nos capítulos subseqüentes.

1.2 Evolução da produção

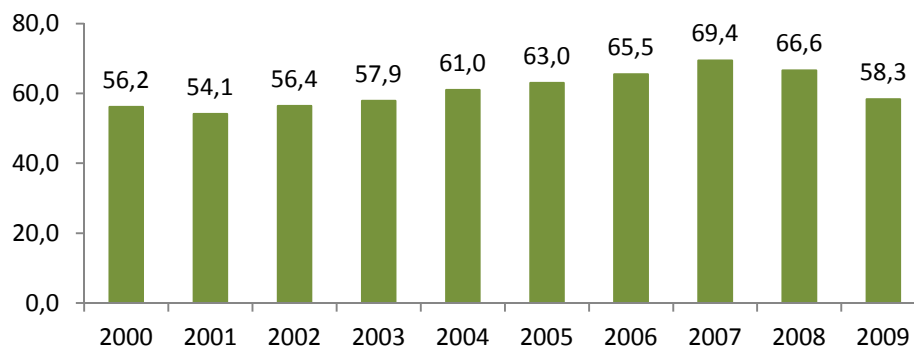
A produção mundial de autoveículos leves mostrou nos últimos anos um crescimento pujante, atingindo o pico de quase 70 milhões de unidades em 2007, processo somente interrompido com a eclosão da crise econômica a partir do segundo semestre de 2008. Mesmo com esses efeitos indesejados, porém, verifica-se um crescimento de mais de 28% dessa variável entre 2001 e 2007. Desse total, cerca de 80% corresponde aos automóveis de passeio, ao passo que os cerca de 20% restantes aos veículos comerciais

⁹ (SUNDERLAND, 2010).

¹⁰ (LETZING, 2010).

leves, categoria na qual se incluem as *pick-ups* de diversos portes, as *SUVs*, as *vans* e os furgões.

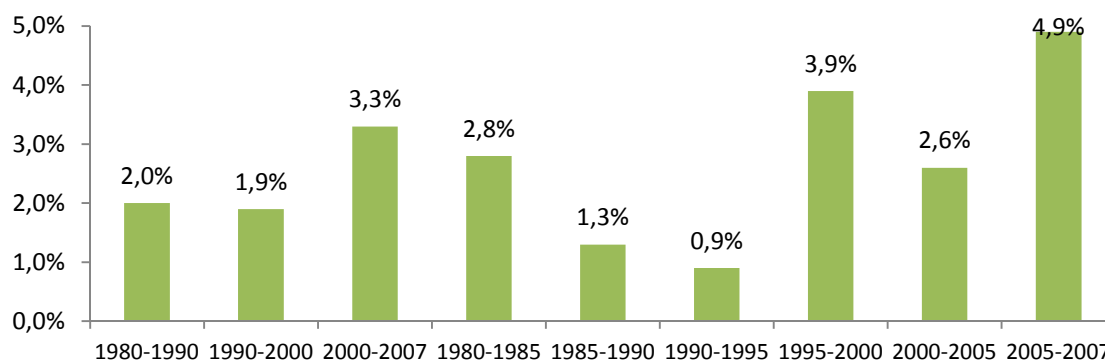
Gráfico 1. Produção mundial de autoveículos leves (2000-09, em milhões de unidades)



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da OICA.

O gráfico abaixo mostra um comparativo das taxas médias anuais de crescimento da produção mundial de autoveículos desde a década de 80. Como se pode observar, o crescimento da produção estava num momento de forte aceleração entre 2005 e 2007, com taxas significativamente mais altas do que aquelas que vinham sendo verificadas em momentos anteriores, fruto em grande medida do dinamismo dos mercados emergentes.

Gráfico 2. Taxa média geométrica de crescimento anual da produção mundial de autoveículos (1980-2007, em %)



Fonte: Projeto Perspectivas de Investimento no Brasil. Perspectivas de Investimento em Mecânica (2009).

A partir do segundo semestre de 2008 e ao longo de 2009, porém, a produção de autoveículos nos principais países produtores sofreu um forte revés, resultando na queda de 15,9% na produção entre os anos de 2007 e 2009 e acelerando o processo de reestruturação geográfica que já se verificava desde o início da década. De fato, ainda que não se possa negar que a indústria automobilística mundial como um todo tenha passado por uma forte expansão em termos de produção ao longo dos últimos 15 anos, a distribuição geográfica deste crescimento tem se mostrado consideravelmente desigual, com a produção dos principais países produtores evoluindo a ritmos bastante variados ao longo do período analisado. Como se verá adiante, essa desigualdade decorre em grande parte dos sucessivos acréscimos na demanda por autoveículos dos países emergentes, em especial a China, Brasil, Índia e Tailândia, em contraposição à estagnação observada nos países desenvolvidos.

A produção de autoveículos leves dos EUA, por exemplo, tem declinado 2,3% ao ano na média entre 2000 e 2007, ao passo que países como a Indonésia e a China, no outro extremo do espectro, apresentam crescimento na ordem dos 20% ao ano na média para a mesma variável. Essa disparidade aponta, desta forma, para um significativo processo de reestruturação geográfica na indústria, na qual predomina a decisão de alocar investimentos em aumentos de capacidade nas localidades onde a demanda se mostra mais promissora.

Como o parágrafo anterior já sinaliza, a Ásia desponta como principal vetor do crescimento da produção de autoveículos leves. Mas não são somente os asiáticos (China, Índia, Indonésia, Tailândia e Coreia do Sul) que se destacaram nos últimos anos como novas potências produtoras de autoveículos. Ainda que em menor medida, países como a República Tcheca e a Polônia, no Leste Europeu; o Brasil, a Argentina e o México, na América Latina; o Irã e a Turquia, no Oriente Médio; e a África do Sul, no continente africano também aumentaram a sua produção a uma taxa anual média considerável.

Do ponto de vista da magnitude desse crescimento, contudo, destacam-se dois países de fora da Ásia, o Irã e a Turquia, que pelo menos quadruplicaram sua produção ao longo da década passada. O primeiro viu sua produção partir de 119,4 mil para 1,4 milhão

de unidades por ano entre 1999 e 2009, ao passo que a Turquia, por sua vez, teve sua produção anual aumentada de um patamar de 272,5 mil para cerca de 900 mil unidades no mesmo período, o que colocou esses países, respectivamente, na 12^a e na 17^a colocação dos maiores produtores do mundo. Para efeitos de comparação, o Irã ultrapassou fabricantes tradicionais como a Grã-Bretanha e a Itália, o que demonstra que o país passou definitivamente a figurar entre os principais produtores de autoveículos do mundo na atualidade.

Apesar dos países mencionados terem se destacado no que se refere ao crescimento de sua produção de autoveículos, entretanto, é mesmo na Ásia que se localizam os países que mais contribuíram para o crescimento da produção mundial. De fato, entre os cinco países que mais contribuíram para o crescimento de 23,6% da produção de autoveículos leves entre os anos de 2000 e 2007, quatro são asiáticos. Dentre esses países, a China ocupa a posição de líder inquestionável nesse quesito, tendo contribuído com 43,6% desse crescimento; seguido pelo Japão e pela Índia, com 10,4% e 9,5%, respectivamente, apesar da saturação do mercado nipônico; pelo Brasil, com 9,2% desse total; e pela Tailândia, que se destaca como importante plataforma produtiva entre os novos tigres asiáticos, com seus 7,1% de contribuição (Tabela 1).

A grande variabilidade nas taxas de crescimento da produção de autoveículos pode ser observada ainda que se tome por grupo de análise os países da Tríade, que, como já dito, experimentaram uma estagnação da demanda interna em função da saturação dos seus mercados. Essa grande variância é explicada em grande medida pelos diferentes graus de dependência que as indústrias desses países possuem em relação aos seus mercados de exportação, permitindo que parte significativa da produção seja canalizada para mercados estrangeiros mais dinâmicos. Nesse sentido, o Japão, mesmo sendo um dos países com maior número de autoveículos por habitante, foi um dos cinco países que mais contribuiu para o crescimento da produção de autoveículos na última década (entre 2000 e 2007), enquanto que, no mesmo período, os números dos EUA resultaram no maior prejuízo à evolução desta mesma variável (-14,5%).

Tabela 2. Produção de autoveículos leves, por país (2000/2009, em milhares de unidades)

	2000	2007	2009	Δ% anual média (2000-07)	Var. 2000-07	Var. 2007-09	Cont. 2000-07	Cont.** 2007-09
China	2.030	7.812	11.957	20,3%	284,8%	53,1%	43,6%	-37,4%
Japão	9.487	10.866	7.554	2,0%	14,5%	-30,5%	10,4%	29,9%
EUA	12.389	10.473	5.560	-2,3%	-15,5%	-46,9%	-14,5%	44,4%
Alemanha	5.334	5.961	5.113	1,0%	11,7%	-14,2%	4,7%	7,7%
Coréia do Sul	3.066	4.044	3.473	4,7%	31,9%	-14,1%	7,4%	5,2%
Brasil	1.578	2.801	3.024	10,3%	77,5%	8,0%	9,2%	-2,0%
Índia	705	1.963	2.436	13,6%	178,5%	24,1%	9,5%	-4,3%
Espanha	3.009	2.795	2.144	-0,2%	-7,1%	-23,3%	-1,6%	5,9%
França	3.290	2.944	2.018	-0,8%	-10,5%	-31,4%	-2,6%	8,4%
México	1.845	2.006	1.502	4,2%	8,7%	-25,1%	1,2%	4,6%
Canadá	2.915	2.542	1.479	-2,0%	-12,8%	-41,8%	-2,8%	9,6%
Irã	142	992	1.363	30,3%	601,0%	37,4%	6,4%	-3,4%
Reino Unido	1.797	1.730	1.080	-1,5%	-3,7%	-37,6%	-0,5%	5,9%
Tailândia	326	1.271	988	18,7%	290,1%	-22,3%	7,1%	2,6%
Rep. Tcheca	451	931	970	12,2%	106,5%	4,2%	3,6%	-0,4%
Polônia	553	787	874	4,0%	42,2%	11,1%	1,8%	-0,8%
Turquia	387	1.049	853	18,3%	171,0%	-18,7%	5,0%	1,8%
Itália	1.693	1.232	819	-3,6%	-27,2%	-33,5%	-3,5%	3,7%
Rússia	1.145	1.531	669	4,0%	33,7%	-56,3%	2,9%	7,8%
Bélgica	1.001	790	525	-2,8%	-21,1%	-33,6%	-1,6%	2,4%
Argentina	325	539	510	8,0%	65,8%	-5,3%	1,6%	0,3%
Malásia	285	427	485	6,7%	50,0%	13,7%	1,1%	-0,5%
Indonésia	286	361	407	19,4%	26,2%	12,6%	0,6%	-0,4%
África do Sul	345	497	354	5,8%	44,0%	-28,7%	1,1%	1,3%
Austrália	344	328	223	1,2%	-4,6%	-31,9%	-0,1%	0,9%
Suécia	260	317	129	5,0%	21,9%	-59,4%	0,4%	1,7%
Outros	1.178	2.428	1.838	11,6%	106,1%	-24,3%	9,4%	5,3%
TOTAL	56.165	69.416	58.347	3,1%	23,6%	-15,9%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da OICA.

* Calculado para os últimos dez anos.

** A contribuição negativa dos países que mais tiveram aumentos da sua produção entre 2007 e 2009 se explica pela variação negativa da demanda no período (-15,9%). Assim, os países que tiveram aumento da sua produção no período contribuíram negativamente para o decréscimo observado no total da amostra.

De uma maneira geral, porém, é importante destacar que os números mostrados na tabela anterior evidenciam que o maior crescimento da produção de autoveículos ocorreu

nas economias em desenvolvimento, que mostraram maior potencial de crescimento do seu mercado consumidor.

A indústria automobilística brasileira, como se verá mais pormenorizadamente adiante, também aumentou consideravelmente o montante de autoveículos produzidos no período, passando de pouco mais de 1,3 milhão em 1999 para quase de 3,2 milhões em 2009, crescendo anualmente, portanto, a uma taxa média de quase 10%, e contribuindo com mais de 9% do total do crescimento da produção mundial de autoveículos entre 2000 e 2007.

Uma vez que os fluxos de comércio no setor automobilístico ocorrem predominantemente dentro de áreas dentro das quais vigoram acordos preferenciais de comércio, conformando o que alguns autores denominam de um sistema produtivo regional¹¹, torna-se útil analisar os dados de produção por região produtora, o que permitirá visualizar melhor a dimensão dos principais pólos produtores. Assim, o gráfico abaixo ilustra a evolução da participação relativa de cada uma dessas regiões, mostrando a perda de participação da Tríade no total da produção compensada pelo aumento da importância de regiões como a Ásia, a América do Sul, o Leste Europeu e outras regiões que incluem importantes produtores, como a Turquia, o Irã e a África do Sul.

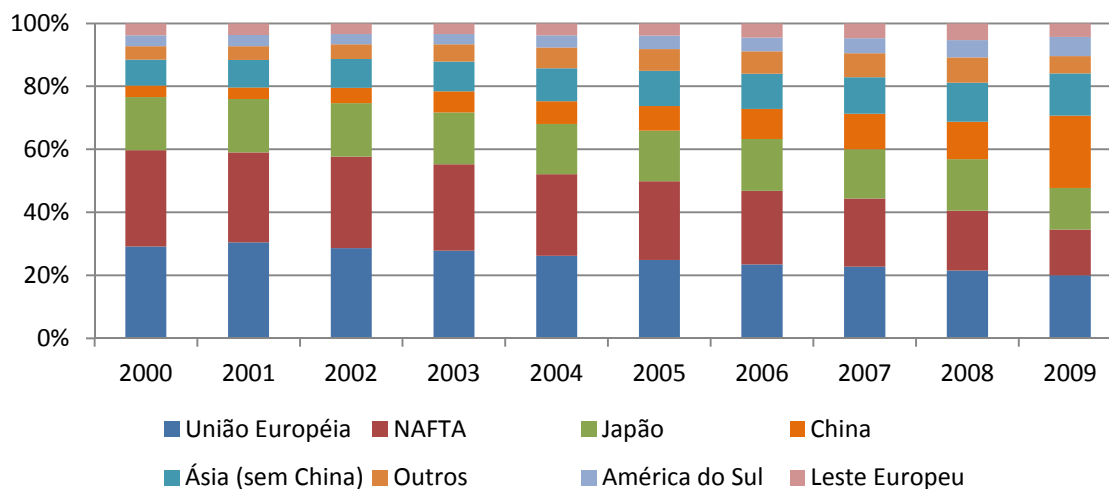
A tabela a seguir, por sua vez, reflete a taxa de crescimento da produção dessas zonas para os anos de 2001-2009, evidenciando pelo menos mais três fenômenos importantes. Primeiro, que a China e a Índia, além de ter respondido pela maior parte do crescimento da produção mundial (principalmente a China), também viram aprofundar essa tendência a partir da eclosão da crise de 2008, diferenciando-se em relação à Ásia e em relação ao restante do mundo. Desta forma, apesar das graves consequências vividas especialmente em 2009, a produção de autoveículos leves na China e a Índia cresceu neste ano 50,3% e 16,8% em relação ao ano anterior, respectivamente.

¹¹ (STURGEON, et al., 2009)

Segundo, a tabela permite visualizar o processo de transferência de produção da Europa Ocidental para o Leste Europeu no período, que resultou no crescimento relativamente alto da produção do último em contraposição ao declínio verificado no primeiro.

Terceiro, a tabela mostra ainda que os países produtores que não estão incluídos em qualquer das regiões selecionadas (categoria “Outros”) apresentaram um crescimento médio da produção próximo ao de regiões com alto dinamismo, como a Ásia e o MERCOSUL, evidenciando a crescente importância das novas zonas produtoras no mundo em desenvolvimento. Os principais países incluídos nesse grupo são a Turquia, o Irã e a África do Sul.

Gráfico 3. Participação das principais zonas produtoras de autoveículos na produção mundial (2000-2009)



Fonte: Elaboração própria, com base nos dados da OICA.

Tabela 3. Crescimento anual da produção de autoveículos com relação ao ano anterior, por zona produtora (2001-2009)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	$\Delta\%$ média*
China	-3,2%	40,0%	41,3%	14,4%	10,5%	28,0%	24,2%	1,8%	50,3%	21,8%
Índia	2,0%	8,8%	28,8%	29,8%	9,2%	17,7%	16,8%	6,2%	16,8%	14,8%
Ásia (sem China)	20,8%	17,9%	4,6%	21,3%	28,4%	-7,8%	7,3%	17,6%	-22,4%	8,6%
Brasil	8,8%	-0,9%	1,2%	20,5%	14,6%	3,9%	13,3%	7,3%	0,7%	7,5%
Argentina	-30,1%	-32,6%	4,6%	52,6%	22,5%	36,7%	31,8%	9,1%	-13,3%	5,1%
Leste Europeu	-7,0%	-4,1%	2,7%	19,1%	5,2%	19,8%	10,0%	8,9%	-29,0%	1,8%
Coréia do Sul	-5,2%	6,5%	1,0%	9,5%	4,6%	4,0%	8,4%	-6,5%	-8,2%	1,4%
Japão	-3,3%	4,3%	-0,7%	2,4%	3,4%	7,0%	0,9%	-0,3%	-30,2%	-2,5%
União Européia	0,6%	-1,8%	-0,3%	-0,7%	-2,1%	-1,9%	2,6%	-9,5%	-17,1%	-3,6%
NAFTA	-9,8%	5,9%	-3,1%	-0,7%	-0,1%	-3,2%	-1,5%	-16,3%	-32,1%	-7,5%
Outros	-0,8%	10,2%	22,0%	26,8%	6,8%	6,7%	14,8%	4,9%	-16,6%	7,6%
Mundo	-3,7%	4,3%	2,6%	5,4%	3,2%	4,0%	6,0%	-4,1%	-12,4%	0,4%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da OICA.

* Média geométrica das taxas de crescimento anual no período 2001-2009.

De maneira resumida, com base nos dados anteriormente apresentados, a produção torna-se cada vez mais dispersa ao longo do período analisado nessa dissertação, deixando cada vez mais de ser realizada pelas indústrias nacionais localizadas nos países da Tríade para cada vez mais ampliar o leque de países em que se materializa, a depender principalmente das características dos mercados que visa atender e da disponibilidade de recursos necessários nesses locais.

Cabe destacar nesse ponto que o crescimento da produção nos países periféricos foi materializado, de um lado, por aportes de investimento oriundos das tradicionais montadoras sediadas majoritariamente na Tríade, e, de outro, pelo crescimento das empresas nacionais sediadas nos próprios países cuja demanda busca atender, como é o caso da Tata, na Índia, e da SAIC, FAW, Chana, Dongfeng e BYD, na China.

Os dados da tabela seguinte ajudam a visualizar a importância desse fenômeno. Entre 2001 e 2007, as montadoras nacionais chinesas aumentaram a sua participação no total da produção do país de 5% para 44,7%, com a maior parte dessas montadoras tendo iniciado sua produção de autoveículos leves ao longo da década que se encerrou. A Índia e

a Coréia do Sul, por sua vez, mantiveram relativamente constantes a participação das suas empresas nacionais no total de sua produção, respectivamente nos patamares de 20% e de 80% no mesmo período.

Tabela 4. Participação das montadoras nacionais na produção total de automóveis de passeio para os principais produtores asiáticos (em %)

	2001	2007	2009
China	5,0%	44,8%	44,7%
Índia	20,6%	22,2%	17,9%
Coréia do Sul	80,3%	69,9%	77,4%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da OICA.

Dito de maneira resumida, o crescimento da produção mundial ao longo da década se concentrou principalmente em países emergentes localizados na Ásia, e, em menor medida, na América Latina e Leste Europeu. Entre esses países, observam-se duas lógicas em relação ao mercado destinatário dos autoveículos por eles produzidos. De um lado, há países que destinam sua produção predominantemente para mercados desenvolvidos com os quais possuem acordos preferenciais de comércio, como é o caso dos produtores do Leste Europeu e do México. De outro, há aqueles que produzem para satisfazer a crescente demanda interna ou intra-regional, que tem se mostrado o grande vetor de dinamismo para a indústria nos últimos anos.

Tomando por base o estudo da CEPAL (2009, p. 112), podemos concluir que esse fenômeno explica-se por três fatores. Primeiro, pela grande dimensão e dinamismo dos mercados consumidores que os países dessas regiões representam. Segundo, pela disponibilidade de mão-de-obra qualificada de baixo custo e de uma base de fornecedores de peças e componentes, que, em conjunto com os investimentos realizados, permitem obter reduções de custos no processo produtivo das montadoras. Por fim, pelos estímulos concedidos pelos governos tanto para os consumidores (maior prazo de pagamento e maior montante destinado ao financiamento para aquisição de veículos novos), quanto para os produtores, por meio de acesso a financiamento a baixos juros, isenções fiscais e concessão de terrenos com infra-estrutura adequada para a instalação de novas unidades produtivas.

1.3 Mercado: A evolução da demanda

Essa seção concentra-se na análise da evolução dos principais mercados de autoveículos no mundo na década de 2000, ressaltando os aspectos mais relevantes para a compreensão das mudanças provocadas sobre a inserção das indústrias nacionais. Em primeiro lugar, cumpre destacar que no período em que predominou nas montadoras da Tríade a preocupação em deslocar a produção para países periféricos com a finalidade de atender aos mercados desenvolvidos, a demanda era mais concentrada do que a produção, situação que perdurou durante a maior parte da década de 2000.

Conforme a década avançou, porém, a demanda por autoveículos leves se desconcentrou numa taxa maior do que a produção, reforçando o argumento que destaca a importância da demanda como vetor condicionante dos fluxos de investimentos produtivos. O gráfico abaixo permite observar esse fenômeno por meio da evolução do *Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH)*¹² dessas variáveis. Cabe destacar que, por insuficiência dos números de licenciamento para grande parte dos países, foram utilizados para essa análise os dados de produção disponibilizados pela OICA e de consumo aparente¹³ calculados com base nos dados do COMTRADE e da OICA para um conjunto de 180 países, que abrangem mais de 95% do total da produção e da demanda por autoveículos leves no mundo.

¹² O IHH normalizado (IHH*) é calculado por meio da relação:

$$IHH^* = \left(\sum_{i=1}^n s_i^2 - 1/n \right) / (1 - 1/n)$$

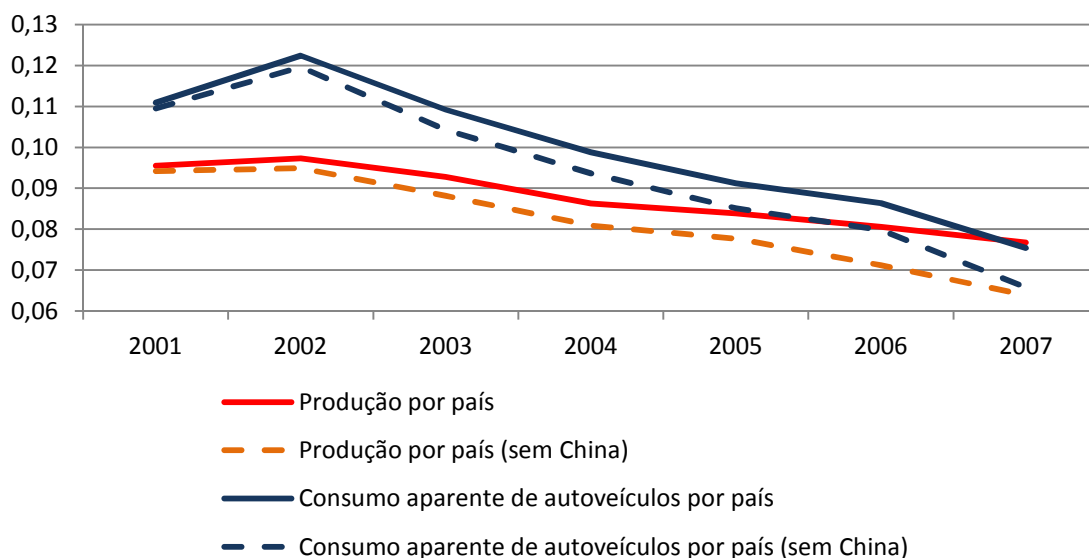
onde s é a participação (%) de cada país (ou montadora) i no total da produção ou da demanda de autoveículos e n é o número de países (ou montadoras) da amostra. O IHH* pode assumir valores dentro do intervalo delimitado pelos extremos 0 e 1.

¹³ O Consumo Aparente (CA) é calculado com base na relação:

$$CA = P - X + M$$

onde P é a produção, X é a exportação e M a importação de autoveículos, todos medidos em unidades.

Gráfico 4. Evolução do Índice de *Herfindahl-Hirschman* normalizado (IHH*) da produção e do consumo aparente de autoveículos leves (2001-07)



Fonte: Elaboração própria com base nos dados do COMTRADE e da OICA.

De qualquer maneira, observa-se no gráfico, primeiramente, como no início da década de 2000 a demanda por autoveículos leves apresentava um grau de concentração mais elevado do que a produção, refletindo os esforços empreendidos pelas montadoras em transferir sua produção para fora dos maiores mercados demandantes visando redução dos seus custos. Segundo, observa-se também como a concentração do consumo vai se reduzindo ao longo da década a uma taxa maior do que a produção, refletindo o dinamismo dos mercados emergentes. Nota-se ainda que, apesar dos expressivos aumentos da demanda e da produção da China, a sua exclusão da amostra não altera as conclusões sobre esses fenômenos, enfraquecendo o argumento que defende que o dinamismo chinês determinou a desconcentração da produção e da demanda em nível mundial.

A análise da evolução da demanda mundial por autoveículos segue a partir de agora os dados de licenciamento de autoveículos novos, incluindo os comerciais pesados, disponibilizados pela ANFAVEA em seu Anuário Estatístico. Apesar da distorção que essa escolha introduz nos números, presume-se que a análise será bastante próxima daquela que seria feita para o segmento de autoveículos leves para os países analisados, uma vez que os

volumes demandados de autoveículos pesados não são suficientemente grandes para alterar a tendência geral do segmento de autoveículos leves.

A tabela 4 reproduz os dados referentes ao número de autoveículos licenciados nos principais mercados do mundo entre 2000 e 2009. Como se pode observar, a lista dos principais demandantes coincide em grande parte com a lista dos principais produtores, o que reforça a idéia de que os investimentos produtivos realizados pelas montadoras são, antes de tudo, orientados pela localização do mercado consumidor.

Observando individualmente cada país, algumas constatações destacam-se pela magnitude e relevância para o desenvolvimento da indústria automobilística como um todo. Em primeiro lugar, à semelhança do que havia sido identificado nos dados de produção, pode-se observar a estagnação da demanda nos mercados desenvolvidos, que experimentaram médias do crescimento anual próximas de zero ao longo da década. Entre esses países, o caso dos EUA se sobressai em razão da abrupta queda na demanda por autoveículos entre 2006 e 2009, que partiu de um patamar de 17 milhões para somente 10,6 milhões de autoveículos por ano nesse período. No outro extremo, países como a China, Índia e Brasil mostraram um crescimento médio anual expressivo da demanda por autoveículos, acima dos 9% ao ano entre 2000 e 2008. Nesse grupo, por sua vez, é a China que se destaca, tendo sua demanda por autoveículos mais do que sextuplicado no período, partindo dos 2,1 milhões de unidades em 2000 para os 13,6 milhões de unidades de 2009.

Os EUA e a China também se destacam quando se analisa a contribuição de cada país para a variação total da demanda por autoveículos no mundo. Nesse quesito, enquanto o Brasil e a Índia contribuem nesse período, respectivamente, com 12% e com 13,9% do crescimento do período 2000-07, a China contribui com 82,4%, mais do que compensando a contribuição negativa de 11,6% dos EUA. Esses dados revelam a magnitude da

transferência dos pólos de dinamismo das economias desenvolvidas para as economias em desenvolvimento, em especial para aquelas da zona do BRIC¹⁴.

Tabela 5. Evolução do número de licenciamentos de autoveículos novos (em milhares de unidades, 2000-2009)

	2000	2007	2009	Δ% anual média* 2000-09	Δ% 2000-07	Δ% 2007-09	Cont. 2000-07	Cont. 2007-09**
China*	2.089	8.792	13.622	22,2%	320,9%	54,9%	82,4%	-141,0%
EUA*	17.402	16.460	10.601	-4,6%	-5,4%	-35,6%	-11,6%	171,0%
Japão	5.963	5.354	4.609	-2,4%	-10,2%	-13,9%	-7,5%	21,7%
Alemanha	3.693	3.482	4.049	-0,2%	-5,7%	16,3%	-2,6%	-16,5%
Brasil***	1.489	2.463	3.141	9,6%	65,4%	27,5%	12,0%	-19,8%
França	2.611	2.584	2.685	0,4%	-1,0%	3,9%	-0,3%	-2,9%
Reino Unido	2.520	2.800	2.223	-1,1%	11,1%	-20,6%	3,4%	16,8%
Itália	2.701	2.786	2.356	-0,7%	3,1%	-15,4%	1,0%	12,6%
Índia	859	1.989	2.264	10,2%	131,5%	13,8%	13,9%	-8,0%
Canadá*	1.586	1.690	1.484	-0,4%	6,6%	-12,2%	1,3%	6,0%
Espanha	1.719	1.939	1.074	-4,8%	12,8%	-44,6%	2,7%	25,2%
Coréia do Sul*	1.430	1.219	1.394	0,9%	-14,8%	14,4%	-2,6%	-5,1%
México*	889	1.152	776	1,1%	29,6%	-32,6%	3,2%	11,0%
Austrália	787	1.050	937	1,8%	33,4%	-10,8%	3,2%	3,3%
Bélgica	584	607	540	-0,4%	3,9%	-11,0%	0,3%	2,0%
Argentina*	307	565	487	2,5%	84,0%	-13,8%	3,2%	2,3%
Holanda	712	605	452	-4,7%	-15,0%	-25,3%	-1,3%	4,5%
Turquia	659	634	576	3,6%	-3,8%	-9,1%	-0,3%	1,7%
África do Sul	341	612	354	1,8%	79,5%	-42,2%	3,3%	7,5%
Polônia	521	372	372	-6,0%	-28,6%	0,0%	-1,8%	0,0%
Áustria	346	340	350	0,2%	-1,7%	2,9%	-0,1%	-0,3%
Suíça	346	317	294	-1,5%	-8,4%	-7,3%	-0,4%	0,7%
Suécia	329	359	248	-2,8%	9,1%	-30,9%	0,4%	3,2%
Grécia	315	307	237	-1,9%	-2,5%	-22,8%	-0,1%	2,0%
Portugal	419	277	204	-6,7%	-33,9%	-26,4%	-1,7%	2,1%
Subtotal	50.617	58.755	55.329	1,2%	16,1%	-5,8%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ANFAVEA.

*Os dados referem-se a vendas.

** A contribuição negativa dos países que mais tiveram aumentos na demanda se explica pela variação negativa da demanda no período 2007-09 (-5,8%). Assim, os países que tiveram aumento de demanda no período contribuíram negativamente para o decréscimo observado no total da amostra.

*** Os dados até 2001 referem-se a vendas.

¹⁴ Brasil, Rússia, Índia e China.

Dito de maneira resumida, conclui-se que a demanda por autoveículos nos principais mercados se desconcentrou na década mais rapidamente do que a produção, e que a China contribuiu majoritariamente para o aumento do número de veículos comercializados em nível mundial. Além disso, observa-se também a queda significativa da importância relativa dos países desenvolvidos para as vendas mundiais desses produtos em função da estagnação desses mercados, ficando a maior parte do acréscimo acumulado no período concentrada nos países emergentes.

1.4 Evolução do comércio exterior

No que se refere aos fluxos de comércio exterior, houve um aumento substancial e consistente das exportações e das importações de autoveículos ao longo dos últimos vinte anos. Esses aumentos estão relacionados a uma série de condicionantes, entre os quais podemos destacar dois.

Em primeiro lugar, como já foi discutido anteriormente, as mudanças ocorridas nos principais pólos consumidores, que implicaram num crescimento mais acentuado da demanda nos países emergentes em relação aos mercados mais tradicionais. Como decorrência desse fenômeno, o maior dinamismo de mercados com pouca tradição na produção de autoveículos atrai importações de países com parques industriais mais consolidados, ainda que, na medida em que haja expectativa da existência de uma demanda suficiente, as montadoras busquem estabelecer fábricas nas mesmas localidades onde os autoveículos são comercializados¹⁵.

Em segundo, as estratégias adotadas pelas montadoras condicionadas pelo ambiente em que atuam, tanto do ponto de vista dos acordos comerciais vigentes entre os países onde essas possuem filiais, quanto das características da indústria em termos de custos e de tecnologia, que muitas vezes contribuem para alocações produtivas que divergem do rol de

¹⁵ Ao contrário do que se verifica em outras indústrias, como a de informática e a de equipamentos eletrônicos.

produtos demandados. Exemplo próximo desse fenômeno é o que ocorre no MERCOSUL, onde a Argentina, ao mesmo tempo em que destina a maior parte de sua produção para o Brasil, importa deste a maior parte dos autoveículos que comercializa internamente.

Sem entrar em maiores detalhes a respeito desses condicionantes, focaremos a partir desse ponto na descrição dos principais fluxos comerciais de autoveículos, evidenciando algumas características que interessarão para o estudo de nosso objeto. Para tanto, serão analisados basicamente os dados contidos em três conjuntos de tabelas. Primeiro, as tabelas 6 e 7, que contêm os dados de exportação e importação de autoveículos, medidos em unidades, para os principais países produtores para os quais existem dados disponíveis. Segundo, as tabelas 8 e 9, que combinam os dados anteriores com os de produção e de demanda, resultando nos coeficientes de importação¹⁶ e de exportação para cada um dos países anteriores, e, por fim, as tabelas 10 e 11, nas quais é possível observar os fluxos de comércio realizados em dólares norte-americanos entre os principais produtores e o Mundo, e, de forma mais detalhada, entre os principais países produtores e as principais regiões econômicas. Outras tabelas e gráficos serão utilizados complementarmente para embasar argumentos mais específicos.

¹⁶ Importações/consumo aparente.

Tabela 6. Exportações de autoveículos, por país produtor (em milhares de unidades, 2000-2008)

	2000	2007	2008	$\Delta\%$ anual média 2000-07	$\Delta\%$ 2000-07	$\Delta\%$ 2007-08	Cont. 2000-07	Cont. 2007-08
EUA	1.468	2.396	ND	8,8%	63,2%	ND	11,4%	ND
Japão	4.455	6.550	6.727	5,1%	47,0%	2,7%	25,8%	-5,6%
Alemanha	3.723	4.664	4.501	3,0%	25,3%	-3,5%	11,6%	5,1%
França	3.619	4.697	4.322	4,7%	29,8%	-8,0%	13,3%	11,8%
Coréia do Sul	1.676	2.847	2.684	8,2%	69,9%	-5,7%	14,4%	5,1%
Espanha	2.504	2.389	2.181	0,4%	-4,6%	-8,7%	-1,4%	6,6%
México	1.451	1.653	1.698	5,1%	13,9%	2,7%	2,5%	-1,4%
Reino Unido	1.128	1.317	1.254	1,0%	16,8%	-4,8%	2,3%	2,0%
Rep. Tcheca	357	879	959	13,8%	146,2%	9,1%	6,4%	-2,5%
Turquia	96	820	910	32,6%	754,2%	11,0%	8,9%	-2,8%
Brasil	371	789	735	14,1%	112,7%	-6,8%	5,2%	1,7%
Itália	912	651	561	-2,5%	-28,6%	-13,8%	-3,2%	2,8%
Argentina	136	316	351	15,8%	132,4%	11,1%	2,2%	-1,1%
Portugal	225	176	170	-3,1%	-21,8%	-3,4%	-0,6%	0,2%
Áustria	137	226	150	6,8%	65,0%	-33,6%	1,1%	2,4%
Subtotal	22.258	30.370	27.203	4,7%	36,4%	-10,4%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base no Anuário Estatístico da ANFAVEA 2009.

Tabela 7. Importações de autoveículos dos principais países produtores. (em milhares de unidades, 2000-2007)

	2000	2003	2007	$\Delta\%$ anual média*	Variação 2000-2007	Contribuição 2000-2007
Alemanha	2.127	1.800	1.199	-7,6%	-43,6%	431,6%
Argentina*	118	98	373	12,4%	216,1%	-118,6%
Áustria	364	336	323	-1,5%	-11,3%	19,1%
Brasil*	174	74	277	5,6%	59,2%	-47,9%
Espanha	1.144	1.478	1.439	2,7%	25,8%	-137,2%
EUA	6.824	6.556	7.319	2,0%	7,3%	-230,2%
França	1.905	985	1.192	-4,6%	-37,4%	331,6%
Itália	1.965	1.895	1.830	-0,1%	-6,9%	62,8%
Japão	285	284	265	0,2%	-7,0%	9,3%
Reino Unido	1.812	2.439	2.368	3,4%	30,7%	-258,6%
Suécia	306	281	264	-2,3%	-13,7%	19,5%
Suíça	362	326	313	-1,5%	-13,5%	22,8%
Turquia	336	213	345	9,0%	2,7%	-4,2%
Total	17.722	16.765	17.507	-0,2%	-1,2%	100%

Fonte: Elaboração própria com base no Anuário Estatístico da ANFAVEA 2009.

* Média geométrica no período 1999-2007.

Tabela 8. Coeficientes de exportação, por país (2000-2008)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Alemanha	67,4%	68,8%	70,8%	71,1%	70,4%	70,9%	71,9%	75,1%	74,5%
Argentina	40,0%	65,7%	77,4%	63,9%	56,2%	56,9%	54,9%	58,0%	58,8%
Brasil	21,9%	21,5%	23,2%	29,3%	32,8%	35,4%	32,3%	26,5%	22,9%
Coréia do Sul	53,8%	51,0%	48,0%	57,1%	68,6%	69,9%	69,0%	69,7%	70,5%
Espanha	82,6%	82,0%	81,5%	82,3%	82,3%	81,6%	81,9%	82,7%	85,8%
EUA	11,5%	12,8%	13,5%	13,3%	15,0%	17,3%	18,2%	22,2%	ND
França*	108,1%	102,9%	104,6%	111,8%	116,4%	121,7%	133,8%	155,7%	168,3%
Itália	52,5%	51,5%	51,4%	53,3%	52,2%	48,0%	49,2%	50,7%	54,8%
Japão	43,9%	42,6%	45,8%	46,2%	47,2%	46,8%	52,0%	56,5%	58,2%
México	75,0%	76,9%	74,0%	75,9%	69,9%	70,9%	77,6%	78,9%	77,5%
Reino Unido	62,2%	58,9%	63,7%	67,6%	70,1%	73,0%	75,3%	75,3%	76,0%
Rep. Tcheca	78,5%	82,4%	83,7%	86,2%	87,1%	88,5%	91,2%	93,7%	101,4%
Turquia	22,3%	73,1%	74,4%	65,1%	61,7%	62,9%	70,5%	74,6%	79,3%

Fonte: Elaboração própria com base em dados da ANFAVEA.

(*) Os dados disponíveis para a França incluem as exportações de conjuntos CKD.

Tabela 9. Coeficientes de importação (importações/consumo aparente), por país (2000-2007)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Alemanha	57,6%	60,3%	60,9%	51,4%	49,9%	60,3%	52,2%	34,4%
Argentina	38,4%	46,9%	34,1%	62,8%	67,6%	74,4%	65,0%	66,0%
Áustria	105,2%	102,9%	122,7%	100,6%	109,4%	100,3%	94,2%	95,0%
Brasil	11,7%	11,1%	7,8%	5,2%	3,9%	5,1%	7,4%	11,2%
Espanha	66,6%	70,8%	69,2%	86,1%	72,0%	83,3%	76,4%	74,2%
EUA	39,2%	37,6%	40,2%	38,6%	39,5%	38,7%	44,0%	44,5%
França	73,0%	66,7%	70,6%	40,4%	40,1%	40,5%	42,1%	46,1%
Itália	72,8%	76,7%	85,6%	76,3%	75,7%	70,0%	66,6%	65,7%
Japão	4,8%	4,9%	5,0%	4,9%	4,9%	4,9%	4,9%	4,9%
Reino Unido	71,9%	81,7%	83,2%	82,9%	78,8%	80,5%	88,2%	84,6%
Suíça	104,6%	103,4%	101,2%	110,9%	99,3%	97,3%	99,7%	98,7%
Turquia	51,0%	46,4%	48,0%	53,9%	56,1%	55,8%	55,4%	54,4%

Fonte: Elaboração própria, com base em dados da ANFAVEA.

Dentre os países analisados, certamente os EUA são o principal importador líquido de autoveículos. Com um coeficiente de importações que se elevou de 39,2% para 44,5% entre 2000 e 2007, as *Big Three* (GM, Ford e Chrysler) sofreram ao longo da década com a concorrência das japonesas e coreanas, que elevaram consideravelmente seu *market-share* no mercado norte-americano no período (ver gráfico 5).

Tabela 10. Fluxos de comércio exterior de autoveículos leves dos principais países produtores de autoveículos, em anos selecionados (em US\$ bilhões)

	Mundo			NAFTA			UE 15			Ásia			Mercosul			Or. Médio			Leste Eur.			
	E*	I	S	E	I	S	E	I	S	E	I	S	E	I	S	E	I	S	E	I	S	
China																						
2001	0,0	1,3	-1,2	0,0	0,1	-0,1	0,0	0,6	-0,6	0,0	0,6	-0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	-0,1	
2007	2,8	9,8	-7,0	0,3	1,2	-0,8	0,7	4,5	-3,9	0,3	3,5	-3,2	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,2	0,4	0,6	-0,2	
2009	1,4	14,4	-13,0	0,1	2,5	-2,3	0,4	6,5	-6,1	0,3	4,6	-4,4	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,3	0,1	0,7	-0,7	
EUA																						
2001	18,4	108,5	-90,1	12,2	45,4	-33,3	3,0	23,0	-20,0	2,0	38,5	-36,5	0,0	0,6	-0,6	1,1	0,0	1,1	0,0	0,3	-0,3	
2007	44,8	136,3	-91,5	19,5	50,8	-31,3	11,9	30,4	-18,6	7,9	53,4	-45,5	0,1	0,0	0,1	5,2	0,0	5,2	0,8	1,2	-0,3	
2009	28,4	82,2	-53,9	10,8	33,1	-22,3	6,2	16,2	-10,0	7,7	31,1	-23,4	0,2	0,0	0,2	5,0	0,4	4,6	0,4	0,3	0,1	
Japão																						
2001	53,0	6,3	46,7	33,4	1,0	32,4	7,1	4,7	2,4	6,1	0,1	6,0	0,3	0,0	0,3	3,5	0,0	3,5	0,1	0,2	0,0	
2007	108,1	7,7	100,5	50,8	0,7	50,1	16,7	5,8	10,9	17,1	0,1	17,0	0,4	0,0	0,4	10,5	0,0	10,5	1,7	0,2	1,5	
2009	62,3	4,6	57,7	28,0	0,4	27,6	9,0	3,7	5,2	13,7	0,1	13,7	0,2	0,0	0,2	7,0	0,0	7,0	0,5	0,1	0,4	
Alemanha																						
2001	67,4	24,3	43,1	15,1	2,3	12,7	37,0	15,5	21,4	6,7	2,5	4,2	0,3	0,0	0,3	1,9	0,1	1,8	2,2	3,3	-1,1	
2007	138,8	44,2	94,6	25,9	8,7	17,2	76,9	23,0	54,0	14,5	5,3	9,2	0,4	0,8	-0,3	4,5	0,5	4,1	6,2	6,3	-0,1	
2009	102,4	39,0	63,4	15,0	5,3	9,7	56,9	22,0	34,9	14,9	3,3	11,6	0,5	0,7	-0,2	3,7	0,4	3,2	4,4	6,9	-2,5	
Brasil																						
2001	2,0	1,4	0,5	1,1	0,1	1,0	0,1	0,2	-0,1	0,1	0,2	-0,1	0,3	0,9	-0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
2007	4,7	3,1	1,5	1,0	0,6	0,5	0,7	0,4	0,4	0,0	0,5	-0,5	1,9	1,7	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
2009	3,2	5,5	-2,2	0,5	1,0	-0,5	0,7	0,6	0,1	0,0	1,2	-1,2	1,8	2,6	-0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
França																						
2001	21,1	16,1	4,9	0,0	0,2	-0,2	16,8	13,9	3,0	0,9	1,4	-0,4	0,1	0,0	0,1	0,6	0,2	0,4	0,8	0,4	0,4	
2007	31,0	34,7	-3,7	0,2	0,3	-0,1	24,5	26,3	-1,8	1,4	4,2	-2,8	0,1	0,0	0,1	1,1	1,3	-0,3	1,6	3,1	-1,5	
2009	19,9	30,5	-10,6	0,1	0,1	0,0	16,0	21,3	-5,3	1,1	4,1	-3,0	0,1	0,0	0,1	0,9	1,9	-1,0	0,8	3,9	-3,0	
Itália																						
2001	6,7	18,6	-11,9	0,2	0,1	0,1	5,4	15,1	-9,7	0,3	1,9	-1,7	0,0	0,1	-0,1	0,1	0,2	-0,2	0,2	1,2	-1,0	
2007	11,6	38,0	-26,4	0,9	0,4	0,5	8,0	28,1	-20,1	0,7	3,5	-2,8	0,0	0,0	0,0	0,3	0,7	-0,5	0,7	5,6	-4,9	
2009	7,9	29,6	-21,7	0,5	0,1	0,4	5,3	21,1	-15,8	0,7	2,9	-2,2	0,0	0,0	0,0	0,3	0,4	-0,2	0,5	5,3	-4,8	
Coréia do Sul																						
2001	12,0	0,2	11,8	6,7	0,0	6,7	2,5	0,2	2,3	1,2	0,0	1,2	0,1	0,0	0,1	0,7	0,0	0,7	0,1	0,0	0,1	
2007	34,5	2,5	32,0	9,9	0,2	9,7	7,5	1,6	5,9	5,2	0,6	4,6	0,5	0,0	0,5	3,7	0,0	3,7	1,9	0,0	1,9	
2009	22,4	1,9	20,5	7,1	0,2	7,0	2,4	1,2	1,1	5,5	0,4	5,1	1,3	0,0	1,3	4,2	0,0	4,2	0,4	0,0	0,4	
Índia																						
2001	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
2007	1,3	0,2	1,0	0,1	0,0	0,1	0,5	0,1	0,3	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	
2009	2,9	0,2	2,7	0,0	0,0	0,0	1,8	0,2	1,7	0,3	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,2	0,1	0,0	0,1	
SUB-TOTAL																						
2001	180,6	176,7	3,9	68,7	49,2	19,5	72,0	73,2	-1,2	17,3	45,2	-27,9	1,1	1,6	-0,6	7,9	0,6	7,3	3,5	5,5	-1,9	
2007	377,6	276,6	101,0	108,7	62,9	45,7	147,4	120,3	27,1	47,2	71,2	-24,0	3,6	2,5	1,1	25,7	2,6	23,2	13,4	17,0	-3,6	
2009	250,9	207,9	43,0	62,2	42,7	19,6	98,7	92,9	5,8	44,3	47,8	-3,5	4,2	3,4	0,8	21,5	3,2	18,3	7,2	17,3	-10,1	

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da *International Trade Center*.

*E: Exportações, I: Importações, S: Saldo comercial.

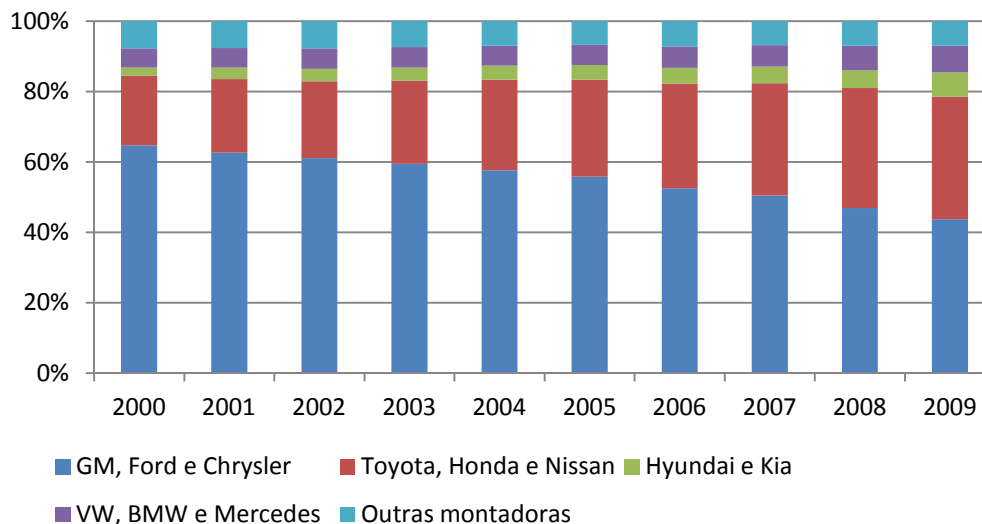
Tabela 11. Participação das principais regiões econômicas no total dos fluxos comerciais dos maiores produtores de autoveículos leves (2001-2009, em %)

	Mundo		NAFTA		UE 15		Ásia		Mercosul		Oriente Médio		Leste Europeu	
	E	I	E	I	E	I	E	I	E	I	E	I	E	I
China														
2001	100%	100%	9%	6%	4%	46%	71%	44%	0%	0%	13%	0%	0%	4%
2007	100%	100%	12%	12%	24%	46%	9%	36%	1%	0%	6%	0%	13%	6%
2009	100%	100%	10%	17%	30%	45%	22%	32%	3%	0%	20%	0%	5%	5%
EUA														
2001	100%	100%	66%	42%	17%	21%	11%	36%	0%	1%	6%	0%	0%	0%
2007	100%	100%	44%	37%	26%	22%	18%	39%	0%	0%	12%	0%	2%	1%
2009	100%	100%	38%	40%	22%	20%	27%	38%	1%	0%	18%	1%	1%	0%
Japão														
2001	100%	100%	63%	16%	13%	76%	11%	2%	1%	0%	7%	0%	0%	3%
2007	100%	100%	47%	9%	15%	76%	16%	1%	0%	0%	10%	0%	2%	2%
2009	100%	100%	45%	8%	14%	82%	22%	1%	0%	0%	11%	0%	1%	3%
Alemanha														
2001	100%	100%	22%	10%	55%	64%	10%	10%	0%	0%	3%	0%	3%	13%
2007	100%	100%	19%	20%	55%	52%	10%	12%	0%	2%	3%	1%	5%	14%
2009	100%	100%	15%	14%	56%	56%	15%	8%	1%	2%	4%	1%	4%	18%
Brasil														
2001	100%	100%	57%	9%	5%	14%	5%	13%	13%	64%	0%	0%	0%	0%
2007	100%	100%	22%	18%	16%	12%	0%	15%	42%	53%	0%	0%	0%	0%
2009	100%	100%	16%	19%	21%	11%	1%	22%	56%	48%	0%	0%	0%	1%
França														
2001	100%	100%	0%	1%	80%	86%	4%	8%	0%	0%	3%	1%	4%	2%
2007	100%	100%	1%	1%	79%	76%	4%	12%	0%	0%	3%	4%	5%	9%
2009	100%	100%	0%	0%	80%	70%	5%	13%	0%	0%	4%	6%	4%	13%
Itália														
2001	100%	100%	3%	0%	80%	81%	4%	10%	0%	0%	1%	1%	4%	7%
2007	100%	100%	8%	1%	69%	74%	6%	9%	0%	0%	2%	2%	6%	15%
2009	100%	100%	7%	0%	67%	71%	9%	10%	0%	0%	3%	2%	6%	18%
Coréia do Sul														
2001	100%	100%	56%	16%	21%	65%	10%	18%	1%	0%	6%	0%	1%	0%
2007	100%	100%	29%	9%	22%	65%	15%	25%	2%	0%	11%	0%	6%	1%
2009	100%	100%	32%	8%	11%	66%	25%	22%	6%	0%	19%	0%	2%	1%
Índia														
2001	100%	100%	0%	4%	57%	57%	25%	30%	1%	1%	5%	6%	0%	7%
2007	100%	100%	5%	2%	37%	58%	14%	36%	0%	0%	10%	0%	3%	3%
2009	100%	100%	1%	4%	62%	75%	10%	14%	0%	0%	7%	0%	3%	6%
SUB-TOTAL														
2001	100%	100%	38%	28%	40%	41%	10%	26%	1%	1%	4%	0%	2%	3%
2007	100%	100%	29%	23%	39%	44%	13%	26%	1%	1%	7%	1%	4%	6%
2009	100%	100%	25%	21%	39%	45%	18%	23%	2%	2%	9%	2%	3%	8%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da *International Trade Center*.

*E: Exportações, I: Importações.

Gráfico 5. Participação das principais montadoras nas vendas de autoveículos nos EUA (2000-09)



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da (WARD'S AUTO, 2010)

Cabe destacar que os grandes problemas dessas montadoras foram amplamente abordados pela literatura especializada, que destacou, ao longo dos últimos trinta anos, a crise do fordismo e do sloanismo a partir da década de 80, a influência das transformações decorrentes da adoção das tecnologias associadas à produção enxuta pelas empresas japonesas e da maior capacidade das asiáticas para atender às mudanças ocorridas no perfil de demanda nos principais mercados consumidores¹⁷.

Refletindo essa tendência, os EUA mantiveram ao longo da década o seu déficit comercial de autoveículos leves na casa dos US\$ 90 bilhões, valor que só se reduziu com a eclosão da crise de 2008 que reduziu drasticamente as suas importações do produto. O principal responsável por esse déficit continua sendo o Japão, que respondeu por cerca de 30% do total das importações norte-americanas de autoveículos leves entre 2001 e 2009. Entre outros países que também elevaram seu superávit no comércio com os EUA do setor automotivo incluem-se o México, que passou a produzir automóveis para o mercado norte-

¹⁷ (ABERNATHY, 1982), (YANARELLA, et al., 1996), (WOMACK, et al., 2004), dentre outros.

americano depois da criação do NAFTA, a Coréia do Sul, que adotou uma política proativa de incentivo à sua indústria automobilística nos moldes do que havia sido feito no Japão décadas antes, e a China, que tem aumentado sua participação na pauta de importações norte-americanas nos últimos anos (tabela 10).

O Japão, por sua vez, ampliou ao longo da década o seu tradicional papel de grande exportador líquido de automóveis, ainda que tenha sido, desde os anos 1980, o principal responsável pelo movimento de internacionalização produtiva, que enfraqueceu substancialmente seu caráter exportador.

Primeiro, porque aumentou consideravelmente suas exportações do produto, que foi de 4,5 milhões de unidades em 2000 para 6,7 milhões em 2008, elevando seu coeficiente de exportação nesse período de 43,9% para 58,2% e contribuindo com 35,4% do crescimento das exportações mundiais do produto. Como consequência, o país foi o que apresentou os maiores superávits comerciais no setor, que aumentou de US\$ 46,7 bilhões para US\$ 100,5 bilhões entre 2001 e 2007, um aumento de 115,2%.

Cabe destacar, contudo, que justamente em função do movimento de internacionalização produtiva empreendida pelo país nas décadas precedentes (em grande parte motivado pelas pressões dos EUA, que sofria com os déficits comerciais alimentados pelas importações de automóveis japoneses), o coeficiente de exportação do país manteve-se em patamares menores se comparados com outros exportadores líquidos, como a Alemanha, a Coréia do Sul e o México.

Segundo, porque reduziu em 7,0% suas já pequenas importações dessa mercadoria nestes anos, mantendo praticamente constante seu coeficiente de importação numa década marcada pela retração da demanda interna.

Terceiro, porque a maior parte do aumento das exportações japonesas foi decorrente de conquistas de novos mercados, e não pelas históricas importações norte-americanas. Este crescimento esteve intimamente relacionado ao esforço do governo japonês de

estabelecer acordos de livre-comércio com diversos países ao longo da década, que contribuiu para as estratégias de diversificação de mercados por parte das montadoras sediadas no país¹⁸. Nesse sentido, ao passo que os EUA contribuíram com menos de 20% do crescimento total do superávit japonês entre 2000 e 2007, os países de fora da Tríade contribuíram com 64,2% desse total¹⁹.

É importante ressaltar ainda que o Oriente Médio se destacou como região importadora de autoveículos japoneses, contribuindo com quase 22% do total do crescimento das exportações do país entre 2000 e 2007 (ver tabela 12). Os países que mais contribuíram dentro dessa região foram a Arábia Saudita, os Emirados Árabes Unidos, Omã e Israel, que juntos representaram 71,3% das exportações japonesas para a região no ano de 2007.

Cabe ressaltar, porém, que as exportações japonesas de automóveis de passeio foram gravemente prejudicadas em 2009 em função da crise, caindo dos 5,8 milhões de unidades de 2007 para 3,2 milhões em 2009, uma queda de 44,8%²⁰. Mesmo com essa retração, porém, não se pode dizer que o caráter de grande exportador líquido de autoveículos tenha sido ameaçado.

Resumindo os argumentos acima expostos, o Japão, que por décadas concentra suas exportações para o mercado norte-americano, tem diminuído a dependência dos EUA, diversificando os seus mercados de destino e, com isso, aumentando a participação dos países emergentes na sua pauta. A maior taxa de crescimento das exportações destinadas a países não incluídos na União Européia e no NAFTA entre 2000 e 2007 (tabela 12) e a grande quantidade de acordos bilaterais de livre-comércio que foram firmados pelo país ao longo do mesmo período corroboram esse fenômeno.

¹⁸ O Japão notificou à OMC, ao longo dos anos 2000, acordos de liberalização do comércio com o Chile (ago/07), com a Indonésia (jun/08), com a Malásia (jul/06), com o México (abr/05), com as Filipinas (dez/2008), com a Cingapura (nov/2002) e com a Tailândia (out/07).

¹⁹ Para mais detalhes consultar <http://jamaserv.jama.or.jp/newdb/eng/index.html>.

²⁰ (JAMA, 2010)

Tabela 12. Japão: Exportações de automóveis de passeio por destino, em milhares de unidades (2000-09)

	2000	2007	2009	Var. 2000-07	Var. 2007-09	Cont. 2000-07	Cont. 2007-09
Ásia	262,0	294,2	270,9	12,3%	-7,9%	1,6%	0,9%
Oriente - Médio	182,9	620,6	323,3	239,3%	-47,9%	21,7%	11,4%
Europa	1.004,2	1.435,7	670,4	43,0%	-53,3%	21,4%	29,4%
América do Norte	1.808,7	2.424,9	1.367,4	34,1%	-43,6%	30,6%	40,6%
América Central	91,4	230,6	103,0	152,2%	-55,3%	6,9%	4,9%
América do Sul	120,3	210,1	88,4	74,7%	-57,9%	4,5%	4,7%
África	36,8	218,9	74,2	495,8%	-66,1%	9,0%	5,6%
Oceania	285,8	373,2	307,0	30,6%	-17,8%	4,3%	2,5%
Total	3.795,9	5.812,0	3.208,6	53,1%	-44,8%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da JAMA.

A Alemanha, a França e a Itália ocupam, nesta ordem, posições que variam de exportador líquido a importador líquido de autoveículos entre os principais produtores na União Européia.

No caso da Alemanha, o superávit comercial do setor mais do que dobrou entre 2001 e 2007, partindo de US\$ 43,1 bilhões para US\$ 94,6 bilhões. Entre 2000 e 2008, a Alemanha aumentou 20,9% suas exportações de autoveículos, contribuindo desta maneira com 12,1% do crescimento mundial desta variável. Esse incremento se deu num ritmo mais alto do que o crescimento da produção, refletindo sobre o crescimento do coeficiente de exportação do país, que se elevou de 67,4% para 74,5% neste período. Em 2008, os principais destinos das exportações de automóveis de passeio do país foram o Reino Unido (16,1%), os EUA (12,6%), a Itália (9,8%), a França (8,3%) e a China (5,3%)²¹. De maneira semelhante ao Japão, a Alemanha também reforçou seu caráter de exportador líquido ao longo da década de 2000, pois, além de aumentar seu coeficiente de exportação, também reduziu significativamente a penetração das importações no seu mercado. Nesse aspecto, o coeficiente de importação do país se reduziu do patamar de 57,6% em 2000 para 52,2% em 2006 e para 34,4% em 2007.

²¹ (VDA, 2009)

Para que chegassem a usufruir desses resultados, as montadoras sediadas na Alemanha historicamente se beneficiaram da pujança de seu mercado interno e da integração regional da Europa, que hoje absorve a maior parte de sua produção de automóveis. Assim, ao longo da década de 2000 a principal característica da sua forma de inserção comercial é a forte concentração de suas exportações para os mercados intraregionais e o grande *market-share* de suas marcas no mercado alemão. Atualmente (em 2008), do total de automóveis exportado (mais de 70% da sua produção), cerca de 60% é destinada à Europa Ocidental e pouco mais de 12% para o Leste Europeu, e, do total comercializado no mercado interno, cerca de 70% dos automóveis são de marcas alemãs, dos quais $\frac{3}{4}$ produzidos dentro da própria Alemanha²².

A França, por sua vez, ocupa uma posição intermediária, na qual predomina um comércio relativamente equilibrado ao longo dos anos. Nesse aspecto, em 2007, o país importou US\$ 3,7 bilhões a mais do que exportou de automóveis, revertendo o saldo positivo de 2001, que tinha ficado na casa dos US\$ 4,9 bilhões. A alta dependência do mercado regional para suas exportações e importações também caracteriza a indústria automobilística francesa, que exportou somente 14% dos seus automóveis para mercados de fora da União Européia em 2001 e 30% em 2007. Do lado das importações, a cifra para ambos os anos é de somente 20%. Como se pode notar por essas cifras, a União Européia perdeu importância como destino das exportações no período, reduzindo sua participação no total exportado. Espanha (8,7%), Itália (7,9%), Alemanha (7,7%) e Reino Unido (7,0%) continuam sendo os principais destinos dentro do bloco em 2008, mas com participações menores em relação ao total da produção. No espectro oposto ao da União Européia, todas as outras principais regiões econômicas do mundo ganharam participação como destinos das exportações francesas de automóveis, evidenciando uma tendência, ainda que em menor medida se comparada ao Japão, de diversificação dos parceiros comerciais. A África passou de 2,2% para 4,0% de participação no total da pauta entre 2000 e 2008; a América Latina, de 7,3% para 12,9%; a Ásia de 3,8% para 10,5% e a Oceania, de 0,3% para 0,4%.

²² Idem.

Merece destaque o caso do Irã nesse quesito, que se tornou ao longo da década no principal importador de automóveis franceses no mundo, partindo dos 45,7 mil unidades importadas em 2000 para 358,7 mil unidades em 2008, um acréscimo, portanto, de 684,5%. Ressalva-se, entretanto, que todos esses acréscimos foram em grande parte compensados pelas perdas de participação das montadoras francesas no mercado europeu, conforme já foi discutido, e, de maneira particular, pela perda de *market-share* desses mesmos fabricantes dentro do próprio mercado francês (entre 1990 e 2008, as montadoras francesas viram sua participação no mercado interno cair de 60,9% para 55,3%). Essa perda, porém, não se deu de maneira uniforme ao longo desse período, sendo mais acentuada no período 2002-2007²³.

No que se refere à evolução dos coeficientes de exportação e importação da França, nota-se que o primeiro apresenta taxas acima dos 100%, indicando que as exportações de automóveis a partir do seu território foram maiores do que os montantes ali produzidos. A principal razão para essa aparente anomalia reside na inclusão dos conjuntos *CKD* entre as exportações de automóveis por parte da CCFA, ao passo que a produção é mensurada com base nos veículos acabados, ficando os dados de exportação superestimados.

De qualquer maneira, na evolução ao longo da década, o coeficiente passou por incrementos significativos, partindo de 102,9% em 2001 para 168,3% em 2008. Com relação às importações, por sua vez, nota-se um aumento do coeficiente a partir de 2003, partindo de 40,4% para 46,1% em 2007, que, porém, não compensou a queda verificada de 2002 para 2003 (70,6% para 40,4%).

A Itália, por sua vez, desempenhou o papel de importador líquido de automóveis ao longo da década de 2000. Nesse sentido, o seu déficit comercial de automóveis leves se aprofundou de US\$ 11,9 bilhões para US\$ 26,4 bilhões entre 2001 e 2007, devido, por um lado, à transferência de parte da produção interna da sua maior montadora, a Fiat, para

²³ (CCFA, 2009 p. 25)

outras plantas estrangeiras, como a da Polônia, e, por outro, em função da perda do seu *market-share* no mercado interno, que caiu do patamar dos 35% em 2000 para cerca de 25% em 2008²⁴.

Desta maneira, o país teve sua produção de autoveículos leves diminuída a uma taxa anual média de 5,5% entre 2000 e 2008, em contraposição à contração de somente 0,5% ao ano verificada na demanda interna no mesmo período, o que contribui para uma elevação no consumo de importados. Mais recentemente, diante das crescentes pressões por parte do governo italiano, a principal montadora italiana, a Fiat, passou a considerar transferir de volta parte da sua produção da planta da Polônia para a Itália, recuperando parte da perda verificada na década²⁵.

A Coreia do Sul, ainda que permaneça relativamente longe da liderança atualmente exercida pelo Japão de principal exportador líquido de autoveículos, conquistou fatias importantes de vários mercados no exterior, elevando seu superávit comercial do setor de US\$ 11,8 bilhões em 2001 para US\$ 32,0 bilhões em 2007.

Antes concentrada nos EUA, as exportações coreanas de produtos automotivos ganharam novos mercados em outras regiões do mundo ao longo da década de 2000. Assim, se em 2001 o mercado norte-americano representava 56% das exportações coreanas desses produtos, em 2007 essa participação havia caído para 29%. As regiões de fora da Tríade foram as maiores responsáveis por atrair os produtos coreanos, passando a responder por quase 55% das suas exportações em 2007 em contraposição aos 39% verificados em 2001.

A exemplo do Japão, a Ásia e o Oriente Médio ganharam maior destaque como grandes destinos das exportações coreanas²⁶, tendo elevado sua participação conjunta de 16% para 44% entre 2001 e 2009, apesar dos efeitos da crise. Com um grau de penetração

²⁴ (ANFIA, 2010)

²⁵ (MARCHIONNE, 2009)

²⁶ (JEONG, et al., 2009 pp. 5-6)

das importações baixíssimo para autoveículos, a Coréia do Sul reforçou assim seu caráter de exportador líquido ao longo da década, elevando seu coeficiente de exportação de 53,8% para 70,5% entre 2000 e 2008 e contribuindo com 15,7% do crescimento das exportações mundiais do setor. Também ao longo dos anos 2000, uma vez superada a crise do final da década de 90 e depois do estabelecimento da união entre a Hyundai e a Kia (em 1999), a indústria coreana passou a aumentar a sua produção em plantas localizadas no exterior, como na Índia, na China, na Turquia e nos EUA, passando ainda a focar na busca da liderança na Ásia, promovendo para isso investimentos maciços nas plantas indianas e chinesas²⁷.

É importante ressaltar, entretanto, que o caráter exportador da indústria automobilística coreana tem origem muito anterior ao período analisado nos parágrafos precedentes, remontando ao momento de seu nascimento, desde quando se aprofundou a política governamental de industrialização no início dos anos 60, calcada no forte intervencionismo em suporte aos *chaebols*.

Num primeiro momento, o caráter da indústria local era de promover as exportações para o mercado norte-americano e internalizar nas unidades coreanas todas as etapas da cadeia de valor, resultado que foi plenamente atingido com o início da produção de motores e sistemas de transmissão pela Hyundai a partir de 1991²⁸.

Posteriormente, com o aumento das políticas protecionistas nos EUA ao longo dos anos 80 que visavam reduzir a quantidade de veículos importados da Ásia, os grupos coreanos liderados pela Hyundai passaram a diversificar o leque de destinos para as suas exportações, sempre ancorados no *won* desvalorizado e nos fortes estímulos concedidos pelo Estado coreano. Com esse esforço, rapidamente a Europa passou os EUA como o principal mercado para as exportações de autoveículos coreanos, e outras regiões, como o Oriente Médio, o Sudeste Asiático e a América Latina, também ganharam maior

²⁷ (JUN, 2007)

²⁸ (JUN, 2007) e (JEONG, et al., 2009)

importância na pauta. Desta forma, pode-se concluir que o caráter geral da inserção da indústria automobilística coreana continua fortemente vinculado ao comércio exterior, tendo a internacionalização da produção se aprofundado somente nos últimos anos²⁹.

Com relação à China, os dados disponíveis permitem concluir que o país se caracteriza como um grande produtor voltado predominantemente para o seu mercado interno. Entre 2001 e 2007, a China aumentou seu déficit comercial de autoveículos de US\$ 1,2 bilhão para US\$ 7,0 bilhões, um resultado pouco significativo em relação ao tamanho do seu mercado interno e da sua produção. Entretanto, diante da natureza da política automotiva adotada pelo Governo de Pequim, que tem como um dos principais objetivos o fortalecimento de fabricantes nacionais de autoveículos, e, considerando os baixos custos de produção local, é de se esperar que em breve o país também se torne um exportador líquido a exemplo de seus maiores competidores asiáticos.

Para que o objetivo citado no parágrafo anterior possa ser alcançado, o governo chinês adota uma política industrial para o setor automotivo que se assemelha em vários pontos ao que a Coréia do Sul implementou ao longo das últimas décadas³⁰. Em primeiro lugar, o país adota fortes restrições à entrada do capital estrangeiro, condicionando os fluxos ao processo de substituição de importações, ao desenvolvimento de capacidades em P&D e à autonomia da indústria automobilística local. Desta maneira, as empresas que se interessam em iniciar a produção de autoveículos no país precisam estabelecer projetos em parceria com empresas locais, seja por meio de contratos de *joint-venture* seja por outras formas de cooperação com empresas locais para o processo de produção, priorizando ainda o uso de partes e acessórios produzidos internamente³¹ e garantindo um desempenho exportador voltado à garantia de equilíbrio comercial do setor.

²⁹ Exemplos desse movimento são as novas plantas da Hyundai que estão sendo levantadas em São Petersburgo, na Rússia (2011), em Chennai, na Índia (2008), em Beijing (Pequim), na China (2008 e 2011), e em Piracicaba, no Brasil (2011).

³⁰ (WANG, 2001)

³¹ (LEE, et al., 2002)

Do ponto de vista do mercado interno, a China possui uma população de 1,3 bilhão de habitantes e uma frota de somente cerca de 46 milhões autoveículos (cerca de 28 hab./veículo), mas que cresce a uma taxa de aproximadamente 15% ao ano desde 1998, reflexo do aumento da demanda interna impulsionado pelos recorrentes incrementos na renda agregada.

A grande atratividade do país aos investimentos produtivos (devido ao enorme e crescente mercado chinês), associada às políticas adotadas no âmbito setorial e macroeconômico, certamente condiciona o padrão de inserção da indústria automobilística chinesa no mercado globalizado, caracterizado basicamente pela grande dependência do mercado interno e pela crescente presença de empresas nacionais, que complementa a produção das estrangeiras, majoritariamente realizada na forma de *joint-ventures* com fabricantes locais.

Outro país que se destaca como grande pólo automotivo ao longo dos anos 2000 é a Índia. Surgida a partir de uma política de industrialização por substituição de importações que dominou a administração da política industrial até o final dos anos 70, a indústria local manteve-se pouco competitiva em função das barreiras impostas tanto às importações de autoveículos como ao consumo interno, à transferência de tecnologia e à importação de peças e componentes necessários à produção interna, uma vez que os automóveis eram considerados pelo governo como bens supérfluos³².

O obstáculo da baixa competitividade começou a ser superado por meio de políticas de incentivo à formação de mão de obra especializada com a criação de novas escolas tecnológicas, do estabelecimento do Sistema Nacional de Inovação e pela abertura comercial³³, iniciando o conhecido processo de modernização da indústria automobilística indiana a partir dos anos 80.

³² (MUKHERJEE, 2000), (BALCET, et al., 2008)

³³ (GUHA, 2007)

A política de abertura comercial e de promoção da competição no setor, materializada em atos como a revogação da lei que exigia licença estatal para a produção de autoveículos e para aumentos de capacidade, atraiu num primeiro momento a japonesa Suzuki, que, numa *joint-venture* com a estatal Maruti, passou a investir fortemente no mercado indiano. Aproveitando-se da combinação dessas políticas, já na segunda metade dos anos 80 a empresa controlava mais de 50% do mercado doméstico de autoveículos, tendo-se consolidado como principal produtora de autoveículos nesse grande mercado.

A partir daí, já na década de 90, o processo de desregulamentação e de abertura comercial se aprofundou, criando espaço para entrada de novos fluxos de IED, tanto em forma de parcerias com empresas locais quanto de forma autônoma. Diante das perspectivas de crescimento da demanda interna, várias montadoras (e fabricantes de autopeças) se estabeleceram no país, dentre as quais a Ford, Honda, Fiat, Daewoo, Hyundai, GM e Peugeot, contribuindo para o aumento da capacidade instalada e para o acirramento da competição no setor.

Ao longo dos anos 2000, diante do expressivo crescimento do PIB, do fortalecimento do sistema nacional de inovação, da disponibilidade de mão de obra qualificada e das perspectivas positivas do empresariado, o mercado interno de autoveículos cresceu consideravelmente, tanto do lado da demanda, quanto do lado da oferta, contribuindo para que o Governo da Índia passasse a direcionar seus esforços no sentido de viabilizar a consolidação de uma indústria automobilística globalmente competitiva e especializada na fabricação de veículos pequenos, econômicos e menos poluentes; e de autopeças e componentes para esses veículos³⁴. Atualmente, o mercado indiano de automóveis absorve anualmente cerca de dois milhões de autoveículos novos, e com perspectivas de aumentar ainda mais, uma vez que essa demanda tem crescido a taxas médias de 9,7% ao ano entre 1999 e 2008.

³⁴ (Government of India, 2002)

Dito de maneira resumida, o padrão atual de inserção da indústria automobilística indiana também se caracteriza pela forte dependência do mercado interno, com baixos coeficientes de exportação e de importação e por uma participação de empresas nacionais que, ainda que mais tímida em comparação com as indústrias chinesa e coreana, tem acompanhado o forte crescimento da produção interna (ver tabela 4).

Voltando novamente nossa análise para o âmbito geral, a partir das conclusões tiradas até o momento para as principais indústrias automobilísticas nacionais, a década de 2000 caracterizou-se, em primeiro lugar, pelo enfraquecimento relativo do movimento de internacionalização produtiva voltada à transferência de fábricas para países com custos de produção mais reduzidos para o atendimento da demanda dos países desenvolvidos, dando lugar a uma onda de internacionalização caracterizada pelo crescimento dos pólos emergentes que, além de aumentar sua produção e exportação para as economias centrais e para outros emergentes, também aumentam suas importações provenientes desses países.

Em segundo, pela coexistência de múltiplos padrões de inserção internacional das indústrias nacionais, não sendo possível distinguir uma lógica compartilhada nas decisões realizadas pelas montadoras mundiais nos diversos países onde atuam. Por parte da América do Norte e da Europa, predominou o caráter regional da oferta e da demanda, ficando os fluxos de comércio de automóveis confinados intra-regionalmente³⁵. Cabe aqui, porém, destacar uma importante diferença. Enquanto no primeiro (América do Norte) esse caráter regional foi ao longo do período perdendo relevância em função do grande aumento dos fluxos comerciais com a Ásia, especialmente com o Japão e a Coreia do Sul, tanto em

³⁵ Cabe aqui fazer uma ressalva. Ao se analisar a inserção das indústrias automobilísticas nacionais, é imprescindível considerar que as estratégias das empresas do setor conformam uma complexa rede de interações econômicas que se verificam não somente em nível regional, mas também em nível global e nacional. Basta observar que, ao longo da década de 2000 (e na de 90), ocorreu no âmbito global uma grande disseminação dos contratos globais de fornecimento entre as montadoras e as sistemistas havendo ainda um substancial fluxo inter-regiões de comércio de produtos automotivos. Ao mesmo tempo, no nível regional, predominaram os fluxos de comércio de automóveis e de peças e componentes. Por fim, no âmbito nacional pesou o grande poder de influência dos sistemas governamentais nacionais de produção e de inovação, mesmo num momento de redução das barreiras tarifárias e não-tarifárias acordada no âmbito da OMC. Todos esses fenômenos incidem diretamente sobre o padrão de inserção internacional de cada país no setor automobilístico. (STURGEON, et al., 2009)

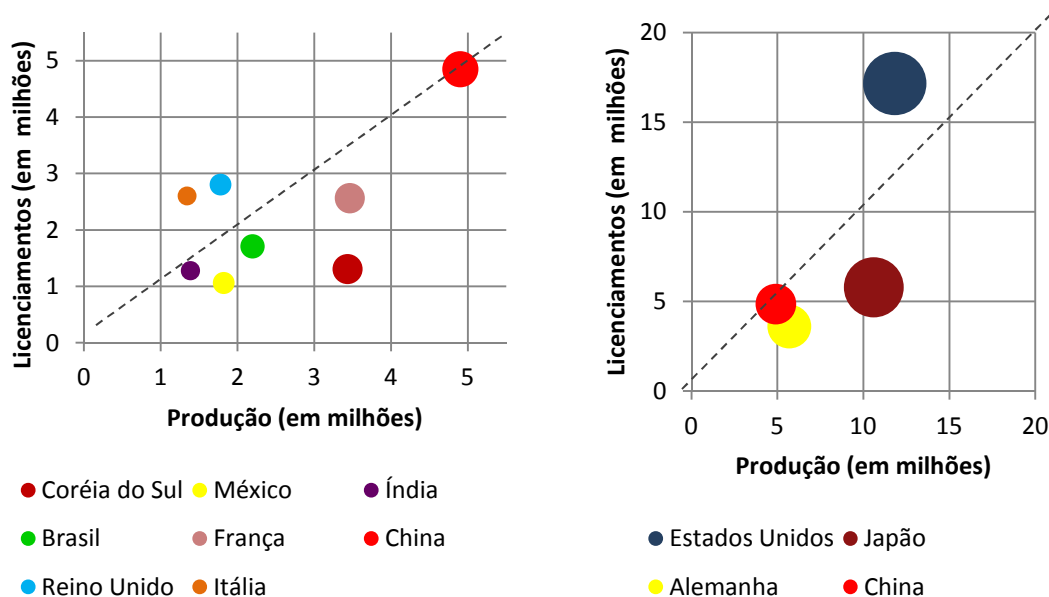
função das maiores importações quanto das maiores exportações realizadas pelos EUA de/para esses parceiros, no segundo (Europa) o caráter regional se manteve na mesma intensidade com a ampliação da União Européia (que passou a incluir países do Leste Europeu), apesar dos aumentos das exportações para novos destinos como a Ásia e o Oriente Médio.

Por parte da China e da Índia, por sua vez, predominou um padrão de inserção caracterizado pela dependência do mercado interno e pela presença de fortes montadoras nacionais que produzem autoveículos com marca própria. No gráfico abaixo observa-se que esses dois países são exatamente aqueles que se posicionam sobre a linha pontilhada, que representa justamente o equilíbrio entre a quantidade produzida e a demandada no mercado interno.

Já o padrão de inserção coreano diverge daqueles identificados acima, uma vez que a presença de montadoras estrangeiras no país é menos significativa ao mesmo tempo em que a indústria local mostra-se muito mais dependente das exportações. Estas, por sua vez, não possuem caráter regionalizado, se distribuindo de maneira relativamente equilibrada entre os EUA, os países da Ásia e do Oriente Médio.

A observação do gráfico abaixo permite concluir ainda que, em matéria de dependência do mercado internacional, os EUA, a Itália e o Reino Unido são os grandes importadores líquidos, ao passo que a Coreia do Sul, Japão, Alemanha, França e México, são os grandes exportadores líquidos. A forte dependência do mercado interno, por sua vez, caracteriza as já citadas China e Índia, e, em menor medida, o Brasil, que, como veremos, possui um padrão de inserção mais regionalizado que os anteriores.

Gráfico 6. Relação entre a produção e o número de licenciamentos de autoveículos novos, por país (2000-2007)



Fonte: Elaboração própria com base em dados da OICA e da ANFAVEA.

1.5 Fluxos e estoques dos investimentos diretos estrangeiros

O padrão de inserção da indústria automobilística de cada país ou região é fortemente influenciado pelas decisões de investimento que as montadoras realizam em cada uma dessas localidades.

Quanto à finalidade, os investimentos realizados na indústria automobilística destinam-se majoritariamente para o desenvolvimento de novos produtos, finalidade que congrega os investimentos realizados em pesquisa aplicada e básica; e para a ampliação da capacidade produtiva, que implica na instalação de novas plantas industriais, na ampliação das já existentes ou na aquisição de novas máquinas e equipamentos.

No que se refere aos investimentos alocados para o desenvolvimento de novos produtos, a indústria automobilística aumentou significativamente os montantes realizados e a relação gastos em P&D/vendas, se mantendo ao longo da década de 2000 entre as mais inovadoras no período (ver tabela abaixo). A razão desse aumento relaciona-se

fundamentalmente com a preocupação das montadoras em liderar o processo de adoção de tecnologias ambientalmente responsáveis, consideradas chave para a lucratividade no médio e longo prazos.

Tabela 13. Gastos em P&D das principais indústrias, em US\$ bilhões.

	2005	2006	2007	2008	2009
Eletrônicos e computadores	105,0	127,4	142,0	149,0	136,9
Saúde	87,3	97,8	109,0	120,0	112,8
Automobilística*	70,0	74,0	79,0	86,0	73,1
Telecomunicações	5,4	7,0	9,0	9,0	10,5
TOTAL	407,0	446,7	492,0	532,0	503,0

Fonte: Elaboração com base nos dados de BOOZ & COMPANY, Vários anos.

* Estão incluídas dentro dessa categoria as montadoras e fabricantes de autopeças incluídas na lista das mil (1000) maiores investidoras em P&D entre as empresas de capital aberto do mundo, incluindo as suas subsidiárias e filiais, de acordo com os critérios da Booz & Co.

No que diz respeito à origem, esses investimentos podem ser provenientes do exterior, normalmente dos países que sediam as montadoras, caso em que ocorre um fluxo de entrada de IED; ou provenientes do próprio país, que se verificam quando ocorre um reinvestimento dos lucros das empresas estrangeiras ali operantes ou quando empresas locais realizam os seus próprios investimentos internamente.

Para os propósitos desse trabalho, seria interessante analisar os investimentos realizados pelas montadoras tanto originados internamente em cada país produtor quanto aqueles enviados em forma de IED. Infelizmente, entretanto, por indisponibilidade de dados abertos nas bases disponíveis, restringiremos nossa análise aos dados de fluxo e estoque de IED, que são divulgados por órgãos como a UNCTAD e o INTRACEN.

A distorção imposta por essa escassez de dados afeta em graus diferentes a análise do padrão de inserção de cada país a depender das características das montadoras ali instaladas. A título de exemplo, espera-se que em países como a China e a Coréia do Sul, que possuem uma importante indústria automobilística nacional, a parcela dos

investimentos realizados sem que ocorra qualquer fluxo de IED seja mais significativa, ficando uma eventual análise sobre os efeitos desses fluxos na inserção internacional dessas indústrias certamente mais prejudicada. Cumpre destacar que, no caso chinês, a participação dos investimentos internos no setor de manufatura sobre o total dos investimentos produtivos na China era de 78,9% em 2003, passando a responder em 2007 por 93,0%³⁶. Por outro lado, em países como o Brasil, que possui uma indústria automobilística monopolizada pelas montadoras estrangeiras, a importância dos fluxos de IED sobre o total dos investimentos produtivos é muito maior, respondendo por cerca de 70% entre 2001 e 2009³⁷.

Vale lembrar ainda que nos países asiáticos, a parcela da produção realizada por montadoras nacionais de veículos com marca própria é relativamente alta, tendo, somente para ficar no caso da China, crescido consideravelmente ao longo da década de 2000 do patamar de 5% em 2001 para quase 45% em 2007 e 2009 (ver tabela 4). É de se esperar, com isso, que os investimentos realizados localmente pelas empresas nacionais tenham sido bastante significativos, condicionando todo o padrão de inserção da indústria chinesa.

Em outras palavras, apesar da inquestionável importância que o IED tem na conformação do padrão de inserção da indústria automobilística, uma parcela importante dos investimentos do setor automotivo é realizada pelas montadoras dentro do seu próprio território, especialmente para países como a Coreia do Sul, a China e o Japão, fenômeno que relativiza o peso do IED como vetor de transformação da inserção da indústria, tanto em termos de realocação e de ampliação da capacidade produtiva, como de incrementos de sua competitividade.

Destacadas essas restrições, focamos nossa análise a partir desse ponto nos dados disponíveis de fluxos e estoques de IED para o setor automobilístico.

³⁶ Cálculo realizado com base nos dados da Agência de Promoção de Investimentos do Governo da República Popular da China (<http://www.fdi.gov.cn/>) e do China Statistical Yearbook (<http://www.stats.gov.cn>).

³⁷ Cálculo realizado com base nos dados do BACEN e da ANFAVEA.

Apesar da conhecida precariedade dos dados de fluxos e estoques de IED disponibilizados pela UNCTAD, analisando os dados da tabela abaixo percebe-se que os países desenvolvidos ainda concentram 83,1% do total do estoque de IED recebido em 2008, ainda que a participação dos países em desenvolvimento tenha crescido ao longo dos últimos anos (ver tabela 14). Nesse sentido, a taxa de crescimento dos fluxos de IED recebidos pelos países em desenvolvimento foi consideravelmente maior do que o dos países desenvolvidos, como já havia ocorrido nos anos 1990. Desta maneira, ao passo que entre os anos de 2003-05 os fluxos direcionados aos países em desenvolvimento representavam 23,2% do fluxo global do IED automotivo, essa parcela alcançou o patamar de 60,2% no triênio 2006-08. Com a eclosão da crise de 2008 de forma mais acentuada nos mercados norte-americano e europeu, espera-se que essa parcela aumente ainda mais nos anos seguintes.

Os números disponíveis para os fluxos e estoques de IED nos anos recentes, portanto, parecem corroborar a tendência já discutida relacionada ao aumento da importância dos países emergentes enquanto pólos produtores de autoveículos, voltados ao suprimento tanto do mercado desenvolvido quanto de um mercado interno (ou regional) cada vez mais importante nessas regiões.

Tabela 14. Fluxos e estoques globais de IED para o setor de autoveículos dos países desenvolvidos e em desenvolvimento*, em US\$ milhões (1990-2008)

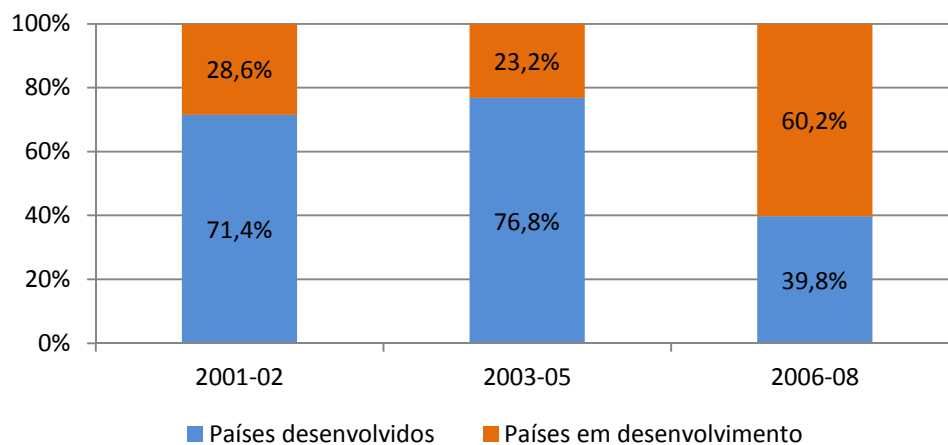
	1990-92		2001-02		2003-05		2006-08	
	PD	PED	PD	PED	PD	PED	PD	PED
Fluxo anual médio de IED enviado	4.400,0	-	23.544,0	70,0	7.735,0	158,0	34.969,2	324,0
Fluxo anual médio de IED recebido	2.556,0	611,0	7.577,0	3.028,0	6.938,0	2.099,0	4.906,0	7.435,0

	1990		2002		2005		2008	
	PD	PED	PD	PED	PD	PED	PD	PED
Estoque de IED enviado	60.255,0	10,0	316.623,0	1.083,0	427.360,0	1.357,0	484.607,8	1.787,0
Estoque de IED recebido	43.103,0	7.681,0	214.499,0	37.242,0	268.979,0	41.470,0	265.350,0	53.979,0

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da UNCTAD.

(*) Estão incluídos no conjunto dos países em desenvolvimento os países em transição do Leste Europeu.

Gráfico 7. Participação no fluxo global de IED recebido para o setor de autoveículos



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da UNCTAD.

Abrindo um pouco os dados retratados da tabela anterior, as tabelas 15 e 16 destacam a magnitude dos fluxos e dos estoques de IED dos principais países investidores e dos principais destinatários desses investimentos, respectivamente. Tomando por base os últimos anos da década que se encerrou, a Alemanha se consolidou como principal país investidor no exterior no setor de fabricação de produtos automotivos³⁸. Entre 2006 e 2008 o país investiu cerca de US\$ 20 bi em países como a China, a Índia e o Brasil. As empresas alemãs que mais investiram no exterior foram a Volkswagen, que concentrou seus investimentos na China e no Brasil, a Daimler AG, com grandes investimentos na Índia, Turquia, Romênia, Brasil e Argentina, e, no setor de autopeças, a Robert Bosch e a Zeppelin-Stiftung (ZF), com investimentos concentrados no Brasil, China, Turquia, Hungria e Índia. Outras empresas que se destacaram foram a ThyssenKrupp AG, a Siemens AG e a Continental AG, dentre outras.

³⁸ Os dados disponibilizados pelo INTRACEN incluem tanto as atividades de montagem de autoveículos quanto o de fabricação de peças e componentes.

Além da Alemanha, a Suécia, com sua forte indústria de veículos pesados, o Japão e a França também se destacaram como grandes investidores no exterior. Alguns dos maiores investimentos suecos foram realizados pela Volvo no México, na Índia e na China, países nos quais a montadora implantou novas plantas industriais. No setor de autopeças destacaram-se a Atlas Copco, com novas fábricas na Argentina e na China, e a Assa Abloy, com três novas fábricas também na China.

Os investimentos realizados pelas empresas japonesas, por sua vez, foram compostos principalmente pelos aportes da Honda e da Toyota na China, da Toyota na Tailândia, na Indonésia e no Vietnã; e das fabricantes de autopeças Yazaki, na China e na Turquia, a Denso (China, Tailândia, Hungria e Indonésia) e a Sumitomo, principalmente no México, na China, nas Filipinas, na Turquia e na Eslováquia.

Por fim, as empresas francesas também têm aumentado sua participação no exterior ao longo da década de 2000. A PSA Peugeot Citroën liderou essa tendência com grandes aportes na América Latina (Brasil, México e Argentina), no Leste Europeu (Eslováquia, Polônia e Rep. Tcheca) e na China (estabelecimento de um centro de P&D em Xangai e aportes na Dongfeng (*joint venture*) destinados a duas novas plantas em Wuhan³⁹). No setor de autopeças, a Valeo e a Alstom também investiram nessas mesmas regiões no período analisado.

Considerando que grande parte dos investimentos produtivos realizados no setor automobilístico caracteriza-se pela busca da racionalização da distribuição da produção, podendo implicar no fechamento de plantas nos países desenvolvidos e o estabelecimento de novas nos países em desenvolvimento (*greenfield*), muitos desses aportes realizados provocaram uma “transferência” da produção para estes últimos, reforçando a tendência anteriormente apontada.

³⁹ Ver http://www.psa-peugeot-citroen.com/en/psa_group/expansion_b2.php, consultado em 27/01/2011.

Tabela 15. Fluxos e estoques de IED enviado pelos principais países investidores no setor de fabricação de produtos automotivos* (em US\$ bilhões)

	Fluxo de saída			Estoque de capital no exterior		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Alemanha	-1,0	8,3	11,5	125,6	136,7	-
Suécia	0,5	-0,9	2,9	63,5	83,7	83,1
Japão	8,6	8,6	10,9	80,3	79,4	85,3
França	4,3	3,1	8,2	60,9	72,7	76,8
EUA	1,2	11,8	-6,7	52,9	65,1	51,8
Reino Unido	-3,9	6,4	0,0	22,4	34,3	29,2
Itália	-	-	-	12,1	13,8	12,3
Coréia do Sul	-	1,6	-	-	6,1	-
Brasil	-	0,1	0,3	0,1	0,3	0,6

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do INTRACEN.

(*) O setor de fabricação de produtos automotivos inclui a montagem de autoveículos leves e pesados e a manufatura de suas peças e componentes.

(**) As metodologias utilizadas para o cálculo dos fluxos e dos estoques diferem significativamente, razão pela qual não se obtêm os dados de estoque dos anos posteriores a partir da adição dos fluxos verificados nos anos anteriores.

Tabela 16. Fluxos e estoque de IED recebido pelos principais países destinatários no setor de fabricação de veículos automotores* (em US\$ bilhões)

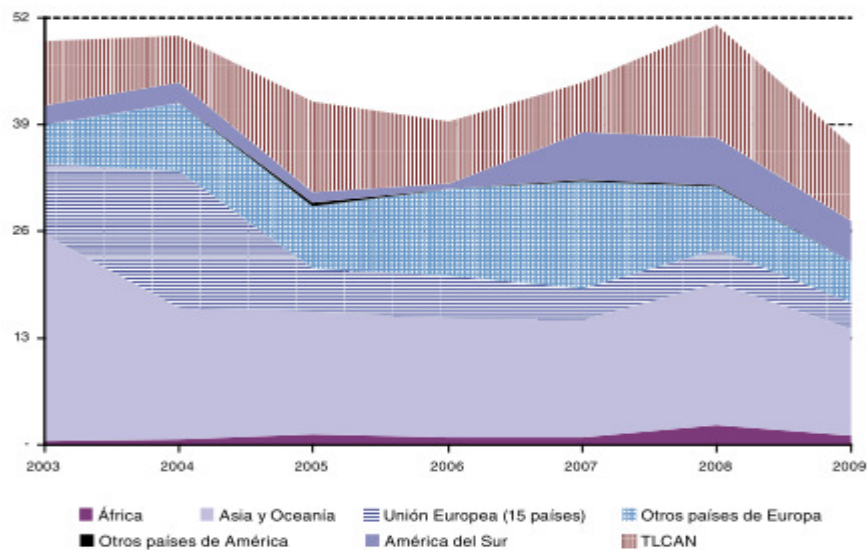
	Fluxo de entrada			Estoque de capital estrangeiro no país		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
China	2,8	-	-	-	-	-
Reino Unido	1,6	0,4	2,6	13,6	14,2	10,8
México	1,5	1,7	0,9	-	-	-
Polônia	0,8	1,1	-0,7	5,5	10,3	7,4
Alemanha	0,8	-3,2	-1,3	11,2	12,6	-
Suécia	0,8	-1,2	7,1	26,2	30,9	26,4
Argentina	0,7	1,1	1,7	4,1	4,9	6,2
França	0,6	1,9	3,0	22,6	25,8	25,8
Coréia do Sul	0,5	-	-	4,6	-	-
Brasil	0,4	0,9	1,0	-	-	-
Rússia	0,2	0,4	2,9	0,8	1,2	3,6

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do INTRACEN.

(*) O setor de fabricação de veículos automotores inclui a montagem desses veículos (leves e pesados) e a manufatura de peças e componentes.

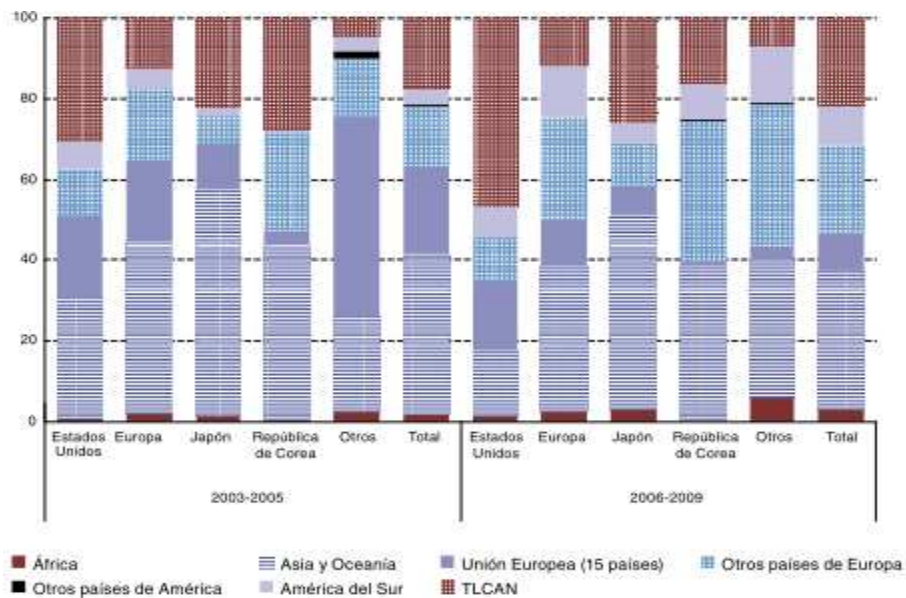
(**) As metodologias utilizadas para o cálculo dos fluxos e dos estoques diferem significativamente, razão pela qual não se obtêm os dados de estoque dos anos posteriores a partir da adição dos fluxos verificados nos anos anteriores.

Gráfico 8. Projetos de investimento direto estrangeiro anunciados pelos fabricantes de automóveis entre 2003 e 2009, por região de destino (US\$ bilhões)



Fonte: CEPAL (2009, p. 101)

Gráfico 9. Destinação dos investimentos diretos estrangeiros anunciados por país produtor entre 2003-2009 (%)



Fonte: CEPAL (2009, p. 101)

Reforçando esse argumento de maneira resumida, a Ásia se converteu no principal destino dos investimentos das montadoras na década de 2000, com cerca de 40% do total dos investimentos anunciados entre 2003 e 2009. Desses 40%, pouco mais da metade se destinou exclusivamente à China e cerca de 20%, à Índia (CEPAL, 2009, 100). Ainda que em menor grau, outros destinos também se destacaram na década, como o Leste Europeu (Polônia, República Tcheca e Eslováquia) e a América Latina (Brasil, México e Argentina).

1.6 Principais *players* da indústria

Os argumentos levantados até agora destacam as características sobressalentes dos diferentes padrões de inserção das indústrias automobilísticas nacionais, levando em consideração a produção, a demanda, o comércio exterior e os fluxos de investimento por país. A partir desse ponto, reconhecendo que a inserção é antes de tudo determinada pelas atividades realizadas pelas fabricantes que operam em cada país, passamos a nos concentrar nas principais empresas que formam a indústria, destacando alguns aspectos das estratégias por elas adotadas ao longo da última década, em especial em termos de distribuição geográfica das suas atividades produtivas. Ao final dessa seção, concluiremos que também do ponto de vista das firmas o centro de gravidade da indústria deslocou-se em direção à Ásia ao longo desses anos, com as principais montadoras japonesas, coreanas e chinesas tendo conquistado fatias maiores do mercado mundial. Como veremos, porém, o mesmo pode ser dito de outras montadoras originárias de outras regiões, como a Volkswagen e a PSA Peugeot Citroën.

Começando nossa análise pelo aspecto teórico, Bergouignan, Bordenave e Lung⁴⁰ em artigo publicado em 2000, propõem um modelo analítico que identifica quatro padrões de inserção internacional apresentados pelas montadoras de autoveículos com sede na Tríade (EUA, Japão e União Européia) baseado em dois critérios. Primeiro, no critério da natureza da relação hierárquica estabelecida entre a matriz e as suas subsidiárias⁴¹, que

⁴⁰ (BÉLIS-BERGOIGNAN, et al., 2000 pp. 41-53)

⁴¹ *The principle of hierarchy.*

pode ser “mundializada⁴²” ou globalizada. Por “mundializada” entende-se reproduzida para além das fronteiras geográficas do país de origem sem que tenha havido grandes mudanças nas estruturas decisórias e organizacionais já verificadas antes da internacionalização. O exemplo típico dessa forma de internacionalização é a Ford dos anos 20 aos anos 60, que simplesmente instalava subsidiárias em outras partes do mundo buscando reproduzir as mesmas práticas e estruturas organizacionais criadas na sua matriz. Já por “globalizada” entende-se uma forma de internacionalização na qual há múltiplos centros de decisão e de estruturas organizacionais em função dos recursos e das características de cada local onde se instalou uma filial. O exemplo clássico dessa forma de inserção seria a GM, que historicamente construiu uma estrutura decisória mais descentralizada e adaptada às peculiaridades de cada uma das suas filiais espalhadas pelo mundo.

Esse critério não se confunde, porém, com o grau de controle exercido pela matriz sobre suas filiais, que consiste justamente no segundo critério adotado pelos autores para caracterizar a inserção internacional das principais montadoras de automóveis da Tríplice. Esse controle pode ser, na avaliação dos autores, forte ou fraco, criando, em conjunto com o primeiro critério, um total de quatro variantes possíveis para a forma de inserção internacional das fabricantes de automóveis.

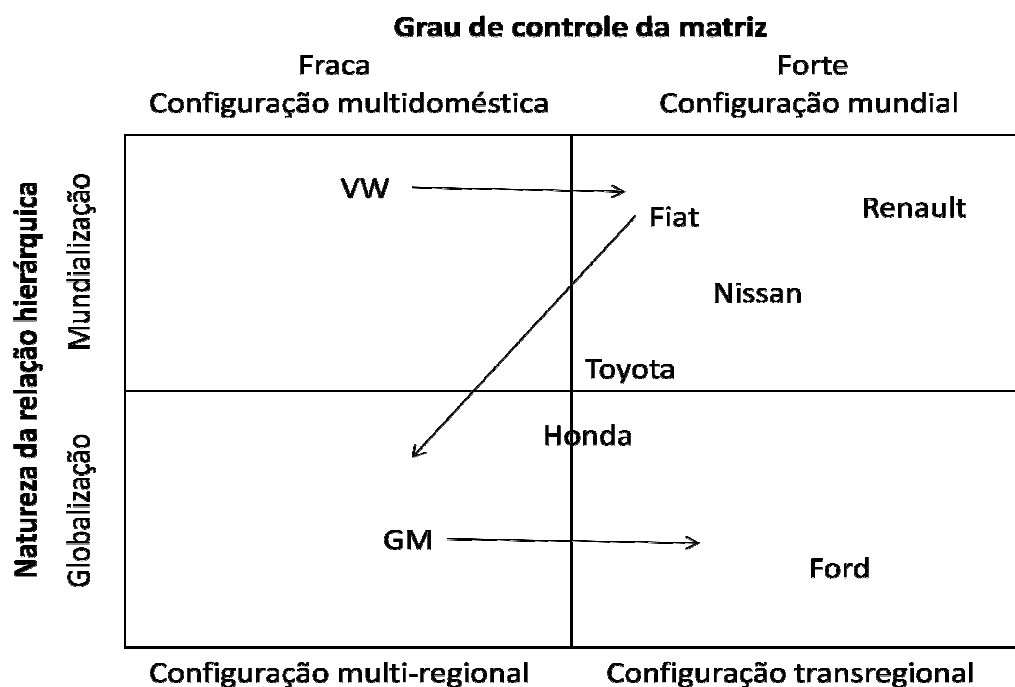
Assim, a Ford dos anos 20 e 30 que havia se internacionalizado reproduzindo sua estrutura produtiva e organizacional nas suas filiais por meio do exercício de um forte controle hierárquico que concentrava as instâncias decisórias e as atividades de P&D na sua matriz, passou a adotar uma configuração multidoméstica nos anos 40 a 60, caracterizada pela maior autonomia conferida às suas subsidiárias e pela maior heterogeneidade de estruturas e práticas organizacionais no âmbito da corporação.

A GM, por sua vez, pioneira na descentralização das *core competences* (administração e P&D) e na adoção de uma estrutura decisória de natureza policêntrica,

⁴² Do original francês *mondialisation*.

passou a cada vez mais integrar as atividades das suas diferentes filiais, passando a priorizar as economias de escala e a convergência de seus mercados, passando a assumir uma configuração mais transregional.

Vale ressaltar, entretanto, que esse processo vivido pela GM esteve sempre limitado pela sua origem mais descentralizada, criando um ambiente de incerteza quanto às suas mudanças no seu padrão de inserção. A empresa esteve mais presa, desta forma, a um padrão de inserção caracterizada por um menor grau de controle hierárquico do que a Ford dos anos 80 e 90, que adotou uma inserção transregionalizada mais rapidamente e de maneira mais efetiva.



Fonte: BÉLIS-BERGOUIGNAN, et al. (2000, p. 44)

Assim, no arcabouço conceitual proposto por esses autores, haveria diversos modelos de inserção internacional a depender das diferentes estruturas organizacionais e das diferentes trajetórias percorridas pelas empresas ao longo de seu tempo de atuação no mercado.

A análise desses conceitos em conjunto com os dados levantados permitem concluir, em primeiro lugar, que as principais firmas do setor não possuem um padrão de inserção internacional caracterizado pelo pequeno controle da matriz associado à uma estratégia de integração mundializada. Ao mesmo tempo, é temeroso concluir que uma determinada forma de inserção, por exemplo, uma configuração transregional globalizada (último quadrante do gráfico) tenha sido determinante para a conquista de uma posição mais privilegiada no ambiente competitivo ao longo da década de 2000.

De fato, observa-se que a Toyota, a Renault e a Volkswagen, que na conceituação proposta possuem grau relativamente alto de controle da matriz e uma estratégia de integração mundializada lograram resultados bastante díspares em termos de crescimento da sua participação no mercado mundial de automóveis no período.

Parece haver, de qualquer maneira, na dinâmica competitiva do setor, um certo conflito entre conferir maior ou menor autonomia às filiais estrangeiras e entre integrar mais ou menos as atividades de P&D, produção e comercialização dos automóveis. Há vantagens e desvantagens associadas com cada uma dessas alternativas, de forma que o resultado apresentado por cada firma dependerá das suas peculiaridades em termos de conhecimento adquirido, de recursos disponíveis e de posicionamento em cada mercado consumidor⁴³.

Cabe observar ainda que as fornecedoras, que ganharam maior participação no processo de desenvolvimento de novos automóveis a partir da consolidação dos princípios da manufatura enxuta, passaram por um profundo processo de consolidação e concentração a partir de meados dos anos 80, adquirindo outras empresas com áreas de atuação semelhantes ou complementares⁴⁴. Esse fortalecimento foi viabilizado pela focalização das

⁴³ (JUN, et al., 2008).

⁴⁴ A partir disso surgiu a estratégia de *follow-sourcing*, que estabelece a vinculação dos sistematistas aos novos projetos de fábricas construídas pelas montadoras em nível global, reduzindo assim os custos logísticos e de desenvolvimento de novos produtos e de novo ferramental, que passam a ser feitos de uma só vez para toda a rede produtiva. (SALERNO, et al., 1998 pp. 21-22)

montadoras nas atividades por ela consideradas mais estratégicas, que passou a terceirizar a produção de subconjuntos antes produzidos pela própria montadora⁴⁵. Assim, a rede de fornecedores presente nas localidades onde as montadoras operam passou a exercer influência crucial na decisão final do local onde se desenvolverá um novo veículo e, de maneira mais geral, dos locais onde se farão novos investimentos produtivos. Assim, as decisões que incidem sobre o padrão de inserção das montadoras também estão vinculadas às estratégias adotadas pelas fornecedoras, em especial aquelas do primeiro nível, que incluem as grandes sistemistas.

Observando mais detalhadamente os dados disponíveis para as montadoras a partir desse ponto, a produção de autoveículos leves é quase totalmente realizada desde o final da década de 90 por somente 16 montadoras efetivamente independentes⁴⁶, que operam num mercado crescentemente competitivo e oligopolizado.

Ao longo da década de 2000, ainda que esse grupo tenha mantido seu controle sobre a produção de autoveículos leves e que as revolucionárias tecnologias alternativas de propulsão ainda não tenham se proliferado de maneira generalizada, caracterizando certa estabilidade do ponto de vista da concorrência e da tecnologia em comparação com o que se espera para os próximos anos, o setor passou por transformações significativas no período cujas conseqüências ainda merecem ser mais bem discutidas e avaliadas.

A primeira dessas transformações está associada ao acirramento sem precedentes da disputa pela liderança do mercado mundial, acelerado pela eclosão da crise de 2008, simbolizado pela ascensão da Toyota ao posto de principal produtor mundial de autoveículos em 2008, depois de mais de setenta anos de domínio da GM. Além da Toyota, destacam-se ainda nesse quesito a Volkswagen e a Hyundai, que galgaram importantes posições entre as maiores montadoras do mundo desbancando tradicionais do setor como a Fiat, a Renault e a Honda.

⁴⁵ (SALERNO, et al., 2008).

⁴⁶ Esse número variou entre 15 e 17 ao longo dos últimos 15 anos. (CARVALHO, 2003)

A segunda, relacionada à primeira, refere-se à ascensão e ao surgimento de novos competidores provenientes de países de fora da Tríade, principalmente da Coreia do Sul, da China e da Índia, que, em breve, poderão ocupar posições de liderança na lista dos maiores produtores mundiais. Dentro desse processo, montadoras como a Hyundai, a Kia, a Tata, a SAIC, a Chana e a Dongfeng têm se fortalecido substancialmente em termos de participação no total da produção e no total das vendas do setor.

Depois, com efeitos ainda impossíveis de ser previstos, destaca-se o aumento das exigências ambientais por parte dos consumidores e dos governos, que têm estimulado um processo de revolução tecnológica empregada nos veículos e promovido o surgimento de novas alternativas em matéria de propulsão e de combustíveis, como os já citados novos motores elétricos, híbridos e os movidos a células de combustível.

Por fim, cabe citar ainda a eclosão de uma nova fase do processo de globalização das empresas automobilísticas, caracterizada pela transferência de atividades de P&D, *design* e engenharia para polos produtores distantes de suas matrizes. Ainda que, como veremos, esse processo ainda seja incipiente e pouco significativo para a maior parte das montadoras, os impactos sobre a inserção das diversas indústrias nacionais já começam a ser sentidos.

Do ponto de vista das mudanças tecnológicas recentes, o quadro abaixo resume as principais ações inovativas realizadas pelas principais montadoras da Tríade, da Coreia do Sul, China e Índia. Observa-se no quadro a grande preocupação dessas empresas em desenvolver veículos HEV (veículos elétricos híbridos), PHEV (veículos *plug-in* elétricos híbridos), EV (veículos elétricos) e FCEV (veículos elétricos movidos a células de combustível).

Conforme visto anteriormente, dentre as novas tecnologias citadas, somente a de motores híbridos já está amplamente consolidada junto ao mercado de massa, pelo menos no Japão, EUA e União Européia. Os veículos totalmente elétricos, em função da sua baixa

autonomia e da pequena velocidade que alcançam, e os movidos a células de combustível, em função do seu alto custo, ainda não foram incorporados ao mercado de massa.

Cabe observar nesse ponto que o esforço inovativo empreendido para o desenvolvimento de novos sistemas de propulsão não têm prejudicado as iniciativas que já vinham sendo implementadas em áreas como a eletrônica embarcada, novos materiais, telemática e modularização. Inovações como os Sistemas de Transporte Inteligente (ITS), que permitem que os carros sejam conectados entre si, com rodovias e/ou com centros de controle, permitindo melhorias em termos de segurança, conforto e de prevenção de congestionamentos; e os componentes fabricados com materiais leves (como as ligas de alumínio, magnésio, plásticos especiais e as aplicações de compósitos de nanotubos de carbono), são importantes exemplos de possíveis aplicações dessas tecnologias⁴⁷.

Conforme salientado anteriormente, as atividades inovativas no setor automobilístico, especialmente ligadas à concepção e desenvolvimento de novos veículos, passaram durante os anos 2000 a ser crescentemente realizadas nos próprios locais onde estes são produzidos e comercializados, refletindo uma tendência na indústria de associar o sucesso nas vendas com a capacidade da montadora de identificar tendências nas preferências dos consumidores, que não necessariamente obedecem aos ditames da padronização defendidos pela constante busca dos custos mínimos.

⁴⁷ (CARVALHO, 2008)

Quadro 1. Perfil dos investimentos em P&D realizados por montadora: Montantes realizados e principais aplicações (em US\$ bilhões)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Principais investimentos em P&D na década
Toyota	6,7	7,2	7,7	8,4	9,0	7,8	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolvimento da 2ª (2003) e 3ª geração (2009) do <i>Toyota Prius</i> (HEV). Desenvolvimento e testes de um sistema <i>plug-in</i> para o <i>Toyota Prius</i>.
GM	6,5	6,7	6,6	8,1	8,0	6,0	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolvimento e testes da 2ª geração do sistema de célula de combustível (hidrogênio) para ser comercializado até 2015. Melhorias nos sistemas de baterias no <i>Chevrolet Volt</i> (EV). Programa <i>E-NV</i>: Desenvolvimento de um EV (veículo elétrico) conectado a um sistema de GPS de duas rodas para dois passageiros.
VW	4,7	5,1	5,3	4,8	5,4	5,4	<ul style="list-style-type: none"> <i>Blue Motion Technologies</i>: Melhorias nos motores convencionais para a redução das emissões e o lançamento de motores bi-combustíveis (GLP/gasolina e etanol/gasolina). Desenvolvimento do <i>Audi A1 Hybrid</i> (HEV), do <i>Golf Twin Drive</i> (HEV) e do <i>Touareg Hybrid</i>, além de testes com suas versões <i>plug-in</i>. Desenvolvimento dos veículos do <i>New Small Family</i> (EV), totalmente movidos pela energia de baterias de íon lítio.
Honda	4,1	4,5	4,8	5,1	5,6	5,0	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolvimento do esportivo <i>CR-Z Hybrid</i> (HEV). Desenvolvimento do <i>Honda FIT</i> com sistema de transmissão CVT. Desenvolvimento do novo sistema de célula de combustível denominado <i>FCX Clarity</i>. Aplicações dos compósitos de nanotubos de carbono em automóveis.
Ford	7,4	8,0	7,2	7,5	7,3	4,9	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolvimento dos <i>Ford Escape</i> e <i>Fusion</i> e dos <i>Mercury Milan</i> e <i>Mariner</i> na sua versão HEV. Pesquisas para o desenvolvimento de um veículo totalmente elétrico (EV). Desenvolvimento de um sistema <i>plug-in hybrid</i>.
Hyundai	0,6	0,6	1,9	1,5	1,7	1,9	<ul style="list-style-type: none"> Ampliação e construção de túneis de vento no <i>Hyundai Namyang R&D Centre</i>. Projetos em parceria com a LG para o desenvolvimento de baterias de polímero de íon-lítio. Construção do <i>Eco-technology Research Centre</i>, em Mabuk, Coréia do Sul para o desenvolvimento de HEV, EV e veículos movidos a células de combustível.
Tata	0,0	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolvimento de veículos bi-combustíveis. Pesquisas básicas nos sistemas de células de combustível movidas a hidrogênio. Absorção de tecnologia de outras empresas nas áreas de design de veículos, motores, sistemas de transmissão e eletrônica embarcada.
SAIC	-	-	-	0,4	0,4	0,3	<ul style="list-style-type: none"> Criação da <i>Shanghai Automotive Technology Co.</i> com objetivo de desenvolver HEVs, EVs, veículos bi-combustíveis e movidos a células de combustível.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados de BOOZ & COMPANY (Vários anos) e nos relatórios anuais das montadoras.

Nesse sentido, algumas das principais montadoras instalaram ao longo da década escritórios de *design* e laboratórios de pesquisa e desenvolvimento nos locais considerados

mais apropriados para captar novas tendências e para usufruir do conhecimento local essencial para a garantia da competitividade nos maiores mercados consumidores. Assim, entre 2000 e 2010, a Renault instalou escritórios de *design* em Paris, São Paulo, Mumbai, Bucareste e Seul; a Hyundai instalou centros de P&D e de *design* na Alemanha e na Índia, além de ampliar substancialmente suas instalações em solo norte-americano; a Ford instalou centros semelhantes na Inglaterra, na Austrália, e na China; a Volkswagen criou centros de pesquisa na China e no Vale do Silício, nos EUA, dentre outros. Essas iniciativas podem ser mais bem observadas nos quadros que seguem.

Quadro 2. Volkswagen: Principais institutos de P&D, engenharia e design de veículos de passeio

Denominação	Fundação ⁽¹⁾	Localização ⁽²⁾	Funcionários ⁽³⁾	Principais atividades
Volkswagen AG R&D Headquarters	1950	Wolfsburg (Alemanha)	12000	Coordenação das atividades globais de P&D, design de novos veículos, pesquisa em ciências fundamentais, telemática, eletrônica embarcada, novos sistemas de propulsão (EV, HEV, PHEV), fabricação e teste de protótipos.
Lower Saxony Research Centre for Vehicle Technology	-	Wolfsburg (Alemanha)		
Volkswagen Group Research's Electronics Research Lab	1998	Vale do Silício (EUA)	100	Telemática, eletrônica embarcada, desenvolvimento de software e hardware para sistemas de interface homem-máquina.
Volkswagen Automotive Innovation Laboratory	2003	Vale do Silício (EUA)		
Volkswagen Technical Representative	-	Tokyo (Japão)	35	
Volkswagen Research Lab	2007	China	10	Fase inicial de atividades.

Fonte: Elaboração própria, com base no sítio da companhia, relatórios anuais e notícias divulgadas pela imprensa desde 2005.

(1) O ano de fundação de cada uma das instituições pode variar em função do critério utilizado. É o que ocorre quando instituição fundada recentemente já operava em outros departamentos preexistentes.

(2) Em muitos casos a instituição está instalada em pequenos municípios que se localizam ao redor das cidades mencionadas.

(3) Número aproximado, tendo sido obtido por meio de fontes de diversos anos a partir de 2005.

Quadro 3. Toyota: Principais institutos de P&D, engenharia e *design* de veículos de passeio

Denominação	Fundação ⁽¹⁾	Localização ⁽²⁾	Nº Func. ⁽³⁾	Principais atividades
Head Office Toyota Technical Center	1954	Nagoya (Japão)	13000	Desenvolvimento de produto, design de veículos, desenvolvimento e teste de protótipos.
Toyota Central Research & Development Laboratories	1960	Nagoya (Japão)		Pesquisas em ciências fundamentais, principalmente associadas à novos materiais, nanotecnologia e eletrônica.
Higashi-Fuji Technical Center	1966	Nagoya (Japão)		Pesquisas aplicadas aos veículos e motores, em coordenação com o Toyota Central Research & Development Laboratories.
Shibetsu Proving Ground	1984	Nagoya (Japão)		Testes de veículos e protótipos.
Tokyo Technical Center	2005	Nagoya (Japão)		Pesquisa avançada em eletrônica aplicada.
Toyota Technical Development	-	Nagoya (Japão)	6000	Empresa independente prestadora de serviços diversos relacionados às atividades de pesquisa e desenvolvimento.
Toyota Technical Center	1977	Ann Arbor (MI), Torrance (CA) e Wittman (AZ), nos EUA	700	Desenvolvimento de produto, design de veículos, desenvolvimento e teste de protótipos.
Calty Design Research	1973	Newport Beach (CA) e Ann Arbor (MI), nos EUA	100	Design de veículos para o mercado norte-americano.
Toyota Motor Europe R&D	1987	Bruxelas (Bélgica) e Derby (Reino Unido).	800	Engenharia e desenvolvimento de produtos, incluindo testes.
Toyota European Design Development	1998	Nice (França)	50	Design de veículos para o mercado europeu.
Toyota Motor Asia Pacific Engineering and Manufacturing	2003	Samutprakarn (Tailândia)	300	Engenharia e desenvolvimento de produtos, incluindo testes.
Toyota Technical Center Asia Pacific Australia	2003	Melbourne (Austrália)	200	Engenharia e desenvolvimento de produtos, incluindo testes.

Fonte: Elaboração própria, com base no sítio da companhia, relatórios anuais e notícias divulgadas pela imprensa desde 2005.

(1) O ano de fundação de cada uma das instituições pode variar em função do critério utilizado. É o que ocorre quando instituição fundada recentemente já operava em outros departamentos preexistentes.

(2) Em muitos casos a instituição está instalada em pequenos municípios que se localizam ao redor das cidades mencionadas.

(3) Número aproximado, tendo sido obtido por meio de fontes de diversos anos a partir de 2005.

Quadro 4. GM: Principais institutos de P&D, engenharia e *design* de veículos de passeio

Denominação	Fundação ⁽¹⁾	Localização ⁽²⁾	Funcionários ⁽³⁾	Principais atividades
GM Technical Center	1956	Warren (EUA)	16000	Coordenação das atividades globais de P&D, design de novos veículos, pesquisa em ciências fundamentais, telemática, eletrônica embarcada, novos sistemas de propulsão (EV, HEV, PHEV), fabricação e teste de protótipos.
Global Battery Systems Lab	2009	Warren (EUA)	1000	Baterias aplicadas aos novos sistemas de propulsão (EV, HEV e PHEV)
GM Advanced Technical Center	2007	Herzliya (Israel)	50	Eletrônica embarcada, telemática e manufatura avançada.
GM China Science Lab	2009	Xangai (China)	100	Baterias, motores híbridos e células de combustível
GM/SAIC Research Center		Xangai (China)	1300	Design e desenvolvimento de novos veículos, P&D, fabricação e teste de protótipos.
GM India Science Lab	2003	Bangalore (Índia)	100	Sistemas de controle aplicados à manufatura, novos materiais, telemática, engenharia de estruturas, programação de softwares aplicados a sistemas automotivos.
GM Silicon Valley Lab	2007	Palo Alto (Califórnia)	100	Telemática, programação de softwares aplicados a sistemas automotivos, sensores.
GM Battery Systems Lab	1998	Mainz Kastel (Alemanha)	600	Baterias, motores elétricos, híbridos e células de combustível
GM Fuel Cell Lab	2007	Honeoye Falls (New York)	400	Baterias, motores elétricos, híbridos e células de combustível

Fonte: Elaboração própria, com base no sítio da companhia, relatórios anuais e notícias divulgadas pela imprensa desde 2005.

(1) O ano de fundação de cada uma das instituições pode variar em função do critério utilizado. É o que ocorre quando instituição fundada recentemente já operava em outros departamentos preexistentes.

(2) Em muitos casos a instituição está instalada em pequenos municípios que se localizam ao redor das cidades mencionadas.

(3) Número aproximado, tendo sido obtido por meio de fontes de diversos anos a partir de 2005.

Quadro 5. Ford: Principais institutos de P&D, engenharia e *design* de veículos de passeio

Denominação	Fundação ⁽¹⁾	Localização ⁽²⁾	Funcionários ⁽³⁾	Principais atividades
Ford Research and Innovation Center	1925	Dearborn (EUA)	16000	Coordenação das atividades globais de P&D, design de novos veículos, pesquisa em ciências fundamentais, telemática, eletrônica embarcada, novos sistemas de propulsão (EV, HEV, PHEV), fabricação e teste de protótipos, avaliação de veículos.
Dearborn Desing Center		Dearborn (EUA)		
Dearborn Proving Ground		Dearborn (EUA)		
Ford Research & Advanced Engineering Europe	1994	Aachen (Alemanha)	650	Pesquisa em nanotecnologia, novos materiais, eletrônica embarcada, novas tecnologias de propulsão, telemática e sistemas de navegação, etc.
Ford Development Center Europe	-	Cologne (Alemanha)		Desenvolvimento de novos veículos e adaptação
Ford R&D Center Europe	-	Essex (Reino Unido)	650	Desenvolvimento de novos veículos, adaptação, biocombustíveis e novos materiais
Dunton Design Center	-			Design de veículos
Ford Research and Development Centre Asia/Pacific	2008	Geelong (Austrália)	500	Desenvolvimento e adaptação de veículos
Melbourne Design Center	-	Melbourne (Austrália)		Design de veículos
Ford Powertrain Engineering Research & Development Centre	2003	Windsor (Canadá)	150	Desenvolvimento de motores e sistemas de transmissão
Ford China Research & Engineering Center (REC)	2008	Nanjing (China)	550	Atividades de engenharia, pesquisa e desenvolvimento de veículos prpduzidos para o mercado chinês.

Fonte: Elaboração própria, com base no sítio da companhia, relatórios anuais e notícias divulgadas pela imprensa desde 2005.

(1) O ano de fundação de cada uma das instituições pode variar em função do critério utilizado. É o que ocorre quando instituição fundada recentemente já operava em outros departamentos preexistentes.

(2) Em muitos casos a instituição está instalada em pequenos municípios que se localizam ao redor das cidades mencionadas.

(3) Número aproximado, tendo sido obtido por meio de fontes de diversos anos a partir de 2005.

Quadro 6. PSA Peugeot Citroën: Principais institutos de P&D, engenharia e *design* de veículos de passeio

Denominação	Fundação ⁽¹⁾	Localização ⁽²⁾	Funcionários ⁽³⁾	Principais atividades
Carrières-sous-Poissy Technical Centre	-	Região de Paris (França)	600	Design, desenvolvimento e engenharia de veículos, sistemas elétricos e eletrônicos, células de combustível.
La Garenne Technical Centre	-	Região de Paris (França)	2700	Design e desenvolvimento de novos veículos, pesquisa em ciências fundamentais, novos materiais, nanotecnologia e telemática.
Vélizy Technical Centre	-	Vélizy (França)	6300	Concepção e desenvolvimento de novos veículos, engenharia de estruturas, materiais, eletrônica embarcada, sistemas elétricos, engenharia de manufatura.
Belchamp Technical Centre	-	Belchamp (França)	1200	Testes e avaliações de veículos e protótipos.
Sochaux Technical Centre	-	Sochaux (França)		Concepção e desenvolvimento de veículos de maior porte.

Fonte: Elaboração própria, com base no sítio da companhia, relatórios anuais e notícias divulgadas pela imprensa desde 2005.

(1) O ano de fundação de cada uma das instituições pode variar em função do critério utilizado. É o que ocorre quando instituição fundada recentemente já operava em outros departamentos preexistentes.

(2) Em muitos casos a instituição está instalada em pequenos municípios que se localizam ao redor das cidades mencionadas.

(3) Número aproximado, tendo sido obtido por meio de fontes de diversos anos a partir de 2005.

Convém destacar que os quadros acima não representam a totalidade das iniciativas realizadas em P&D e inovação por essas montadoras, pois desconsideram as instituições criadas em parceria com universidades, instituições de pesquisa públicas e privadas bem como as pesquisas patrocinadas ou realizadas em conjunto com outras organizações, incluindo montadoras concorrentes. De qualquer maneira, os quadros servem para auxiliar na visualização do incipiente processo de internacionalização das atividades inovativas, levando alguns autores a defenderem que o setor automobilístico é um exemplo de setor industrial que adentra uma nova fase de sua globalização atualmente⁴⁸.

⁴⁸ Ver SCOTT-KEMMIS, et al. (2005).

Quadro 7. Renault: Principais institutos de P&D, engenharia e *design* de veículos de passeio

Denominação	Fundação ⁽¹⁾	Localização ⁽²⁾	Funcionários ⁽³⁾	Principais atividades
Renault Technocentre	1998	Guyancourt (França)	12000	Coordenação das atividades globais de P&D, design de novos veículos, pesquisa em ciências fundamentais, telemática, eletrônica embarcada, novos sistemas de propulsão (EV, HEV, PHEV), fabricação e teste de protótipos, avaliação de veículos.
Renault Technocentre Department of Research/Advanced Studies and Materials	2006	Guyancourt (França)		
Renault Design Centre	2001	Paris (França)	20	
Renault Design Centre	2005	Mumbai (Índia)	20	Design de veículos para o mercado indiano.
Renault Design Centre	2008	Bucareste (Romênia)	20	Design de veículos para o mercado do leste europeu.
Renault Design Centre	2008	São Paulo (Brasil)	20	Design de veículos para o mercado do sul-americano.
Renault/Samsung Technical Centre	2004	Kiheung (Coréia do Sul)	400	Design e desenvolvimento de veículos Samsung e Renault.

Fonte: Elaboração própria, com base no sítio da companhia, relatórios anuais e notícias divulgadas pela imprensa desde 2005.

(1) O ano de fundação de cada uma das instituições pode variar em função do critério utilizado. É o que ocorre quando instituição fundada recentemente já operava em outros departamentos preexistentes.

(2) Em muitos casos a instituição está instalada em pequenos municípios que se localizam ao redor das cidades mencionadas.

(3) Número aproximado, tendo sido obtido por meio de fontes de diversos anos a partir de 2005.

Por fim, para garantir avanços consistentes nesse ambiente competitivo, as montadoras têm aumentado seus esforços para a redução de custos e de riscos, buscando estabelecer alianças estratégicas com outras empresas e desverticalizando sua cadeia produtiva, com estratégias como a de *outsourcing* e a de modularização⁴⁹. Com essas iniciativas, as grandes produtoras esperam adquirir novas capacitações técnicas e organizacionais que contribuam para a eliminação de suas desvantagens competitivas.

Como essas transformações por si só levantam uma gama de assuntos dificilmente tratáveis no âmbito dessa dissertação, essa seção se concentrará a partir desse ponto na discussão referente às duas primeiras transformações verificadas ao longo dessa década, mais diretamente associadas com o padrão de inserção internacional da indústria, observáveis nos dados agregados de produção anual de autoveículos leves por montadora e

⁴⁹ Idem.

nos dados de produção por montadora em função da localização onde esta é realizada, ambos disponibilizados pela OICA.

A tabela abaixo reporta resumidamente a evolução da produção de autoveículos leves das onze principais montadoras ao longo do período 2000-2009. Como se pode observar, a Toyota se destacou consideravelmente nesse período como a principal responsável pelo aumento da produção nesses anos, contribuindo com 21,6% do crescimento total acumulado e aumentando sua produção de autoveículos leves de 5,9 para 8,3 milhões de unidades entre 2000 e 2007.

Tabela 17. Produção de autoveículos leves das principais montadoras, em milhões de unidades (2000-2009)

	2000	2007	2009	$\Delta\%$ anual média (2000-07)	$\Delta\%$ 2000-07	$\Delta\%$ 2007-09	Cont. 2000-07	Cont. 2007-09
Toyota	5,9	8,3	7,1	6,0%	40,7%	-14,9%	21,6%	10,4%
GM	8,1	9,3	6,4	2,4%	14,6%	-30,8%	10,7%	24,1%
Volkswagen	5,1	6,2	6,1	2,9%	22,1%	-2,6%	10,1%	1,4%
Ford	7,3	6,2	4,6	-0,6%	-16,0%	-24,7%	-10,5%	12,7%
Honda	2,5	3,9	3,0	5,9%	56,1%	-23,0%	12,7%	7,5%
PSA	2,9	3,5	3,0	4,9%	20,1%	-12,0%	5,2%	3,5%
Nissan	2,6	3,3	2,7	2,7%	26,5%	-18,4%	6,2%	5,1%
Suzuki	1,5	2,6	2,4	8,0%	78,2%	-8,0%	10,3%	1,8%
Hyundai	1,6	2,4	4,5	11,4%	52,1%	92,8%	7,3%	-18,4%
Renault	2,4	2,7	2,3	2,2%	10,0%	-14,0%	2,2%	3,1%
Fiat	2,5	2,5	2,4	-0,2%	0,1%	-6,8%	0,0%	1,4%
Outros	14,6	17,3	11,6	4,9%	18,5%	-32,7%	24,3%	47,3%
Total	57,0	68,1	56,2	3,7%	19,5%	-17,5%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da OICA.

A expansão da Toyota no cenário global ao longo da década de 2000 mostrou que a estratégia de concentrar sua produção no NAFTA, principal região demandante pelos seus produtos e que mais contribuiu para os aumentos das exportações japonesas de autoveículos

desde a década de 70, mostrou-se bem sucedida até o momento da crise, mas a partir de seu início, passou a ser fator desvantajoso em relação aos seus concorrentes.

De fato, com a grande retração dos principais mercados e diante da grande dependência do mercado norte-americano, a montadora se viu numa posição particularmente vulnerável em 2009, resultando pela primeira vez em prejuízos que culminaram com o fechamento de fábricas, demissões em massa e substituição dos seus principais executivos. Como consequência, teve sua produção diminuída consideravelmente do pico de 8,9 milhões de unidades em 2008 para 7,1 milhões de unidades em 2009, uma redução de mais de 20%.

Como resposta a essa situação, a montadora passou a gradativamente diversificar sua produção, voltando-se para os mercados emergentes, passando a produzir grandes montantes em regiões como a China e o Leste Europeu (ver tabela abaixo).

Tabela 18. Toyota: Produção de autoveículos leves por região, em milhares de unidades (2000-09)

	2000	2007	2009	$\Delta\%$ 2000-07	$\Delta\%$ 2007-09	Cont. 2000-07	Cont. 2007-09
Japão	3.428,7	4.011,3	2.706,4	17,0%	-32,5%	26,2%	115,1%
NAFTA	1.103,0	1.636,9	1.231,6	48,4%	-24,8%	24,0%	35,7%
Ásia (sem China)	268,5	905,7	902,9	237,3%	-0,3%	28,6%	0,2%
China	-	-	598,5	0,0%	+ de 1000%	0,0%	-52,8%
União Européia*	175,5	277,6	334,9	58,2%	20,6%	4,6%	-5,0%
MERCOSUL	36,1	132,2	139,0	265,8%	5,1%	4,3%	-0,6%
África	77,0	145,7	102,8	89,2%	-29,4%	3,1%	3,8%
Leste Europeu	-	-	100,4	0,0%	+ de 1000%	0,0%	-8,8%
Oceania	92,0	148,9	96,8	61,9%	-35,0%	2,6%	4,6%
Oriente Médio**	14,7	161,2	72,1	995,7%	-55,3%	6,6%	7,9%
Subtotal	5.195,5	7.419,5	6.285,4	42,8%	-15,3%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da OICA.

(*) Não estão incluídos os países do Leste Europeu.

(**) Inclui a Turquia.

A Honda, que também adotou a estratégia de concentrar sua produção no mercado norte-americano, elevou sua produção em 56,2% entre 2000 e 2008, período em que seu *market-share* nos EUA se elevou de 6,7% para 9,5%⁵⁰. Em compensação, se viu na mesma situação desfavorável de sua rival Toyota a partir do último trimestre de 2008, resultando na retração de 23% de sua produção no NAFTA entre 2008 e 2009.

Vale destacar, entretanto, que a montadora foi entre 2000 e 2007 a segunda maior responsável pelo aumento da produção de autoveículos leves no mundo (tabela 17), mostrando a sua grande competitividade entre as empresas do setor, ainda que não tenha escapado dos efeitos perversos da crise.

A tabela 19 também mostra um grande aumento da produção da montadora em regiões emergentes, sinalizando uma maior diversificação geográfica de sua matriz produtiva, com destaque para a China e o MERCOSUL, que tiveram sua produção multiplicada, respectivamente, por mais de vinte e por mais de seis entre 2000 e 2009, em contraposição aos níveis observados na Tríade, que se estagnaram ao longo da década.

Tabela 19. Honda: Produção de autoveículos leves por região, em milhares de unidades (2000-09)

	2000	2007	2009	$\Delta\%$ 2000-07	$\Delta\%$ 2007-09	Cont. 2000-07	Cont. 2007-09
NAFTA	1.022,7	1.432,7	1.031,0	40,1%	-28,0%	29,2%	44,7%
Japão	1.223,9	1.331,8	840,9	8,8%	-36,9%	7,7%	54,6%
China	32,0	464,0	601,9	1350,0%	29,7%	30,7%	-15,3%
Ásia (sem China)	117,5	314,6	309,8	167,8%	-1,5%	14,0%	0,5%
MERCOSUL	22,6	107,2	135,2	374,9%	26,1%	6,0%	-3,1%
União Européia*	74,8	237,8	75,6	218,1%	-68,2%	11,6%	18,0%
Oriente Médio**	9,8	23,7	18,3	140,9%	-22,8%	1,0%	0,6%
África	2,0	0,0	0,0	-100,0%	0,0%	-0,1%	0,0%
Subtotal	2.505,3	3.911,8	3.012,6	56,1%	-23,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da OICA.

(*) Não estão incluídos os países do Leste Europeu.

(**) Inclui a Turquia.

⁵⁰ (WARD'S AUTO, 2010).

A GM e a Ford, por sua vez, perderam participação no total de autoveículos leves produzido, que em 2000 era de, respectivamente, 14,3% e 12,9% para, em 2009, responder por somente 10,9% e 7,9%. Nesse processo, enquanto a GM manteve relativamente estável seu nível de produção até a crise (na casa dos 8,6 milhões de unidades por ano na média), a Ford precisou cortar a produção do patamar de 7,3 milhões de unidades em 2000 para pouco mais de 5,3 milhões em 2008. Em 2009, porém, ambas as montadoras realizaram cortes profundos em seus planos de montagem, que se reduziram respectivamente em 22% e em 13% em relação ao ano anterior.

Tabela 20. GM: Produção de autoveículos leves por região, em milhares de unidades (2000-09)

	2000	2007	2009	$\Delta\%$ 2000-07	$\Delta\%$ 2007-09	Cont. 2000-07	Cont. 2007-09
NAFTA	5.623,8	4.220,4	3.254,5	-25,0%	-22,9%	-108,4%	75,2%
China	30,1	989,1	1.769,3	3189,7%	78,9%	74,1%	-60,8%
União Européia	1.408,2	1.243,4	851,7	-11,7%	-31,5%	-12,7%	30,5%
MERCOSUL	376,1	691,7	692,7	83,9%	0,1%	24,4%	-0,1%
Coréia do Sul	-	942,8	532,2	+ de 1000%	-43,6%	72,8%	32,0%
Ásia (sem China)	8,5	328,7	302,8	3758,6%	-7,9%	24,7%	2,0%
Leste Europeu	97,4	449,5	176,5	361,6%	-60,7%	27,2%	21,3%
Oceania	133,2	106,5	67,1	-20,0%	-37,0%	-2,1%	3,1%
África	-	-	41,6	0,0%	+ de 1000%	0,0%	-3,2%
Total	7.677,2	8.972,2	7.688,3	16,9%	-14,3%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da OICA.

(*) Não estão incluídos os países do Leste Europeu.

(**) Inclui a Turquia.

Tabela 21. Ford: Produção de autoveículos leves por região, em milhares de unidades (2000-09)

	2000	2007	2009	Δ% 2000-07	Δ% 2007- 09	Cont. 2000-07	Cont. 2007-09
NAFTA	4.693,9	2.753,1	1.830,7	-41,3%	-33,5%	147,7%	85,3%
União Européia*	1.622,1	1.561,0	1.251,0	-3,8%	-19,9%	4,6%	28,7%
China	26,8	274,9	430,6	925,5%	56,6%	-18,9%	-14,4%
MERCOSUL	177,1	376,5	397,5	112,6%	5,6%	-15,2%	-1,9%
Oriente Médio**	41,1	280,7	173,5	583,5%	-38,2%	-18,2%	9,9%
Leste Europeu	20,0	0,0	112,3	-100,0%	+ de 1000%	1,5%	-10,4%
Oceania	85,0	68,6	54,5	-19,3%	-20,5%	1,2%	1,3%
África	-	-	38,4	0,0%	+ de 1000%	0,0%	-3,6%
Ásia (sem China)	50,0	87,0	32,5	74,0%	-62,6%	-2,8%	5,0%
Total	6.716,0	5.401,8	4.321,1	-19,6%	-20,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da OICA.

(*) Não estão incluídos os países do Leste Europeu.

(**) Inclui a Turquia.

Sem desprezar a complexidade das razões que levaram ao enfraquecimento das montadoras norte-americanas ao longo da década, é importante destacar que essas empresas passaram por um crescente processo de perda de competitividade frente às suas principais concorrentes desde os anos 80, em especial com relação às asiáticas. Assim, com base nos princípios do chamado “modelo Toyota de produção”, as montadoras japonesas e coreanas implementaram com sucesso práticas de redução de custos e conseguiram alavancar suas exportações, que conseqüentemente renderam frutos em termos de competitividade⁵¹.

Conseqüentemente, com uma estratégia calcada nas exportações para o mercado norte-americano, empresas como as japonesas Toyota, Honda e Nissan, e, mais recentemente, as coreanas Hyundai e Kia, conseguiram conquistar cada vez mais participação nas vendas domésticas no país, substituindo as compras dos autoveículos antes produzidos pela GM, Ford e Chrysler. Uma vez que esses novos mercados se consolidavam para essas montadoras, a estratégia evoluía para um processo de substituição das suas

⁵¹ Sobre isso ver WOMACK, et al. (2004).

exportações por novos aportes de investimentos destinados ao estabelecimento de novas fábricas em continente americano, neutralizando as resistências surgidas no interior da Casa Branca⁵². Esse ciclo, tendo se repetido muitas vezes na medida em que as montadoras asiáticas aumentavam seu *market-share*, foi paulatinamente enfraquecendo as *Big Three*, que viram sua situação chegar ao limite com a crise de demanda de 2008.

Refletindo esse fenômeno, a GM e a Ford tiveram que reduzir sua produção em 42% e 61%, respectivamente, entre 2000 e 2009 no NAFTA, compensando parcialmente suas perdas por meio do aumento da importância das filiais localizadas principalmente na Ásia (principalmente na China), no Brasil e no Leste Europeu.

De maneira bem diferente das suas concorrentes norte-americanas, a alemã Volkswagen se beneficiou consideravelmente ao longo da última década. Primeiro, em razão da distribuição geográfica da sua produção, com forte participação de países emergentes importantes no seu mercado demandante, justamente os grandes responsáveis pela parcela majoritária do crescimento total da demanda por automóveis no período. Depois, em função do seu sucesso em rapidamente implementar os princípios da manufatura enxuta, originando o “modelo alemão de produção⁵³”. Além disso, a montadora se beneficiou ainda por ter maior parte de sua produção voltada para veículos de pequeno porte, justamente os que mais ganharam mercado nestes anos.

⁵² A partir dos anos 80, a pressão do governo norte-americano para a contenção das importações de automóveis japoneses culminou com a adoção de restrições voluntárias das exportações por parte das montadoras asiáticas.

⁵³ O “modelo alemão de produção” caracteriza-se pelo grande esforço inovador, pelo grande poder de influência dos sindicatos dos trabalhadores nas decisões estratégicas, pela flexibilização produtiva e foco na montagem de modelos mais lucrativos e, finalmente, pela assimilação das técnicas mais avançadas de organização da produção criadas dentro do sistema japonês de manufatura enxuta (como o *just in time*, o *kaisen*, etc.).(JÜRGENS, 1994), (JÜRGENS, 2003).

Tabela 22. Volkswagen: Produção de autoveículos leves por região, em milhares de unidades (2000-09)

	2000	2007	2009	Δ% 2000-07	Δ% 2007-09	Cont. 2000-07	Cont. 2007-09
União Européia*	2.587,2	1.791,0	1.959,0	-30,8%	9,4%	-220,0%	52,1%
China	315,7	831,6	1.243,6	163,4%	49,5%	142,5%	127,8%
MERCOSUL	541,3	743,5	822,0	37,4%	10,6%	55,9%	24,4%
Leste Europeu	528,7	915,1	721,1	73,1%	-21,2%	106,8%	-60,2%
NAFTA	425,7	409,6	320,0	-3,8%	-21,9%	-4,4%	-27,8%
África	42,6	112,3	59,7	163,5%	-46,8%	19,2%	-16,3%
Total	4.441,1	4.803,1	5.125,3	8,1%	6,7%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da OICA.

(*) Não estão incluídos os países do Leste Europeu.

A partir da conjunção desses fatores, a Volkswagen conseguiu aumentar sua produção para níveis que a aproximam das líderes Toyota e GM, passando a compor o seleto grupo de montadoras que disputam a liderança mundial do setor. Entre 2000 e 2009, a sua produção anual de autoveículos leves se elevou de 5,1 milhões de unidades para 6,1 milhões de unidades, representando um crescimento médio anual de 2,4% e uma contribuição de 17,6% do total do crescimento da produção de autoveículos leves no período pré-crise (até 2008).

No que se refere às duas principais montadoras francesas⁵⁴, a PSA Peugeot Citroën e a Renault apresentaram resultados relativamente díspares em termos de evolução da sua produção ao longo do período analisado. De um lado, a PSA Peugeot Citroën fechou o ano de 2007 com uma produção 20,1% maior do que em 2000, contribuindo dessa maneira com 5,2% do total do crescimento da produção de autoveículos leves nesses anos. De outro, a produção da Renault manteve-se relativamente estagnada ao longo da década, apresentando um crescimento médio de 0,4% ao ano no pré-crise, bem menor do que os 4% apresentados pela PSA Peugeot Citroën.

⁵⁴ (LUNG, 2002).

Tabela 23. PSA Peugeot Citroën: Produção de autoveículos leves por região, em milhares de unidades (2000-09)

	2000	2007	2009	Δ% 2000-07	Δ% 2007-09	Cont. 2000-07	Cont. 2007-09
União Européia*	2.660,0	2.362,2	1.709,9	-11,2%	-27,6%	-66,1%	274,5%
Leste Europeu	5,5	203,1	436,3	3596,1%	114,8%	43,9%	-98,1%
Oriente Médio**	17,1	246,6	418,4	1341,7%	69,7%	50,9%	-72,3%
China	53,9	213,0	262,9	295,1%	23,4%	35,3%	-21,0%
MERCOSUL	72,7	227,1	199,7	212,6%	-12,1%	34,3%	11,5%
Japão	0,0	16,8	9,6	+ de 1000%	-43,1%	3,7%	3,1%
África	13,8	10,9	5,4	-20,8%	-50,0%	-0,6%	2,3%
América do Sul (sem MERCOSUL)	5,2	0,0	0,0	-100,0%	0,0%	-1,2%	0,0%
Ásia (sem China)	1,1	0,1	0,0	-90,9%	-100,0%	-0,2%	0,0%
Total	2.829,2	3.279,8	3.042,2	15,9%	-7,2%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da OICA.

(*) Não estão incluídos os países do Leste Europeu.

(**) Inclui a Turquia.

Tabela 24. Renault: Produção de autoveículos leves por região, em milhares de unidades (2000-09)

	2000	2007	2009	Δ% 2000- 07	Δ% 2007-09	Cont. 2000-07	Cont. 2007-09
União Européia*	1.844,2	1.405,0	948,9	-23,8%	-32,5%	4348,6%	106,3%
Oriente Médio**	139,5	278,9	306,7	100,0%	10,0%	-1380,7%	-6,5%
Leste Europeu	122,9	273,3	270,9	122,3%	-0,9%	-1488,3%	0,6%
MERCOSUL	127,7	183,8	209,5	44,0%	14,0%	-555,7%	-6,0%
África	6,4	10,1	27,7	57,3%	174,9%	-36,3%	-4,1%
Ásia (sem China)	0,5	17,0	26,8	+ de 1000%	57,4%	-163,7%	-2,3%
América do Sul (sem MERCOSUL)	15,2	68,0	24,7	348,3%	-63,7%	-523,4%	10,1%
NAFTA	-	8,9	2,4	+ de 1000%	-73,2%	-88,4%	1,5%
China	0,4	-	-	-99,8%	0,0%	4,3%	0,0%
Outros	-	1,6	-	+ de 1000%	-99,9%	-16,2%	0,4%
Total	2.256,8	2.246,7	1.817,5	-0,4%	-19,1%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da OICA.

(*) Não estão incluídos os países do Leste Europeu.

(**) Inclui a Turquia.

Em comum entre as empresas se encontra o fato de que ambas contaram com a ajuda do Estado francês para alcançar o grupo das dez maiores montadoras de veículos

leves em 2008, ainda que em graus diferentes. No caso da PSA Peugeot Citroën, apesar de constituir uma organização privada, a intervenção do governo se mostrou fundamental, mas normalmente em momentos econômicos mais críticos, como aquele vivido na I Crise do Petróleo, que viabilizou a aquisição da Citroën pela Peugeot em 1975 e abriu a porta para a consolidação da sexta maior montadora da atualidade, e, é claro, na última crise de 2008.

Na Renault, a influência governamental foi muito mais determinante, uma vez que, além de a montadora ter sido uma empresa estatal até 1996, ainda hoje, muito tempo depois da sua privatização, o governo mantém uma participação acionária considerável (15,1%), maior do que a de sua principal parceira, a Nissan (15%)⁵⁵.

Com relação à distribuição geográfica dessas empresas, ambas ainda concentram sua produção na União Européia, mas em níveis cada vez menores. De fato, enquanto 60,1% da produção mundial das duas montadoras eram realizados no território francês no ano 2000, em 2008 essa proporção havia caído para menos de 36%⁵⁶. No Brasil, enquanto as suas filiais respondiam no ano 2000 por somente cerca de 1% da produção das montadoras francesas no mundo, em 2008 essa participação havia subido para 4,4%. A estratégia de internacionalização da produção por parte das grandes montadoras francesas impactou diretamente na balança comercial do setor, com a consolidação de uma posição superavitária para partes e subconjuntos montados, que são enviados para as filiais no exterior, e uma posição cada vez mais deficitária para veículos montados, que passaram a ser produzidos em outras localidades. Vale destacar que a demanda interna por autoveículos na França ainda se concentra nos produtos dessas duas grandes marcas (mais de 50% em 2008).

No caso da Fiat, o seu padrão de inserção produtiva na década se caracterizou pela grande importância das filiais localizadas no Brasil e na Polônia, que concentram mais da metade da produção mundial da montadora italiana. Essa particularidade está relacionada à

⁵⁵ (RENAULT, 2008)

⁵⁶ (CCFA, 2009, p. 67)

profunda reestruturação produtiva pela qual a empresa passou nos anos 1990, resultado das perdas expressivas obtidas no mercado europeu desde os anos 80. De fato, entre os anos 70 e 80, a expansão das vendas de marcas concorrentes no mercado italiano (Renault Clio, Ford Fiesta, dentre outros) não foi compensada por uma internacionalização significativa da montadora em busca de novos mercados, especialmente nos mais dinâmicos, permanecendo a montadora concentrando sua produção na Itália⁵⁷. Conseqüentemente, o seu declínio no cenário internacional tornou-se inevitável.

Como resultado desse processo, a companhia atribuiu maior peso aos mercados externos emergentes onde a empresa atuava (em especial na América Latina e no Leste Europeu), alterando a sua estratégia que tinha se mostrado inadequada. Cabe ressaltar que, além da redistribuição geográfica da produção e vendas, aspecto destacado nessa seção, essa reestruturação teve por objetivo adotar os princípios da manufatura enxuta, considerados fundamentais para a sobrevivência de qualquer montadora à essa altura.

Quantitativamente, a produção da Fiat se manteve relativamente estável na faixa dos 2,5 milhões de unidades nos anos 2000, sustentada pelo forte crescimento da produção em países como o Brasil, a Argentina e a Polônia, o que acabou compensando o declínio da produção na Itália. Mais recentemente, com a crise instalada nas montadoras norte-americanas, a Fiat conseguiu adquirir o controle da Chrysler, buscando conquistar parcela do mercado norte-americano, considerado chave para o seu objetivo de conquistar a sexta posição mundial em termos de produção e vendas nos próximos anos.

⁵⁷ (CAMUFFO, et al., 1994)

Tabela 25. Fiat: Produção de autoveículos leves por região, em milhares de unidades (2000-09)

	2000	2007	2009	Δ% 2000-07	Δ% 2007-09	Cont. 2000-07	Cont. 2007-09
MERCOSUL	467,6	716,2	819,1	53,2%	14,4%	376,2%	-140,5%
União Européia*	1.163,0	809,1	528,8	-30,4%	-34,7%	-535,5%	383,1%
Leste Europeu	281,5	397,2	506,6	41,1%	27,6%	175,1%	-149,5%
Oriente Médio**	115,2	184,6	178,6	60,2%	-3,2%	105,0%	8,1%
Ásia (sem China)	12,2	2,8	23,7	-76,7%	736,1%	-14,1%	-28,5%
China	0,0	16,0	0,0	+ de 1000%	-100,0%	24,2%	21,8%
África	24,5	4,1	0,0	-83,3%	-100,0%	-30,9%	5,6%
Total	2.063,9	2.130,0	2.056,8	3,2%	-3,4%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da OICA.

(*) Não estão incluídos os países do Leste Europeu.

(**) Inclui a Turquia.

Uma montadora que obteve destaque especial em termos de crescimento no cenário internacional ao longo da década, em especial depois de deflagrada a crise, é a sul-coreana Hyundai, refletindo o sucesso da estratégia adotada de conquistar novos mercados por meio da exportação dos veículos produzidos na Coreia e desenvolvidos por meio de uma agressiva política de investimentos em P&D. A inserção internacional da montadora coreana se diferencia da de suas concorrentes, na medida em que é mais dependente dos fluxos de comércio originados na matriz para mercados em expansão. Além dessa, também se destaca na estratégia da montadora a concessão de licenças para a produção de determinados modelos, como ocorreu no Brasil com o grupo CAOA, que produz no Brasil os modelos de utilitário HR e o Tucson.

Conforme já foi sinalizado, a Hyundai concentra a maior parte de sua produção na própria Coreia, mas ganham destaque os investimentos produtivos realizados na China, Índia, Turquia, República Tcheca, EUA e Brasil, como reação ao crescimento da demanda nesses mercados, o que tem levado a uma significativa descentralização da produção da montadora (ver tabela 26).

Tabela 26. Hyundai: Produção de autoveículos leves por região, em milhares de unidades (2000-09)

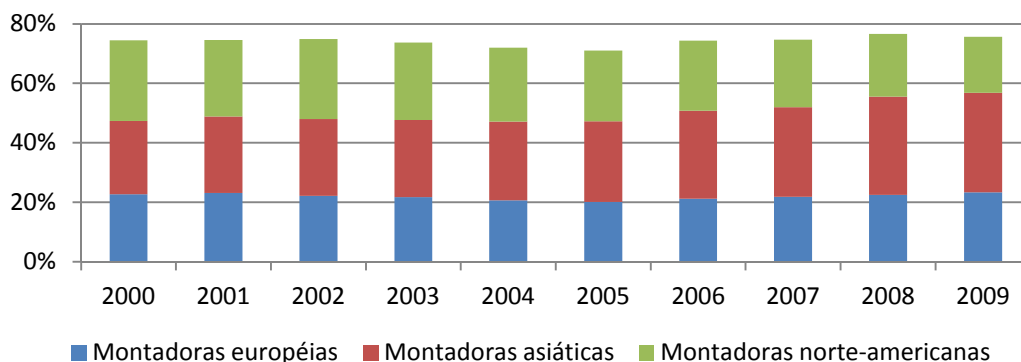
	2000	2007	2009	Δ% 2000-07	Δ% 2007-09	Cont. 2000-07	Cont. 2007-09
Ásia (sem China)	1.551,1	1.786,6	2.069,1	15,2%	15,8%	29,2%	43,9%
China	-	231,8	571,2	+ de 1000%	146,4%	28,7%	52,7%
NAFTA	-	250,5	195,6	+ de 1000%	-21,9%	31,0%	-8,5%
Leste Europeu	-	-	118,0	-	+ de 1000%	-	18,3%
Oriente Médio*	-	90,1	48,6	+ de 1000%	-46,0%	11,1%	-6,4%
Total	1.551,1	2.359,1	3.002,5	52,1%	27,3%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da OICA.

(*) Inclui a Turquia.

Por fim, corroborando o argumento inicial de que houve um deslocamento do “centro de gravidade” da produção mundial de autoveículos em direção à Ásia, a observação dos dados permite concluir que houve uma discrepância expressiva entre os resultados das montadoras asiáticas, de um lado, e das norte-americanas e europeias, do outro. De fato, enquanto aquelas respondiam em 2000 por 24,6% do total da produção, em 2008 esse percentual se elevou para 33,5%, ao mesmo tempo em que estas viram sua participação se reduzir dos 49,8% para 42,2% no mesmo período (Gráfico 10).

Gráfico 10. Participação relativa das principais montadoras de autoveículos leves, por continente de origem (2000-2008)



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da OICA.

Dentro do grupo das asiáticas, chama a atenção o crescimento verificado entre as montadoras chinesas e indianas, que elevaram sua participação na pauta produtiva mundial de 0,3% e 0,5% em 2000 para 1,2% e 4,5% em 2008, respectivamente, apesar da ainda relativamente pequena escala e da alta pulverização das suas produções se comparadas às dos países desenvolvidos. No segmento de comerciais leves, a participação das montadoras indianas (Tata, Ashok Leyland e Mahindra) alcançou 2,1% do total mundial em 2008, em comparação com os 0,4% do ano 2000.

Apenas a título de exemplo, a indiana Tata Motors (anteriormente denominada TELCO), aumentou sua produção de 147,1 mil autoveículos leves em 2000 para 650,7 mil em 2008, mostrando ainda um grande esforço inovador⁵⁸ ao longo da década. Como consequência desses resultados, a montadora se orgulha em propagar que desenvolveu “o carro mais barato do mundo”, denominado Tata Nano, disponível desde março de 2009 e vendido atualmente no mercado indiano pelo preço de aproximadamente US\$ 2900,00⁵⁹. De qualquer forma, a inserção da montadora indiana ainda se caracteriza pela busca de crescer no mercado interno, onde ainda não conseguiu a liderança nas vendas apesar do baixo preço de seus produtos.

1.7 Principais conclusões

A indústria automobilística mundial está em processo de transformação que se intensificou a partir dos anos 1990 como resultado de uma combinação, de um lado, entre as estratégias adotadas pelas montadoras em face do acirramento da concorrência, das novas possibilidades tecnológicas e do surgimento de novos mercados nos países

⁵⁸ Dizemos que esse “esforço inovador” é grande em função da evolução da taxa “Despesas com P&D/Vendas” da montadora ao longo da década, que se elevou substancialmente para o patamar de 2,9% em 2008. Nesse mesmo ano, porém, montadoras como a Toyota, a GM e a Ford investiram em P&D o equivalente a 4,4%, 5,4% e 5,0% de suas vendas, respectivamente (BOOZ & COMPANY, 2008). A Tata firmou ainda vários acordos de cooperação tecnológica com empresas como a Daimler-Benz, a Cummins Motores, a Marcopolo e a IVECO. (TATA MOTORS, 2008).

⁵⁹ Preço calculado com base no site da Tata Motors, para o estado de Gujarat, na Índia. (http://tatanano.inservices.tatamotors.com/tatamotors/index.php?option=com_booking&task=pricelist&Itemid=303).

emergentes e, de outro, entre as políticas de liberalização comercial e de investimentos, concretizadas por meio dos inúmeros acordos bilaterais e multilaterais firmados desde então.

A conclusão geral que se pode extrair desse capítulo é que, em primeiro lugar, não se pode falar em um único padrão de inserção internacional na indústria automobilística, estando cada país produtor inserido internacionalmente de forma correspondente às suas peculiaridades em matéria de perfil da demanda, nível tecnológico, presença e participação desta ou daquela montadora, localização geográfica, gama de acordos comerciais em vigência e aspectos históricos e institucionais.

Pode-se falar no máximo em padrões regionais de inserção, com características aproximadas em relação às variáveis supracitadas. Nesse sentido, poderíamos agrupar as diversas indústrias analisadas da maneira que segue no quadro abaixo.

Quadro 8. Principais características do padrão de inserção das indústrias automobilísticas

	Dependência do mercado interno/regional	Padrão de comércio	Origem do capital das montadoras instaladas
EUA	Alta	Importador líquido	Nacionais e estrangeiras
Japão	Baixa	Exportador líquido	Nacionais
União Européia	Alta	Auto-suficiente	Nacionais e estrangeiras
Leste Europeu e Turquia	Alta	Exportador líquido	Estrangeiras
China	Alta	Auto-suficiente	Nacionais e <i>joint-ventures</i> com estrangeiras
Índia	Alta	Auto-suficiente	Nacionais e estrangeiras
Coréia do Sul	Baixa	Exportador líquido	Nacionais e estrangeiras
MERCOSUL	Alta	Auto-suficiente	Estrangeiras

Além disso, não se pode explicar o êxito nas vendas e na participação no total da produção mundial a partir do grau de internacionalização de cada montadora, uma vez que, por um lado, a Hyundai, relativamente pouco internacionalizada do ponto de vista da

produção, mas bastante internacionalizada comercialmente, cresceu significativamente mesmo depois da eclosão da crise de 2008, o que não pode ser dito da Toyota, também bastante internacionalizada neste último aspecto. Nesse quesito, é importante destacar, entretanto, a importância da política de desvalorização cambial promovida pelo governo coreano, que incentivou significativamente as exportações das suas montadoras.

Por outro lado, a GM e a Ford, muito internacionalizadas do ponto de vista produtivo, viram sua participação nos grandes mercados cair substancialmente, mesmo antes de 2008, com a importante exceção da GM no mercado chinês, que viu seu *market-share* se elevar substancialmente num dos mercados mais dinâmicos do mundo na atualidade.

Do ponto de vista da produção, pode-se dizer que houve uma maior dispersão ao longo da década de 2000, com uma perda de importância dos produtores da Tríade e um aumento da relevância de países localizados em regiões como a Ásia continental (principalmente China, Índia, Coreia do Sul, Tailândia e Indonésia), o Leste Europeu (principalmente Polônia, República Tcheca e Eslováquia), a América Latina (principalmente Brasil e México) e o Oriente Médio (principalmente a Turquia). Essas alterações na esfera produtiva refletem mudanças verificadas do lado da demanda que, mais rapidamente do que a produção, desconcentrou-se no período. Essa tendência explica o caráter dos investimentos realizados no setor nesse anos, predominantemente de tipo *market-seeking*. Nesse aspecto, houve um significativo incremento na demanda por automóveis nos países localizados nas mesmas regiões onde se verificou os maiores incrementos na produção.

No aspecto comercial, também não se pode falar num padrão único de inserção das indústrias nacionais, uma vez que os fluxos de comércio variam quanto ao peso do componente regional, sendo maior no caso da União Europeia e do MERCOSUL, nos quais a maior parte desse fluxo ocorre dentro do bloco, e menor para os países exportadores líquidos localizados na Ásia, que destinam sua produção especialmente para os EUA, para a própria União Europeia e para outros mercados emergentes.

Do ponto de vista dos principais *players*, verifica-se nos anos 2000 um relativo enfraquecimento em termos de participação na produção e nas vendas das grandes montadoras norte-americanas. Primeiro, em função da maior resistência a adotar plenamente os princípios da manufatura enxuta, que levaram à queda da sua competitividade e ao grande crescimento das asiáticas no período. Depois, em função da relativa abertura do mercado norte-americano às importações desses países, levando à sistemática perda de *market-share* por essas montadoras no seu mercado local.

O caso paradigmático desse fenômeno é sem dúvida a conquista da liderança mundial da Toyota em termos de produção a partir do final da década pela primeira vez na história, desconstruindo a histórica liderança exercida pelas montadoras estadunidenses. As montadoras européias, por sua vez, continuaram a adotar ao longo do período uma estratégia de caráter regional, concentrando a sua produção e comércio majoritariamente dentro da própria União Européia. Entretanto, diante das transformações do mercado e do acirramento da concorrência ao longo da década tornou-se cada vez mais urgente fortalecer a presença em outros mercados, especialmente naqueles com maiores perspectivas de crescimento.

No que se refere ao objeto dessa dissertação, por sua vez, pode-se dizer que a inserção internacional da indústria automobilística do MERCOSUL apresenta caráter peculiar em relação aos diversos padrões identificados ao longo desse capítulo, como se observou no quadro anterior. Primeiro, porque não há na região qualquer montadora de origem nacional, ao contrário do que se verifica entre os principais produtores mundiais da Tríade além dos grandes emergentes Coréia do Sul, China e Índia.

Segundo, porque, do ponto de vista da origem do capital e dos autoveículos produzidos, a indústria do MERCOSUL é dominada por montadoras de “perfil europeu” provenientes da própria Europa ou dos EUA. De fato, tanto as européias quanto as norte-americanas produzem e desenvolvem autoveículos com características valorizadas no mercado europeu em termos de *design* e tecnologia, como o porte menor e mais econômico e motores de baixa cilindrada. Assim, as montadoras asiáticas, que mais cresceram e

aumentaram seu *market-share* no mercado mundial, ainda possuem presença relativamente limitada no Cone Sul-Americano.

Finalmente, porque, por razões históricas e institucionais, a indústria da região continuou substancialmente voltada para si mesma, com menor grau de inserção no comércio internacional e sem ter nunca exercido o papel de plataforma de exportação, não havendo grandes fluxos de exportações e importações de autoveículos em relação ao que é demandado internamente, apesar dos aumentos das importações brasileiras na segunda metade dos anos 2000. De fato, como veremos no próximo capítulo, buscou-se reforçar o caráter regional da indústria e a ausência das empresas nacionais ao longo dos anos 1990, incentivando os fluxos de IED, preservando muitas limitações para o acesso de autoveículos importados para empresas sem produção local e estimulando incrementos no conteúdo local e regional dos veículos produzidos no bloco.

Capítulo 2 Condicionantes da inserção relacionados às políticas públicas

Conforme brevemente colocado no final do capítulo anterior, a indústria automobilística do MERCOSUL, formada basicamente pelos parques automotivos sediados nos seus dois maiores mercados, o Brasil e a Argentina, é composta principalmente de montadoras de perfil europeu, com capital de origem norte-americana ou européia, tendo seu padrão de inserção internacional sido profundamente influenciado pelas políticas públicas adotadas pelos governos desses países.

Ao longo desse capítulo, tentaremos explicitar as principais políticas adotadas por esses governos que influenciaram esse padrão, destacando os acordos comerciais negociados e a influência da política cambial, que como veremos, condicionaram a estratégia das empresas do setor no período.

Antes de entrar nessa análise, cabe lembrar que as indústrias automobilísticas desses países surgem de maneira relativamente independente em meados do século passado, a partir da convergência de um fator externo e um interno. O fator externo, verificado principalmente nos EUA e na Europa, inclui as estratégias das grandes empresas, que se fortalecem na “Era de Ouro” no Pós-Guerra e passam a buscar novos espaços para a acumulação capitalista, promovendo uma onda de internacionalização produtiva que impulsionou a industrialização do Brasil e da Argentina. O fator interno, por sua vez, associa-se ao interesse dos governos dos dois países de promover a política de industrialização por meio da substituição de importações⁶⁰, que, para o setor automobilístico, teve como uma de suas principais características a associação ao capital estrangeiro para o objetivo de reduzir as desigualdades em relação às economias desenvolvidas.

⁶⁰ Interesse mais evidente no Brasil, ainda que nos últimos vinte anos seja possível afirmar que houve uma relativa convergência dos respectivos paradigmas de desenvolvimento, com o Brasil cada vez mais aberto à economia internacional e a Argentina disposta a consolidar uma indústria doméstica depois da desindustrialização verificada nos anos 1970. (GONÇALVES, 2003)

Como resultado da junção desses elementos, consolidou-se nesses países uma indústria dominada pelas grandes transnacionais (TNCs) com sede na Europa e nos EUA, que passaram a determinar em grande medida o padrão de inserção internacional da indústria regional e a sua forma de atuação nos mercados internos por meio de suas decisões de investimento, de produção e de comércio exterior.

Cabe observar que, ainda que essas duas indústrias tenham surgido aproximadamente no mesmo período histórico, em países vizinhos e que haja certa semelhança em seus traços mais distintivos, predominava na indústria automobilística a adoção de uma estratégia marcada pela grande autonomia concedida às filiais nesse período⁶¹, ficando as indústrias desses países voltadas basicamente ao atendimento da sua respectiva demanda doméstica, não havendo, dessa maneira, grau significativo de integração econômica das cadeias produtivas nesse momento.

Mais tarde, a partir dos anos 1990, essas indústrias passam por uma profunda transformação estrutural a partir do processo de integração regional aprofundado com a criação do MERCOSUL, que, alterando as características do mercado alvo (que passa a ser regional), acaba alterando decisivamente o ambiente de ação das TNCs do setor, tanto aquelas já instaladas nos dois países, quanto aquelas que concorrem com estas em outros mercados.

Com o surgimento do MERCOSUL e a maior abertura para fluxos de capital, tecnologia e pessoas, essas empresas passaram a adotar uma estratégia regional diferenciada, passando a consolidar uma rede de filiais interdependentes nos países-membros e implementando parcerias para o fornecimento de produtos e serviços, com objetivo principal de atender um mercado agora ampliado⁶².

⁶¹ Estratégia denominada de “multi-doméstica”. (UNCTAD, 1993 pp. 128-131)

⁶² Se antes as grandes montadoras adotavam estratégias classificadas de “multi-domésticas”, agora elas passariam a adotar estratégias “regionais”. (UNCTAD, 1993 pp. 128-131)

Com o intenso movimento de acirramento da concorrência e de consolidação do setor, acelerados pela entrada de novos fluxos de IDE tanto por parte das empresas já instaladas na região quanto por parte de novos entrantes, os últimos vinte anos abrigaram o desenvolvimento de um parque industrial regionalmente mais integrado, competitivo e especializado.

O mesmo, porém, não pode ser dito sobre o setor de autopeças. Constituindo o elo mais frágil da cadeia automotiva (vendem para as montadoras, com enorme poder de mercado, e compram insumos de indústrias também bastante oligopolizadas, como as petroquímicas e as siderúrgicas), grande parte do setor não se beneficiou das políticas adotadas desde os anos 1990, em especial os fornecedores do segundo nível, predominantemente nacionais e pouco integradas aos sistemas globais de fornecimento. Mesmo com essa ressalva, o setor também passou por um processo de reestruturação que implicou no aumento da participação das empresas estrangeiras, na integração dos fornecedores sistematizados à cadeia automobilística global e no aumento do nível de investimentos na segunda metade dos anos 1990 e no ciclo de crescimento 2003-2008, interrompido com a eclosão da crise. Atualmente, mesmo enfrentando a severa concorrência dos importados em função do câmbio sobrevalorizado e dos altos custos de produção, o setor fatura anualmente cerca de US\$ 40 bilhões (dados de 2008), destinando cerca de 70% das suas vendas para as montadoras e empregando diretamente cerca de 200 mil trabalhadores.

O padrão de inserção da indústria automobilística regional, em função desse processo de reestruturação do setor automotivo, foi, portanto, profundamente influenciado pelas políticas públicas adotadas ao longo das décadas de 1990 e de 2000, razão pela qual a análise que se segue se mostra útil para a sua compreensão.

2.1 A importância das políticas públicas para o condicionamento do padrão de inserção

Dado que a cadeia automotiva é suficientemente complexa e importante em termos de renda, geração de empregos, receitas tributárias, tecnologia e comércio exterior para

justificar a adoção de políticas públicas específicas para o setor, os principais produtores mundiais de autoveículos adotam medidas que impactam diretamente a inserção internacional de suas indústrias.

De fato, basta observar que, ao longo da década de 2000, mesmo num contexto marcado pela grande facilidade de estabelecer novas plantas produtivas em mercados promissores, consequência da maior liberalização das normas de comércio e de investimento no âmbito da OMC; da abundância de mão-de-obra de baixo custo e de qualificação adequada nos principais países emergentes; e da relativa facilidade de comercializar bens e serviços em nível global, mais da metade da produção mundial de autoveículos se concentrou nos países da Tríade, deixando aparentemente sem justificativa a manutenção dessas unidades em locais onde os custos de produção são sabidamente mais altos.

Assim, a influência que os governos exercem sobre as decisões das empresas do setor fazem com que elementos como o contexto político, a condição macroeconômica e a natureza dos acordos entre os diversos países pesem mais sobre as estratégias das montadoras do que o simples cálculo de minimização dos seus custos de produção⁶³.

Nos países que sediam as grandes montadoras mundiais, fatores como a grande visibilidade do automóvel, seu alto preço unitário e seu grande poder simbólico associado à autonomia, liberdade e prosperidade econômica, freqüentemente criam reações políticas quando ocorre, por exemplo, aumentos considerados excessivos da participação dos importados na pauta de veículos comercializados no mercado doméstico, provocando alterações nas normas que incidem sobre o setor automobilístico que, por sua vez, alteram o seu padrão de inserção internacional⁶⁴.

⁶³ (STURGEON, et al., 2009 pp. 7-20),

⁶⁴ (STURGEON, et al., 2009)

As já citadas estratégias de substituição das importações adotadas por várias montadoras asiáticas para a entrada no mercado norte-americano, por exemplo, surgiram a partir das resistências políticas originadas pelo crescimento das montadoras japonesas ancorado nas exportações para os EUA ao longo dos anos 1960, 1970 e 1980. Essas resistências influenciaram tanto as decisões das montadoras japonesas, que passaram a investir na instalação de novas unidades fabris no sul dos EUA como forma de restringir as exportações para o país⁶⁵, quanto as decisões dos deputados, senadores e dos diplomatas norte-americanos, que passaram, de um lado, a pressionar o Congresso para que leis de proteção ao conhecimento gerado nas atividades de P&D feitas no país fossem aprovadas e, de outro, a garantir que a comunidade internacional passasse a adotar cláusulas de proteção da propriedade intelectual, impedindo o acesso ao conhecimento em áreas antes abertas ao acesso público⁶⁶.

Mais especificamente no caso da indústria automobilística, essas mudanças legais impactaram diretamente os principais vetores das atividades de P&D das grandes montadoras⁶⁷, isto é, as aplicações na área de tecnologia de informação, de eletrônica embarcada, os sistemas CAD/CAM/CAE, e CIM, as pesquisas com novos materiais e os novos sistemas de propulsão.

A título de exemplo da influência causada pelas medidas governamentais sobre a indústria automobilística norte-americana, entre 1995 e 2005 (dez primeiros anos do NAFTA) a parcela da demanda doméstica atendida por importações de veículos do México e do Canadá caiu de 12,9% para 12,1%, na contramão das expectativas que consideravam que os custos de produção menores seriam capazes de atrair uma parcela maior dessa variável. Essa tendência refletiu as decisões das montadoras japonesas, coreanas e alemãs

⁶⁵ Convém observar que o Japão, na mesma época, também assinou acordos restritivos de exportações de autoveículos com outros países, como com o Reino Unido, com a França e com a Espanha. Para uma análise mais detalhada dos acordos voluntários de restrições às exportações de autoveículos firmados pelo Japão ver (BERRY, et al., 1999) e (SMITH, et al., 1994).

⁶⁶ (CORIAT, 2009)

⁶⁷ (SABBATINI, 2009) e (CARVALHO, 2008).

de não concentrar sua produção no México, evitando problemas de natureza política no futuro⁶⁸.

Assim, mesmo num contexto marcado pela acirrada concorrência e pelas disparidades entre as diversas localidades geográficas em termos de custos e acesso a fatores de produção, as montadoras preferem muitas vezes produzir na mesma região onde se espera que seus autoveículos sejam vendidos, evitando atritos desnecessários com os governos dos grandes países consumidores.

Mais recentemente, com a eclosão da crise de 2008, o papel dos governos em relação ao setor automobilístico tornou-se ainda maior, contribuindo para a reestruturação de empresas como a GM, a Ford e a Chrysler; nos EUA, e para a recuperação da demanda nos mais diversos mercados domésticos, com os diversos programas de incentivo à aquisição de automóveis⁶⁹.

Além dos EUA, outros países também promoveram políticas intervencionistas ao longo de suas histórias recentes buscando condicionar o padrão de inserção de suas indústrias automobilísticas.

A China⁷⁰, por exemplo, buscou desde o início de sua indústria automobilística desenvolver no país uma plataforma produtiva competitiva formada por poucas empresas nacionais ou criadas por contratos de *joint-venture*, exigência que sempre foi feita às montadoras estrangeiras interessadas em obter acesso ao mercado consumidor local.

O resultado dessa política foi o surgimento de dezenas de montadoras de capital nacional e mais outras várias resultantes de acordos com montadoras estrangeiras, levando

⁶⁸ (STURGEON, et al., 2009 pp. 9-10)

⁶⁹ EUA, Japão, Alemanha, Canadá, Inglaterra, França e Itália foram alguns dos países que adotaram essas medidas.

⁷⁰ (TANG, 2009)

a indústria local a padrões de competitividade e qualidade hoje consideradas relativamente elevadas.

Mais recentemente, em 2008, buscando se precaver dos efeitos da crise, o governo lançou um pacote de quase US\$ 600 bilhões voltado ao estímulo da demanda e, em março de 2009, o Governo Central lançou o plano de política industrial para o setor automotivo, buscando garantir a reestruturação produtiva e a consolidação das empresas do setor. Cabe mencionar ainda o esforço empreendido para colocar o país na liderança do processo de desenvolvimento tecnológico das novas tecnologias de propulsão, com expectativas de causar impactos profundos sobre a inserção internacional da indústria automobilística chinesa⁷¹. Outros exemplos paradigmáticos da influência das iniciativas governamentais sobre o padrão de inserção da indústria automobilística incluem a política de criação e incentivos às *chaebols*, na Coreia do Sul⁷², as recentes políticas de incentivo aos veículos híbridos e elétricos, no Japão, e o processo de criação do modelo alemão de produção a partir da implantação do sistema de produção em massa na Volkswagen, na Alemanha⁷³.

2.2 O papel das políticas públicas para a inserção da indústria automobilística do MERCOSUL

Concentrando mais especificamente no MERCOSUL a partir desse ponto, os governos brasileiro e argentino também exerceram profunda influência sobre as suas respectivas indústrias automobilísticas nas últimas décadas. Mesmo sem ignorar a natureza da iniciativa governamental ao longo da história da indústria, que se mostrou fundamental desde o seu surgimento, na década de 50, é a partir da década de 90 que essa força condicionante toma a forma de um esforço de integração regional de caráter comercial e econômico com impactos significativos sobre a indústria automobilística. Por essa razão, ao longo do restante desse capítulo, focaremos principalmente nas políticas de integração

⁷¹ (THE NEW YORK TIMES, 2009).

⁷² (JUN, 2007).

⁷³ (JÜRGENS, 1994).

regional da indústria automobilística para caracterizar seu padrão de inserção na década de 2000.

De uma maneira geral, o fenômeno da integração econômica entre Estados nacionais soberanos se encontra submetido a um complexo sistema normativo formado por uma vertente *de jure* e outra *de facto*. A primeira constitui fruto de iniciativa governamental, voltada ao estabelecimento de regras de liberalização comercial e de integração econômica negociadas multilateralmente no âmbito do GATT e da OMC; e numa instância normativa inferior, todos os tratados e acordos regionais e bilaterais. A segunda, por sua vez, é fruto de iniciativa dos agentes privados que constituem a indústria, denominada por alguns autores de “*Lex Mercatoria*”⁷⁴. A *Lex Mercatoria* consiste no conjunto de regras costumeiras desvinculadas do direito estatal estabelecidas pelos agentes que transacionam dentro do comércio internacional⁷⁵. Diante de seu caráter difuso e pouco sistematizado, porém, esse estudo se concentrará na descrição dos aspectos *de jure* desse sistema normativo, tal como se encontram materializados nos Acordos de Complementação Econômica (ACE) e nos ordenamentos jurídicos nacionais.

O processo de integração regional da indústria automobilística seguiu no MERCOSUL um caminho paralelo do ponto de vista jurídico-institucional em relação ao restante dos setores econômicos. De fato, enquanto eram eliminadas as barreiras ao comércio de grande parte da pauta, o comércio de produtos automotivos ficou submetido a um conjunto de regras voltado a fortalecer a indústria regional aumentando a sua competitividade e, conseqüentemente, as suas vendas no mercado onde operava. Desta forma, as políticas adotadas no período sempre se voltaram a consolidar um padrão de inserção regionalizado, no qual os fluxos de comércio se restringissem predominantemente ao espaço econômico do bloco sul-americano.

⁷⁴ (AMARAL, 2004 pp. 57-68).

⁷⁵ Parte das normas da *Lex Mercatoria* está incorporada aos sistemas do GATT e da OMC, como os *Incoterms*. No caso específico do setor automotivo, a adoção da arbitragem internacional como mecanismo de solução de controvérsias entre as empresas constitui exemplo de norma da *Lex Mercatoria*.

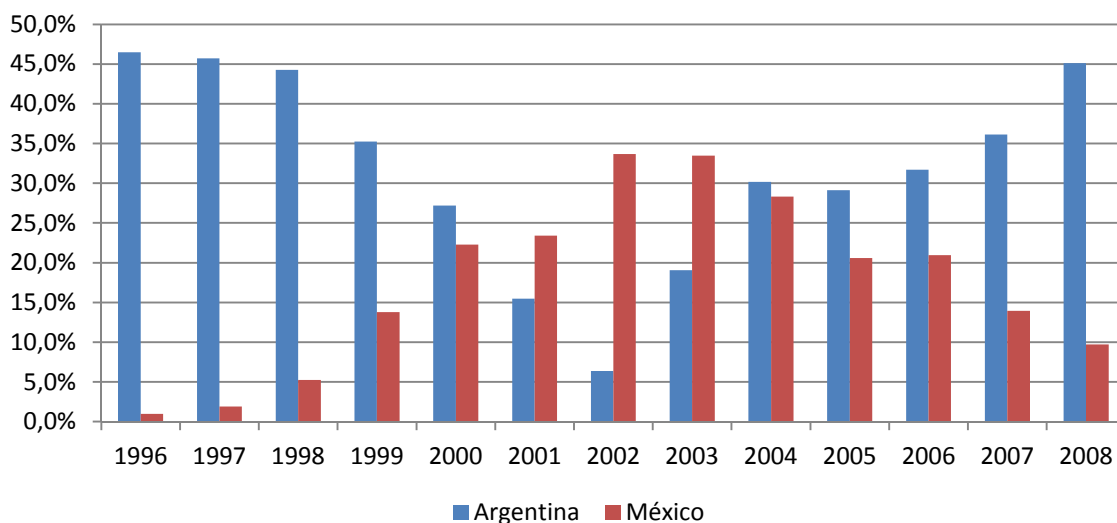
Ainda assim, a implementação de iniciativas como os Acordos Automotivos elaborados nas Câmaras Setoriais, a criação dos Regimes Automotivos na Argentina e no Brasil, e, mais tarde, de um Regime Comum além, é claro, da consolidação do MERCOSUL contribuíram para a consolidação de uma indústria automobilística mais competitiva e integrada para cumprir com o seu objetivo de atender o mercado regional.

O processo de integração e consolidação da indústria automobilística regional esteve condicionado a duas grandes ondas de investimento realizadas pelas montadoras desde meados da década de 90. Primeiro, a onda 1994-98, que se particularizou em função da entrada de novos *players* (em especial as montadoras francesas Renault e PSA Peugeot Citroën e as japonesas Toyota, Honda e Nissan) e num movimento das montadoras já atuantes de *catch-up* tecnológico e aumento do leque de produtos ofertados. Depois, a onda 2003-hoje, ainda em curso, interrompida em 2008 e retomada em 2010, caracterizada por representar um aumento considerável na capacidade instalada, na ampliação do parque fabril, e no lançamento de inúmeros novos modelos de veículos, frutos do crescimento da demanda por autoveículos tanto no mercado brasileiro quanto no argentino. Destaca-se também nesse período a decisão da coreana Hyundai de se instalar na região.

As decisões de investimento das montadoras que viabilizaram a consolidação deste processo estiveram relacionadas ao que vinha ocorrendo nos fóruns de negociação dos acordos de comércio, que alterou substancialmente as variáveis a que as montadoras estavam submetidas ao atuar na região. O acordo Brasil-Argentina, por exemplo, facilitou o processo de especialização produtiva gerando ganhos de escala e escopo, ao mesmo tempo em que o acordo Brasil-México permitiu desvio da produção antes destinada para a Argentina no momento da sua grave crise dos primeiros anos da década de 2000 (ver gráfico abaixo). Na literatura especializada, diversos trabalhos empíricos corroboram a

importância desses acordos (denominados PTIAs (*Preferential Trade International Agreements*)) nas decisões de investimento das TNCs⁷⁶.

Gráfico 11. Participação dos destinos no total das exportações brasileiras de autoveículos (1996-2008).



Fonte: Elaboração própria com base em dados do Sistema Aliceweb/MDIC.

Além dos acordos comerciais, os movimentos cambiais também condicionaram as estratégias adotadas pelas montadoras na região, com impactos sobre o seu padrão de inserção. Assim, tanto a escalada das exportações argentinas para o mercado brasileiro a partir de 2003 quanto o aumento das importações brasileiras de autoveículos provenientes de outros países ao longo da década foram estimuladas pelo movimento de apreciação cambial verificado a partir do mesmo ano, parcialmente enfraquecendo o seu caráter de dependência da produção regional.

Diante desses argumentos, analisaremos a partir desse ponto a evolução histórica dos acordos firmados, destacando as ações tomadas pelas montadoras e pelos governos nesse processo. Nesse tópico, serão tratados os acordos setoriais e os Regimes Automotivos firmados na década de 90, bem como outras alterações tributárias promovidas pelos

⁷⁶ Uma ampla revisão bibliográfica desses trabalhos se encontra em UNCTAD (2009).

governos no período. Depois, passando a focar na década de 2000, será discutida a evolução dos acordos bilaterais entre Brasil e Argentina no âmbito do Acordo de Complementação Econômica nº 14 (ACE 14), onde foi inserida a maior parte dos acordos firmados relacionados à indústria automobilística. Por fim, trataremos das influências provocadas pelos movimentos do câmbio sobre a inserção da indústria regional.

Diante da estagnação da demanda interna por autoveículos verificada no início dos anos 1990⁷⁷ e da pressão política pela abertura e liberalização dos mercados por grupos de interesse nacionais e estrangeiros, forma-se um contexto apropriado para a consolidação de medidas destinadas à modernização da indústria automobilística por meio de políticas de incremento da sua competitividade.

No âmbito doméstico, tratou-se de aumentar a escala produtiva por meio de medidas de estímulo à demanda, ao passo que no externo, buscou-se aprofundar o processo de integração regional, garantindo as condições para o aumento do grau de complementaridade das indústrias automotivas brasileira e argentina⁷⁸ e de uma maior inserção na economia mundial.

No setor automotivo, portanto, ocorre algo diferente do que se materializou em outros setores da economia desses países, já que o setor mostrou-se capaz de mobilizar suas diversas frações internas e o poder público evitando o impacto do desmonte das políticas de competitividade setorial ao longo dos anos 1990, como se verificou na maioria dos outros setores⁷⁹. Assim, a reestruturação do setor, que dependeu de aumentos na produção, nas exportações e nos investimentos, foi promovida, em ambos os países, por meio de negociações envolvendo agentes públicos e privados, que culminaram no estabelecimento

⁷⁷ Nesse período, o mercado automobilístico brasileiro estava estagnado em menos de um milhão de unidades e o argentino em menos de 100 mil unidades. (SARTI, 2002b, p. 81)

⁷⁸ No Brasil, a convergência de interesses por parte dos diversos agentes da cadeia produtiva foi mais evidente entre 1992 e 1993, antes da escassez de oferta e da redução unilateral pelo governo das tarifas de importação de automóveis verificados em 1994. (SARTI, 2002b, p. 86)

⁷⁹ (SARTI, 2002b, p. 81)

de regimes jurídicos que, gradativamente, foram dando forma aos que seriam denominados Regimes Automotivos.

2.2.1 O Regime Automotivo Argentino

No caso argentino, com o governo agindo de forma mais ágil e eficaz no início dos anos 1990, o Regime Automotivo se consolida mais cedo (em março de 1991) e de forma mais incisiva, já que passa a vigorar de forma articulada com a política de estabilização além de contar com a aderência do governo, sindicatos, empresas e consumidores. Como resultado deste novo Acordo Setorial, os preços dos automóveis ao consumidor se reduziram em cerca de 30%, impulsionando rapidamente a demanda interna argentina para a casa dos 400 mil veículos demandados já em 1994 e provocando o surgimento de listas de espera e de ágios⁸⁰.

Vale ressaltar que esse incremento da demanda e da produção esteve intimamente relacionado, além de com a queda dos preços, com os resultados macroeconômicos trazidos pela implementação do Plano de Conversibilidade, que instituiu na Argentina a paridade Peso-Dólar e derrubou a inflação a níveis mínimos.

Ancorado no Decreto nº 2577/1991, o regime estabeleceu um conjunto de medidas que vinculavam as importações das montadoras ao seu desempenho exportador, à produção interna e ao seu investimento em modernização e aumento de capacidade instalada, evitando a indesejada enxurrada de importações. Esse decreto estabelecia, por exemplo, que as montadoras instaladas no país poderiam importar veículos e insumos com alíquota de 2%, em contraposição aos 22% cobrados dos automóveis e dos 14% - 20% cobrados das autopeças antes da medida, desde que compensados com exportações correspondentes.

Além disso, adotando como requisito o compromisso das montadoras com novos investimentos, o índice de nacionalização foi reduzido para 60% para os veículos de

⁸⁰ (SARTI, 2002b, p. 82)

passaio, e para 58% para os comerciais leves, passando este último a se igualar com o índice praticado para os veículos pesados.

Por fim, como forma de estimular o aumento do leque de automóveis oferecidos no mercado, permitiu ainda que as montadoras importassem automóveis na quantidade correspondente a 10%-15% do total produzido na Argentina, sempre com alíquota diferenciada.

Nos primeiros anos que se seguiram à adoção do regime, os resultados começaram a incomodar o governo. Diante do aumento do déficit comercial setorial especialmente com o Brasil ao longo do biênio 1992-93, o governo de Carlos Menem decidiu instituir medidas mais rígidas para o controle do comércio das montadoras, impondo programas de compensação dos déficits acumulados a partir de 1995 ou exigindo a cobrança dos impostos cheios (20%) para o excedente importado⁸¹.

Com a vigência do Regime Automotivo na Argentina, acompanhada dos resultados positivos para a indústria local e dos prejuízos causados à indústria brasileira, começou a se articular no Brasil coalizões de poder com objetivos semelhantes aos do país vizinho.

2.2.2 As Câmaras Setoriais no Brasil

As iniciativas realizadas pelo Governo Brasileiro com objetivo de promover a modernização da sua indústria automobilística já haviam se iniciado nos anos 80, com mudanças da estrutura tributária e reativação de programas de incentivo às exportações. No início dos 90, aprovaram-se ainda reduções das barreiras comerciais, rapidamente impactando as contas externas do setor e inundando o mercado nacional de veículos importados. Entretanto, em comparação com a Argentina, as medidas tomadas pelo Brasil foram mais gradativas e menos impactantes, de forma que uma assimetria se formou entre os países em matéria de competitividade no período.

⁸¹ Decreto nº 683, de maio de 1994.

Durante o período que antecede as negociações bilaterais de integração das cadeias produtivas do setor automotivo, a política tributária constituiu no principal vetor de influência sobre a indústria automobilística no Brasil. Nesse sentido, foi por meio das alterações da matriz de incidência e das alíquotas dos impostos que o governo buscou seus objetivos anteriormente identificados.

As tabelas 27 e 28 trazem resumidamente os dados da política tributária diretamente incidente sobre o setor automobilístico. Cabe destacar que, a exemplo do que foi dito no capítulo precedente a respeito da mudança na concepção de “automóvel” na Índia, o governo brasileiro também deixou de lado a visão de que o automóvel deve ter seu consumo tributado com altas tarifas dado o fato de ser bem não essencial e que demanda grandes investimentos estatais em infra-estrutura. No seu lugar, se fortaleceu uma concepção mais adequada aos movimentos da demanda, que cada vez mais tornava o carro como um bem acessível à grande massa.

Desta forma, em 1987, com a eliminação do Depósito Compulsório⁸², o peso dos impostos em relação ao preço final dos veículos caiu de 80% para cerca de 50%. Ao longo deste ano e dos dois seguintes, novas reduções promoveram a queda desse indicador para cerca de 40%. Mais tarde, a partir de 1990, cria-se uma nova faixa de incidência tarifária, incluindo os que seriam denominados “carros populares” no conjunto de bens com menor incidência de tributos. É importante ressaltar que essa medida acabou por ser fator determinante para o processo de especialização e complementaridade produtiva no MERCOSUL, uma vez que a indústria brasileira passou a se concentrar cada vez mais na produção de automóveis de menor porte e de maior escala de produção, enquanto que a Argentina, por sua vez, na produção de veículos pequenos de maior grau de sofisticação tecnológica ou de maior porte, mas com menor escala de produção⁸³.

⁸² (SANTOS, 2003).

⁸³ (SARTI, 2002b, p. 85)

Tabela 27. Brasil: Evolução dos tributos cobrados sobre os autoveículos leves (1990-99)

Ano	Tributos	Automóveis					Comerciais Leves		
		1000 cc	Até 100 hp gasolina	Até 100 hp álcool	+ de 100 hp gasolina	+ de 100 hp álcool	Gas.	Álcool	Diesel
1990	IPI	-	45,0	45,0	50,0	50,0	-	-	-
	ICMS	-	17,0	17,0	17,0	17,0	-	-	-
	PIS	-	0,6	0,6	0,75	0,75	-	-	-
	Finsocial	-	0,5	0,5	0,5	0,5	-	-	-
	% no preço	-	43,6	43,6	45,4	45,4	-	-	-
1991	IPI	14,0	31,0	31,0	31,0	31,0	-	-	-
	ICMS	12,0	12,0	12,0	12,0	12,0	-	-	-
	PIS	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65	-	-	-
	Finsocial	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	-	-	-
	% no preço	27,1	36,1	36,1	36,3	36,3	-	-	-
1992 ⁽¹⁾	IPI	14,0	31,0	26,0	36,0	31,0	8,00	8,00	23,00
	ICMS	12,0	12,0	12,0	12,0	12,0	12,00	12,00	12,00
	PIS	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65
	Finsocial	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,00	2,00	2,00
	% no preço	27,1	36,1	33,8	38,4	36,3	22,70	22,70	31,40
1993 ⁽²⁾ e 1994	IPI	0,1 ⁽³⁾	25,0	20,0	30,0	25,0	8,00	8,00	23,00
	ICMS	12,0	12,0	12,0	12,0	12,0	12,00	12,00	12,00
	PIS	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65
	Cofins	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,00	2,00	2,00
	% no preço	17,0	33,0	30,4	35,3	33,0	22,70	22,70	31,40
1995 e 1996	IPI	8,0	25,0	20,0	30,0	25,0	8,00	8,00	23,00
	ICMS	12,0	12,0	12,0	12,0	12,0	12,00	12,00	12,00
	PIS	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65
	Cofins	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,00	2,00	2,00
	% no preço	23,0	33,0	30,4	35,3	33,0	22,70	22,70	31,40
1997	IPI	13,00	30,00	25,00	35,00	30,00	8,00	8,00	23,00
	ICMS	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
	PIS	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65
	Cofins	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
	% no preço	26,20	34,80	32,50	36,90	34,80	22,70	22,70	31,40
1998	IPI	8,00	25,00	20,00	30,00	25,00	8,00	8,00	23,00
	ICMS	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
	PIS	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65
	Cofins	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
	% no preço	22,90	32,50	29,90	34,80	32,40	22,70	22,70	31,40

		Automóveis			Comerciais Leves	
		1000 cc	+ de 1000 cc gasolina	+ de 1000 cc álcool	Gasolina e álcool	Diesel
1999 ⁽⁴⁾	IPI	10,00	25,00	20,00	10,00	25,0 ⁽⁵⁾
	ICMS	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
	PIS	0,65	0,65	0,65	0,65	0,65
	Cofins	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
	% no preço	25,90	33,80	31,40	25,60	33,70

Fonte: Elaboração própria com base no Anuário Estatístico da ANFAVEA, 2009 e nos textos originais dos Decretos Presidenciais.

Obs.: Posição em 31 de dezembro de cada ano.

Notas:

(1) Primeira Câmara Setorial Automotiva.

(2) Segunda Câmara Setorial Automotiva.

(3) Protocolos do “carro popular”.

(4) Decreto federal nº 3.186 de 30/9/1999, que também suprimiu destaques tarifários.

Com a abrupta alteração no quadro político brasileiro causada pelo *impeachment* de Fernando Collor de Mello e com o fortalecimento de expectativas mais promissoras quanto aos rumos da economia, os grupos de trabalho criados no âmbito do 1º Acordo Setorial foram remanejados e passaram a se dedicar à elaboração de um novo acordo, aprofundando medidas consideradas bem sucedidas no 1º Acordo, como as reduções das margens de lucro das empresas e dos tributos (e conseqüentemente dos preços), e deixando para segundo plano aquelas que não renderam os frutos desejados num primeiro momento, como as medidas de incentivo à qualidade, produtividade e tecnologia. Ganhava forma o 2º Acordo Automotivo, assinado em fevereiro de 1993. O quadro 9 sintetiza os principais elementos desses acordos.

Tabela 28. Brasil: Evolução dos tributos cobrados sobre os autoveículos leves (2002-10)

Ano	Tributos	Automóveis					Comerciais Leves
		1000 cc	de 1000 cc a 2000 cc		+ de 2000 cc		
			Gasolina	Álcool / Flex	Gasolina	Álcool / Flex	
2002 e 2003	IPI	9,00	15,00	13,00	25,00	20,00	10,00
	ICMS	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
	PIS/Cofins ⁽¹⁾	8,26	8,26	8,26	8,26	8,26	8,26
	% no preço	25,70	29,00	27,90	34,20	31,70	26,00
2004 a 2008	IPI	7,00	13,00	11,00	25,00	18,00	8,00
	ICMS	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
	PIS/Cofins ⁽²⁾	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60
	% no preço	27,10	30,40	29,20	36,40	33,10	27,30
De 12/12/2008 a 30/06/2009	IPI ⁽³⁾	0,00	6,50	5,50	25,00	18,00	1,00
	ICMS	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
	PIS/Cofins	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60
	% no preço	22,20	26,40	25,80	36,40	33,10	22,60
De 30/06/2009 a 30/09/2009	IPI ⁽⁴⁾	0,00	6,50	5,50	25,00	18,00	1,00
	ICMS	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
	PIS/Cofins	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60
De 01/10/2009 a 31/10/2009	IPI ⁽⁴⁾	1,50	8,00	6,50	25,00	18,00	1,00
	ICMS	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
	PIS/Cofins	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60
De 01/11/2009 a 30/11/2009	IPI ⁽⁴⁾	3,00	9,50	7,50	25,00	18,00	1,00
	ICMS	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
	PIS/Cofins	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60
De 01/12/2009 a 31/12/2009	IPI ⁽⁴⁾	5,00	11,00	9,00	25,00	18,00	1,00
	ICMS	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
	PIS/Cofins	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60
A partir de 01/01/2010	IPI ⁽⁴⁾	7,00	13,00	11,00	25,00	18,00	8,00
	ICMS	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
	PIS/Cofins	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60

Fonte: Elaboração própria com base no Anuário Estatístico da ANFAVEA, 2009 e nos textos originais dos Decretos Presidenciais.

Obs.: Posição em 31 de dezembro de cada ano.

(1) A partir de 1/11/2002, recolhimento de PIS e Cofins dos fornecedores e concessionárias pelos fabricantes por substituição tributária - Lei Federal nº 10.485 de 03/07/2002.

(2) A partir de 1/7/2004, recolhimento de PIS e Cofins pelo sistema não-cumulativo. Lei federal 10.865 de 30/4/2004.

(3) A partir de 12/12/2008, alíquota de IPI reduzida até 31.03.2009, Decreto Federal nº 6.687 de 11/12/2008. Prorrogação das reduções das alíquotas até 30.06.2009, Decreto Federal nº 6.809 de 30.03.2009.

(4) Prorrogação das reduções das alíquotas até 30.09.2009, Decreto 6.890 de 29/06/2009.

Quadro 9. Principais elementos dos acordos setoriais assinados antes dos Regimes Automotivos.

	1º Acordo Automotivo (mar/92)	2º Acordo Automotivo (fev/93)
Impostos	Redução do IPI (de 6%) e do ICMS (de 6%).	Redução do IPI (de 6%) e manutenção do ICMS para autoveículos.
Margens de lucro	Redução de 10% (4,5% das montadoras, 3,5% das fabricantes de autopeças e 2,5% das concessionárias) para veículos leves.	Redução de 5% para veículos leves (3,5% das montadoras, 1,2% das fabricantes de autopeças e 0,8% das concessionárias).
Preços	Redução de 22% nos preços de automóveis e comerciais leves e de 16% nos de caminhões e ônibus.	Redução de 10% nos preços de automóveis e comerciais leves.
Salários	Correção pela inflação mensal integral.	Correção pela inflação mensal integral + aumento real de 20% parcelado em três aumentos de 6,27% em 93, 94 e 95.
Emprego	Manutenção dos empregos de mar/92.	Ampliação dos empregos.
Financiamento	Ampliação dos consórcios (jun/92). Nova linha de crédito do Banco do Brasil (ago/92) para carros, motos e caminhões, até 80% do valor do veículo (prazo de até 24 meses).	Ampliação dos prazos dos consórcios de 60 para 100 meses para comerciais pesados e tratores. Ampliação da parcela financiada pelo BNDES/FINAME para caminhões e ônibus (40% para 60%). Ampliação das linhas de crédito do BNDES para comerciais pesados e tratores.

Fonte: SANTOS (2003, p. 38)

Com a consolidação da já citada assimetria entre os incentivos concedidos às empresas e consumidores na Argentina em relação ao que vigorava no Brasil, a Câmara Setorial Automotiva tentou ainda firmar um 3º Acordo Automotivo em fevereiro de 1995. Entretanto, por conta de desentendimentos em torno do protocolo do carro popular, das alíquotas de ICMS e dos salários a partir do Plano Real, a Câmara Setorial se deteriorou enquanto canal de negociações de normas para o setor. Ficou evidente, desta maneira, a importância do governo não somente como agente indispensável à reestruturação industrial, mas também, de forma negativa, como fonte de instabilidades nesse processo. De qualquer

maneira, as negociações conduzidas nesse período acabaram por servir de base para o Regime Automotivo Brasileiro que vigoraria a partir do segundo semestre de 1995.

No âmbito das relações diplomáticas, o governo brasileiro também vinha pressionando pela diminuição das disparidades com a vizinha Argentina, como se observa nas negociações do Conselho Mercado Comum (CMC) em Ouro Preto (MG), em 1994, quando, por pressão do Brasil, a Argentina internaliza as medidas de inclusão das autopeças de origem regional no conteúdo local para efeitos de cálculo do índice de nacionalização, desde que compensados com exportações para os mesmos parceiros⁸⁴.

2.2.3 O Regime Automotivo Brasileiro

Conforme já foi sinalizado, o Regime Automotivo Brasileiro foi elaborado num contexto de enfraquecimento da Câmara Setorial, tendo sido fruto da coordenação entre o Governo e as montadoras, desta vez ficando os sindicatos e as fabricantes de autopeças à margem desse processo⁸⁵. Assim como o regime do país vizinho, o regime brasileiro buscava viabilizar a reativação da demanda, num momento em que a capacidade ociosa era relativamente alta, e incentivar os investimentos produtivos.

Cabe destacar que o regime brasileiro, elaborado no momento em que estourava a crise mexicana (1994), com seus enormes déficits na balança comercial, se caracteriza pela ênfase dada na substituição das importações por veículos de produção local, nunca se voltando à constituição de uma plataforma de exportação para os mercados internacionais. Diante, portanto, da impossibilidade de continuar suprindo a demanda interna com importações, o governo e a indústria se vêem pressionados a forjar um acordo com objetivo de estimular os investimentos em modernização do parque industrial e em incrementos na capacidade instalada.

⁸⁴ Decreto nº 2278/1994.

⁸⁵ (SARTI, 2002b, p. 86)

Tendo por base esses objetivos, o regime estabelecia a redução dos prazos de depreciação dos bens de capital e o aumento das permissões para importações das empresas desde que compensadas com investimentos no parque produtivo. Para as montadoras já instaladas no país, o regime estabelecia redução de até 90% do imposto de importação para bens de capital, de 85% para bens intermediários (autopeças, petroquímicos e siderúrgicos) e de 50% para veículos acabados⁸⁶.

Além disso, o regime estabelecia ainda a equalização do índice de nacionalização para o mesmo patamar do da Argentina (60%, com carência de até três anos para as montadoras entrantes) e a vinculação das importações ao desempenho exportador e ao patamar de compras no mercado interno. A matéria-prima proveniente do MERCOSUL seria contabilizada como produto nacional para efeitos de cálculo do índice de nacionalização, desde que compensados com exportações correspondentes⁸⁷.

Juridicamente, o Regime Automotivo Brasileiro foi criado por meio de Medida Provisória (MP 1024/95), espécie normativa cuja criação é de competência exclusiva do Presidente da República⁸⁸ que por sua vez foi reeditada inúmeras vezes⁸⁹ até ser convertida em lei ordinária (Lei nº 9449/97).

Do ponto de vista político, por sua vez, tendo sido elaborado num contexto de consolidação dos termos da Rodada Uruguaí do GATT e da OMC, o Regime Automotivo Brasileiro passou a ser objeto de críticas e de ataques por parte dos principais exportadores de produtos automotivos para o Brasil (Japão, Coreia do Sul, EUA e União Europeia), que alegavam que o Brasil, ao implementar o regime, estaria incorrendo em ilícitos como a prática de subsídios (redução do imposto de importação para insumos e a depreciação

⁸⁶ Para outras empresas importadoras seria aplicada a tarifa integral de 70%.

⁸⁷ (SARTI, 2002b, p. 87)

⁸⁸ Art. 62 da Constituição Federal.

⁸⁹ Medidas Provisórias nº 1047/95, nº 1073/95, nº 1100/95, nº 1132/95, nº 1165/95, nº 1200/95, nº 1235/95, nº 1272/96, nº 1311/96, nº 1351/96, nº 1393/96, nº 1435/96, nº 1483/96, nº 1483-13/96, nº 1483-14/96, nº 1483-15/96, nº 1483-16/96, nº 1483-17/96, nº 1483-18/96, nº 1483-19/96, nº 1536/96, nº 1536-21/97 e nº 1536-22/97.

acelerada dos bens de capital); a discriminação de empresas na concessão de benefícios (discriminação das importações realizadas por montadoras instaladas no país e por outras empresas); e a obrigação de adquirir insumos no mercado interno (índice de nacionalização). Além disso, provocou descontentamento na Argentina, que teve alguns setores reclamando que a adoção do regime acarretaria em desvios nos novos investimentos das montadoras em favor do Brasil.

Conforme dito acima, as negociações do Regime Automotivo Brasileiro envolveram, no âmbito interno, representantes do Executivo, do Legislativo e das montadoras⁹⁰, resultando na estruturação de uma coalizão vencedora articulada no plano doméstico. Esta, por sua vez, forneceu as bases para a ação dos negociadores no âmbito externo, caracterizado pela coexistência de duas mesas interdependentes de negociação. De um lado, as negociações com a Argentina, que ao mesmo tempo em que estava descontente com os incentivos concedidos à indústria automotiva brasileira, estava interessada em fortalecer os laços regionais e liderar o processo de convergência dos dois regimes automotivos. De outro, as negociações no plano da OMC realizado com os países desenvolvidos, em especial os EUA, a União Européia, o Japão e a Coreia do Sul⁹¹, ansiosos por garantir acesso ao mercado brasileiro para seus automóveis e respaldados por um contexto internacional avesso às políticas automotivas elaboradas por vários países emergentes.

Na mesa de negociação com a Argentina, pesava o fato de que os seus veículos eram inicialmente objetos de incidência das mesmas alíquotas aplicadas aos produtores de fora do MERCOSUL para efeitos de acesso ao mercado brasileiro, só passando a usufruir preferência tarifária depois de intensas negociações com o governo brasileiro, incapaz de resistir ao peso dos argumentos do seu vizinho. De fato, ainda que a redução das tarifas de importação para os automóveis produzidos na Argentina tenha contribuído decisivamente

⁹⁰ Outras empresas interessadas, como as fabricantes de autopeças e de outros insumos, tiveram participação secundária no processo.

⁹¹ (VEIGA, 1999).

para o déficit comercial brasileiro do setor em 1995, não se podia afirmar que este tivesse sido causado pela Argentina, já que, no comércio com o país, o Brasil registrava superávits desde 1991.

Uma vez reduzida a tarifa, agora com *status* privilegiado, a Argentina passou a se beneficiar do dinamismo da demanda brasileira, passando a registrar superávits no comércio bilateral a partir de 1995 no setor de autoveículos, ainda que no setor de autopeças os déficits se mantivessem.

O Brasil, por sua vez, favorecido pela correlação de forças resultantes das interações nas mesas de negociações, logrou êxito ao garantir o reconhecimento internacional para seu regime automotivo, evitando dessa forma a abertura de um *panel* na OMC e garantindo a atratividade do país para os novos investimentos produtivos no setor, e, ao mesmo tempo, com as medidas anteriormente citadas, acomodando as expectativas da Argentina quanto a viabilidade do aprofundamento do processo de integração regional.

Tabela 29. Brasil: Evolução das alíquotas de importação de autoveículos extrazona, em % (1990-2010)

mai-90	fev-91	fev-92	out-92	jul-93	set-94
85,0%	60,0%	50,0%	40,0%	35,0%	20,0%
fev-95	mar-95	jan-97	jan-98	jan-99	2000-Hoje
32,0%	70,0%	63,0%	49,0%	35,0%	35,0%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do IPEA (apud COMIN, 1998) e na legislação*.
 (*) Decreto nº 1427/95, Decreto nº 1767/95, e 30º, 31º, 32º, 33º, 35º, 38º e 39º Protocolos Adicionais do ACE nº 14.

Como forma de se defender dos efeitos do regime brasileiro, novas alterações no regime argentino foram aprovadas visando a evitar que novos investimentos fossem desviados para o país vizinho. Como exemplo dessas mudanças, o Decreto nº 33/1996 institucionalizava, ainda que de maneira indireta, uma maior cota de importações com tarifas reduzidas para as montadoras instaladas no país para cada dólar que essas concordassem em investir no mercado local.

2.2.4 Resultados observados na vigência dos Regimes Automotivos

Considerando o objetivo inicial de aumentar a produção e o consumo de autoveículos, aumentando a competitividade das indústrias brasileira e argentina, pode-se considerar que os Regimes Automotivos dos dois países foram bem sucedidos. De fato, tanto no Brasil quanto na Argentina a produção de autoveículos aumentou substancialmente do início da década de 90 para o início da década de 2000, ancorada pelos novos aportes de investimentos tanto por parte das montadoras já instaladas quanto por parte dos novos entrantes, respondendo razoavelmente bem ao crescimento da demanda verificado a partir dos planos de estabilização econômica.

Tabela 30. Brasil e Argentina: Produção e vendas internas de autoveículos, em unidades (1990-2002)

		1990	1995	2002	Var. 1990-95	Var. 1995-02
Produção	Brasil	914.466	1.629.008	1.791.530	78,1%	10,0%
	Argentina	99.639	285.435	159.401	186,5%	-44,2%
Vendas	Brasil	712.741	1.728.380	1.478.621	142,5%	-14,5%
	Argentina	95.960	327.982	82.345	241,8%	-74,9%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ANFAVEA e da ADEFA.

No Brasil, a produção de autoveículos saltou de cerca de 915 mil em 1990 para quase 1,8 milhão de unidades em 2002, ao passo que as vendas internas subiram de 712 mil para quase 1,5 milhão nesses mesmos anos, passando a contar com as participações das novas entrantes Honda (1997), Mitsubishi (1998), Renault (1999), PSA Peugeot Citroën (2001) e Nissan (2002).

Na Argentina, a produção saltou pouco menos de 100 mil unidades em 1990 para 285 mil em 1995, tendo se reduzido para cerca de 160 mil em 2002 em função da grave crise econômica que assolou o país no início da década. As vendas, por sua vez, se expandiram do patamar de 96 mil para quase 328 mil veículos entre 90 e 95, respondendo ao

dinamismo da economia no período. O país também atraiu investimentos da nova entrante Toyota, para a instalação de uma fábrica para a produção de *pick-ups* em Zárate.

Tabela 31. Brasil: Evolução da produção de autoveículos leves dos principais players, em unidades (1990-2002)

	Produção			Início da produção
	1990	1995	2002	
Volkswagen	280.686	582.398	493.966	1957
Ford	135.439	144.832	144.763	1957
GM	199.679	342.236	517.167	1958
Toyota	5.091	3.731	17.426	1959 (CL)/ 1998 (A)
Fiat	223.668	463.669	386.160	1976
Honda	-	-	20.564	1997
Mitsubishi	-	-	9.743	1998
Renault	-	-	48.040	1999
Mercedes-Benz*	-	-	8.168	1999
PSA Peugeot Citroën	-	-	49.100	2001
Nissan	-	-	3.744	2002
Total	847.838	1.536.866	1.700.146	

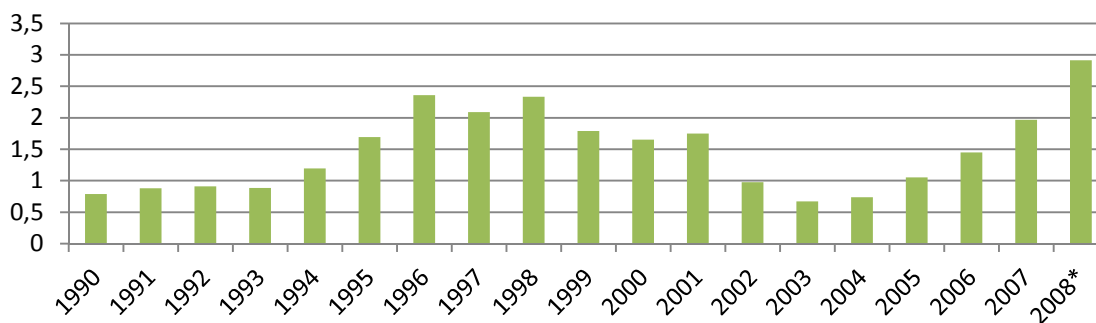
Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ANFAVEA.

Tabela 32. Argentina: Evolução da produção de autoveículos leves dos principais players (1992-2000)

	Produção			Início da produção
	1992	1996	2000	
Ford	41.522	66.337	56.138	1925
GM	-	14.719	41.217	1927
Mercedes-Benz*	-	-	3.896	1953
Fiat	74.671	22.654	-	1960
PSA Peugeot Citroën	33.722	63.495	69.117	1960
Renault	69.112	66.624	58.710	1981
Volkswagen	21.862	68.913	44.439	1981
Toyota	-	-	17.319	1997
Total	240.889	302.742	290.836	

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ADEFA.

Gráfico 12. Brasil: Investimentos realizados no setor de autoveículos (1990-2008, em US\$ bilhões)



Fonte: Adaptado do Anuário Estatístico ANFAVEA (2009).

2.2.5 A Política Automotiva do MERCOSUL (PAM) e o Acordo sobre a Política Automotiva Comum entre a Argentina e o Brasil

Uma vez que os Regimes Automotivos nacionais tinham como prazo final de vigência o mês de dezembro de 1999, surgiu no âmbito regional a necessidade de negociar um novo Regime, desta vez compartilhado pelos membros do MERCOSUL e elaborado segundo as diretrizes da Resolução nº 29/94 do Conselho Mercado Comum (CMC) do bloco, que enfatizavam a busca pela eliminação das tarifas de comércio intra-região sem critérios de compensação, o fim dos subsídios e de incentivos que promovessem distorções de competitividade entre as economias da região, e a adoção de uma Tarifa Externa Comum (TEC) reduzida, de 20%.

A idéia subjacente a esses acordos, portanto, era a de que o foco das negociações passaria para a busca do equilíbrio comercial entre o Brasil e a Argentina, evitando a concentração da produção em um dos países em detrimento do outro. Até que os limites desses acordos ficassem mais claros, o Brasil buscou ampliar a margem de comércio permitido, se possível instituindo o livre comércio no setor, ao passo que a Argentina, de reduzi-lo, garantindo investimentos na sua indústria.

As tentativas de elaboração de um Regime Automotivo Comum culminaram com a assinatura dos 31º e do 36º Protocolos Adicionais no âmbito do ACE 18 pelos quatro Estados Partes do bloco em 2001, ficando denominada de Política Automotiva do MERCOSUL, com o objetivo de viabilizar o “desenvolvimento de uma plataforma regional

integrada e competitiva com capacidade de explorar oportunidades de exportações para terceiros mercados” e de “estabelecer as bases para a instauração do livre comércio no setor automotivo no âmbito do MERCOSUL a partir de 1º de fevereiro de 2006⁹²”.

A “Política Automotiva do MERCOSUL (PAM)”, entretanto, nunca logrou ser plenamente eficaz, não tendo sido sequer internalizada no ordenamento jurídico brasileiro. Esse fracasso deveu-se, sobretudo, aos conflitos de interesses ocasionados pela grande disparidade existente entre os países que possuíam uma indústria mais desenvolvida e um parque industrial automotivo (Brasil e Argentina) e os que não o possuíam (Paraguai e Uruguai), além das diferentes experiências político-econômicas de cada país (crise cambial no Brasil em 1999, crise do Peso Argentino no início dos anos 2000 e graves crises econômicas no Uruguai e no Paraguai entre 2001 e 2003).

Diante das dificuldades para a implementação de um acordo comum, as negociações passaram gradativamente a ocorrer na esfera bilateral entre os dois produtores de autoveículos do bloco, ficando a critério dos outros parceiros uma eventual adesão posterior.

É nesse contexto que os acordos firmados para a consolidação de normas compartilhadas para o setor automotivo entre Brasil e Argentina foram agregados aos outros acordos de integração bilateral no âmbito institucional da ALADI, dentro do Acordo de Complementação Econômica nº 14 (ACE nº 14), que herdou do Tratado de Integração, Cooperação e Desenvolvimento (1988) e do Programa de Integração e Cooperação Econômica (1986) seu núcleo e essência. No ACE nº 2, por sua vez, estão incluídos os acordos firmados somente entre o Brasil e o Uruguai.

No âmbito do ACE 18⁹³, por sua vez, que abrange todos os sócios plenos do MERCOSUL, apenas as Regras de Origem, expressas no seu 44º Protocolo Adicional⁹⁴ e

⁹² Art. 1º do “Acordo sobre a Política Automotiva do MERCOSUL”, inserido pelo 31º Protocolo Adicional do ACE 18.

posteriormente adaptadas ao Sistema Harmonizado 2007 pelo 62º protocolo⁹⁵, são parte do sistema normativo incidente sobre o comércio do setor automotivo no MERCOSUL.

Em razão da pequena influência do mercado uruguaio na conformação dos acordos do setor automobilístico, a descrição que se fará a seguir se reduzirá aos acordos bilaterais firmados entre o Brasil e a Argentina, que formam o chamado “Acordo sobre a Política Automotiva Comum entre a Argentina e o Brasil”.

Conforme já sinalizado, o setor automotivo foi submetido a um processo de integração diverso daquele proposto pelo modelo de “regionalismo aberto”⁹⁶ que inspirou a criação do bloco sul-americano e que incorporou a maioria dos outros setores. A prioridade concedida às políticas nacionais de competitividade não foi sacrificada, e, em vários momentos, implicou inclusive em aumentos da proteção da indústria regional diante da forte competição enfrentada no âmbito global, como se verificou no contexto de crise enfrentada pelos países do bloco a partir do final dos anos 1990 até o início do ciclo de expansão iniciado em 2003. Esse tratamento privilegiado esteve intimamente relacionado com a proximidade entre montadoras e governo quando da elaboração do Regime Automotivo e das negociações para a integração da indústria regional, o que não ocorreu, por exemplo, com o setor de autopeças.

Assim, ao mesmo tempo em que o regime promoveu um ciclo de investimentos pujante no setor de montagem, a concessão de facilidades para importar peças e componentes para os novos modelos que estavam sendo desenvolvidos e a ausência de políticas de proteção a esses fabricantes pressionaram o setor de autopeças para uma condição de queda no faturamento, no número de empregados e na balança comercial entre a primeira metade dos anos 1990 e o início da década de 2000, só revertidos no ciclo de

⁹³ Internalizado pelo Decreto nº 550, de 27 de maio de 1992.

⁹⁴ Internalizado pelo Decreto nº 5.455, de 02 de junho de 2005.

⁹⁵ Internalizado pelo Decreto nº 6.543, de 21 de agosto de 2008.

⁹⁶ Para mais detalhes a respeito do modelo de “regionalismo aberto” de integração econômica ver SARTI, (2002b, pp. 14-30) e CEPAL (1994).

crescimento que se iniciou em 2003, a partir de quando o setor já estava mais internacionalizado e hierarquizado.

Tabela 33. Brasil: Faturamento, saldo comercial e número de empregados do setor de autopeças (1992-08)

	Faturamento anual (em US\$ bi/ano)	Saldo Comercial anual (em US\$ bi/ano)	Nº de empregados (em milhares)
1992-94	12,57	1,09	234,50
1999-02	11,93	-0,33	168,75
2006-08	34,30	-0,21	207,83

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do SINDIPEÇAS.

Deixando à parte o setor de autopeças, as normas que regulamentam o comércio e os investimentos no setor automotivo no Brasil e na Argentina convergiram gradativamente a partir do Regime Automotivo Brasileiro, no ACE 14⁹⁷, uma vez fracassada a iniciativa de instituir o PAM. Entre os protocolos adicionais estabelecidos no âmbito do ACE 14, incluem-se o 30º, que estabelece o Acordo sobre a Política Automotiva Comum entre a Argentina e o Brasil⁹⁸, e suas posteriores modificações, regulamentadas pelo 31º⁹⁹, pelo 35º¹⁰⁰, pelo 38º¹⁰¹ e pelo 39º¹⁰² Protocolos Adicionais.

O 30º Protocolo Adicional traz na sua estrutura a primeira versão do Acordo sobre a Política Automotiva Comum entre Brasil e Argentina. Negociado num contexto caracterizado pela recém desvalorização do real em relação ao peso argentino, expressa em seu corpo cláusulas destinadas a proteger a ameaçada indústria automotiva argentina. Tão logo foi adotado, o 30º Protocolo causou descontentamentos na Argentina em razão da excessiva rigidez do coeficiente de desvio das exportações, que impediam maiores vendas

⁹⁷ Outros acordos importantes firmados com outros países foram incluídos no ACE 02 para aqueles entre o Brasil e o Uruguai, no ACE 35 para aqueles entre o Brasil e o Chile e no ACE 55 para aqueles entre o Brasil e o México.

⁹⁸ Internalizado no Brasil pelo Decreto 3816 de 10/05/2001 e posteriormente revogado pelo 31º Protocolo Adicional.

⁹⁹ Internalizado no Brasil pelo Decreto nº 4510 de 11/12/2002.

¹⁰⁰ Internalizado no Brasil pelo Decreto nº 5835 de 06/07/2006.

¹⁰¹ Internalizado no Brasil pelo Decreto nº 6500, de 02/07/2008.

¹⁰² Internalizado no Brasil pelo Decreto nº 7131, de 17/03/2010.

de autoveículos argentinos destinados ao mercado brasileiro num contexto de escassez de demanda no mercado argentino¹⁰³.

Por essa razão, um novo acordo começou a ser elaborado, resultando no 31º Protocolo Adicional, com poucas alterações em relação ao seu antecessor, exceto pela maior flexibilidade concedida aos fluxos de comércio (maiores valores do coeficiente de desvio).

Conforme sinalizado anteriormente, o 31º Protocolo Adicional do ACE 14 foi elaborado no contexto marcado pela profunda crise na qual a Argentina se encontrava mergulhada desde 2001 e tem dentro de sua estrutura uma nova versão para o Acordo sobre a Política Automotiva Comum entre Brasil e Argentina. Internalizado por meio do Decreto 4510/2002, o protocolo estabelecia um período de vigência que se esgotaria no final de 2005, a partir de quando o livre comércio passaria a reger o comércio bilateral.

As principais diferenças que podem ser destacadas entre o 30º e o 31º Protocolo Adicional são aquelas referentes à menção de uma política de competitividade e ao nível de flexibilidade dos fluxos comerciais bilaterais. Com relação à primeira, o texto do 31º protocolo passa a prever a criação de uma metodologia destinada a promover a competitividade internacional da indústria automotiva do MERCOSUL em um prazo de até 30 dias, devendo esse conter as atividades, programas, metas e responsáveis¹⁰⁴. No que se refere à flexibilidade dos fluxos bilaterais, cabe observar a inclusão de um “Coeficiente de Desvio de Exportação” a partir do 30º Protocolo, buscando vincular as exportações com as importações bilaterais, evitando os indesejáveis déficits comerciais duradouros. A partir do 31º protocolo, os valores desse coeficiente foram aumentados significativamente (ver tabela abaixo).

¹⁰³ Valor Econômico, outubro de 2001.

¹⁰⁴ Art. 29.

Quadro 10. Principais cláusulas do 30º e do 31º Protocolo Adicional do ACE 14

Tópico	Condições estabelecidas
Comércio extrazona	Alíquota de Importação de 35% para autoveículos (implantação gradativa para veículos pesados destinados à Argentina em função de um cronograma); 14% para veículos agrícolas e máquinas rodoviárias; e TEC para as autopeças, exceto aquelas mencionadas abaixo.
Importação extrazona de autopeças para produção de subconjuntos e conjuntos	Autopeças com TEC de 17%, 19% ou 21% em 2000 ¹⁰⁵ sujeitas a alíquotas diferenciadas de importação, inicialmente menores para fabricantes argentinas, mas gradativamente convergentes com as alíquotas brasileiras até 2005 (para 14%, 16% e 18%, respectivamente).
Importação extrazona de autopeças não produzidas no bloco e destinadas à produção	Algumas autopeças estariam sujeitas a tarifas de importação de somente 2%, desde que comprovadamente não possuíssem similar produzido no bloco e que fossem devidamente aprovadas para compor uma lista a ser revisada periodicamente pelo Comitê Automotivo.
Importações de autopeças extrazona que não sejam do tipo I, II ou III e que não seja da lista de II 2%	Desde que destinadas a produção, estariam sujeitas a reduções da TEC iniciando em 58% (Argentina) e 40% (Brasil) em 2000, até 0% em 2005 para ambos os países (igualando, portanto, à TEC neste ano).
Importações de autopeças destinadas à produção de máquinas agrícolas e rodoviárias	Desde que realizados pelos produtores habilitados, seriam objeto de redução da alíquota de importação para 8%.
Comércio intrazona	Controlado trimestralmente pelo Comitê Automotivo e sujeito a um coeficiente máximo de desvio das exportações em relação às importações de cada país (<i>flex</i>), que gradualmente convergiria para a total flexibilização do comércio, em 2006.
Índice de conteúdo regional (ICR)	Mínimo de 60% ¹⁰⁶ calculado a partir do preço em dólares na condição de venda <i>cost, insurance and freight (CIF)</i> das autopeças importadas e do bem final no mercado interno, antes da incidência dos impostos.
Índice de conteúdo local Argentina	Além do ICR, os autoveículos produzidos na Argentina deveriam ainda possuir um conteúdo mínimo de autopeças produzidos no próprio país, gradativamente reduzidos até 2005.

Fonte: Elaboração própria com base na legislação disponível no sítio do MDIC*.

* Disponível em <http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=450&refr=405>

¹⁰⁵ Respectivamente de tipo I, II e III.

¹⁰⁶ Calculado de acordo com a fórmula:

$$ICR = \left(1 - \frac{\sum \text{valor CIF de autopeças importadas de extrazona}}{\text{preço do bem final "ex-fábrica", antes dos impostos}} \right) \times 100 \geq 60\%, \text{ onde ICR: Índice de Conteúdo Regional, "ex-fábrica": preço de venda no mercado interno e valores calculados em dólares norte-americanos.}$$

Tabela 34. Coeficientes de desvio sobre as exportações no comércio bilateral

	30º Protocolo Adicional	31º Protocolo Adicional
2001	1,105	1,6
2002	1,162	2,0
2003	1,222	2,2
2004	A ser negociado. Não pode ser inferior a 1,10.	2,4
2005	A ser negociado. Não pode ser inferior a 1,10.	2,6

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do MDIC.

O “Coeficiente de Desvio sobre as Exportações no Comércio Bilateral” é a relação máxima entre o montante importado e o montante exportado medidos em dólares norte-americanos, na condição de venda *free on board (FOB)*, por cada país. Desta maneira, o coeficiente calculado na ótica do Brasil assumirá o valor inverso daquele calculado na ótica da Argentina, garantindo que para uma determinada quantidade importada haveria um mínimo que deveria ser exportado para que a margem de preferência de 100% no comércio entre os países fosse mantida integralmente.

Ao longo do período no qual vigorou o 30º Protocolo, ficou evidente que o processo de integração *de jure* e o *de facto* nem sempre convergiram no sentido de contribuir para os objetivos e princípios desejados pelos negociadores dos acordos.

De fato, a existência de diferentes instituições com competências compartilhadas para a normatização da atividade comercial no setor automotivo¹⁰⁷ permitiu que surgissem conflitos que acabaram por gerar desequilíbrios no comércio bilateral. Foi o que ocorreu com a conversão da Medida Provisória nº 2068-38/01 na Lei nº 10182, que instalou no ordenamento jurídico uma antinomia¹⁰⁸ ao prever dois tratamentos diferentes para as autopeças extrazona, uma que concedia 40% de desconto no Imposto de Importação para as

¹⁰⁷ O Poder Executivo, por exemplo, por meio das negociações realizadas pelos seus órgãos diplomáticos e pela criação de Medidas Provisórias conversíveis em leis, pode criar normas sobrepostas às leis elaboradas pelo Poder Legislativo.

¹⁰⁸ Conflito entre normas.

mercadorias destinadas à produção pelas montadoras (a Lei nº 10182) e outra que não previa esse desconto (30º Protocolo) criando com isso um mecanismo de tratamento diferenciado para as importações brasileiras em detrimento das argentinas. O benefício concedido às filiais brasileiras perdurou até o mês de outubro de 2005, ao mesmo tempo em que a Argentina, em contraposição, já aplicava a TEC desde janeiro do mesmo ano, conforme previsto no cronograma do 31º protocolo¹⁰⁹.

Além disso, diante da impossibilidade de prever os efeitos futuros das regras negociadas no presente, ocorreu ainda o prejuízo dos objetivos almejados inicialmente no mesmo protocolo, voltados para promover o equilíbrio comercial e o desenvolvimento setorial dos parceiros. Assim, no período subsequente à assinatura do 30º Protocolo, o coeficiente de desvio sobre as exportações no comércio bilateral foi mantido em níveis relativamente rígidos como forma de proteger a indústria argentina da invasão das importações brasileiras, num momento de baixa competitividade da sua indústria e da grave situação enfrentada em decorrência dos desequilíbrios macroeconômicos. Entretanto, o resultado dessa medida foi exatamente o oposto do desejado, uma vez que a iniciativa tornou-se um empecilho para que essa mesma indústria se aproveitasse da demanda cada vez mais aquecida do mercado brasileiro, o que atenuaria os efeitos perversos da crise sobre a indústria local. Essa incompatibilidade foi resolvida com a adoção de margens mais flexíveis no 31º Protocolo, ao mesmo tempo em que a idéia de implementação do livre comércio passou naquele momento para a lista de prioridades dos dois governos.

É importante ressaltar ainda que, ao mesmo tempo em que os 30º e 31º Protocolos estavam sendo negociados, as conseqüências da grave crise enfrentada no início dos anos 2000 para a indústria argentina foram severas, impulsionadas pela disparidade cambial Peso/Real e pela disparidade em termos de custos de produção, aproximadamente 25% mais altos na Argentina. Em função dessa realidade, várias montadoras transferiram linhas

¹⁰⁹ Boletim “Entenda a evolução do Acordo Bilateral Brasil/Argentina para o setor automotivo”, publicado pelo MDIC.

de montagem para o Brasil ou mesmo fecharam suas plantas no país vizinho¹¹⁰, agravando as divergências no processo de negociação do acordo automotivo bilateral¹¹¹.

A crise argentina também teve impacto significativo sobre a política externa brasileira, que passou a destinar maiores esforços para estabelecer acordos comerciais com países como o México, Chile, Venezuela e África do Sul, possibilitando à indústria doméstica atingir níveis de escala mais eficientes e compensando a queda na demanda no seu principal parceiro comercial. No caso específico do México, por exemplo, o acordo comercial vigente desde 2001, elaborado sob forte pressão das montadoras, possibilitou a rápida ascensão do país como importante destino das exportações brasileiras de automóveis, chegando a ultrapassar o patamar da Argentina nesse mesmo ano.

Quanto ao prazo de vigência, enquanto o 30º protocolo vigorou a partir de agosto de 2000 até o final de 2002, o 31º protocolo ficou vigente, com poucas alterações, do final de 2002 até o final de junho de 2006. Como o prazo de vigência previsto no acordo acabava no final de 2005 e as condições para a vigência do livre comércio não se fizeram presentes, o acordo foi postergado, num primeiro momento, por dois meses¹¹² e, pouco depois, por mais quatro¹¹³.

Ao se aproximar o prazo de encerramento desse acordo-ponte, os dois países assinaram o 35º Protocolo Adicional, previsto para ter vigência de dois anos, depois do qual

¹¹⁰ Como ocorreu, por exemplo, com a FIAT, que transferiu grande parte de sua produção para Betim-MG, e com a GM, que fechou a planta de Córdoba. A fabricante de autopeças Delphi, por sua vez, fechou uma planta e vendeu outra nesse período. (Valor Econômico, março de 2001.)

¹¹¹ Por exemplo, pelo acordo então vigente, um carro nacional era aquele com no mínimo 30% de peças produzidas nacionalmente. Entretanto, enquanto para a Argentina era o conteúdo líquido das peças que deveria ser contabilizado, para o Brasil os conjuntos produzidos na região já contabilizavam como conteúdo nacional ainda que montados com peças importadas. O impasse só foi resolvido quando o Brasil cedeu no sentido de conceder à Argentina o direito de exigir que 30% das peças utilizadas nos veículos nacionais fossem efetivamente produzidos na Argentina, considerado o critério argentino para esse cálculo. (Valor Econômico, fevereiro de 2001.)

¹¹² 32º Protocolo Adicional, internalizado pelo Decreto nº 5.663, de 09/01/2006.

¹¹³ 33º Protocolo Adicional, internalizado pelo Decreto nº 5.716, de 09/03/2006.

um novo acordo se estabeleceria. Os principais termos desse acordo estão sintetizados na tabela abaixo.

O 35º protocolo, ainda que mantivesse diversas determinações já presentes nos acordos precedentes, possuía também algumas importantes diferenças em relação ao seu antecessor direto.

Em primeiro lugar, deixava de prever um índice de conteúdo local específico para a Argentina, passando a uniformizar o critério de conteúdo regional para o comércio de autopeças dentro do bloco, contribuindo, desta forma, para o aprofundamento da integração produtiva na região.

Em segundo, consolidava o coeficiente de desvio anual do comércio em 1,95, uma meta menos ambiciosa e mais realista (no que se refere à flexibilidade do comércio) em comparação com os 2,6 que o protocolo anterior previa para 2005, antecipando de certa forma a inexistência de condições para a implantação do livre comércio num prazo relativamente curto. Essa redução foi condição imposta pela Argentina, que passou a se beneficiar de uma margem mais restrita de isenção do imposto de importação para as exportações feitas pelo Brasil, num momento em que a balança comercial era favorável ao Brasil.

Terceiro, previa a elaboração de uma política comum específica para o setor de autopeças¹¹⁴ (separada daquela destinada ao setor automotivo como um todo, dentro do artigo 27) que seria concluída num prazo de seis meses e destinada a eliminar as assimetrias existentes entre os países vizinhos, promovendo a convergência dos níveis de competitividade entre as respectivas indústrias.

¹¹⁴ Art. 7º, 35º Protocolo Adicional, ACE 14.

Quadro 11. Principais cláusulas do 35º Protocolo Adicional do ACE 14

Tópico	Condições estabelecidas
Comércio extrazona	Alíquota de Importação de 35% para autoveículos; 14% para veículos agrícolas e máquinas rodoviárias; e TEC para as autopeças, com algumas exceções, conforme descrito abaixo.
Importação extrazona de autopeças não produzidas no bloco e destinadas à produção	Algumas autopeças estariam sujeitas a tarifas de importação de somente 2%, desde que comprovadamente não possuíssem similar produzido no bloco e que fossem devidamente aprovadas para compor uma lista que seria revisada periodicamente pelo Comitê Automotivo.
Importações de autopeças destinadas à produção de máquinas agrícolas e rodoviárias	Desde que realizados pelos produtores habilitados, continuariam sujeitos à alíquota de importação de 8%.
Política comum de autopeças	Elaboração de um plano de eliminação das assimetrias das cadeias produtivas dos dois países até o final de 2006.
Comércio intrazona	Controlado trimestralmente pelo Comitê Automotivo e sujeito a um coeficiente de desvio máximo anual do comércio de 1,95. O excedente de desvio que não superasse 2,1 poderia ser compensado no ano seguinte sem o pagamento dos impostos devidos. Além disso, estabelecia que os bens automotivos produzidos com incentivo governamental seriam tratados pelo parceiro como bens extrazona, não gozando, portanto, de preferência tarifária no comércio bilateral.
Índice de conteúdo regional	Mínimo de 60% ¹¹⁵ calculado a partir do preço em dólares na condição de venda <i>cost, insurance and freight (CIF)</i> das autopeças importadas e do bem final no mercado interno, antes da incidência dos impostos.
Integração produtiva e competitividade internacional	Estabelecia a criação de uma metodologia destinada a promover a competitividade internacional da indústria automotiva do MERCOSUL em um prazo de até 30 dias, devendo esse conter as atividades, programas, metas e responsáveis.

Fonte: Elaboração própria com base na legislação disponível no sítio do MDIC*.

* Disponível em <http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=450&refr=405>

O interesse das empresas de autopeças dos dois países convergiu para a defesa de um maior nível de proteção para o mercado regional, sob o argumento de que o setor sofria

¹¹⁵ Calculado de acordo com a fórmula:

$$ICR = \left(1 - \frac{\sum \text{valor CIF de autopeças importadas de extrazona}}{\text{preço do bem final "ex-fábrica", antes dos impostos}} \right) \times 100 \geq 60\%$$

onde ICR: Índice de Conteúdo Regional, "ex-fábrica": preço de venda no mercado interno e valores calculados em dólares norte-americanos.

concorrência desleal em relação a países com custos mais baixos. Em contrapartida, as montadoras resistiram alegando que qualquer aumento nos custos afetaria a competitividade da indústria automotiva regional em relação aos seus concorrentes na Ásia e no Leste Europeu, com vantagens de menor custo de mão de obra e maior proximidade de grandes mercados consumidores.

Diante das resistências da Argentina em aceitar o livre comércio no setor automotivo com o Brasil em decorrência de maior atratividade do mercado brasileiro aos investimentos, o Brasil desiste de insistir em um acordo nesse sentido, abrindo a possibilidade de substituição do regime vigente por um novo acordo a partir de julho de 2008¹¹⁶.

Assim, no dia 23 de junho deste ano, depois de longo período de negociações, Brasil e Argentina concordam em estabelecer um marco normativo mais estável e previsível para a regulamentação do comércio bilateral do setor automotivo. Elaborado para ter vigência por seis anos (1/07/2008 até 30/06/2014¹¹⁷), o acordo constitui o 38º Protocolo Adicional do ACE 14 e se volta a resolver os impasses criados com a situação comercial entre os países que evidenciou uma forte tendência de déficits duradouros (especialmente no setor de autopeças da Argentina). Com essa finalidade, pela primeira vez o acordo estabelece um sistema de *flex* duplo, com valores diferenciados para cada país (1,95 para a Argentina e 2,5 para o Brasil). Buscava-se assim ampliar para a Argentina o montante exportável para o Brasil sem incidência de imposto de importação, ao mesmo tempo em que mantinha as mesmas condições de flexibilidade para as transações brasileiras.

Mais recentemente, o governo da Argentina passou a pleitear alterações no acordo recém implantado, pressionando pela volta do índice de “conteúdo superlocal¹¹⁸” como

¹¹⁶ Valor Econômico, fevereiro de 2008.

¹¹⁷ Decreto nº 6.500, de 02/07/2008.

¹¹⁸ “Conteúdo superlocal” é uma expressão utilizada para designar uma parcela dentro do conteúdo regional destinado à produtos fabricados dentro do próprio país, relativizando o tratamento nacional das mercadorias intra-zona provenientes dos outros parceiros.

forma de fortalecimento do seu setor de autopeças¹¹⁹. O pleito, entretanto, perdeu força na medida em que o déficit estrutural do setor automotivo argentino passou a se reduzir a partir da eclosão da crise de 2008.

Outros tópicos relevantes desse novo acordo são mostrados resumidamente na tabela que segue.

Quadro 12. Principais determinações do 38º Protocolo Adicional do ACE 14

Tópico	Condições estabelecidas
Comércio extrazona	Igual ao 35º Protocolo Adicional.
Importação extrazona de autopeças não produzidas no bloco e destinadas à produção	Igual ao 35º Protocolo Adicional.
Importações de autopeças destinadas à produção de máquinas agrícolas e rodoviárias	Igual ao 35º Protocolo Adicional.
Comércio intrazona	Adoção de um <i>flex duplo</i> , controlado trimestralmente pelo Comitê Automotivo e sujeito a um coeficiente de desvio máximo anual do comércio diferenciado para os dois vizinhos (1,95 para a Argentina e 2,5 para o Brasil). Isso significava dizer que para cada dólar exportado, o Brasil poderia importar da Argentina o equivalente a US\$ 2,5 sem pagar imposto de importação, enquanto que a Argentina, o equivalente a US\$ 1,95.
Índice de conteúdo regional	Igual ao 35º Protocolo Adicional.
Integração produtiva e competitividade internacional	Além de prever os objetivos já citados nos protocolos anteriores, dando ao Comitê Automotivo a responsabilidade de acompanhamento do setor nos dois países, passava também a prever a ação do BNDES para o financiamento de investimentos em empresas brasileiras que operam na Argentina ou em empresas argentinas que adquiram bens de capital de empresas brasileiras.

Fonte: Elaboração própria com base na legislação disponível no sítio do MDIC*.

* Disponível em <http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=450&refr=405>

¹¹⁹ Valor Econômico, março de 2009.

2.2.6 A política cambial no MERCOSUL

Além das negociações comerciais e das políticas setoriais, que, como vimos, desempenharam influência determinante sobre o padrão de inserção da indústria automobilística do MERCOSUL, o comportamento da taxa de câmbio também pode, ainda que em menor medida, ser considerado como um dos elementos condicionantes desse padrão, na medida em que altera a competitividade da indústria tanto do ponto de vista relativo, entre os parceiros do bloco, quanto do ponto de vista absoluto, isto é, em relação ao mercado global.

A influência do câmbio pode ser observada do lado da oferta ou do lado da demanda. Do lado da oferta, porque influencia diretamente as estratégias adotadas pelas montadoras, que alteram o mix de produção e de importação dos seus produtos em função dos custos de produção de cada filial e da demanda de cada produto. Em momentos de câmbio valorizado, as montadoras podem diversificar sua oferta de veículos por meio de importações, enquanto que quando a situação se inverte, passa a valer mais a pena exportar os modelos nacionais para outros mercados, aumentando assim a rentabilidade das filiais em moeda forte. Em qualquer dos casos, os movimentos realizados por essas empresas nesse processo alteram os resultados de comércio exterior e de fluxos de investimentos realizados, já que esses, por sua vez, estão vinculados aos níveis de preços das importações de autoveículos, de autopeças e de outros fatores de produção (como máquinas e equipamentos).

Outro aspecto relacionado à influência do câmbio nas decisões das montadoras diz respeito à já discutida estratégia adotada por empresas asiáticas que promovem sua entrada em novos mercados, num primeiro momento, por meio de exportações, para somente mais tarde realizar investimentos *greenfield*. Para essas empresas, mesmo incorrendo no risco de criar resistências dentro do governo do país importador, essa estratégia se justifica em razão do grande volume de capital necessário para a implantação de uma nova unidade de montagem, da sua grande escala produtiva e do seu longo ciclo de vida.

No MERCOSUL, como veremos mais pormenorizadamente no capítulo três, essa estratégia tem sido adotada pela Hyundai no Brasil ao longo da década de 2000. Nesse sentido, um câmbio que estimule as importações para o mercado consumidor contribui para estimular a formação de um perfil de importador líquido, além de, no momento em que eventualmente ocorra a substituição dessas importações por produção local, altera a matriz produtiva e as participações relativas entre as empresas concorrentes na produção interna.

O câmbio também interfere no processo de desenvolvimento de capacidades inovativas, consideradas chave para a competitividade da indústria no mercado internacional. De fato, enquanto a escolha da localidade onde se realiza o desenvolvimento de novos produtos e processos por parte da corporação depende da existência de redes locais de produção e de fornecimento que viabilizem o projeto e a fabricação dos subsistemas sob responsabilidade das sistemistas, na hipótese de predomínio de um quadro macroeconômico marcado por um câmbio sobrevalorizado, as importações desses subsistemas poderão ser excessivamente incentivadas, prejudicando a manutenção da competitividade da rede de fornecimento local e a sua condição de investir em sintonia com a montadora. Num prazo mais longo, esse processo pode enfraquecer a capacidade de inovação da indústria local e, conseqüentemente, a sua competitividade internacional, especialmente na parte da cadeia que inclui a indústria de peças e componentes.

Além disso, a viabilidade de novos projetos de investimento depende de um desempenho exportador mínimo, sem o qual não se pode garantir a sua maturação. Considerando que uma planta de montagem de veículos leves tem em média capacidade de produzir 400 mil unidades/ano¹²⁰ e que, a depender do modelo montado, a escala ótima de produção dificilmente é menor do que 100 mil unidades por ano¹²¹, o acesso a mercados externos em condições competitivas torna-se fundamental para investidores mesmo em

¹²⁰ (NUTEK, 2007)

¹²¹ (O'BRIEN, et al., 1994)

mercados pujantes como o brasileiro. Também por essa via observa-se a relevância da taxa de câmbio para a conformação do padrão de inserção da indústria automobilística.

Do lado da demanda, por sua vez, a atratividade dos produtos nacionais será tanto maior quanto mais desvalorizada estiver a taxa de câmbio, influenciando o comportamento dos consumidores domésticos e estrangeiros. Desta maneira, em contextos marcados pelo predomínio de uma taxa valorizada, em especial em momentos de economia aquecida, a demanda por veículos importados ampliam o impacto negativo sobre a balança comercial. Como veremos a seguir, é o que tem ocorrido na economia brasileira desde 2003.

O gráfico 13 mostra a evolução das taxas de câmbio do real (BRL) em relação ao peso argentino (ARS) e ao dólar (USD) e do peso argentino em relação ao dólar de 2000 até o final de 2009.

Desde o fim da paridade peso-dólar no final de 2001, o peso argentino sofreu uma desvalorização com relação à moeda norte-americana de quase 240% ao longo de 2002, se estabilizando no patamar de 3,0 ARS/USD até a eclosão da crise de 2008 (do período que vai de março de 2003 até setembro de 2008, a taxa ARS/USD se valorizou levemente, com uma queda mensal média de 0,07%), que deflagrou novo ciclo de desvalorização que só começou a se reverter no último trimestre de 2009.

No Brasil, a taxa de câmbio passou por um processo de forte desvalorização desde o fim da âncora cambial em 1999 até atingir o pico de quase 4,0 R\$/US\$ no mês de setembro de 2002, a partir de quando iniciou uma longa trajetória de valorização só interrompida, e por um período relativamente breve, com a crise de 2008.

Com esses dois movimentos, o real e o peso argentino inverteram simetricamente as posições com relação ao dólar, passando de uma situação de desequilíbrio em benefício do comércio exterior brasileiro até o primeiro trimestre de 2002, passando por uma situação intermediária na qual as taxas de câmbio se mantiveram em níveis muito próximos que vai do segundo trimestre de 2002 até julho de 2004 e finalmente chegando numa situação de

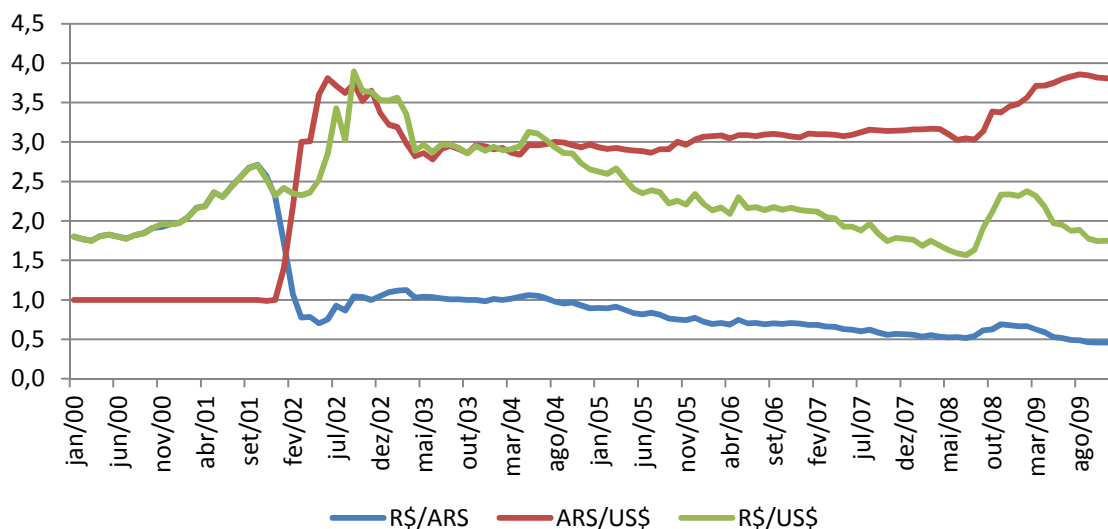
novo desequilíbrio, mas dessa vez em benefício da balança comercial argentina, que vai de agosto de 2004 até o presente momento. Dessa maneira, a taxa de câmbio do real em relação ao peso argentino praticamente se inverteu, passando de um patamar de aproximadamente 2,0 BRL/ARS ao longo de 2000 e 2001 para um patamar próximo a 0,5 BRL/ARS a partir do último quarto de 2007.

Essas alterações provocaram uma redução significativa da competitividade da indústria brasileira em relação à argentina, que só não repercutiu em maiores desvios de investimento e de produção para o país vizinho em função do dinamismo econômico vivenciado pelo Brasil nesse período e pelo predomínio das estratégias *market-seeking* por parte das grandes montadoras, em parte compensando a perda da atratividade causada pelo movimento cambial.

A importância do câmbio como condicionante do padrão de inserção da indústria automobilística regional, porém, deve ser relativizada em função de pelo menos dois fenômenos observáveis. Em primeiro lugar, em função da grande importância dos fluxos de comércio intra-firma, que estão menos sujeitos às variações cambiais, já que há liberdade por parte da montadora de estabelecer preços relativos mais convenientes para as transações entre as filiais dos países envolvidos. De fato, com base nos dados do Censo de Capitais Estrangeiros do Banco Central do Brasil (Tabela 36), mais de 70% das importações e das exportações do setor automobilístico são realizados dentro da própria corporação, proporção significativamente maior do que a média da indústria.

Depois, por conta do elevado grau de regulamentação a que o setor está submetido em todas as esferas jurisdicionais de cada país do bloco, em termos de tributação, incentivos concedidos, procedimentos para importação e exportação, além de cotas de acesso privilegiado em função de acordos comerciais, conforme já observamos no decorrer desse capítulo.

Gráfico 13. Evolução das taxas de câmbio: Brasil e Argentina (2000-2009)



Fonte: Elaboração própria com base em dados do Banco Central do Brasil.

2.3 Principais conclusões e comentários adicionais

A indústria automobilística do MERCOSUL teve seu padrão de inserção internacional profundamente influenciado pelas políticas públicas adotadas pelos governos do Brasil e da Argentina ao longo das décadas de 1990 e de 2000.

Primeiro, porque promoveu a integração das cadeias produtivas facilitando a especialização das plantas e a obtenção de ganhos de escala e de escopo. Depois, porque constituiu elemento fundamental para o condicionamento das decisões de produção, dos fluxos comerciais e de IED, uma vez que as políticas tributária, comercial e cambial alteram as variáveis consideradas pelas montadoras na concepção de sua estratégia para cada filial.

Ao longo da década de 2000, em especial a partir da recuperação econômica na Argentina, a indústria se beneficiou dos acordos comerciais firmados desde o surgimento do MERCOSUL, que, ao promover o aumento da competitividade impulsionado pela abertura comercial e pelo dinamismo da demanda interna no Brasil e na Argentina,

melhorou as características do seu padrão de inserção, criando um ambiente favorável para a atração de novos investimentos.

Assim, diante do aumento da atratividade desse espaço regional de acumulação, as grandes transnacionais do setor estão promovendo uma nova safra de investimentos nos últimos anos, visando a aumentar significativamente a capacidade instalada¹²² e a promover a modernização do parque industrial. Antecipando os argumentos presentes no capítulo seguinte, esses investimentos têm se voltado, sobretudo, para satisfazer a demanda por autoveículos dos países do bloco, não tendo se configurado em momento nenhum uma tendência de transformar o MERCOSUL em uma plataforma de exportação desses produtos.

Uma situação semelhante se verificou na segunda metade da década de 90 nesses aspectos, quando houve a entrada de um novo conjunto de competidores tanto no Brasil quanto na Argentina, ao mesmo tempo em que aquelas que já estavam anteriormente instaladas na região promoveram investimentos voltados a manter suas participações nesse mercado. Ao longo da década de 2000, observou-se que estas montadoras tiveram êxito nesse quesito, de forma que a participação das novas entrantes em matéria de vendas e de produção, ainda que tenha crescido no período, se manteve em patamares relativamente baixos.

A entrada de novos *players* e a natureza das estratégias adotadas pelas outras filiais, entretanto, provocou aumentos significativos no conteúdo importado dos veículos produzidos, impulsionados pelos benefícios concedidos no âmbito dos Regimes Automotivos e do Acordo sobre a Política Automotiva Comum entre a Argentina e o Brasil, além, é claro, pelo câmbio valorizado. O aumento das importações do setor também se deveu às estratégias das montadoras, que complementaram o leque de produtos com veículos provenientes de outros países.

¹²² (PwC Autofacts, 2008).

Além dessas conclusões gerais, é importante destacar ainda que o processo de elaboração das normas que regulamentam as relações comerciais para o setor automobilístico dos sócios do MERCOSUL se mostrou por vezes prejudicada em relação aos objetivos que pretendiam perseguir, dada a complexidade dos processos legislativos e das interrelações entre os diversos trâmites e órgãos decisórios.

Assim, observamos que, por vezes, acordos firmados depois de longos embates na esfera bilateral acabavam nunca se efetivando, dado que as negociações, como vimos, ocorriam em dimensões paralelas e interdependentes. De um lado, uma dimensão interna que congregava principalmente as esferas de governo e as montadoras, ficando as fabricantes de autopeças freqüentemente fora desse processo. Nessa dimensão se negociava normas internas e a garantia da aprovação das medidas provisórias pelo Presidente da República, influenciando o Congresso para a sua conversão em lei federal, e, eventualmente condicionando a criação de incentivos nos planos estadual e municipal para as interessadas.

De outro, uma dimensão externa que incluiu, além dos atores mencionados anteriormente, negociadores do Itamaraty e os representantes dos outros países com quem o Brasil negocia a adoção dessas normas, principalmente a Argentina e alguns países desenvolvidos no âmbito da OMC.

Essa dualidade abriu margem para conflitos na relação comercial e de integração dentro do bloco, como aqueles motivados pelas políticas estaduais e municipais de isenção ou redução do ICMS e do IPTU para novas filiais instaladas no Nordeste e Centro-Oeste brasileiros.

Além das complexidades advindas dessa dualidade, há que se destacar ainda que cada uma dessas dimensões consolida acordos com base em trâmites jurídicos diversos, que, por sua vez, se efetivam por meio de espécies normativas distintas. Assim, enquanto os acordos voltados ao aprofundamento do processo de integração regional ocorrem dentro do âmbito da ALADI, aqueles voltados para assuntos de caráter multilateral, como as relativas

ao limite de adoção de barreiras ao comércio, ocorrem na esfera da OMC. Por outro lado, houve regras que o Brasil criou por meio de edição de medidas provisórias unilaterais que posteriormente se converteram em lei ordinária, processo que não depende do consentimento de qualquer outro Estado nacional, como foi o caso do Regime Automotivo Brasileiro. Também nessa condição estiveram as referidas leis de incentivo fiscal elaboradas pelos governos estaduais e municipais, que, como já citado, desempenharam papel fundamental nas decisões das montadoras de estabelecer unidades fabris em regiões com pouca tradição no setor automotivo¹²³. Isso sem contar que as normas criadas no âmbito da ALADI ou da OMC dependem ainda de serem internalizadas nos ordenamentos nacionais, o que, se não ocorrer, condena o acordo internacional à completa ineficácia.

Queremos com isso destacar que o processo de formação das políticas públicas, que influenciam fundamentalmente a inserção da indústria no panorama internacional, está sujeita a uma infinidade de atritos não necessariamente originados da multiplicidade de interesses em jogo, mas também da complexidade dos trâmites exigidos para a sua efetivação, de forma que os objetivos pretendidos com a iniciativa de negociá-los, ainda que consensualmente atingidos, podem ser prejudicados no plano concreto.

¹²³ Como foi o caso da implantação do parque industrial de Camaçari, na Bahia; de Gravataí, no Rio Grande do Sul, de São José dos Pinhais, no Paraná, dentre outros.

Capítulo 3 Caracterização da inserção da indústria automobilística do MERCOSUL.

Conforme foi discutido no capítulo precedente, o padrão de inserção da indústria automobilística do MERCOSUL foi profundamente condicionado pelas políticas públicas realizadas desde a década de 90, não tendo sofrido grandes alterações a partir da entrada dos novos *players*.

Assim, de uma forma geral, conforme previamente sinalizado, a indústria regional desenvolveu um padrão de inserção peculiar, com características que ora se assemelham, ora se diferenciam dos padrões observados nas indústrias de outras localidades.

Em comparação com outros produtores emergentes como a China e a Índia, por exemplo, se assemelha com relação à sua inserção comercial, pouco voltada a mercados externos e fortemente dependente da pujança do seu mercado doméstico. Entretanto, ao contrário daquelas, não possui produtores nacionais com marca própria, que, como vimos, estão crescentemente respondendo pelos incrementos da produção e vendas mundiais de autoveículos.

Com relação ao NAFTA, por sua vez, o padrão da indústria sul-americana se assemelha em função da concentração da demanda e da produção em um só país, mas, por outro lado, se diferencia em função da ausência de montadoras de capital local, da grande diferença da dimensão da produção e da demanda, da grande diferença do tipo de veículo que é produzido em cada região, e do menor grau de inserção comercial com outras regiões como a Ásia.

Sob certos aspectos, poderia ser dito que a indústria regional mais se assemelha com a União Européia sob o ponto de vista de seu padrão de inserção. Além do fato de que grande parcela dos veículos produzidos por aqui tenha sido projetada a partir de modelos originalmente desenvolvidos para o mercado europeu, contaria o caráter regionalizado do seu comércio exterior, além, é claro, do domínio exercido pelas montadoras européias,

apesar da presença de praticamente todas as principais montadoras mundiais nesses mercados. Ainda assim, porém, a ausência de nacionais e a grande concentração da produção e das vendas num só mercado constituiriam diferenças fundamentais em relação ao bloco.

Em relação ao padrão predominante no restante da Ásia, então, não há muito que se argumentar em matéria de semelhanças. Coreia do Sul e Japão são grandes plataformas de exportação, aproveitando-se da competitividade da sua indústria ancorada nos baixos custos de produção, no alto desenvolvimento tecnológico e na cultura da manufatura enxuta que melhor se adaptou às peculiaridades da demanda mundial.

Diante dos argumentos acima expostos, esse capítulo tem por finalidade melhor delinear o que, então, constituiria o padrão de inserção recente da indústria automobilística do MERCOSUL. Para tanto, serão analisados os dados de produção, de demanda, de comércio exterior e de investimento, além das estratégias adotadas pelas filiais instaladas na região ao longo dos últimos dez anos. Ao final do capítulo, esperamos ter logrado fundamentar os argumentos expostos nessa introdução e nos capítulos precedentes a respeito das suas características essenciais.

3.1 Produção, demanda e comércio exterior por país

Do ponto de vista geográfico, a produção de autoveículos leves no Brasil está concentrada na região Sudeste, em especial na zona contida num raio de aproximadamente 200 km da capital do estado de São Paulo. Nesta região concentram-se as plantas da Ford (São Bernardo do Campo), da GM (São Caetano e São José dos Campos), da Honda (Sumaré), da Toyota (Indaiatuba) e da Volkswagen (São Bernardo do Campo e Taubaté). Fora desse raio, a região abriga ainda as unidades da Fiat (Betim-MG), da Iveco (Sete Lagoas-MG), da Mercedes-Benz (Juiz de Fora-MG) e da PSA Peugeot Citroën (Porto Real-RJ).

A partir da segunda metade dos anos 1990, com a implantação do Regime Automotivo brasileiro e com a criação dos incentivos para a instalação de novas fábricas

nas regiões Centro-Oeste, Nordeste e Norte, novas montadoras passaram a produzir em estados como a Bahia (Ford em Camaçari), e Goiás (Hyundai Caoa em Anápolis e MMC em Catalão). No Sul, por sua vez, o estado do Paraná abriga na região metropolitana de Curitiba (em São José dos Pinhais) a produção da Renault, da Nissan (em unidade compartilhada com a Renault), e da Volkswagen; enquanto que no Rio Grande do Sul a GM possui sua planta de automóveis de passeio na cidade de Gravataí.

Com o início das obras da nova planta da Hyundai em Piracicaba-SP, todas as onze principais montadoras de automóveis leves do mundo, à exceção da japonesa Suzuki, terão unidades de montagem final instaladas no Brasil, o que reforça a importância do país como pólo produtivo do setor.

Na Argentina, por sua vez, a produção de automóveis leves é realizada nas províncias de Buenos Aires (Ford e Volkswagen, em General Pacheco; Mercedes-Benz, em González Catán; PSA Peugeot Citroën, em Buenos Aires e Toyota, em Zárate), Santa Fé (GM, em Rosário) e Córdoba (Fiat, em Ferreyra e Renault, em Córdoba).

A produção brasileira de automóveis leves alcançou o número de 3,18 milhões de unidades em 2009, pouco maior do que os três milhões de 2008 que já tinham alçado o país à 6ª colocação dos maiores produtores do mundo. Fortemente ancorada no dinamismo da demanda interna, que entrou num ciclo de expansão em 2003 que ainda não se encerrou (apesar da interrupção provocada pela crise de 2008), a produção se elevou à taxa de 7,4% ao ano na média, fazendo com que o número de automóveis produzidos praticamente dobrasse ao longo da década. Tomando por base os dados de 2009, o país responde por 85,6% do total da produção do MERCOSUL, mostrando assim o caráter concentrado dessa produção dentro do bloco. Em 2010, a produção de automóveis leves se manteve na casa dos 3,15 milhões de unidades.

Na Argentina, por sua vez, se o mesmo período for tomado por referência, a produção de automóveis leves cresceu a uma taxa anual média um pouco inferior à do Brasil (5,2%). Entretanto, em função da grave crise econômica pela qual a Argentina

passou entre 2000 e 2003, a realidade mostrada seria bastante diferente se fosse tomado por base o crescimento a partir de 2002, que foi na média de 18,2% ao ano, se elevando de 158,1 mil unidades para 510,3 mil em 2009, representando, portanto, 14,4% da produção total do MERCOSUL neste ano.

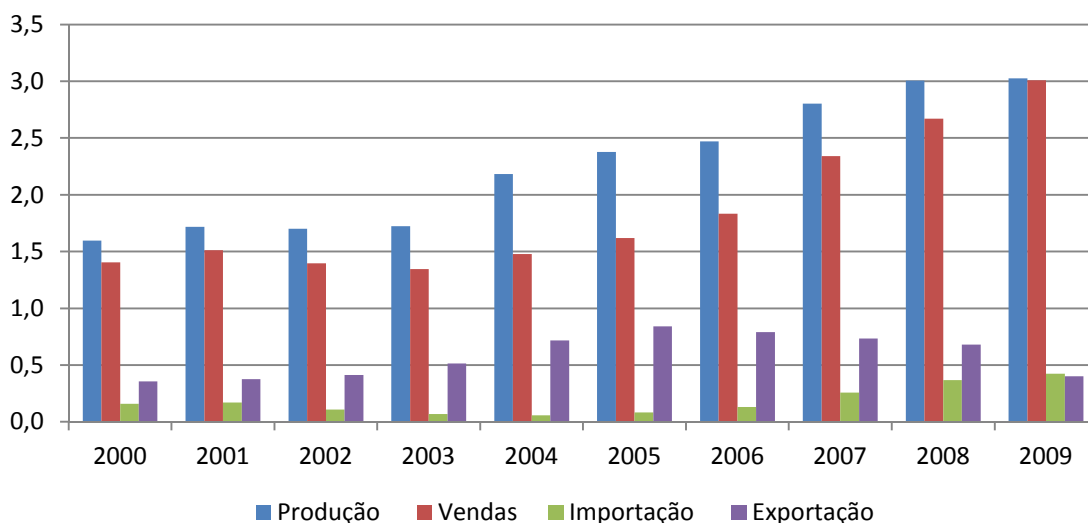
Tabela 35. Brasil e Argentina: Produção, vendas, importação e exportação de autoveículos leves, em milhares de unidades (2000-2009)

	Produção		Vendas		Importação		Exportação	
	Brasil	Argentina	Brasil	Argentina	Brasil	Argentina	Brasil	Argentina
2000	1596,9	324,5	1403,8	263,0	157,9	101,9	356,0	127,0
2001	1716,5	227,1	1511,2	150,5	169,9	72,3	375,3	150,3
2002	1700,1	158,1	1396,1	72,8	108,2	32,6	412,1	116,0
2003	1721,8	168,0	1346,3	139,6	69,5	86,8	513,8	100,6
2004	2181,1	257,4	1478,1	274,7	57,2	197,0	717,7	133,8
2005	2377,5	316,2	1618,9	354,9	83,0	249,7	839,9	180,1
2006	2471,2	427,9	1831,7	408,2	130,1	257,3	789,7	235,1
2007	2803,8	539,0	2341,0	505,0	256,2	309,7	733,1	313,6
2008	3004,5	576,3	2671,0	530,0	366,2	333,2	680,2	347,9
2009	3024,5	510,3	3008,7	432,0	422,3	258,2	401,5	321,8
Δ% anual média*	7,4%	5,2%	8,8%	5,7%	11,6%	10,9%	1,3%	10,9%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ANFAVEA e da ADEFA.

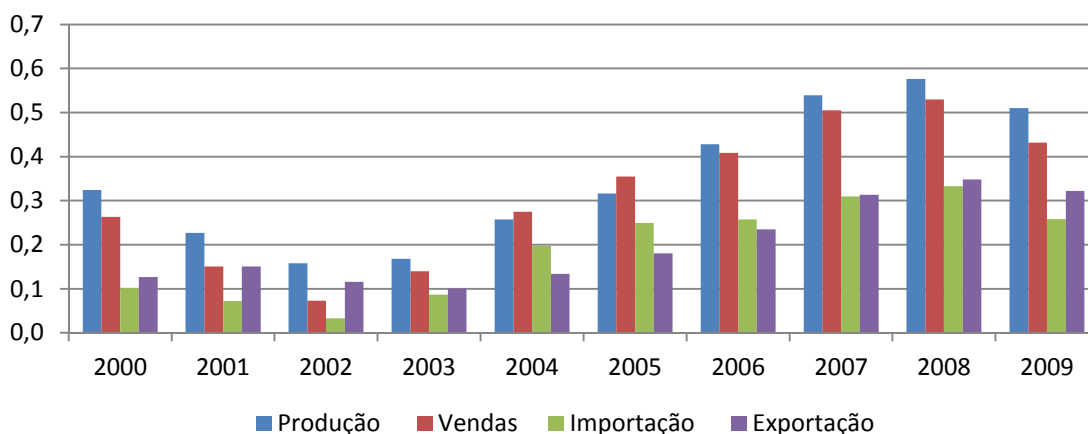
* Média geométrica do período 2000-2009.

Gráfico 14. Brasil: Evolução da produção, venda, importação e exportação de autoveículos leves (2000-2009, em milhões de unidades)



Fonte: Elaboração própria com base em dados da ANFAVEA.

Gráfico 15. Argentina: Evolução da Produção, Venda, Importação e Exportação (2000-2009, em milhões de unidades)



Fonte: Elaboração própria com base em dados da ADEFA.

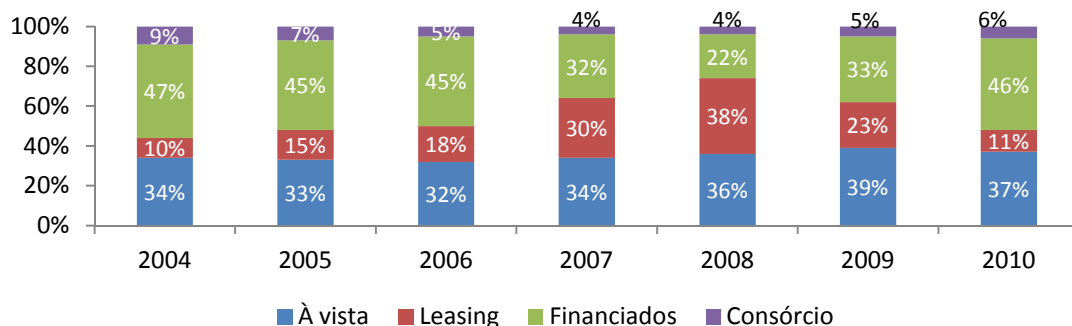
Ainda em maior grau do que a produção, a demanda dentro do bloco ficou bastante concentrada no Brasil ao longo dos anos 2000. De fato, 87,5% das vendas regionais de veículos leves foram realizadas no Brasil em 2009, o que corresponde a aproximadamente três milhões de unidades.

As vendas de veículos leves (nacionais e importados) no Brasil, por sua vez, cresceram a uma taxa maior do que a produção (8,8% contra 7,4%), revelando um aumento da dependência dos importados na pauta de autoveículos comercializados no período. A taxa de crescimento da demanda brasileira também foi superior à verificada na Argentina, que se elevou a um ritmo de 5,7% ao ano na média. O dinamismo do mercado brasileiro nos últimos anos está intimamente relacionado ao ciclo de crescimento econômico iniciado em 2003, associado ao aumento da renda das famílias a ao aumento do crédito concedido aos consumidores.

De fato, ao mesmo tempo em que o PIB tem crescido anualmente a taxas próximas de 5% ao ano, a parcela de veículos financiados ou adquiridos pelo sistema de *leasing* tem se mantido na casa dos 60% entre 2004 e 2010 (Gráfico 16), período em que o saldo da carteira de crédito para aquisição de veículos por pessoas físicas aumentou de R\$ 38,1 bilhões para R\$ 140,3 bilhões (Gráfico 17). Só entre 2009 e 2010, houve aumento de quase 50% desta variável, apesar do fim dos incentivos concedidos ao longo de 2009 em função da crise.

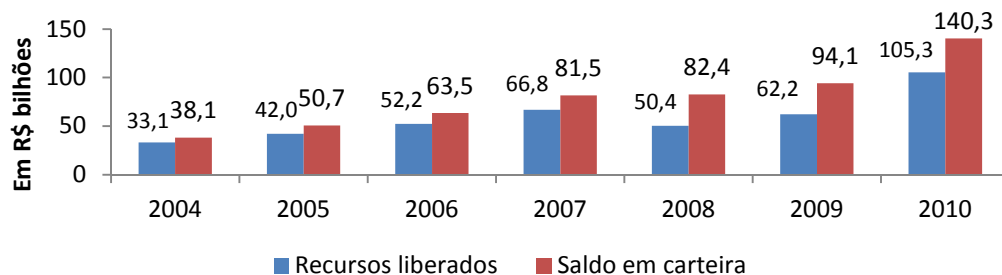
Na Argentina, apesar da indisponibilidade de dados de crédito para aquisição de veículos, o crescimento econômico nos últimos anos também contribuiu para o aumento da demanda, que se elevou 27,7% ao ano na média entre 2002, no auge da crise argentina, e 2008. De 2008 para 2009, entretanto, refletindo os resultados da crise mundial, a demanda argentina se reduziu 18,5%, ao passo que a brasileira, em reação aos programas governamentais de incentivo, se elevaram 14,7%.

Gráfico 16. Brasil: Modalidade de pagamento na venda de veículos e comerciais leves, em % (2004-2010)



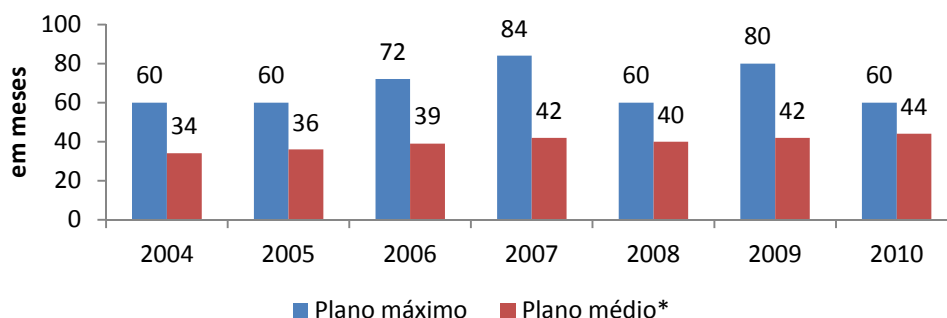
Fonte: Boletim ANEF.

Gráfico 17. Brasil: Financiamentos para aquisição de veículos, em R\$ bilhões (2004-2010)



Fonte: Boletim ANEF.

Gráfico 18. Brasil: Duração dos planos de financiamento disponíveis ao consumidor, em meses (2004-2010)



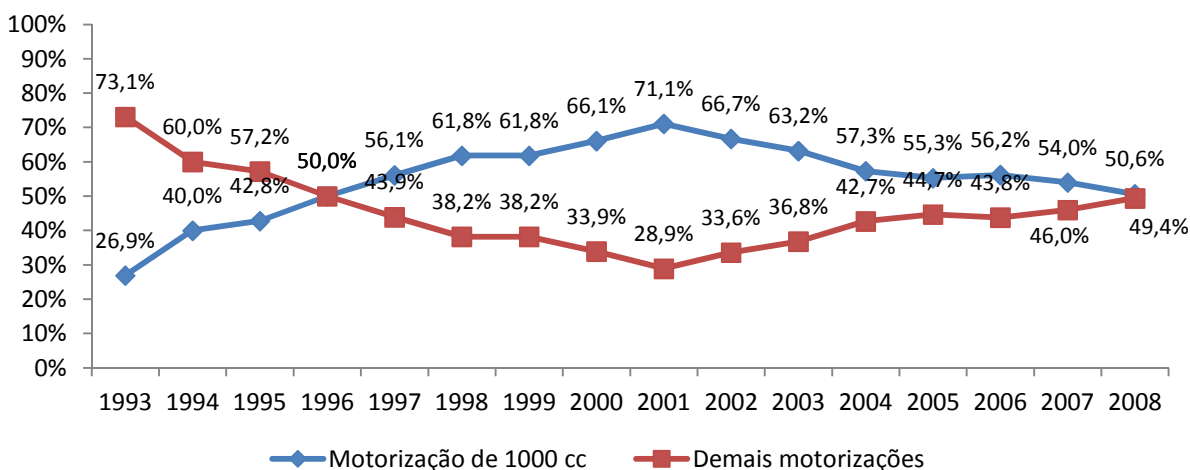
Fonte: Boletim ANEF.

* Média ponderada por valor e por prazo de pagamento utilizados preferencialmente pelos consumidores.

Outro aspecto relevante do perfil da demanda brasileira que impactou o padrão de inserção da indústria ao longo do período analisado diz respeito à motorização dos veículos licenciados. Desde os incentivos concedidos à produção e comercialização dos automóveis “populares” (de até 1000 cc) nos anos 1990, a demanda por esses veículos cresceu em relação ao total demandado de 26,9% para 71,1% entre 1993 e 2001, ano em que a participação dos populares nas vendas de automóveis no país foi máxima (gráfico 19).

Como resultado do sucesso na venda desses produtos, a produção brasileira se especializou nesse tipo de veículo, ao passo que a Argentina, por seu turno, cada vez mais passou a complementar a produção brasileira com a oferta de veículos com maior grau de sofisticação. A partir de então, porém, como resultado da mudança na política tributária (tabela 28), que passou a incentivar a venda de veículos com motorização maior que 1.0 e menor que 2.0 e a introdução da tecnologia bi-combustível (*flex*) nos veículos de maior motorização, a parcela dos veículos maiores começou a se elevar novamente até atingir praticamente 50% em 2008, alterando o padrão de complementação das produções brasileira e argentina, que passaram a se tornar mais semelhantes nesse quesito.

Gráfico 19. Participação de automóveis de 1000 cc no total de automóveis novos licenciados (1993-2008)



Fonte: ANFAVEA (2009).

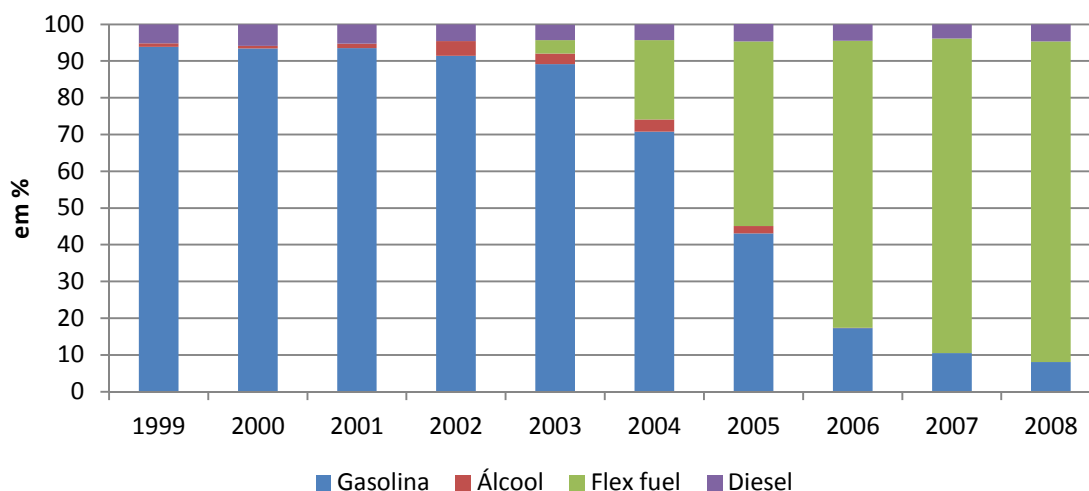
Considerado como uma das principais causas da recuperação das vendas dos automóveis mais sofisticados a partir de 2002 no mercado brasileiro, se encontra, como já sinalizado no parágrafo anterior, a inovação tecnológica que introduziu o motor bi-combustível no mercado brasileiro. Visto como uma revolução no mercado regional de automóveis, a categoria *flex fuel* foi incluída na tabela de IPI em 2002, com uma alíquota favorecida (13%) destinada a incentivar a incorporação da tecnologia pela indústria. Inicialmente, a vantagem de dois pontos percentuais em relação aos automóveis movidos a gasolina não abrangeu os carros populares, para os quais a alíquota de 9% foi mantida. Com isso, o lançamento dos veículos de 1000 cc com a nova tecnologia acabou defasado em relação aos dos veículos maiores, favorecendo o fenômeno já retratado no gráfico 19¹²⁴.

A absorção dos novos veículos pelo mercado consumidor foi bastante rápida, como mostra o gráfico 20. Nesse aspecto, desde a sua introdução em 2003, os veículos bi-

¹²⁴ (SILVA, 2007).

combustíveis já atingiram o patamar de 87,2% do total das vendas de autoveículos leves em 2008.

Gráfico 20. Distribuição percentual do licenciamento de autoveículos leves por combustível (1999-2008, em %)



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ANFAVEA.

No que se refere ao comércio exterior, é importante destacar que a maior parcela dos fluxos de importação e exportação realizadas pelas montadoras no Brasil corresponde a aquisições de mercadorias dentro da própria corporação (73,1% para as importações e 76,6% para as exportações), mostrando a grande relevância das estratégias de complementaridade das filiais na formação do padrão de inserção comercial na região do MERCOSUL.

Além disso, o período 2004-2009 marca-se por um aumento sistemático das importações brasileiras de autoveículos provenientes dos mais diversos mercados (ver tabela 38), em grande parte incentivadas pela valorização do Real verificada nesse período. Particularmente, diante do movimento de apreciação também em relação ao Peso, a Argentina também se beneficiou com os aumentos das aquisições brasileiras, elevando suas exportações em termos absolutos e relativos para este mercado.

Tabela 36. Brasil: Participação do comércio intra-firma no comércio das empresas majoritariamente estrangeiras

	1995	2000	2005	2005 (Automobilístico)
Importações intra-firma/Importações totais	50,8%	64,1%	58,4%	73,1%
Exportações intra-firma/Exportações totais	45,6%	70,0%	63,3%	76,6%

Fonte: Elaboração própria com base nos Censos de Capitais Estrangeiros no País de 2000 e de 2005, Banco Central do Brasil.

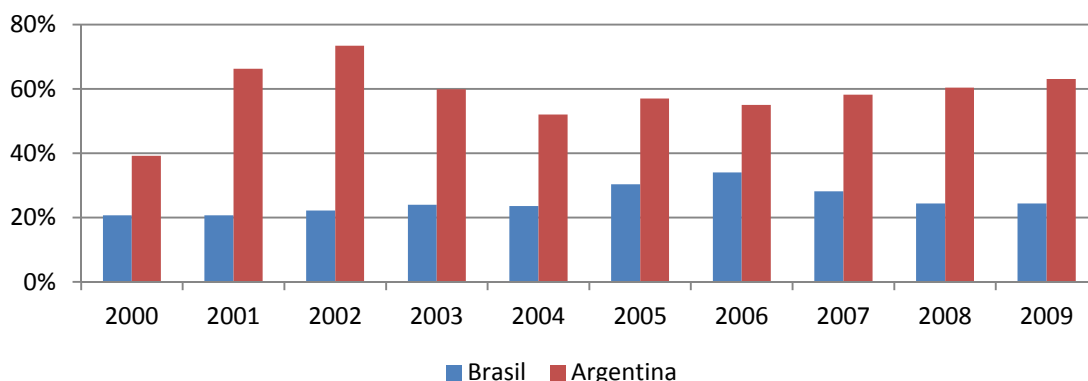
Notas:

- (1) Comércio intra-firma de empresas majoritariamente estrangeiras com coligadas ou controladas.
- (2) Setor automobilístico: correspondente ao setor de “Fabricação e montagem de veículos automotores, reboques e carrocerias” (Divisão 34 na CNAE 1.0).

A importância do mercado brasileiro para as filiais argentinas está refletida na sua importância enquanto destino final da sua produção. De fato, o Brasil importou mais de 40% da produção argentina de autoveículos leves em 2008, proporção que se elevou consideravelmente desde 2006, quando havia importado 26,3%. Esses resultados evidentemente colocam o Brasil como principal destino das exportações argentinas de automóveis e comerciais leves ao longo de toda a década.

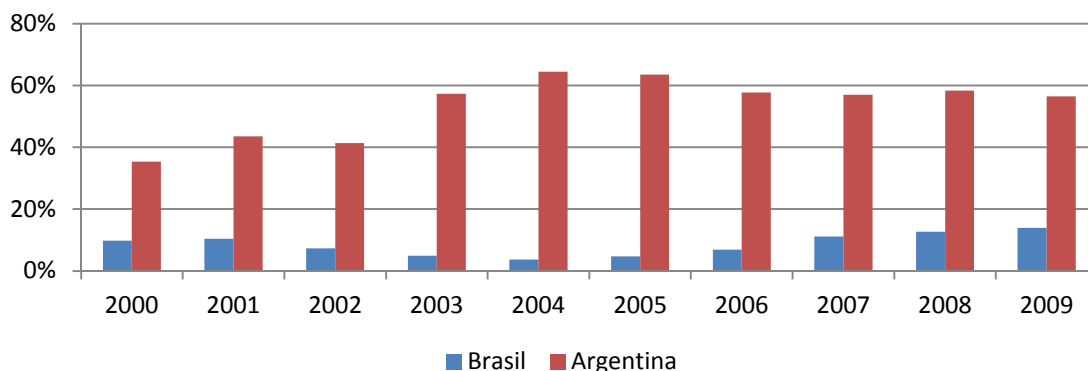
Esse fenômeno também pode ser observado nos gráficos 21 e 22, que mostram a evolução dos coeficientes de importação e de exportação dos dois países ao longo da década de 2000. Desta maneira, enquanto a relação exportação/produção da Argentina se eleva de 52,0% para 63,1% entre 2004 e 2009, a relação importação/licenciamento de veículos leves novos do Brasil se eleva de 3,6% para 13,9% no mesmo período, em grande parte em razão do aumento das exportações argentinas para o Brasil, que aumentaram mais de cinco vezes entre 2004 e 2008 (de 41,9 mil para 247,1 mil unidades/ano).

Gráfico 21. Brasil e Argentina: Coeficientes de exportação da indústria automobilística (2000-2009)



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ADEFA e ANFAVEA.

Gráfico 22. Brasil e Argentina: Coeficientes de penetração das importações da indústria automobilística (2000-2009)



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ADEFA e ANFAVEA.

Nos dados observa-se, porém, que o aumento da importância do Brasil na pauta de exportação argentina se deve muito mais à maior complementaridade das cadeias produtivas dos países do que ao fato de a Argentina ter se tornado uma plataforma de exportações para o Brasil. De fato, as exportações brasileiras para a Argentina também aumentaram no período 2002-08, ancoradas no crescente dinamismo do mercado local e nas estratégias adotadas pelas montadoras, apesar da dinâmica cambial desfavorável. Esse fato corrobora a relativização da importância do câmbio enquanto elemento determinante do padrão de inserção conforme identificado no capítulo anterior.

Assim, o volume de exportações brasileiras para o vizinho cresceu na casa dos 19,4% por ano na média, partindo de 59,6 mil em 2000 para mais de 300 mil unidades em 2008. Refletindo esse crescimento, o mercado argentino se firmou como o principal destino das exportações brasileiras de autoveículos desde 2005, respondendo por 53,7% do total exportado em 2008, ultrapassando o México, que havia ocupado essa posição entre 2000 e 2004, período de recessão no país.

Nesta linha de argumentação, concluímos que apesar da discrepância das estratégias das montadoras instaladas na região, o padrão de inserção da indústria automobilística do MERCOSUL fortaleceu seu caráter de complementaridade e integração ao longo da década, ficando mais de 40% do total do fluxo de comércio de veículos do Brasil e da Argentina confinados dentro do próprio bloco a partir de 2005 e mais de 60% a partir de 2007¹²⁵.

Outros destinos historicamente determinantes para o Brasil, por sua vez, perderam importância no período, dentre os quais os EUA se destacam por ter reduzido suas aquisições de autoveículos brasileiros de maneira sistemática a partir de 2002. De fato, ao passo que o mercado norte-americano tinha absorvido quase 75 mil veículos neste ano, dos quais a grande maioria referente a automóveis de passeio, em 2008 essa variável havia se reduzido a ínfimas 445 unidades. Mesmo desconsiderando o fator crise mundial, os resultados de 2006 e 2007 também tinham se mostrado bastante baixos, com cifras menores do que 10 mil unidades/ano. Do ponto de vista das importações, por sua vez, os EUA mantiveram uma participação de menos de 1% na pauta exportadora brasileira, contribuindo com somente 0,9% do total do crescimento verificado entre 2000 e 2008.

O México, apesar do regime de comércio diferenciado em função do acordo comercial que tem com o Brasil, também perdeu importância como destino das exportações brasileiras desde 2003, contribuindo com somente 3,5% do crescimento dessa variável

¹²⁵ Fluxo medido em unidades.

entre 2000 e 2008 e reduzindo sua participação no total exportado de 39,5% para somente 17,0% no período. Em contrapartida, as importações provenientes desse mercado aumentaram substancialmente nesses anos, partindo de um patamar inferior a duas mil unidades em 2000, para as expressivas 63 mil unidades em 2008, contribuindo assim com 22% do aumento total das importações brasileiras nesses anos.

Mesmo o restante dos países da ALADI¹²⁶, que chegou a importar 21,8% do volume exportado pelo Brasil em 2001, representou em 2008 somente 10% do total da pauta, o que correspondeu neste ano à cerca de 56 mil veículos. Vale ressaltar, entretanto, que esses países vinham aumentando suas compras em termos absolutos no mercado brasileiro entre 2002 e 2007, antes que a crise mundial se fizesse sentir.

No que se refere às principais origens das importações brasileiras de autoveículos leves, além do México, que já foi discutido anteriormente, também destacam-se a Coreia do Sul e a China. O primeiro, fortemente sustentado pelas importações realizadas pelo grupo brasileiro Hyundai CAO, elevou suas exportações para o Brasil de pouco mais de mil unidades em 2004 para quase 63 mil em 2008, desempenho que praticamente igualou o país ao México em termos de participação no total da pauta brasileira de importados (14,4%).

O segundo, por sua vez, ainda que possua uma participação ainda incipiente nessa mesma pauta (0,7% em 2008), entra no mercado brasileiro com perspectivas de rapidamente conquistar parcelas significativas das vendas internas a partir do fortalecimento das montadoras chinesas, o que não deve demorar a acontecer diante da política adotada por Pequim¹²⁷.

¹²⁶ Ou seja, Bolívia, Chile, Colômbia, Cuba, Equador, Peru e Venezuela.

¹²⁷ Além dos incentivos concedidos à indústria como um todo, como o câmbio favorecido e o acesso a crédito a taxas favorecidas, o governo chinês lançou em 1994 a sua política industrial para o setor automotivo, seguida de um plano de implementação contida no seu Nono Plano Quinquenal. Neste, ficam claros os objetivos do governo chinês no sentido de tornar viável uma indústria automobilística internacionalmente competitiva e formada por montadoras de capital nacional. (LEE, et al., 2002) Também se destaca nesse

Tabela 37. Brasil: Exportações de autoveículos leves por destino, em unidades (2000-2008)

	2000	2007	2008	$\Delta\%$ anual média (2000-07)	$\Delta\%$ 2000-07	$\Delta\%$ 2007-08	Cont. 2000-07	Cont. 2007-08
Argentina	59.638	258.878	302.545	19,7%	334,1%	16,9%	68,8%	-67,5%
África do Sul	16.081	35.563	24.315	12,1%	121,1%	-31,6%	6,7%	17,4%
EUA	32.318	3.435	445	-27,4%	-89,4%	-87,0%	-10,0%	4,6%
México	87.906	130.962	95.831	16,5%	49,0%	-26,8%	14,9%	54,3%
ALADI*	57.903	105.052	55.655	16,5%	81,4%	-47,0%	16,3%	76,4%
União Européia	65.002	71.012	71.645	-2,6%	9,2%	0,9%	2,1%	-1,0%
Outros	19.528	23.076	12.863	10,6%	18,2%	-44,3%	1,2%	15,8%
Total	338.376	627.978	563.299	12,6%	85,6%	-10,3%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base em dados do Sistema Aliceweb/MDIC.

* Excluídos o México e a Argentina.

Tabela 38. Brasil: Importações de autoveículos leves por origem, em unidades (2000-2008)

	2000	2007	2008	$\Delta\%$ anual (2000-07)	$\Delta\%$ 2000-07	$\Delta\%$ 2007-08	Cont. 2000-07	Cont. 2007-08
Argentina	101.392	190.210	247.103	11,9%	87,6%	29,9%	64,5%	40,2%
China	2	1.299	2.917	-	+ de	124,6%	0,9%	1,1%
Coréia do Sul	7.680	30.812	62.749	29,3%	301,2%	103,7%	16,8%	22,5%
EUA	1.778	2.086	4.351	12,5%	17,3%	108,6%	0,2%	1,6%
México	1.678	36.732	63.043	85,7%	2089,0%	71,6%	25,5%	18,6%
Japão	8.592	11.522	18.993	7,8%	34,1%	64,8%	2,1%	5,3%
União Européia	28.525	17.209	29.511	-3,7%	-39,7%	71,5%	-8,2%	8,7%
Outros	5.460	2.948	5.798	0,0%	-46,0%	96,7%	-1,8%	2,0%
Total	155.107	292.818	434.465	12,1%	88,8%	48,4%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base em dados do Sistema Aliceweb/MDIC.

sentido a aprovação do Plano Trienal da Indústria Automotiva Chinesa, aprovado pelo governo chinês no início de 2009.

Tabela 39. Brasil: Participação dos principais destinos nas exportações de automóveis e utilitários leves (2000-2008)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Argentina	17,6%	9,0%	5,2%	18,0%	29,4%	29,0%	32,3%	41,2%	53,7%
África do Sul	4,8%	4,6%	4,5%	4,0%	4,9%	5,7%	6,4%	5,7%	4,3%
EUA	9,6%	17,8%	18,3%	8,7%	2,6%	2,4%	1,3%	0,5%	0,1%
México	26,0%	24,7%	34,1%	39,5%	35,4%	27,1%	27,8%	20,9%	17,0%
ALADI*	17,1%	21,8%	17,1%	14,3%	17,0%	17,1%	14,6%	16,7%	9,9%
União Européia	19,2%	5,8%	3,3%	2,3%	3,1%	12,8%	12,8%	11,3%	12,7%
Outros	5,8%	16,4%	17,4%	13,2%	7,8%	5,9%	4,7%	3,7%	2,3%

Fonte: Elaboração própria com base em dados do Sistema Aliceweb/MDIC.

* Excluídos o México e a Argentina.

Tabela 40. Brasil: Participação das principais origens nas importações de automóveis e utilitários leves (2000-2008)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Argentina	65,4%	87,5%	57,0%	46,6%	67,8%	63,8%	53,4%	65,0%	56,9%
China	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,2%	0,9%	0,4%	0,7%
Coréia do Sul	5,0%	1,8%	2,4%	1,1%	1,8%	3,9%	4,9%	10,5%	14,4%
EUA	1,1%	0,4%	0,4%	0,6%	1,1%	0,8%	0,7%	0,7%	1,0%
México	1,1%	2,1%	8,8%	4,9%	1,5%	2,9%	10,6%	12,5%	14,5%
Japão	5,5%	3,0%	5,7%	5,0%	8,6%	7,5%	3,5%	3,9%	4,4%
União Européia	18,4%	4,1%	23,0%	39,8%	17,7%	19,9%	25,5%	5,9%	6,8%
Outros	3,5%	1,1%	2,8%	1,9%	1,5%	1,0%	0,4%	1,0%	1,3%

Fonte: Elaboração própria com base em dados do Sistema Aliceweb/MDIC.

A Argentina, por sua vez, destinou ao longo do período analisado para o Brasil a maior parcela de suas exportações de veículos leves, sendo o México e o Chile os outros dois importantes destinos. O Brasil, entretanto, aumentou sua participação na pauta exportadora argentina de 56,2% para quase 95% entre 2002 e 2009, sendo atualmente praticamente o único destino relevante para a sua indústria (ver tabela abaixo).

Com relação às importações, por sua vez, o Brasil respondeu ao longo de todo o período por cerca de 70% do total importado em veículos leves, confirmando mais uma vez a enorme relevância do comércio regional para a indústria automobilística desses países.

Tabela 41. Argentina: Fluxos comerciais de autoveículos leves, por parceiro (2002-2009)

Exportações						
	Em US\$ milhões			Em %		
	2002	2007	2009	2002	2007	2009
Brasil	339,4	1679,1	2612,9	56,2%	77,1%	94,8%
Chile	61,6	76,4	6,5	10,2%	3,5%	0,2%
México	185,1	150,6	20,9	30,6%	6,9%	0,8%
Mundo	604,1	2177,1	2757,2	100,0%	100,0%	100,0%

Importações						
	Em US\$ milhões			Em %		
	2002	2007	2009	2002	2007	2009
Brasil	121,1	1927,7	1801,1	69,7%	71,1%	68,7%
Coréia do Sul	1,9	48,3	84,2	1,1%	1,8%	3,2%
México	1,8	222,9	329,7	1,0%	8,2%	12,6%
Mundo	173,7	2709,6	2621,1	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do COMTRADE.

3.2 Investimentos no setor automobilístico no MERCOSUL

Grosso modo, o MERCOSUL desempenhou um papel de coadjuvante em matéria de atração de fluxos de investimento direto estrangeiro no setor automotivo¹²⁸ nos últimos anos, tendo o protagonismo ficado por conta da Ásia. Ainda assim, a importância de sua plataforma produtiva cresceu na década de 2000, em especial a partir do ciclo de investimentos acentuado na segunda metade da década.

Os quatro primeiros anos da década de 2000, por exemplo, evidenciam uma forte queda nos fluxos de investimento direto estrangeiro no Brasil e na Argentina, influenciados pela piora nas expectativas quanto à evolução das condições econômicas no contexto de crise vivida pela Argentina e pelo Brasil nesse período. Cabe destacar ainda que a

¹²⁸ (SARTI, et al., 2010 p. 18)

capacidade ociosa no período estava em patamares bastante elevados, dada a maturação dos investimentos realizados no final da década de 90.

A partir de 2003, entretanto, com o início do ciclo de expansão econômica na região, esses fluxos voltam a crescer, alcançando seu auge no início do segundo semestre de 2008, quando estes sofreram forte revés diante da eclosão da crise internacional. Mais recentemente, diante dos resultados positivos nas vendas de automóveis no mercado brasileiro incentivados pelas políticas de desoneração fiscal que vigoraram em 2009, e, com os resultados positivos alcançados em 2010, renasceu a expectativa de que a onda de investimentos volte aos patamares pré-crise, viabilizando a oferta de novos modelos, a modernização dos parques produtivos e o aumento da capacidade instalada.

Conforme pudemos observar no gráfico 12, os investimentos realizados pelo setor automobilístico no Brasil entre 1990 e 2008, formaram duas ondas nas segundas metades das duas últimas décadas, a primeira particularizada pela entrada de novos *players*, pela integração das cadeias produtivas e pela modernização do parque instalado; a segunda, ainda em curso, pela ênfase no desenvolvimento de novos produtos e nos aumentos de capacidade instalada, especialmente conforme a capacidade ociosa foi alcançando níveis críticos no final da década.

A forte presença das montadoras européias, que conformam algumas das principais características do padrão de inserção da indústria regional, foi reforçada na década de 2000, ainda que a importância das asiáticas também tenha crescido. Na tabela 42, observamos os dados de estoque de IED das empresas do setor automobilístico por país de origem da *holding* para o Brasil. Entre 2000 e 2005, enquanto as empresas norte-americanas reduzem sua participação no total do estoque de IED de 40,9% para 25,7%, as empresas alemãs e as francesas se destacam como grandes investidoras no mercado nacional, aumentando respectivamente sua participação de 13,4% para 23,4% e de 5,3% para 17,2%. Nesses dois conjuntos, a Volkswagen, a PSA Peugeot Citroën e a Renault são as grandes responsáveis por esse crescimento. Entre as japonesas, por sua vez, a Toyota, a Honda e a Nissan

respondem pela maior parte do crescimento asiático, que mais do que dobrou seu estoque de IED nesses mesmos anos.

Tabela 42. Brasil: Estoque de IED das empresas automobilísticas de capital majoritário estrangeiro com atividades, por país de origem da *holding* (em US\$ milhões*)

	1995		2000		2005	
	Indústria Automotiva**	% do total	Indústria Automotiva**	% do total	Indústria Automotiva**	% do total
EUA	1.820,76	29,4%	2.943,17	40,9%	2.889,91	25,7%
Alemanha	3.424,48	55,2%	966,93	13,4%	2.635,08	23,4%
França	0,00	0,0%	379,90	5,3%	1.934,61	17,2%
Itália	516,20	8,3%	1.184,53	16,4%	1.234,88	11,0%
Japão	59,31	1,0%	230,12	3,2%	515,15	4,6%
Espanha	1,18	0,0%	67,81	0,9%	475,30	4,2%
Suécia	284,98	4,6%	418,44	5,8%	269,61	2,4%
Reino Unido	11,58	0,2%	59,66	0,8%	102,79	0,9%
Total	6.200,61	100,0%	7.203,64	100,0%	11.241,31	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base em Censo de Capitais Estrangeiros, Banco Central do Brasil.

Notas:

* Dados deflacionados pelo CPI (*Consumer Price Index*), base 100 em 2005.

** Indústria automotiva: Empresas com atividade econômica principal classificadas como “Fabricação e montagem de veículos automotores, reboques e carrocerias”.

Na Argentina, apesar da indisponibilidade de dados de estoque de IED para o setor automobilístico, as montadoras instaladas no país investiram US\$ 1,2 bilhão entre 2003 e 2007. Além disso, as estimativas baseadas nos investimentos planejados pelas montadoras neste ano previam um montante superior a US\$ 3,5 bilhões de investimentos entre 2007 e 2010. Entretanto, cabe observar que grande parte desses planos foi postergada em função dos efeitos da crise internacional de 2008¹²⁹.

¹²⁹ (Agencia Nacional de Desarrollo de Inversiones, 2007)

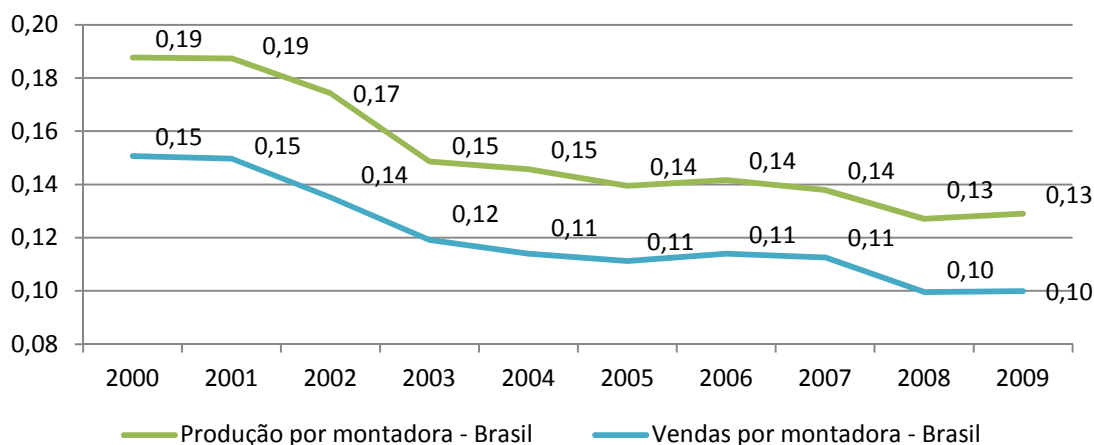
Outras informações sobre os investimentos realizados pelas montadoras foram incluídas no tópico referente às estratégias adotadas pelas empresas, inseridas no item 3.3.

3.3 *Players* na Argentina e no Brasil

Passemos agora a analisar o padrão de inserção da indústria automobilística do MERCOSUL sob o ponto de vista das filiais instaladas na região. As tabelas 43 e 44 sintetizam as informações básicas das montadoras de automóveis de passeio e de comerciais leves no Brasil e na Argentina.

Conforme foi salientado anteriormente, a indústria regional passou por transformações significativas nos últimos quinze anos em termos de concorrência e competitividade, promovidos pela entrada de novos *players* e pelos aportes de investimento realizados. Como se pode observar no gráfico abaixo em relação ao mercado brasileiro, essas transformações contribuíram para uma redução do grau de concentração tanto da produção quanto da demanda no período.

Gráfico 23. Brasil: Evolução do IHH* da produção e do consumo das fabricantes de automóveis leves (2000-09)



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ANFAVEA.

No segmento de automóveis de passeio, a Honda (1997), Toyota (1998), Renault (1999), Mercedes-Benz (1999) e Peugeot-Citroën (2001) instalaram filiais no Brasil,

juntando-se à Fiat, Ford, GM e Volkswagen, que dominavam a produção e as vendas domésticas até então.

Na Argentina, os anos 1990 representam a volta do controle das matrizes transnacionais sobre as antigas unidades produtivas ali instaladas desde a década de 60, que haviam passado para o controle acionário de empresas locais entre as décadas de 70 e 80. É o caso da Fiat (sai em 1980 com a incorporação de suas fábricas pela empresa de capital argentino SEVEL e retorna em 1995 com a instalação de uma nova fábrica em Córdoba), GM (saiu em 1978 e retornou em 1995, com a construção de uma fábrica também em Córdoba), Peugeot (saiu em 1980, também tendo suas operações incorporadas pela SEVEL e retornou em 2000, com novos aportes de capital para a produção de novos modelos) e Citroën (saiu em 1979 e retornou em 1997, já sob a denominação PSA Peugeot Citroën).

No segmento de comerciais leves, a Mitsubishi iniciou suas operações brasileiras em Catalão-GO em 1998; a Nissan, em parceria com a Renault, iniciou a produção local em 2002; e a Hyundai Coda, em 2007. Desde janeiro de 2009, a Nissan ampliou o leque de modelos produzidos localmente, passando a produzir também automóveis, mas com escala ainda relativamente reduzida. Além dessas, com exceção da Toyota e da Honda, todas as montadoras instaladas no país também produzem comerciais leves.

Na Argentina, a Toyota iniciou suas operações em meados da década de 90, e desde então se concentra na produção de *pick-ups* destinadas principalmente ao mercado brasileiro. A Mercedes-Benz, por sua vez, monta caminhões no país desde meados do século passado, mas a produção de comerciais leves (furgões) se iniciou com a inauguração do Centro Industrial Juan Manuel Fangio, em 1996. Além dessas duas, todas as outras montadoras instaladas no país também produzem veículos comerciais leves.

Conforme sinalizado anteriormente, o padrão de inserção da indústria regional ainda caracteriza-se pelo predomínio das montadoras européias e norte-americanas, apesar da crescente importância das asiáticas. Não tendo ocorrido grandes alterações no *market-share* dos concorrentes na década de 2000 em relação, por exemplo, ao que ocorreu no resto do

mundo, podemos dividir o grupo de filiais em três grupos relativamente estáveis, com base na escala produtiva e na data de início das operações no bloco.

No Grupo I seriam agrupadas as filiais que já produziam automóveis no Brasil antes da onda de investimentos da década de 90, e que possuem escala produtiva no bloco acima dos 350 mil autoveículos leves por ano nos últimos cinco anos. Como fundamentaremos abaixo, as características básicas do padrão de inserção da indústria regional se deve à atuação dessas filiais, que mantiveram seu domínio no mercado de veículos leves na região sem, portanto, ter perdido muito espaço em relação às novas entrantes. Nessa categoria incluem-se a GM, a Fiat, a Volkswagen e a Ford.

No Grupo II, composto pelos novos *players*, incluem-se as montadoras que se instalaram no Brasil na década de 90 e que possuem escala produtiva entre 100 mil e 350 mil veículos por ano na região no mesmo período. A Honda, a PSA Peugeot Citroën, a Renault e a Toyota formam esse grupo. Com relação a esse grupo, cumpre lembrar que, no âmbito mundial, as japonesas Honda e Toyota estiveram entre as montadoras que tiveram mais sucesso em expandir sua participação nas vendas de veículos leves nos anos 2000, não tendo reproduzido, pelo menos nesses anos, os mesmos resultados obtidos nos mercados centrais.

Por fim, no Grupo III, estão incluídas as montadoras que só mais recentemente passaram a produzir veículos leves na região, ou que ainda possuem escalas produtivas menores do que 100 mil/ano no segmento, caso da Hyundai, da Mercedes-Benz, da Mitsubishi e da Nissan. Desde já se observa que o padrão de inserção da Mercedes nesse mercado diverge em relação às outras filiais do grupo. Primeiro, em função de ser especializada em automóveis de passeio de luxo, com alto grau de sofisticação e com mercado interno relativamente reduzido. Depois, por ter concentrado sua produção de comerciais leves (furgão de cargas) na planta argentina, sendo também ali uma exceção em relação às outras filiais instaladas, uma vez que a alta proporção de veículos exportados para fora do MERCOSUL permite caracterizar a sua inserção como sendo mais próxima de

uma típica plataforma exportadora. Mais adiante, analisaremos mais pormenorizadamente o padrão de inserção da Mercedes na região.

Tabela 43. Principais unidades montadoras de autoveículos leves no Brasil.

	Produtos	Fábricas	Concessionárias	Emprego
Agrale	CL	4	87	1.638
Fiat	Autom e CL	3	479	12.392
Ford	Autom e CL	4	447	10.372
GM	Autom e CL	4	375	23.705
Honda	Autom.	1	107	3.445
Hyundai	CL	1	136	267
Iveco	CL	2	57	1.714
Mercedes-Benz	Autom.	2	192	13.890
Mitsubishi	CL	1	136	1.997
Nissan (**)	Autom e CL	1	65	-
Peugeot-Citröen PSA	Autom e CL	2	238	4.073
Renault	Autom e CL	3	142	4.615
Toyota	Autom.	2	123	3.294
Volkswagen	Autom e CL	4	416	24.599

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ANFAVEA.

Obs: Autom: automóveis de passeio, CL: comerciais leves.

(*) Compartilha a unidade industrial com a Renault

Tabela 44. Principais unidades montadoras de autoveículos leves na Argentina*.

	Produtos**	Fábricas	Concessionárias	Emprego
General Motors	Autom e CL	1	100	2200
Mercedes-Benz	CL	1	-	2050
Fiat	Autom e CL	1	50	4200
Ford	Autom e CL	1	67	2800
Peugeot-Citroën	Autom e CL	2	146	6000
Renault	Autom e CL	1	69	1700
Toyota	CL	1	40	3000
Volkswagen	Autom e CL	2	96	1500

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ADEFA.

(*) Números aproximados, obtidos por meio de consulta aos sítios das montadoras.

(**) Obs: Autom: automóveis de passageiro, CL: comerciais leves.

3.3.1 Produção por montadora

O predomínio das montadoras do Grupo I se expressa no fato que estas ainda concentram cerca de 80% da produção de autoveículos leves no Brasil, apesar da parcela correspondente aos outros dois grupos ter crescido ao longo da última década. Em 2009, a participação da Volkswagen, líder em produção de autoveículos leves desde 2004, foi de 28,4%, muito próximo dos resultados dos dois anos anteriores. A Fiat, que perdeu a liderança em 2000 para a GM, ocupa a segunda colocação desde 2006, quando voltou a produzir mais do que a montadora norte-americana, até então na segunda posição. Em 2009, a montadora italiana fechou o ano com a participação de 24,6% do total da produção brasileira.

Como de praxe, a tabela 45 apresenta os volumes de produção de veículos das montadoras instaladas no Brasil em anos selecionados ao longo da última década, as variações de 2000 para 2008 e de 2008 para 2009, e a contribuição de cada montadora para o total da variação nesses dois períodos.

Durante o primeiro período, que inclui a maior parte da década, a produção das montadoras brasileiras se expandiu 88,2%, dos quais a maior parte (91,1%) se verificou depois de 2004, impulsionado pelo aumento da demanda no mercado doméstico e pela recuperação da economia argentina. As montadoras do Grupo I contribuíram com mais de 70% dessa expansão, com a Volkswagen contribuindo com 25,4%, a Fiat com 20,7% a Ford com 13,3% e a GM com 11,7%. As montadoras do Grupo II, por sua vez, contribuíram com 25,1% da expansão da produção do período, com destaque para a PSA Peugeot Citroën, que, apesar de iniciar suas atividades já na década de 2000, chegou em 2008 tendo contribuído com 9,3% do total da expansão do período. No Grupo III, a montadora que mais contribuiu para a expansão do período foi a Mitsubishi, com 2,2%.

Vale ressaltar, porém, que se for considerado somente o segmento de comerciais leves, no qual a Mitsubishi concentra a sua produção, a montadora contribuiu com 13,9%

dos 95,1% de expansão entre 2000 e 2008, mesmo tendo iniciado sua produção no final da década de 90.

Na Argentina, por sua vez, a produção de autoveículos leves se expandiu 77,6% entre os anos de 2000 e 2008 (tabela 36), mas a expansão só se verificou entre 2003 e 2008, uma vez que o país passou por uma severa crise econômica no início da década que condicionou uma redução de mais de 50% do nível de produção entre 2000 e 2002. De qualquer maneira, passado esse período de turbulência, a produção de veículos na Argentina se expandiu de maneira expressiva, e as montadoras que mais contribuíram para esse resultado foram a PSA Peugeot Citroën (24,9%), a GM (23,4%) e a Toyota (18,7%).

No biênio 2008-2009, marcado pelos efeitos da crise econômica que atingiu o setor automobilístico no mundo todo, houve uma redução generalizada nos níveis de produção de autoveículos tanto no Brasil quanto na Argentina, que se reduziu em 7,2% no primeiro e 11,5% no segundo. Para essa redução, contribuíram principalmente a GM (27,4%) e a Volkswagen (26,9%) no Brasil; e a PSA Peugeot Citroën (70,2%) na Argentina.

Tabela 45. Brasil: Produção de autoveículos leves por montadora, 2000-2009 (em milhares de unidades)

	2000	2007	2008	2009	Var. 2000-08	Var. 2008-09	Contr. 2000-08	Contr. 2008-09
Fiat	433,7	718,6	724,7	686,7	67,1%	-5,2%	20,7%	17,5%
Ford	107,9	286,1	294,8	293,0	173,3%	-0,6%	13,3%	0,8%
GM	438,9	577,0	603,8	544,4	37,6%	-9,8%	11,7%	27,4%
Volkswagen	490,9	797,0	848,9	790,5	72,9%	-6,9%	25,4%	26,9%
Honda	20,6	106,0	131,1	124,1	537,6%	-5,4%	7,9%	3,3%
PSA	-	119,4	131,0	108,4	-	-17,3%	9,3%	10,4%
Renault	58,1	97,5	122,2	113,3	110,3%	-7,2%	4,6%	4,1%
Toyota	18,8	56,0	67,0	57,5	256,1%	-14,2%	3,4%	4,4%
Hyundai	-	3,0	11,3	6,0	-	-46,4%	0,8%	2,4%
Mercedes*	20,6	8,3	27,1	15,0	31,4%	-44,6%	0,5%	5,6%
Mitsubishi	6,3	25,8	37,2	29,6	495,1%	-20,5%	2,2%	3,5%
Nissan	-	9,1	5,3	16,8	-	216,8%	0,4%	-5,3%
Total	1596,9	2803,8	3004,5	2787,5	88,2%	-7,2%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ANFAVEA.

(*) Inclui a produção da Daimler-Chrysler até 2007.

Tabela 46. Argentina: Produção de autoveículos leves por montadora, 2000-2009 (em milhares de unidades)

	2000	2007	2008	2009	Var. 2000-08	Var. 2008-09	Contr. 2000-08	Contr. 2008-09
Fiat	33,8	0,0	28,7	78,6	-15,1%	173,8%	-2,0%	-75,5%
Ford	56,1	88,0	83,6	72,6	49,0%	-13,3%	10,9%	16,8%
GM	41,0	115,3	100,0	82,0	143,8%	-18,0%	23,4%	27,3%
Volkswagen	44,4	57,5	63,2	52,0	42,1%	-17,6%	7,4%	16,8%
PSA	69,1	117,2	131,8	85,4	90,7%	-35,2%	24,9%	70,2%
Renault	58,7	66,4	73,3	65,5	24,9%	-10,7%	5,8%	11,9%
Toyota	17,3	69,0	64,5	62,5	272,6%	-3,1%	18,7%	3,0%
Mercedes	3,9	25,6	31,2	11,7	699,8%	-62,5%	10,8%	29,5%
Total	324,5	539,0	576,3	510,3	77,6%	-11,5%	100,0%	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ADEFA.

A análise da evolução da produção das montadoras no MERCOSUL permite ressaltar algumas características que a indústria automobilística da região apresentou ao longo da década de 2000.

Em primeiro lugar, o relativo equilíbrio das escalas produtivas de cada montadora na Argentina, com as empresas do Grupo I possuindo participação equivalente às empresas do Grupo II. Contribui para isso a ampliação do mercado promovida pela integração regional, que contribuiu para que os investimentos que foram feitos a partir dos anos 1990 no país tenham sido direcionados para a produção de veículos para o grande mercado brasileiro, sem o qual não haveria espaço para a atuação de oito montadoras com escalas de produção competitivas no país.

Em segundo, a queda da participação na produção da GM a partir de 2002 nos dois países, que passou de 30,4% para 19,5% no Brasil e de 27,9% para 16,1% na Argentina, refletindo internamente o enfraquecimento verificado pela montadora no nível mundial, pelo menos no seu nível de produção.

Em terceiro, a relativa estagnação na participação da Toyota na região num contexto marcado pela sua consolidação como maior fabricante de autoveículos do mundo, em especial no Brasil, onde a sua participação declinou de 2,4% em 2003 para 2,1% em 2009.

Tabela 47. Brasil: Participação das montadoras na produção doméstica de autoveículos leves (2000-2009)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Fiat	27,2%	25,4%	22,7%	20,8%	20,0%	21,2%	22,8%	25,6%	24,1%	24,6%
Ford	6,8%	6,2%	8,5%	11,8%	11,8%	12,7%	12,1%	10,2%	9,8%	10,5%
GM	27,5%	29,7%	30,4%	29,7%	25,8%	23,6%	22,3%	20,6%	20,1%	19,5%
Volkswagen	30,7%	30,2%	29,1%	25,6%	29,6%	29,2%	29,6%	28,4%	28,3%	28,4%
Honda	1,3%	1,3%	1,2%	2,0%	2,6%	2,8%	3,2%	3,8%	4,4%	4,5%
PSA	0,0%	1,1%	2,9%	2,7%	3,1%	4,2%	3,9%	4,3%	4,4%	3,9%
Renault	3,6%	4,1%	2,8%	3,4%	3,1%	2,5%	2,7%	3,5%	4,1%	4,1%
Toyota	1,2%	0,9%	1,0%	2,4%	2,4%	2,4%	2,3%	2,0%	2,2%	2,1%
Hyundai	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,4%	0,2%
Mercedes	1,3%	0,6%	0,5%	0,4%	0,3%	0,2%	0,0%	0,3%	0,9%	0,5%
Mitsubishi	0,4%	0,5%	0,6%	0,7%	0,8%	0,8%	0,8%	0,9%	1,2%	1,1%
Nissan	0,0%	0,0%	0,2%	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,3%	0,2%	0,6%
Outros**	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ANFAVEA.

(*) Inclui a produção da Daimler-Chrysler até 2007.

(**)Corresponde à produção da Agrale, Iveco, Volvo, Scania, International e Land Rover.

Tabela 48. Argentina: Participação das montadoras na produção doméstica de autoveículos leves (2000-2009)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Fiat	10,4%	13,9%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%	15,4%
Ford	17,3%	21,6%	30,3%	23,8%	26,5%	22,0%	18,4%	16,3%	14,5%	14,2%
GM	12,6%	11,9%	27,9%	26,9%	22,6%	19,7%	16,6%	21,4%	17,3%	16,1%
Volkswagen	13,7%	14,0%	12,0%	12,6%	10,0%	8,1%	11,0%	10,7%	11,0%	10,2%
PSA	21,3%	20,0%	10,8%	13,6%	18,6%	20,4%	22,3%	21,7%	22,9%	16,7%
Renault	18,1%	11,5%	8,3%	9,2%	9,7%	9,8%	12,3%	12,3%	12,7%	12,8%
Toyota	5,3%	7,1%	7,1%	9,4%	7,5%	14,6%	15,0%	12,8%	11,2%	12,3%
Mercedes	1,2%	0,0%	3,2%	4,4%	5,1%	5,4%	4,4%	4,8%	5,4%	2,3%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ADEFA.

Para encerrar essa seção, a tabela abaixo apresenta um indicador da importância das filiais regionais para suas respectivas corporações, obtido pelo cálculo da participação das suas produções no total produzido em nível mundial. A partir desses dados, é possível observar que as filiais das montadoras norte-americanas e européias instaladas no MERCOSUL possuem maior relevância dentro das suas corporações em comparação com as asiáticas, que, em nível mundial, foram as que mostraram maior crescimento e competitividade. Apesar da fragilidade desse indicador para medir a importância da filial na corporação, essa discrepância pode causar impactos significativos sobre o padrão de

inserção da indústria automobilística regional, na medida em que aponta para uma possível perda de importância do bloco na indústria em nível global.

Tabela 49. Participação das filiais do MERCOSUL na produção mundial de automóveis leves, por montadora (2000-2008)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Fiat	18,5%	20,5%	18,7%	18,3%	22,2%	26,0%	25,5%	28,4%	31,8%
Ford	2,2%	2,3%	2,9%	3,7%	4,9%	5,8%	5,9%	6,1%	7,1%
GM	5,9%	7,1%	6,5%	6,4%	7,0%	6,9%	7,0%	7,4%	8,5%
Volkswagen	10,5%	10,8%	10,3%	9,2%	13,3%	13,9%	13,8%	13,7%	14,3%
Honda	0,8%	0,8%	0,7%	1,2%	1,7%	1,9%	2,2%	2,7%	3,4%
PSA	2,4%	2,0%	2,0%	2,1%	3,4%	4,8%	5,7%	6,8%	7,9%
Renault	4,8%	4,1%	2,6%	3,1%	3,7%	3,5%	4,6%	6,1%	8,1%
Toyota	0,6%	0,5%	0,5%	0,9%	1,1%	1,5%	1,6%	1,5%	1,5%
Hyundai	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,4%
Mitsubishi	0,4%	0,5%	0,6%	0,8%	1,3%	1,5%	1,5%	1,8%	2,9%
Nissan	0,0%	0,0%	0,1%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da OICA, ANFAVEA e ADEFA.

3.3.2 Vendas domésticas por montadora

Ao longo da década de 2000, a evolução das vendas no mercado brasileiro esteve altamente correlacionada com a evolução da produção ($\rho = 0,9$), mas uma comparação mais atenta aponta para diferenças significativas, todas relacionadas às diferentes estratégias adotadas pelas montadoras.

Primeiro, a disputa pela liderança nas vendas se mostrou muito mais acirrada do que na produção, com três montadoras muito próximas de alcançar a 1ª posição ao longo do período. Em 2009, a líder Fiat fechou o ano com 24,9% das vendas domésticas, seguida da Volkswagen, com 23,1% e da GM, com 20,3%. Segundo, a queda na participação da GM nas vendas internas foi consideravelmente menor do que a sua queda na participação na produção doméstica, de forma que a montadora conseguiu se manter próximo da líder em termos de fatia de mercado. Terceiro, a participação do Grupo III no total das vendas internas no Brasil é consideravelmente maior do que aquele verificado no total da produção, fruto da maior proporção de importados no leque de produtos oferecidos pelas montadoras desse grupo.

Na Argentina, a evolução das vendas também evidenciou o caráter dependente da indústria automobilística local em relação ao grande mercado brasileiro (grande parcela das vendas internas foi suprida com importações¹³⁰), mostrando que as estratégias adotadas pelas montadoras instaladas no país voltaram-se mais para o mercado regional do que para o doméstico.

A liderança nas vendas de automóveis e comerciais leves foi ocupada por três empresas diferentes na Argentina ao longo dos últimos 10 anos, entre as quais somente a Ford também ocupou em algum momento o posto de maior produtor no país. Do início da década até o ano de 2002 essa posição foi ocupada pela Renault, impulsionada pelo sucesso do compacto Clio. Em 2003, a Ford passou a Renault, mas a partir do ano seguinte perdeu a posição para a Volkswagen, que até hoje lidera na preferência dos consumidores. A vantagem desfrutada pela alemã, porém, foi se reduzindo desde então, cedendo espaço principalmente para as francesas Renault e PSA Peugeot Citroën, que, somadas, ampliaram sua fatia de mercado de 22,8% para 28,9% entre 2004 e 2009.

3.3.3 Principais estratégias das montadoras na região

As estratégias adotadas pelas montadoras instaladas no MERCOSUL ao longo dos anos 2000, condicionadas pelas políticas públicas discutidas no capítulo precedente, conformaram as características previamente identificadas no seu padrão de inserção internacional.

De uma maneira geral, apesar da auto-suficiência que caracteriza a indústria automobilística regional, identificamos uma tendência generalizada de aumento das importações promovido pelas filiais brasileiras, incentivadas pela tendência de valorização do Real a partir de 2004. Assim, mesmo a Fiat e a Volkswagen, tradicionalmente pouco dependentes de importações, aumentaram consideravelmente seus coeficientes de

¹³⁰ De fato, o coeficiente de penetração das importações se manteve acima dos 50% desde 2003 na Argentina, enquanto que no Brasil essa variável só superou a barreira dos 5% no ano de 2008, ficando ainda abaixo dos 10% ao final de 2009.

penetração das importações nesses anos. Além disso, observa-se ainda a volta dos grandes planos de investimentos em desenvolvimento de novos produtos e aumentos de capacidade instalada, ancoradas nas perspectivas positivas para a economia do bloco.

Resumidamente, portanto, podemos dizer que a evolução recente do padrão de inserção da indústria regional aponta para a manutenção das características que estão presentes desde o seu surgimento, baseado na ausência de montadoras nacionais, no predomínio das européias e norte-americanas com traços europeus, na forte dependência do mercado interno e no caráter regional do seu comércio exterior.

Passemos a partir desse ponto para a análise das estratégias adotadas por cada uma das filiais instaladas na região, identificando as convergências e divergências em relação a essas regras gerais.

3.3.3.1 FIAT

Líder de vendas no expressivo mercado brasileiro desde 2005, a filial da Fiat no país é a que possui maior poder dentro da corporação mundial, respondendo por cerca de um terço da produção mundial de automóveis da marca.

Diante do dinamismo do mercado brasileiro a partir do ciclo de crescimento econômico de 2003-08, e como consequência da crise argentina nos primeiros anos da década, a corporação optou por concentrar a produção regional no Brasil atendendo a demanda do bloco com exportações a partir de Betim. Ao mesmo tempo, a montadora foi uma das grandes responsáveis pelo caráter auto-suficiente e internacionalmente pouco integrado da indústria regional, importando pouco e direcionando a maior parte das suas vendas para o mercado regional.

Na Argentina, mesmo sem produzir no país durante a maior parte da década, a Fiat logrou manter mais de 10% do *market-share* nos últimos anos, baseado na oferta dos veículos produzidos no Brasil (principalmente o Palio, o Siena e o Uno).

A partir de 2008, porém, a estratégia da montadora começou a sofrer mudanças significativas. Primeiro, reativou a produção na planta argentina de Córdoba com a finalidade de produzir modelos destinados principalmente para o mercado brasileiro. A razão para a decisão se baseava na saturação da planta mineira (que opera com baixíssima capacidade ociosa) e na existência de uma unidade no país vizinho que já estava estabelecida. Desde então, o coeficiente de exportações da filial argentina tem sido de 75% ou mais, com as vendas concentradas no grande mercado brasileiro.

No ano seguinte, as mudanças nas estratégias da filial se aprofundaram com a fusão com a Chrysler em nível global, que, como vimos, havia se fragilizado perigosamente com a crise de 2008. A partir de então, a Fiat passou a buscar uma maior integração com o NAFTA, passando a oferecer no Brasil o compacto de luxo *Cinquecento* que em breve será produzido na planta da Chrysler em Toluca, no México, com motor produzido na fábrica da Chrysler em Michigan, nos EUA. As perspectivas para a planta mexicana incluem o acesso do compacto ao mercado norte-americano, brasileiro e asiático, devendo, portanto, se transformar numa grande plataforma exportadora.

No Brasil, a montadora anunciou no final de 2010 o plano de investir R\$ 10 bilhões entre 2011 e 2014, 70% dos quais na planta de Betim e 30% na instalação de um novo complexo industrial no Complexo Industrial Portuário de Suape, em Pernambuco, com perspectivas de impulsionar a estratégia da filial de ampliar seu grau de internacionalização nos próximos anos¹³¹. Na Argentina, a montadora investiu cerca de US\$ 100 milhões entre 2007 e 2008, com o objetivo de aumentar a produção na planta de Córdoba. O plano é triplicar a produção para atender a demanda do mercado brasileiro com implantação de novos turnos de trabalho¹³².

¹³¹ (FIAT, 2010)

¹³² (EXAME, 2010)

3.3.3.2 Volkswagen

No que se refere ao padrão de inserção internacional, as filiais sul-americanas da Volkswagen possuem um perfil relativamente internacionalizado do ponto de vista de suas exportações e importações de autoveículos leves, contribuindo significativamente para o processo de integração econômica na América Latina, uma vez que esse fluxo se direciona majoritariamente para o MERCOSUL e México¹³³.

De fato, a empresa persegue uma política exportadora agressiva, tanto por parte de sua filial brasileira como da argentina. Nesse sentido, a Volkswagen do Brasil ocupa desde 2004 a posição de maior exportadora entre as montadoras instaladas no país, respondendo por mais de 40% das exportações totais brasileiras de autoveículos leves. A filial do país vizinho, por sua vez, exporta mais de 60% de sua produção, dos quais mais de 95% destinados ao Brasil e ao México, mesmo possuindo uma demanda doméstica significativa, sendo a líder de vendas no país.

Do ponto de vista das importações, as mesmas características se evidenciam. Assim, tanto a filial brasileira quanto a argentina adotam a estratégia de complementação do leque de veículos oferecidos ao mercado doméstico com veículos importados, ainda que em menor grau do que a GM e a Ford entre as montadoras do Grupo I, que com ela concorrem diretamente. No Brasil, a empresa alemã aumentou significativamente a participação dos importados no total de suas vendas no país desde 2007, elevando o coeficiente de importação de uma média de 2,2% ao longo do período 2000-2006 para uma média acima de 7% entre 2007-2009. Na Argentina, ainda que os dados de importações/exportações das montadoras estejam restritos ao período pós-2005, o coeficiente de importação tem sido superior a 80% nesses anos, contribuindo para que a sua participação no total das vendas internas seja consideravelmente maior do que a participação na produção doméstica, resultado da especialização das plantas argentinas na produção de veículos médios de menor escala de produção e maior sofisticação.

¹³³ (SARTI, et al., 2010)

Dentro do novo ciclo de investimentos esperados para os próximos anos, a Volkswagen planeja investir no Brasil cerca de R\$ 6,2 bilhões até 2014, aumentando em cerca de 25% sua capacidade instalada e alcançando o patamar de 1 milhão de veículos produzidos por ano. A expectativa da companhia é de que o Brasil torne-se o segundo maior mercado da Volkswagen no mundo, ultrapassando inclusive o mercado alemão ainda no decorrer dessa década que se inicia¹³⁴.

3.3.3.3 General Motors

Ao passo que a Volkswagen adotou uma estratégia mais voltada às exportações, a GM no Brasil preferiu manter sua participação no mercado brasileiro por meio de incrementos das importações, buscando assim compensar as perdas que vinha sofrendo, principalmente no mercado norte-americano. Essa compensação se processou aumentando o mercado disponível para os autoveículos produzidos nos EUA e México, aumentando as receitas e os lucros daquelas operações; e permitindo a postergação de investimentos planejados no mercado brasileiro, destinados à introdução de novos modelos e ao aumento de capacidade.

É importante ressaltar, entretanto, que uma parte considerável das importações que passaram a ser realizadas pela filial brasileira tem a Argentina como origem, que teve seu coeficiente de exportação aumentado de 45,5% na média de 2005-2006, para 66,5% na média de 2007-2008. Em 2009, esse indicador sofreu um revés na esteira da crise econômica, que afetou as exportações da GM em nível mundial.

Em consonância com a estratégia da companhia, a filial brasileira elevou suas importações e reduziu suas exportações a partir de 2007. O coeficiente de importação saiu de uma média de 2,3% entre 2000 e 2006 para uma média de 11,3% entre 2007 e 2009, enquanto que a participação das importações da montadora no total das importações de veículos leves, na mesma base de comparação, saiu de uma média de 8,5% para uma média

¹³⁴ (SCHMALL, 2009)

de 19,1%. O coeficiente de exportações, por sua vez, se reduziu de uma média de 33,7% entre 2000 e 2006, para 16,7% entre 2007 e 2009, ao mesmo tempo em que a participação no total das exportações do segmento se reduziu de 33,4% para 15,0% na mesma base de comparação.

A estratégia perseguida pela GM nos últimos anos incluiu a realização de investimentos significativos na região do MERCOSUL. Na planta de Gravataí-RS, além da ampliação que se concluiu em 2006 com o apoio dos governos estadual e federal, a montadora anunciou um plano de investimentos de R\$ 5 bilhões até 2012, que inclui um plano de expansão da planta e a introdução de uma nova linha de produtos destinados a substituir o Celta e o Prisma a partir de 2012¹³⁵.

A planta de Rosário, na Argentina, também recebeu investimentos na ordem de US\$ 70 milhões destinados à viabilização da produção do Agile e dos novos modelos da família Viva, que estão sendo desenvolvidos pela filial brasileira¹³⁶. Essa nova linha de produtos também exigiu investimentos na planta de São José dos Campos-SP.

A eclosão da crise de 2008 também trouxe alterações no padrão de inserção da filial sul-americana. Com o agravamento da situação financeira da corporação norte-americana promoveu-se uma remodelação dentro da organização, que passou a ser dividida do ponto de vista geográfico entre a América do Norte e o resto do mundo, com sedes respectivamente em Detroit e Shanghai. Desta maneira, as subsidiárias brasileira e argentina passaram a ficar subordinadas à filial chinesa, podendo, no futuro, terem mais reduzidos os seus graus de importância dentro da corporação¹³⁷.

¹³⁵ (GM Brasil, 2010)

¹³⁶ (Ámbito.com, 2010)

¹³⁷ (SARTI, et al., 2010)

3.3.3.4 Ford

Ao longo do período analisado nesse trabalho, a Ford adotou uma estratégia de alto grau de complementaridade tanto no Brasil quanto na Argentina, utilizando para isso os direitos garantidos pelos acordos comerciais firmados tanto no MERCOSUL quanto com outros países. Entretanto, com o passar dos anos, a montadora reduziu tanto o seu coeficiente de exportação quanto o de importação, especialmente no mercado brasileiro.

O coeficiente de exportação se reduziu de 40,2% em 2003 para 18,3% em 2009, como reflexo da valorização do câmbio e da tentativa de garantir sua fatia de mercado no país por meio da especialização nos produtos mais demandados localmente. Cabe destacar que esse coeficiente já vinha se reduzindo desde a segunda metade dos anos 1990, fator que enfraquece o câmbio como determinante desse movimento.

O de importação sofreu forte queda (de 34,7% para 13,0%) no período 2001-2005 em função da maturação dos investimentos realizados na planta de Camaçari-BA. A partir de 2005, porém, diante da valorização do real e do dinamismo da demanda interna, esse indicador voltou a crescer, saindo dos 13,0% de 2005 para 16,8% em 2008. Em 2009, o coeficiente voltou a cair para o patamar de 14,8%.

Na Argentina, a filial da Ford é uma das maiores exportadoras do país, respondendo por cerca de 1/5 do total de autoveículos vendidos pelo país aos mercados externos. À exceção da Mercedes-Benz, que produz o furgão Sprinter quase exclusivamente para exportação, a Ford é a montadora com maior coeficiente de exportação médio, na casa dos 73% entre 2005 e 2008. Com relação às importações, o coeficiente caiu abruptamente a partir do fim da paridade peso-dólar, partindo da casa dos 31% entre 2000 e 2002 para uma média de 16% entre 2003 e 2009.

No que se refere aos investimentos, além dos R\$ 600 milhões investidos na fábrica de motores de Taubaté-SP, a montadora planeja investir outros R\$ 4 bilhões entre 2011 e 2015, aproveitando-se para isso do Regime Automotivo do Norte, Nordeste e Centro-Oeste, que garante isenção total do imposto de importação de bens de capital e de 90% para a

compra de autopeças para os novos modelos produzidos nacionalmente¹³⁸. Desse total, R\$ 2,8 bilhões se destinarão às plantas de Camaçari-BA e de Horizonte-CE, e o restante será distribuído entre as plantas de São Bernardo do Campo-SP e de Taubaté-SP. Na Argentina, serão investidos cerca de R\$ 250 milhões

3.3.3.5 Honda

A consolidação da divisão de automóveis da Honda no Brasil se iniciou com a busca de *market-share* por meio de importações a partir de 1992, para em 1997 iniciar a sua produção nacional por meio da instalação de uma fábrica em Sumaré-SP, dedicada à montagem do Civic. Desde então, a marca foi consolidando um crescimento consistente em termos de participação no total das vendas internas de automóveis de passeio, partindo de uma marca de 1,5% em 2000 para alcançar os 4,4% em 2009.

A estratégia planejada para a unidade brasileira se voltou originalmente para atender o mercado doméstico com produção local, com poucas expectativas de depender do mercado externo seja para importações de automóveis para complementação da gama de produtos oferecidos, seja para incrementar as receitas com exportações. Desta maneira, o coeficiente de importações da companhia ficou na casa dos 2,5% entre 2000 e 2007. Entretanto, diante do câmbio valorizado e da demanda aquecida, a montadora elevou suas importações para ampliação do leque de produtos oferecidos, aumentando assim esse coeficiente para 8% em 2008 e para 9,8% em 2009.

Com relação aos investimentos ao longo da década, a Honda investiu US\$ 100 milhões para ampliação da fábrica e aumento de capacidade entre 2005 e 2008, depois do sucesso de vendas obtido pelo segundo modelo a ser fabricado na planta, o Honda Fit. Depois de concluídas as obras de expansão, a montadora investiu outros US\$ 160 milhões para a implantação da fábrica de motores dentro da mesma planta, em Sumaré. Com esse avanço, realizado ao longo de 2007 e 2008, a filial brasileira ampliou sua capacidade

¹³⁸ (FORD MOTOR CO, 2009).

instalada de 450 para 650 veículos/dia. Além dessas iniciativas, a Honda planeja ainda inaugurar uma fábrica de automóveis na Argentina com investimentos de pelo menos US\$ 100 milhões, uma vez que o país atualmente representa uma parcela pouco expressiva do total de vendas da companhia¹³⁹.

3.3.3.6 Toyota

Apesar de ser atualmente a maior produtora de autoveículos do mundo, tendo ultrapassado a General Motors em 2007, as filiais sul-americanas da Toyota possuem pouca expressão em termos de produção e vendas totais da companhia. De fato, a produção de autoveículos leves no Brasil somada com a da Argentina não chegou a representar 0,8% da produção total da corporação em 2008, enquanto que as vendas dos dois países, por sua vez, representou somente 0,7% das vendas totais da companhia. Para efeitos de comparação, como já visto, a filial brasileira da Fiat responde por cerca de um terço da produção e das vendas da corporação no mundo enquanto a produção da GM Brasil corresponde a mais de 7% da produção mundial da companhia.

A Toyota produz veículos no Brasil desde os anos 50 (o utilitário Bandeirantes), mas foi a partir da onda de investimentos dos anos 1990 que a marca passou a concorrer mais diretamente no mercado de autoveículos de passeio, com o início da produção do Toyota Corolla na nova planta de Indaiatuba-SP, em 1998. Na Argentina, a montadora iniciou a fabricação da *pick-up* Hilux em 1997, sempre destinando uma parcela importante da sua produção para o Brasil, principal mercado da região para o veículo.

Em 2003, a Toyota aprofundou sua estratégia de complementaridade e de especialização na região, unificando as operações dos dois países e denominando o novo braço da companhia de Toyota MERCOSUL. Com a iniciativa, aprofunda-se também a especialização da planta de Zárate (Argentina) na produção dos comerciais leves e de Indaiatuba-SP na produção de automóveis de passeio, enquanto que a antiga fábrica

¹³⁹ Dados disponíveis no sítio eletrônico da empresa.

instalada no ABC paulista passa a fornecer peças e componentes para a montagem da *pick-up* argentina.

Algumas conseqüências dessa estratégia podem ser observadas na evolução do comércio exterior realizado pelas filiais regionais da montadora japonesa. Primeiro, o coeficiente de importações da filial brasileira manteve um crescimento consistente desde o início do ciclo de expansão iniciado em 2003, partindo de 15,9% para 41,7% em 2009. Ao mesmo tempo, o coeficiente de exportação da planta argentina superou o patamar de 70% entre os anos de 2005 e 2008, em grande parte como decorrência das vendas da *pick-up* Hilux no mercado brasileiro, alavancadas pela apreciação do real em relação ao peso.

Segundo, o coeficiente de exportação da filial brasileira passou por aumentos sucessivos desde 2003, partindo de 6,8% em 2002 para o pico de 37,1% em 2007. Nos últimos dois anos, porém, em conseqüência do aprofundamento do movimento de apreciação cambial e, principalmente, da retração da demanda nos mercados de exportação a partir da crise de 2008, esse indicador se reduziu para 29,2% em 2008 e para 14,4% em 2009.

Com relação aos investimentos, destaca-se a nova fábrica em construção na região de Sorocaba-SP para a produção de automóveis de pequeno porte e de motores, que consumirá cerca de US\$ 600 milhões até o início de suas operações¹⁴⁰. Na Argentina, com a implantação do projeto IMV, que consolidou o país como plataforma exportadora de comerciais leves, foram realizados investimentos da ordem dos US\$ 260 milhões a partir de 2005, o que permitiu à planta de Zárate produzir todas as variantes da *pick-up* Hilux que são comercializadas no mundo. Além desses, a filial planeja investir outros US\$ 50 milhões para ampliação de capacidade ao longo de 2011¹⁴¹.

¹⁴⁰ (TOYOTA MOTORS CO, 2010)

¹⁴¹ (TOYOTA MOTORS CO, 2011)

3.3.3.7 Renault

A Renault está no Brasil desde 1999, quando aportou investimentos para a construção da fábrica de São José dos Pinhais-PR. Apesar dos planos iniciais preverem um forte crescimento da demanda por seus automóveis no país, as vendas não alcançaram os patamares previstos, e atualmente a capacidade ociosa na planta é relativamente alta (capacidade instalada de 250.000 veículos/ano, quando a produção não passou da casa dos 122 mil veículos/ano na última década). Na Argentina, a montadora já produz há mais de 40 anos, tendo ocupado por diversas vezes a liderança nas vendas domésticas, a última das quais se encerrou em 2002. Desde que se iniciou o ciclo de expansão econômica em 2003, entretanto, a montadora jamais passou da 5ª colocação nesse mercado.

Durante a última década, a fabricante francesa adotou uma estratégia de menor complementaridade na qual tanto a filial brasileira quanto a argentina produziram veículos semelhantes, sem a especialização veículos populares X veículos médios que caracterizaram outras montadoras com atuação nos dois países. Assim, mesmo que ambas as filiais realizem importações para a complementação do leque de automóveis oferecidos nos seus mercados, o Mégane é produzido nos dois países, ao passo que o modelo Sandero, produzido no Brasil, tem porte similar ao argentino Clio. Vale ressaltar, contudo, que o coeficiente de importações se mostrou um pouco abaixo da média do setor no último ciclo de expansão, no caso brasileiro (7,3% contra 8,3% entre 2003 e 2009), e bastante abaixo da média do setor no argentino (29,8% contra 56,7% entre 2005 e 2008), corroborando a noção de que os investimentos feitos na região são de tipo *market-seeking*.

Destaca-se ainda como aspecto importante da estratégia adotada pela Renault no MERCOSUL os impactos trazidos pela formação da aliança com a japonesa Nissan, oficializado em 1999. Nesse sentido, as duas montadoras compartilham uma fábrica no Paraná, de onde saem todos os modelos da Nissan produzidos no país.

No que se refere às vendas para mercados externos, o coeficiente de exportação da montadora é relativamente alto no Brasil, com média bem superior às outras montadoras do

Grupo II e com valores próximos aos do Grupo I. Os principais destinos dessas exportações são a Argentina e o México. Na Argentina, entretanto, mesmo com a perda de participação nas vendas e na produção, o coeficiente de exportações continua abaixo da média do setor, apesar de ter se elevado substancialmente a partir de 2007 em função da valorização do real em relação ao peso. Condicionado por esse fenômeno, a participação do Brasil no total das exportações da Renault Argentina se elevou de 18,4% para 77,2% entre 2006 e 2008.

Como parte da estratégia adotada para aumentar a participação nos mercados do MERCOSUL, a Renault realizou investimentos na ordem de R\$ 1 bilhão entre 2007 e 2009 nas plantas brasileiras e planeja investir outro bilhão nos próximos três anos, voltados à modernização dos produtos e à entrada em segmentos onde ainda não atua, como no de utilitários esportivos¹⁴².

Desde a instalação da montadora no Brasil, foram investidos cerca de US\$ 2,4 bilhões na instalação do Complexo Ayrton Senna e no desenvolvimento de novos produtos¹⁴³. Na Argentina, os investimentos previstos para 2011 são da ordem de US\$ 125 milhões, destinados para a modernização e ampliação da planta de Córdoba e para o desenvolvimento de um novo modelo, o Mégane Fluence¹⁴⁴.

3.3.3.8 PSA Peugeot Citroën

A PSA Peugeot Citroën adota na América do Sul, a exemplo do que faz na Europa, uma estratégia de divisão das operações por tamanho de plataforma para a produção de veículos de passeio, destinando a produção dos veículos mais compactos para a filial brasileira (Peugeot 206 e 207 e Citroën C3) e dos veículos médios e/ou mais sofisticados para a filial argentina (Peugeot 307 e Citroën C4), sempre com o objetivo de atender o mercado regional.

¹⁴² (RENAULT, 2008)

¹⁴³ (RENAULT, 2009)

¹⁴⁴ (RENAULT, 2010)

Além disso, de maneira semelhante à Toyota, a filial brasileira da PSA Peugeot Citroën adotou ao longo da década de 2000 uma estratégia de complementação do seu leque de oferta por meio de importações, em especial provenientes da sua filial na Argentina. Assim, entre as montadoras do Grupo II, a montadora francesa tem sido a maior importadora em termos absolutos, tendo aumentado gradativamente no decorrer da última década seu coeficiente de importação (partindo de 8,9% em 2004 para 28,9% em 2009).

Tendo inaugurado a sua fábrica em Porto Real-RJ em 2001, a montadora foi a última do Grupo II a se instalar no Brasil, mas uma vez que o seu *market-share* no mercado brasileiro mais do que dobrou nesse período, passando de 2,2% em 2000 para 5,7% em 2008, sem que a produção no Brasil tivesse que aumentar na mesma proporção (chegou a 4,4% em 2008), a estratégia adotada pela montadora tem sido considerada vitoriosa pelos seus principais executivos.

Na Argentina, a PSA Peugeot Citroën possui uma posição bem mais consolidada, com um mercado significativo no país há pelo menos 35 anos. É a partir do ano 2000, porém, que a montadora francesa adquire o controle da empresa local que até então tinha o direito de produzir os modelos da marca no país, iniciando um ciclo de expansão e renovação dos modelos produzidos localmente, o que lhe garantiu a 3ª posição em termos de participação nas vendas de autoveículos leves a partir de 2006, deixando para trás outros concorrentes de peso como a Ford e a Renault.

No que se refere ao comércio exterior, a filial argentina destina a maior parte de sua produção para o mercado doméstico, apresentando um coeficiente baixo de importação (9,2% em 2008, bem abaixo da média do setor, na casa dos 56,9%) e de exportação (46,4% contra 60,4% em 2008). É importante destacar, entretanto, que assim como ocorre com as outras montadoras instaladas no país, uma parcela significativa dos veículos produzidos no país tem o mercado brasileiro como destino final (29,4% em 2008).

Quanto à estratégia de investimentos, a PSA Peugeot Citroën investiu US\$ 750 milhões entre 2001 e 2006, destinados a implantação da nova planta no estado do Rio, que

incluiu, além da própria unidade de montagem, uma fábrica de motores, na qual investiu € 21,5 milhões até a sua inauguração em 2002. Mais recentemente, essa unidade recebeu investimentos adicionais de US\$ 50 milhões para a implantação da sua primeira linha de usinagem¹⁴⁵. Além desses, a montadora planeja ainda investir outros € 530 milhões entre 2010 e 2012 destinados a introdução de novos modelos e a aumentos da capacidade instalada¹⁴⁶.

É importante destacar ainda que, com o desenvolvimento da versão *pick-up* de carga do 207, projetado pelo departamento brasileiro de engenharia e com produção prevista para o segundo semestre de 2010, pela primeira vez na história da montadora uma filial estrangeira desenvolve capacidade para desenhar novos veículos fora da sede da empresa, na França.

3.3.3.9 Nissan

No mesmo ano em que a Renault iniciou suas operações no Brasil, a Nissan assinou com a montadora francesa uma aliança que visava criar um grupo com presença consolidada nas maiores regiões consumidoras de autoveículos do mundo. A parceria buscava explorar sinergias que possibilitassem a exploração dos diferentes mercados onde cada signatária ainda não possuísse *market-share* significativo, permitindo que, por exemplo, a Renault aumentasse sua participação no mercado dos EUA, ao mesmo tempo em que a Nissan tivesse maiores chances de competir no mercado europeu, evitando, é óbvio, a superposição na oferta de veículos das duas montadoras em cada mercado.

Uma vez que ambas as montadoras compartilhavam da crença de que as condições para competir no mercado brasileiro exigiam o estabelecimento de uma fábrica no Brasil e que a Nissan praticamente não detinha participação nas vendas de autoveículos na América do Sul, o compartilhamento de uma nova unidade produtiva serviria para que a entrada no

¹⁴⁵ (FOLZ, 2006)

¹⁴⁶ (PSA PEUGEOT CITROËN, 2010).

mercado brasileiro fosse viabilizada com um nível menor de investimentos. Assim, no final do ano de 2002, foi inaugurada a primeira fábrica construída conjuntamente pela aliança Renault-Nissan, localizada em São José dos Pinhais-PR.

A partir desse momento, a Nissan conquistou parcelas cada vez maiores do mercado brasileiro, partindo de 0,1% em 2001 para 0,8% em 2009, complementando a oferta de modelos com importações, provenientes principalmente do México. Na planta brasileira, a montadora começou com a produção da *pick-up* Frontier em 2002, expandindo o leque de veículos produzidos nos anos que se seguiram (utilitário esportivo X-Terra em 2003, e os automóveis Livina e X-Gear em 2009).

Conforme já foi citado anteriormente, a Nissan adotou ao longo da década de 2000 uma estratégia conjunta com a Renault, complementando a oferta de veículos por meio de importações principalmente do México (Tiida e Sentra) e produzindo localmente os modelos anteriormente citados para o mercado doméstico e regional. O coeficiente de importação da montadora, desta maneira, se elevou de pouco mais de 2% em 2003, quando ainda estava entrando no mercado nacional, para 66,3% em 2008, com mais de 90% das importações tendo o México como origem. O coeficiente de exportação, por sua vez, se elevou no mesmo período de 23,9% para 57,0%, principalmente em função das exportações da *pick-up* Frontier para a Argentina e para o México.

Apesar de ter havido um aporte significativo de investimentos para a construção da fábrica no Complexo Ayrton Senna e, mais tarde, para a implantação da linha de montagem dos autoveículos de passeio em 2009, a Nissan priorizou ao longo da década a estratégia de atender o mercado sul-americano com importações do México, considerada como uma das razões para os resultados abaixo do esperado nas vendas da montadora na região. Mais

recentemente, a montadora anunciou que mudará a estratégia no país buscando aumentar seu *market-share* nesse mercado¹⁴⁷.

3.3.3.10 Hyundai

Aproveitando-se da demanda aquecida e da forte valorização do real, a Hyundai promoveu uma agressiva política de conquista de *market-share* a partir de 2007 por meio de sua parceira no Brasil, o grupo de capital nacional CAO A. Desde então, por meio de pesados investimentos em divulgação e *marketing*, e, principalmente, de importações de veículos provenientes da matriz na Coreia do Sul, a marca foi ganhando cada vez mais espaço no mercado brasileiro, tendo atingido em 2009 a marca de 2,6% das vendas internas de autoveículos leves, ultrapassando outras fabricantes que já possuem parques industriais consolidados no país, como a Nissan e a Mitsubishi, e chegando próximo dos patamares das montadoras do Grupo II, como a Toyota (3,2% em 2009).

Mais recentemente, diante das perspectivas para a economia brasileira, a montadora coreana decidiu instalar em Piracicaba-SP sua primeira unidade fabril financiado com capital da própria companhia (o grupo CAO A possui uma fábrica em Anápolis-GO para a produção do caminhão de pequeno porte HR e, mais recentemente, para a produção do utilitário Tucson), com o objetivo de conquistar 10% do mercado nacional em três anos a partir do início da produção, em 2012. Para tanto, a empresa pretende investir mais de US\$ 1 bilhão (US\$ 750 milhões na primeira fase) destinado à oferta de um modelo de pequeno porte projetado especificamente para o mercado local¹⁴⁸.

Desde 2007 e até que a nova fábrica esteja produzindo, a estratégia perseguida pela montadora coreana tem se concentrado na oferta de modelos importados principalmente da Coreia do Sul, o que certamente impactou nos seus coeficientes de comércio exterior. Com relação ao de importação, a média foi de 86,6% nos últimos três anos, alavancado pelas

¹⁴⁷ (GHOSN, 2010)

¹⁴⁸ (HAN, 2010)

vendas dos modelos Tucson (39,3% do total das vendas da marca em 2009), i30 (21,6%) e Santa Fé (10,1%). O único modelo nacional, o caminhão de pequeno porte HR, atingiu outros 10,1% das vendas internas em 2009.

3.3.3.11 Mitsubishi

A comercialização dos autoveículos da marca Mitsubishi no Brasil, a exemplo da Hyundai, também é de responsabilidade de uma empresa parceira de capital nacional, no caso a MMC Automotores. Assim, esta empresa paga àquela pela tecnologia e detém o direito de montar e comercializar os veículos autorizados pela corporação dentro do mercado nacional. Em 1998, o grupo brasileiro inaugurou uma fábrica na cidade de Catalão-GO, onde começou produzindo a *pick-up* L-200 se utilizando dos benefícios concedidos para fabricar autoveículos no Centro-Oeste. Mais tarde, a partir de meados de 2002, passou a produzir também na mesma unidade o comercial leve Pajero, grande sucesso de vendas em diversos mercados.

Como parte do contrato de licenciamento firmado junto à matriz japonesa, a empresa não tinha permissão para comercializar seus veículos em outros mercados além do brasileiro, razão pela qual o coeficiente de exportação é zero desde que estabeleceu a unidade produtiva no Brasil. Essa situação só mudou a partir de março de 2009, quando a MMC obteve permissão para escolher mais quatro modelos para fabricar no Brasil e para exportar para os países da América Latina. A partir dessa nova fase, que demandará aportes significativos de capital, e diante da falta de interesse da matriz de realizar investimentos no Brasil, o grupo brasileiro decidiu por transformar a montadora em uma sociedade por ações, viabilizando assim a captação de recursos na Bolsa de Valores.

A estratégia adotada pela licenciada da Mitsubishi no Brasil inclui ainda a importação de veículos produzidos no Japão para complementação do leque de produtos oferecidos no mercado local, como o Outlander e alguns modelos mais sofisticados do Pajero. Desta forma, o coeficiente de importação da MMC tem oscilado em torno de 17,3% desde 2003.

Na Argentina, a comercialização dos veículos da marca é realizada por importadores independentes, sem vínculos diretos com a MMC ou com a matriz japonesa.

3.3.3.12 Mercedes-Benz

A produção de autoveículos leves da Mercedes-Benz no MERCOSUL concentra-se basicamente na planta mineira de Juiz de Fora, construída inicialmente com a finalidade de produzir o modelo Classe A, e na planta argentina de González Catán, onde é produzido o furgão Sprinter principalmente para exportação (cerca de 90% da produção em 2008).

No Brasil, a fábrica de Juiz de Fora operou com grande ociosidade desde a sua inauguração, em abril de 1999. Projetada para fabricar um modelo luxuoso de pequeno porte (Classe A), as vendas do modelo nunca emplacaram, e a produção do ano 2000, de 16 mil unidades, nunca foi superada nos anos subsequentes. Com capacidade instalada de 70 mil automóveis/ano, a baixa utilização da capacidade foi se agravando até a interrupção da fabricação do modelo, em 2005. Dois anos mais tarde, em 2007, em função do alto grau de tecnologia existente principalmente no sistema de pintura, que é a base de água, a fábrica voltou a ser utilizada, dessa vez para a finalização da produção de veículos de maior porte, destinados principalmente à exportação. Assim, dos 16 mil automóveis Classe C produzidos em 2009, 15 mil foram exportados, destinados ao atendimento de uma demanda relativamente restrita nos mais diversos mercados.

Na Argentina, toda a produção de comerciais leves está concentrada no Centro Industrial “Juan Manuel Fangio”, de onde sai o único modelo dessa categoria, o furgão Sprinter, também destinado majoritariamente ao mercado estrangeiro. A exemplo dos resultados de comércio exterior de outras montadoras que operam na Argentina, o principal destino dessas exportações é o Brasil, que responde por 26,4% do total das exportações da marca (em 2008). Entretanto, ao contrário das mesmas, os destinos de fora da região pesam mais significativamente no total exportado pela montadora, respondendo por 63,6% naquele mesmo ano.

A oferta de veículos da marca alemã nos dois mercados da região baseia-se principalmente nas importações feitas da Alemanha, que responde por mais de 90% do total das vendas da empresa no mercado brasileiro desde que o Classe A parou de ser produzido em Juiz de Fora.

Tabela 50. Brasil: Participação das montadoras nas vendas de autoveículos leves nacionais e importados (2000-2009)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Fiat	26,5%	27,9%	25,9%	25,5%	23,7%	25,2%	25,6%	26,2%	25,0%	24,9%
Ford	8,8%	7,4%	9,3%	11,3%	11,5%	12,2%	11,3%	10,6%	9,9%	10,5%
GM	24,1%	23,5%	24,5%	24,9%	24,8%	22,7%	22,6%	21,5%	20,9%	20,3%
Volkswagen	28,7%	28,0%	25,8%	21,8%	22,6%	22,1%	22,7%	23,3%	22,3%	23,1%
Honda	1,5%	1,5%	1,5%	2,4%	3,5%	3,5%	3,7%	3,7%	4,5%	4,2%
PSA	2,2%	3,3%	4,7%	4,2%	4,3%	5,0%	5,3%	5,5%	5,7%	5,0%
Renault	4,1%	4,7%	4,4%	4,3%	3,6%	3,0%	2,8%	3,2%	4,4%	3,9%
Toyota	1,9%	1,6%	1,9%	3,2%	3,4%	3,8%	3,8%	3,1%	3,1%	3,2%
Hyundai	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	1,7%	2,6%
Mercedes	1,2%	1,1%	0,8%	0,7%	0,6%	0,5%	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%
Mitsubishi	0,9%	1,0%	1,0%	1,2%	1,4%	1,4%	1,3%	1,3%	1,6%	1,2%
Nissan	0,0%	0,1%	0,3%	0,6%	0,5%	0,5%	0,3%	0,5%	0,7%	0,8%

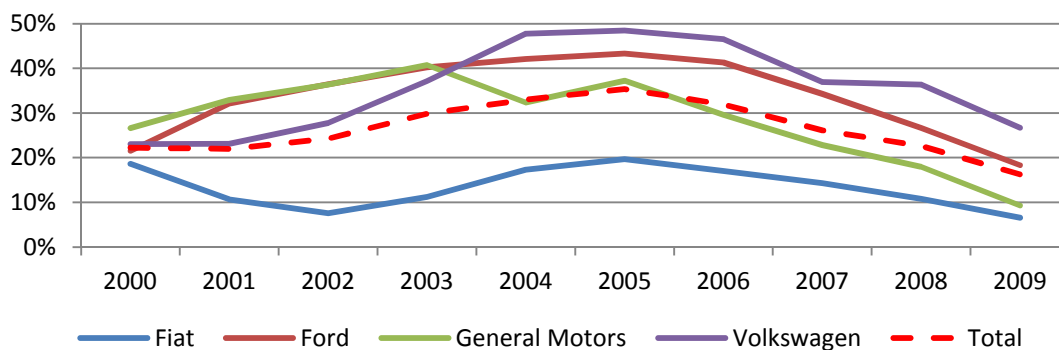
Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ANFAVEA.

Tabela 51. Argentina: Participação das montadoras nas vendas de autoveículos leves nacionais e importados (2000-2009)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Fiat	12,3%	8,6%	9,2%	10,5%	11,2%	12,4%	10,7%	11,2%	12,3%	11,1%
Ford	16,5%	16,5%	19,3%	21,6%	18,9%	16,0%	14,7%	14,3%	13,8%	14,7%
GM	11,3%	11,6%	13,4%	15,2%	17,0%	17,1%	16,4%	16,8%	16,5%	16,4%
Volkswagen	15,5%	13,3%	8,7%	21,0%	25,2%	22,4%	21,6%	21,0%	22,5%	21,3%
PSA	17,0%	20,7%	20,1%	12,4%	13,1%	14,9%	15,9%	16,6%	14,7%	15,0%
Renault	21,4%	21,9%	21,5%	10,8%	9,7%	11,2%	13,7%	12,8%	13,0%	13,9%
Toyota	4,9%	6,5%	7,0%	8,2%	4,7%	4,8%	5,8%	5,6%	6,0%	6,5%
Iveco	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%
Mercedes	1,1%	1,0%	0,7%	0,3%	0,2%	1,0%	1,0%	1,6%	1,2%	1,0%

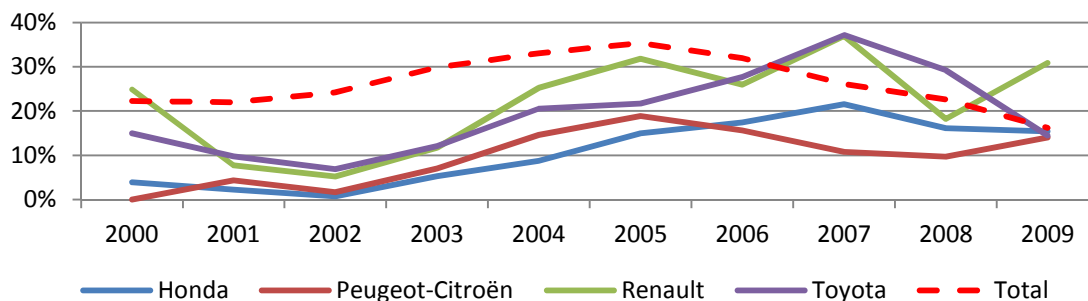
Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ADEFA.

Gráfico 24. Brasil: Coeficientes de exportação por montadora do grupo I (2000-2009)



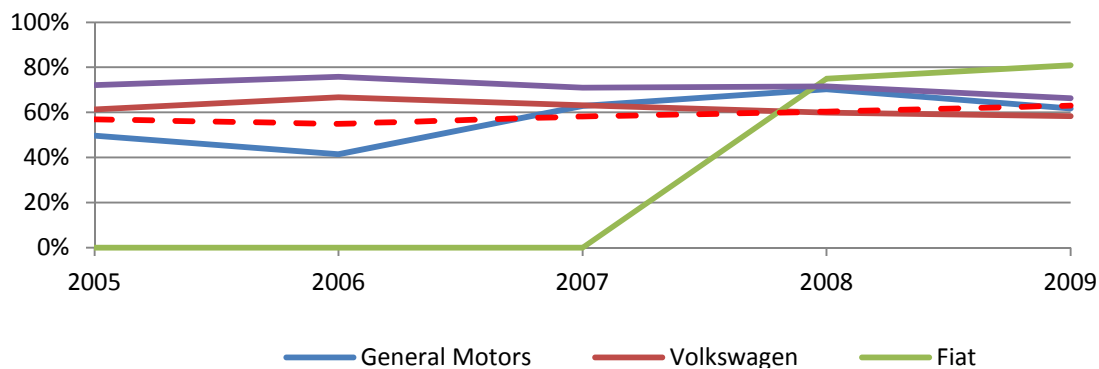
Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ANFAVEA.

Gráfico 25. Brasil: Coeficientes de exportação por montadora do grupo II (2000-2009)



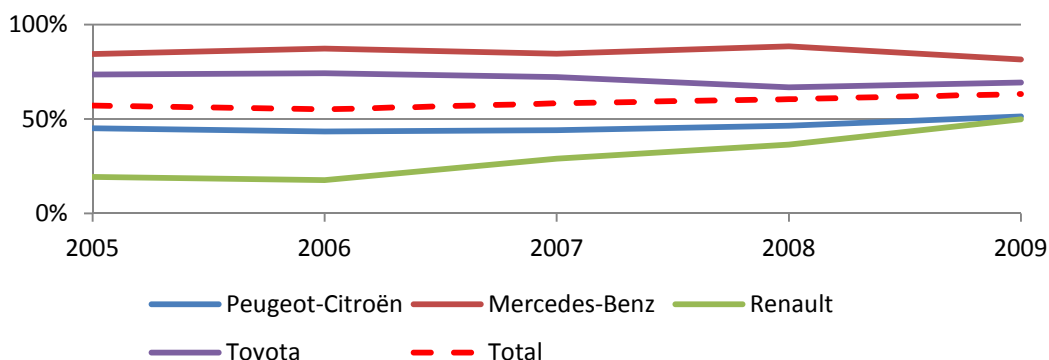
Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ANFAVEA.

Gráfico 26. Argentina: Coeficientes de exportação por montadora do grupo I (2005-2009)



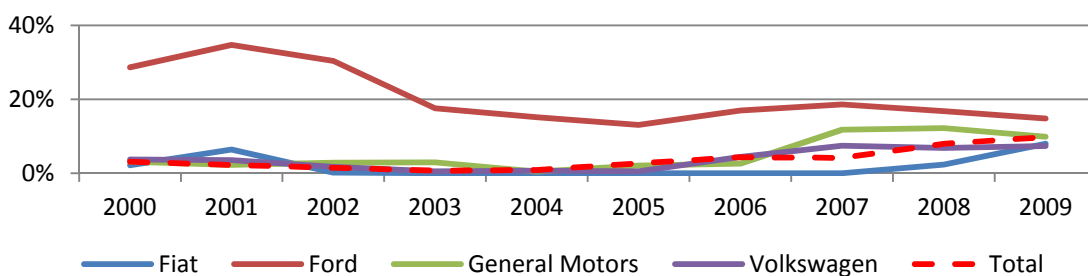
Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ADEFA.

Gráfico 27. Argentina: Coeficientes de exportação por montadora do grupo II (2005-2008)



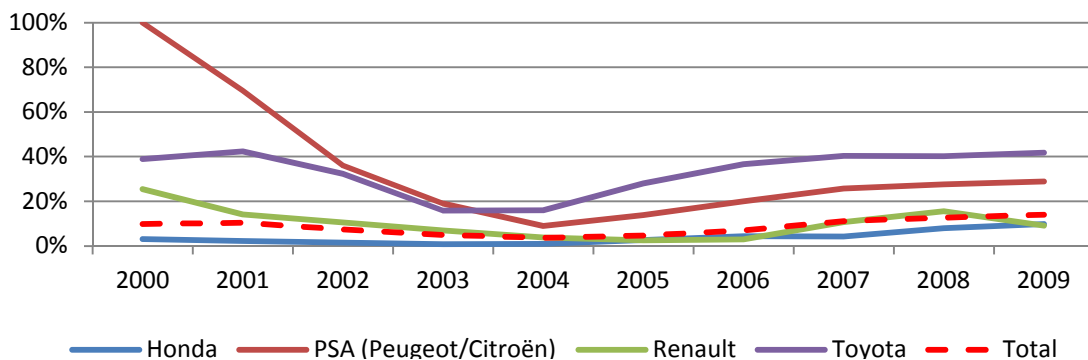
Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ADEFA.

Gráfico 28. Brasil: Coeficientes de penetração das importações por montadora do grupo I (2000-2009)



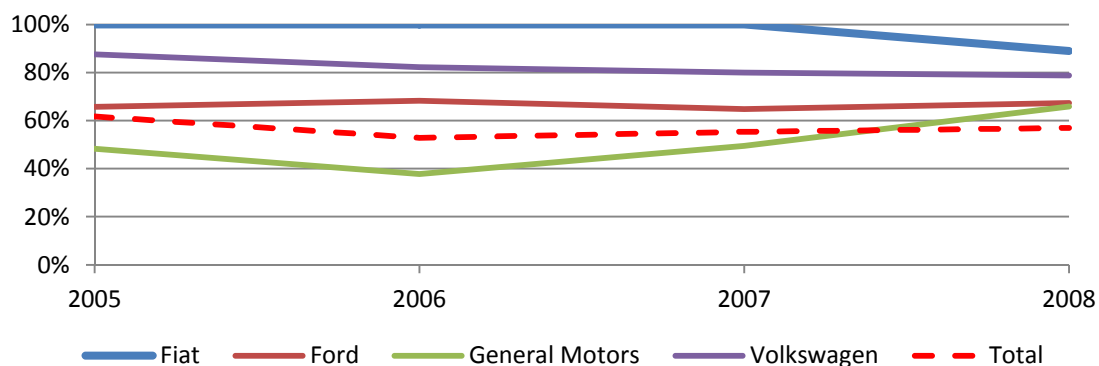
Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ANFAVEA.

Gráfico 29. Brasil: Coeficientes de penetração das importações por montadora do grupo II (2000-2009)



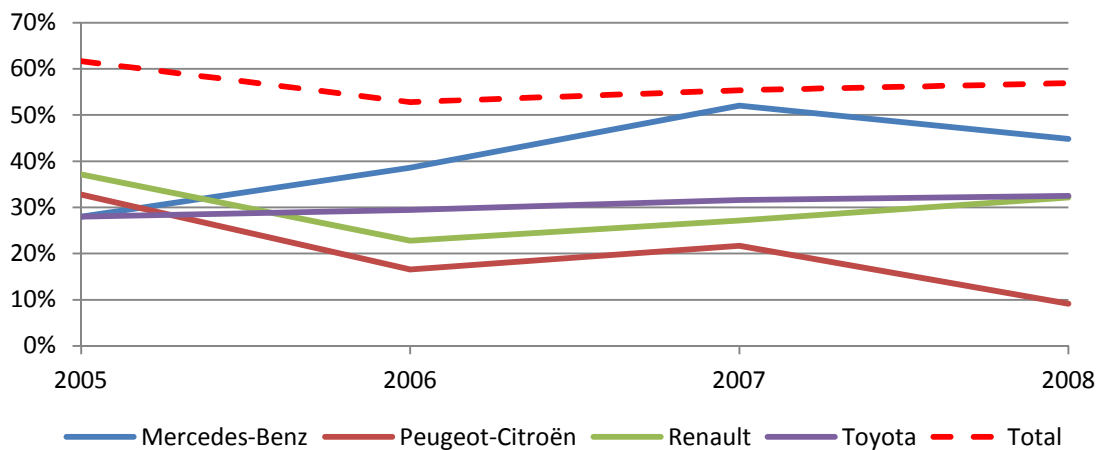
Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ANFAVEA.

Gráfico 30. Argentina: Coeficientes de penetração das importações por montadora do grupo I (2005-2008)



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ADEFA.

Gráfico 31. Argentina: Coeficientes de penetração das importações por montadora do grupo II (2005-2008)



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ADEFA.

Conclusões finais

O presente trabalho teve por objetivo descrever os aspectos fundamentais do padrão de inserção internacional do segmento de autoveículos leves da indústria automobilística do MERCOSUL. Passando pela descrição dos principais aspectos da evolução da indústria automobilística mundial e daquela do bloco, dos principais condicionantes desse padrão e dos traços gerais das estratégias adotadas pelas filiais no Brasil e na Argentina ao longo da década de 2000, as principais conclusões podem ser apresentadas como segue.

Em primeiro lugar, não se pode falar num único padrão de inserção que caracterize de uma maneira geral as indústrias automobilísticas dos diversos países e regiões econômicas. Por outro lado, é possível identificar características que permitem agrupar regionalmente as diversas indústrias nacionais a depender de variáveis como o grau de dependência do mercado regional, o padrão de inserção comercial e a origem do capital das montadoras instaladas.

No âmbito da Tríade, a União Européia se particulariza pelo forte caráter regional de seu comércio e investimentos; enquanto o NAFTA, pelo protagonismo exercido pelos EUA e pela sua abertura comercial para outros produtores; e o Japão pela sua forte dependência das exportações. Entre os emergentes, China e Índia, com seus enormes mercados consumidores, destacam-se pelo caráter doméstico da sua produção e vendas.

Já com relação ao MERCOSUL, o padrão de inserção da sua indústria automobilística possui semelhanças e diferenças com os padrões de inserção dessas outras regiões econômicas. Assemelha-se à União Européia quanto ao caráter regional de sua produção, vendas, comércio exterior e investimentos; além do protagonismo exercido pelas montadoras européias em termos de participação no mercado regional e no atendimento da preferência dos consumidores. Porém, dela difere em função da inexistência de montadoras com marca própria de capital local. Ao mesmo tempo, assemelha-se ao NAFTA quanto à concentração da produção e das vendas em um só mercado, mas dela difere também em função do domínio das estrangeiras, completo e absoluto no Cone Sul-Americano. Com

relação à China e Índia, assemelha-se pela força do mercado doméstico brasileiro, mas delas também difere pela mesma razão apresentada nos casos anteriores.

Corroborando esses argumentos, o fluxo de comércio intra-região no MERCOSUL tem evoluído ao longo dos últimos anos para patamares próximos dos 70% mostrados pela União Européia, chegando a 65,9% em 2008. Essa evolução, porém, está limitada pela dimensão relativamente pequena do mercado regional, bastante concentrado no Brasil. O aprofundamento desse caráter, desta forma, depende da ampliação do mercado consumidor na América do Sul por meio de acordos de integração, o que tem sido buscado com iniciativas como a entrada da Venezuela no MERCOSUL (2005) e a negociação para a inclusão de outros países, como o Peru, o Chile e o Equador.

A “regionalidade” do padrão de inserção da indústria do bloco sul-americano se verifica, em maior ou menor grau, nos resultados de comércio exterior e nas decisões de investimento de praticamente todas as montadoras de autoveículos leves que operam no Brasil e na Argentina, apesar de relevantes exceções, como se observa nas filiais da Mercedes-Benz instalada em Juiz de Fora e González Catán e, e, em menor grau, na filial da Toyota em Zárate, que destinam parte importante de sua produção para o mercado extra-regional e/ou adotam estratégias de concentração da produção de determinados modelos para todos os mercados onde estes são demandados.

Evidentemente, o padrão da indústria sul-americana distingue-se daquele mostrado pelas indústrias do Japão e Coréia do Sul, muito mais dependentes da exportação para os mercados da Tríade e para alguns países emergentes, apesar da grande expressão dos seus mercados consumidores.

Com relação às perspectivas futuras para a indústria automobilística do MERCOSUL, apesar da grande atratividade do mercado regional para as grandes transnacionais do setor, permanecem ainda alguns empecilhos para que a plataforma regional permaneça competitiva num cenário de grande incerteza nesse momento marcado pela introdução de novas tecnologias, pelas mudanças profundas no perfil de demanda nos

diversos mercados em função das questões ambientais e pelo que parece ser o início de um novo *boom* de investimentos na região.

Em primeiro lugar porque é cada vez mais importante que as filiais tenham a possibilidade de exportar uma parcela de sua produção com um nível compatível de lucratividade, ainda que estas estejam inseridas em mercados amplos e dinâmicos. Esta realidade está associada à internacionalização da produção e da demanda, que converge para maiores fluxos de comércio e de investimentos ao longo de toda a cadeia, fazendo, por exemplo, que autoveículos produzidos no Brasil possam ser comercializados em outros mercados como o México ou a África do Sul compensando eventuais flutuações de demanda no mercado doméstico.

A atratividade do MERCOSUL para novos investimentos que viabilizariam a competitividade da sua indústria automobilística no médio prazo depende de variáveis associadas aos custos e ao dinamismo do mercado regional. Com relação a essas variáveis, o bloco possui características positivas e negativas que condicionarão as futuras decisões das montadoras.

Do lado positivo, destacam-se como importantes atrativos, em primeiro lugar, o grande dinamismo das economias do bloco mostrado ao longo dos últimos anos, que alimentam expectativas de forte crescimento da demanda por autoveículos no futuro. Depois, o processo de integração regional aprofundado ao longo dos anos 2000, que, a partir da convergência entre a ação estatal e a das empresas do setor permitiu que as bases produtivas do Brasil e da Argentina aumentassem sua competitividade por meio de uma maior especialização produtiva e do desenvolvimento de novas competências. Esses fatores, associados com a estagnação econômica mostrada nos países desenvolvidos nos últimos anos têm contribuído para os grandes fluxos de investimentos realizados pelas montadoras na região.

Associado a esse atrativo, contribui positivamente ainda as características do padrão de especialização da produção regional, que se concentrou em veículos de maior escala de

produção e de menor impacto ambiental. Além desses, vale destacar ainda a capacidade de inovação materializada na inserção de novas tecnologias como a dos motores *flex fuel*, que contribuem para a manutenção de atividades inovativas nas filiais regionais e reduzem os custos associados ao desenvolvimento de novos produtos e processos¹⁴⁹.

Do lado negativo, por sua vez, pesam ainda a insuficiência das políticas públicas destinadas especificamente a incrementar a competitividade da indústria regional, como aquelas voltadas a financiar atividades de P&D e a incentivar as exportações. O movimento pelo aumento da competitividade setorial esbarra ainda nos freqüentes movimentos de apreciação cambial, na precariedade da infra-estrutura de transporte e na escassez de mão-de-obra qualificada.

No que se refere à valorização cambial verificada no Brasil, as filiais adotaram estratégias voltadas à redução do coeficiente de exportação e de aumento do de importação¹⁵⁰, o que contribuiu negativamente para a balança comercial do setor, que se tornou deficitária no comércio de automóveis em 2008¹⁵¹ depois de sucessivos aumentos das importações não compensadas por aumentos nas exportações entre 2005 e 2008. Outro fator preocupante se relaciona à atratividade dos pólos produtivos com os quais o MERCOSUL compete. Do ponto de vista da magnitude do setor automobilístico regional, a região representa pouco menos de 5% da produção global. Ao mesmo tempo, a maior parte do crescimento do setor se verificou em mercados também muito dinâmicos, como a China, a Índia a Coréia do Sul e o Leste Europeu.

Desta maneira, para que o setor automobilístico continue sendo um vetor importante de desenvolvimento econômico na região nos médio e longo prazos, além de políticas

¹⁴⁹ (SARTI, et al., 2010)

¹⁵⁰ É importante ressaltar que, nesse quesito, como já visto no capítulo 3, as estratégias das diferentes filiais divergiu quanto à intensidade das decisões de importar.

¹⁵¹ Enquanto o valor das exportações de automóveis permaneceu relativamente estável no patamar de US\$ 5 a US\$ 6 bilhões no período 2005-2008, as importações sofreram um salto de US\$ 1,3 bilhão para US\$ 6,4 bilhões no período, tornando o segmento deficitário em 2008 em mais de US\$ 560 milhões. (SARTI, et al., 2010)

públicas apropriadas, será necessário ainda que o setor siga fortalecendo sua capacidade inovativa por meio de maiores gastos em P&D e de desenvolvimento local de novos autoveículos, viabilizando o aumento da sua eficiência em termos econômicos, energéticos e ambientais. Dentro da indústria, ainda que de maneira incipiente e lenta, parece ganhar força a tendência de descentralização geográfica dessas atividades, com algumas montadoras já estabelecendo escritórios de design, pesquisa e desenvolvimento na região.

Por outro lado, esses anseios têm esbarrado, primeiro, nas condições impostas pelos movimentos do mercado (câmbio e juros) e pelas dificuldades enfrentadas pela indústria regional, submetida, tanto no Brasil quanto na Argentina, a um pesado sistema tributário e excessivamente burocrático, que tem contribuído para as disparidades de competitividade entre as indústrias do MERCOSUL e as referências representadas pelas indústrias asiáticas, em especial da China, Índia e Coréia do Sul.

Depois, nas dificuldades verificadas na negociação do processo de integração regional, tanto dentro do MERCOSUL (cabe lembrar que, apesar dos mais de vinte anos de vigência do Tratado de Assunção, o setor automobilístico ainda opera com restrições aos fluxos comerciais dentro do bloco) quanto entre o bloco e outros potenciais entrantes localizados no Cone Sul.

Ao que parece, portanto, a indústria automobilística regional está caminhando para um futuro incerto, sem perspectivas para que as condições necessárias para a sua consolidação como um setor habilitado para empreender processos de aprendizado capazes de promover inovações tecnológicas que transformem o mercado a seu favor se consolidem num futuro próximo.

Referências

ABERNATHY, W. J. 1982. *The competitive status of the US Auto Industry: A study of the influences of technology in determining international industrial competitive advantage*. Washington : National Academy Press, 1982.

ABERNATHY, W.J., CLARK, K. B. e KANTROW, A.M. 1984. *Industrial Renaissance: Producing a Competitive Future for America*. New York : Basic Books, 1984. 978-0465032556.

ADEFA. Vários anos. *Anuario de la Industria Automotriz Argentina*. Buenos Aires : ADEFA, Vários anos.

Agencia Nacional de Desarrollo de Inversiones. 2007. *Automotive Industry in Argentina*. Buenos Aires : ProsperAr, 2007.

AMARAL, A. C. R. 2004. *Direito do Comércio Internacional: Aspectos fundamentais*. São Paulo : Aduaneiras, 2004.

Ámbito.com. 2010. General Motors Argentina anunció inversiones por \$ 90 millones. *Ámbito.com*. [Online] 01 de Fevereiro de 2010. [Citado em: 11 de Fevereiro de 2011.] <http://www.ambito.com/noticia.asp?id=505757>.

ANFAVEA. Vários anos. *Anuário da Indústria Automobilística Brasileira*. São Paulo : Anfavea, Vários anos.

ANFIA. 2010. Notiziario Statistico 2009. *ANFIA.it*. [Online] 28 de Janeiro de 2010. [Citado em: 2010 de Janeiro de 2010.] http://www.anfia.it/index.php?modulo=view_studi_intro.

ASHRAFIAN, V. e RICHET, X. 2001. Industrial cooperation in the Russian car industry. *Russian Economic Trends. The European Commission*. 2001, Vol. 10, 3.

BALCET, Giovanni e BRUSCHIERI, Silvia. 2008. Technology transfer, joint ventures and the emergence of Indian multinationals: the case of the automotive industry. *The Automobile Industry and Sustainable Development: Concepts and Doctrines, Public Policies and Company Strategies*. Turim: CERIS - CNR : 16th GERPISA International Colloquium, 2008.

BEGLEY, Jason, COLLIS, Clive e MORRIS, David. 2008. The Russian Automotive Industry and Foreign Direct Investment. *The automobile industry and sustainable development: Concept and doctrines, public policies and company strategies*. Turim: CERIS-CNR : 16th GERPISA International Colloquium, 2008.

BÉLIS-BERGOUIGNAN, M.C., BORDENAVE, G. and Lung, Y. 2000. Global Strategies in the Automobile Industry. *Regional Studies*. 2000, Vol. 34.1.

BERRY, S., LEVINSOHN, J. e PAKES, A. 1999. Voluntary Export Restraints on Automobiles: Evaluating a Trade Policy. *The American Economic Review*. Junho, 1999, Vol. 89, 3.

BOOZ & COMPANY. Vários anos. The Global Innovation 1000. *Strategy + Business*. Vários anos, Vol. Vários números.

CAMUFFO, Arnaldo e VOLPATO, Giuseppe. 1994. Making Manufacturing Lean in the Italian Automobile Industry: The Trajectory of FIAT. *Actes du GERPISA n.10*. Abril, 1994.

CARVALHO, E. G. 2003. *Globalização e Estratégias Competitivas na Indústria Automobilística: Uma Abordagem a partir das Principais Montadoras Instaladas no Brasil*. Campinas : Tese de Doutorado. IE-UNICAMP, 2003.

—. 2008. Inovação tecnológica na indústria automobilística: Características e evolução recente. *Economia e Sociedade*. Dezembro, 2008, Vol. 17, n.3.

CCFA. 2009. *L'industrie automobile française: Analyse et Statistiques*. Paris : CCFA, 2009.

CEPAL. 1994. *El regionalismo abierto en América Latina y el Caribe. La integración económica al servicio de la transformación productiva con equidad*. Santiago de Chile : Nações Unidas, 1994. ISBN 9213214022.

—. 2009. *La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe*. Santiago : Nações Unidas, 2009.

COMIN, A. 1998. *De Volta para o Futuro: Política e reestruturação industrial do complexo automobilístico nos anos 90*. São Paulo : FAPESP, 1998.

CORIAT, B. 2009. A barreira das patentes nas economias capitalistas. *Milênio*. São Paulo : Globo News, 14 de dezembro de 2009.

CORIAT, B. e WEINSTEIN, O. 2001. The Organization of R&D and the Dynamics of Innovation: a 'Sectorial' View. *Working Paper Essay*. 2001.

EXAME. 2010. Fiat argentina pode triplicar produção por demanda no Brasil. *Portal Exame*. [Online] Abril, 29 de Setembro de 2010. [Citado em: 08 de Fevereiro de 2011.] <http://exame.abril.com.br/negocios/empresas/noticias/fiat-argentina-pode-triplicar-producao-demanda-brasil-600575>.

FIAT. 2010. Fiat anuncia investimentos de R\$ 3 bilhões em novo polo automotivo em Pernambuco. *FIAT*. [Online] 14 de Dezembro de 2010. [Citado em: 08 de Fevereiro de 2011.] <http://www.fiat.com.br/mundofiat/novidades/6088/FIAT+ANUNCIA+INVESTIMENTOS+DE+R+3+BILHOES+EM+NOVO+POLO+AUTOMOTIVO+EM+PERNAMBUCO>.

FOLZ, Jean Martin. 2006. PSA Peugeot Citroën começa a lucrar no Brasil. *Roda Viva*. São Paulo : TV Cultura, 19 de Maio de 2006.

FORD MOTOR CO. 2009. Ford Brasil. *Ford*. [Online] 20 de Novembro de 2009. [Citado em: 11 de Fevereiro de 2011.]

http://www.ford.com.br/sala_imprensa_noticia.asp?id_noticia=233.

FORD MOTOR COMPANY. Vários anos.. *Annual Report*. Dearborn, EUA : s.n., Vários anos.

GENERAL MOTORS COMPANY. Vários anos. *Annual Report*. Detroit : s.n., Vários anos.

GHOSN, C. 2010. Ghosn alerta: Investiremos o que for preciso no Brasil. *Isto É Dinheiro*. São Paulo : Isto É, 17 de Março de 2010.

GM Brasil. 2010. Sobre a GM. *chevrolet.com.br*. [Online] GM, 2011 de Janeiro de 2010. [Citado em: 14 de Fevereiro de 2011.] <http://www.chevrolet.com.br/sobre-agm/index.shtml?referrer=http%3a%2f%2fwww.google.com.br%2fsearch%3fhl%3dpt-BR%26q%3dinvestimentos+GM+brasil%26meta%3d%26rlz%3d>.

GONÇALVES, J.B. 2003. Aliança Estratégica entre Brasil e Argentina: antecedentes, estado atual e perspectivas. *Dossiê CEBRI v.2, ano 2*. 2003.

Government of India. 2002. *Auto Policy*. [Online] Government of India, 01 de Março de 2002. [Citado em: 08 de Janeiro de 2010.] <http://dhi.nic.in/autopolicy.htm>.

GUHA, A. 2007. International Trade. [A. do livro] K. Basu. *The Oxford companion to economics in India*. Nova Delhi : Oxford University Press, 2007.

HAN, Chang Hwan. 2010. Carro coreano será feito para brasileiros. *Valor online*. São Paulo : Valor Econômico, 26 de Janeiro de 2010.

HIRATUKA, C. 2002. *Empresas transnacionais e comércio exterior: Uma análise das estratégias das filiais brasileiras no contexto da abertura econômica*. Campinas : Tese de Doutorado, IE-UNICAMP, 2002.

- HONDA MOTOR COMPANY. Vários anos. *Annual Report*. Tóquio : s.n., Vários anos.
- HYUNDAI MOTOR COMPANY. Vários anos. *Financial Annual Report*. Seul : s.n., Vários anos.
- JAMA. 2010. Active Matrix Database System. *JAMA*. [Online] 23 de Janeiro de 2010. [Citado em: 23 de Janeiro de 2010.] <http://jamaserv.jama.or.jp/newdb/eng/index.html>.
- JEONG, Joo-Hon e JUN, Hyun-Joong. 2009. *The Global Economic Crisis and Sustainability in the Korean Automobile Industry*. Paris : 17th GERPISA International Colloquium, 2009.
- JÜRGENS, U. 2003. Transformation and Interaction: Japanese, U.S. and German Production Models in the 1990's. [A. do livro] K. (Ed.) YAMAMURA e W. (Ed.) STREECK. *The end of diversity? Prospects for German and Japanese Capitalism*. New York : Cornell University Press, 2003.
- JÜRGENS, Ulrich. 1994. VW at the turning point: Success and Crisis of a German Production Concept. *Actes du GERPISA n.10*. Abril, 1994.
- JUN, C. e ZHIQIANG, J. 2008. *Balancing the Paradox of Localization and Globalization: Research and Analyze the Levels of Market Involvement for Multinational Carmakers in China's Market*. Kalmar, Suécia : University of Kalmar, 2008.
- JUN, Hyunjoong. 2007. *Hyundai Motor's form of internationalization*. Paris : 15th GERPISA International Colloquium, 2007.
- LAMMING, R. 1993. *Beyond Partnership: Strategies for Innovation and Lean Supply*. United Kingdom : Prentice Hall International, 1993.
- LEE, Chunli e FUJIMOTO, Takahiro. 2002. The impact of globalization on the Chinese Automobile Industry: Policy assessments and typology of strategie. *Actes du GERPISA n.34*. Outubro, 2002.
- LETZING, J. 2010. China's BYD may put plant in California. *MarketWatch*. [Online] 09 de Março de 2010. [Citado em: 30 de Janeiro de 2011.] <http://www.marketwatch.com/story/chinas-byd-may-put-plant-in-california-report-2010-03-09>.
- LUNG, Y. (ed.). 2002. *Coordinating Competencies and Knowledge in the European Automobile System*. s.l. : CoCKEAS final report for the European Commission, 2002. HPSE-CT-1999-00022.

- LUNG, Y. e FRIGANT, V. 2002. Geographical proximity and supplying relationship in modular production. *Les Actes du GERPISA*. Outubro, 2002, Vol. n. 34.
- MALERBA, F. 2001. Sectorial Systems of Innovation and Production. *Università di Milano: Working Paper Essay*. 2001.
- MARCHIONNE, Sergio. 2009. Fiat could move Panda production to Italy from Poland. *Automotive News Europe*. Turin : Autonews, 22 de Dezembro de 2009.
- MARSILI, O. 2001. *The Anatomy and Evolution of Industries: Technological Change and Industrial Dynamics (New Horizons in the Economics of Innovation Series)*. United Kingdom : Edward Elgar Publishing Ltd., 2001. 978-1840645590.
- MATTOSO, J. E. L. e POCHMANN, M. 1995. Globalização, Concorrência e Trabalho. *Cadernos do Centro de Estudos Sindicais e de Economia do Trabalho (CESIT)*. IE-UNICAMP. Novembro, 1995, Vol. n. 17 (Texto para discussão).
- MIRANDA, N.G.M. e CORREA, H. L. 1996. Uma análise parcial da rede de suprimentos da indústria automobilística brasileira. *Revista de Administração*. janeiro/março, 1996, Vol. 31, 5-13.
- MUKHERJEE, Avinandan. 2000. The Indian Automobile Industry: Speeding into the future? *Actes du GERPISA n. 28*. Abril, 2000.
- NUTEK. 2007. *Globalisation and regional economies: case studies in the automotive sector*. Estocolmo : Nutek, 2007.
- O'BRIEN, Peter e KARMOKOLIAS, Yannis. 1994. *Radical Reform in the Automotive Industry: Policies in Emerging Markets. Discussion Paper n. 21*. Washington : The World Bank Publications, 1994. ISBN-10 n. 0821328069.
- PSA PEUGEOT CITROËN. 2010. PSA Peugeot Citroën - Press Release. *Sítio da PSA Peugeot Citroën*. [Online] 3 de Março de 2010. [Citado em: 12 de Fevereiro de 2011.] http://www.psa-peugeot-citroen.com/en/psa_espace/press_releases_details_d1.php?id=1068.
- PwC Autofacts. 2008. *Autofacts light vehicle capacity data*. s.l. : PwC Autofacts, 2008.
- RENAULT. 2008. Renault. *Renault.com.br*. [Online] 22 de Agosto de 2008. [Citado em: 07 de Fevereiro de 2011.] <http://www.renault.com.br/Master.aspx?idSecao=236&Column=2&idnoticia=127>.
- . 2009. Renault. *Renault.com.br*. [Online] 31 de Março de 2009. [Citado em: 06 de Fevereiro de 2011.]

<http://www.renault.com.br/Master.aspx?idSecao=236&Column=2&idnoticia=10>.

—. 2008. Renault Stockholder Structure. *Renault.com*. [Online] 31 de dezembro de 2008. [Citado em: 07 de janeiro de 2010.]

<http://www.renault.com/en/finance/action/pages/repartition-du-capital.aspx>.

—. 2010. Renault.com.ar. *Renault Argentina*. [Online] 10 de Setembro de 2010. [Citado em: 03 de Fevereiro de 2011.]

<http://www.renault.com.ar/prensa/login/comunicadosdeprensa>.

SABBATINI, R. (Coord.). 2009. *Projeto Perspectivas de Investimento no Brasil: Perspectivas do Investimento em Mecânica*. Campinas : IE-UNICAMP, IE-UFRJ, 2009.

SAIC MOTOR CORPORATION LIMITED. Vários anos. *Annual Report*. Shanghai : s.n., Vários anos.

SALERNO, M. S., et al. 1998. Mudanças e persistências no padrão de relações entre montadoras e autopeças no Brasil. *Revista de Administração (RAUSP)*. EDUSP, 1998, Vol. 33, 3.

SALERNO, M.S., CAMARGO, O.S. e LEMOS, M.B. 2008. Modularity ten years after: an evaluation of the Brazilian experience. *International Journal of Automotive Technology and Management*. n.4, 2008, Vol. VIII.

SANTOS, L. O. 2003. *Reestruturação Produtiva nas Montadoras Automotivas no Brasil: Análise das Conseqüências para os Trabalhadores*. São Paulo : Dissertação de Mestrado, PUC-SP, 2003.

SARTI, F. e HIRATUKA, C. 2010. *Desempenho da indústria automobilística no Brasil no período recente*. Campinas : Convênio CEPAL/IE-UNICAMP, 2010.

SARTI, F. 2002a. *Estudo da competitividade de cadeias integradas no Brasil: Automobilística*. Campinas : IE-UNICAMP/MDIC, mimeo, 2002a.

—. 2002b. *Internacionalização Comercial e Produtiva no MERCOSUL nos Anos 90*. Campinas : Tese de Doutorado, IE-UNICAMP, 2002b.

SCAVARDA, L. F. R. e HAMACHER, S. 2001. Evolução da Cadeia de Suprimentos da Indústria Automobilística no Brasil. *Revista de Administração Contemporânea*. Maio/Agosto, 2001, Vol. 5, 2.

SCHMALL, Thomas. 2009. Montadoras se preparam para a arrancada. *Valor Econômico*. São Paulo : Valor Econômico, 26 de Novembro de 2009.

SCOTT-KEMMIS, D., et al. 2005. *No Simple Solutions: How Sectoral Innovation Systems Can Be Transformed*. Canberra : The Australian National University, 2005. 0 646 4487 0.

SILVA, T.A.M. 2007. *Tecnologia bi-combustível e seus impactos no setor automobilístico*. Campinas : Monografia apresentada ao IE-UNICAMP, sob orientação do Prof. Dr. Fernando Sarti., 2007.

SINDIPEÇAS. 2009. *Desempenho do Setor de Autopeças*. São Paulo : Sindipeças, 2009.

SINTEROV, Leonid. 2000. The Post-Soviet Automobile Industry: First Signs of Revival. *Actes du GERPISA n. 28*. Fevereiro, 2000.

SMITH, A. e VENABLES, A.J. 1994. Counting the Cost of Voluntary Export Restraints in the European Car Market. [A. do livro] E. HELPMAN e A. RAZIN. *International Trade & Trade Policy*. Cambridge : MIT Press, 1994.

STURGEON, T. J. e BIESEBROEK, J. V. 2009. *Crisis and Protection in the Automotive Industry: A Global Value Chain Perspective*. Washington, EUA : Policy Research Working Paper 5060. International Trade Department, The World Bank., 2009.

STURGEON, T., VAN BIESEBROECK, J. e GEREFFI, G. 2007. *Prospects for Canada in the NAFTA Automotive Industry: A Global Value Chain Analysis*. s.l. : Industry Canada Research Report, 2007.

STURGEON, T.J. e LESTER, R. K. 2004. The New Global Supply-base: New Challenges for Local Suppliers in East Asia. [A. do livro] Shahid Yusuf, Anjum Altaf e Kaoru (ed.) Nabeshima. *Global Production Networking and Technological Change in East*. Washington, EUA : The World Bank and Oxford University Press, 2004.

SUNDERLAND, F. 2010. China: Yhe New Electric Car Superpower? *The Green Car Website*. [Online] 24 de Agosto de 2010. [Citado em: 30 de Janeiro de 2011.] <http://www.thegreencarwebsite.co.uk/blog/index.php/2010/08/24/china-the-new-electric-car-super-power-the-green-piece/>.

TANG, R. 2009. *The Rise of China's Auto Industry and Its Impact on the US Motor Vehicle Industry*. Washington : United States Congress Report, 2009.

TATA MOTORS. Vários anos. *Annual Report*. Mumbai : s.n., Vários anos.

THE NEW YORK TIMES. 2009. China Vies to Be World's Leader in Electric Cars. *NYTimes.com*. [Online] 01 de Abril de 2009. [Citado em: 04 de Fevereiro de 2011.] <http://www.nytimes.com/2009/04/02/business/global/02electric.html>.

TOYOTA MOTORS CO. 2011. Toyota Argentina produjola unidad número 500.000 en su planta de Zárate. *Toyota.com.ar*. [Online] 26 de Janeiro de 2011. [Citado em: 09 de Fevereiro de 2011.]

http://www.toyota.com.ar/about/news_and_events/octubre_2010/500k.asp.

—. 2010. Toyota Imprensa. *Toyota.com.br*. [Online] 15 de Julho de 2010. [Citado em: 08 de Fevereiro de 2011.]

http://www.toyotaimprensa.com.br/?id=1777&toyota_contruira_nova_fabrica_no_brasil.

UNCTAD. 2009. *The Role of International Investment Agreements in Attracting Foreign Direct Investment to Developing Countries*. Geneva : UNCTAD Series on International Investment Policies for Development, 2009.

—. 2006. *World Investment Report: FDI from Developing and Transition Economies - Implications for Development*. Genebra : Nações Unidas, 2006.

—. 2010. *World Investment Report: Investing in a Low Carbon Economy*. Genebra : Nações Unidas, 2010.

—. 2004. *World Investment Report: The Shift Towards Services*. Genebra : Nações Unidas, 2004.

—. 1993. *World Investment Report: Transnational Corporations and Integrated International Production*. Genebra : Harvard Business School Press, 1993.

VDA. 2009. Figures & Facts: Annual Figures. *Verband der Automobilindustrie*. [Online] 2009. [Citado em: 07 de Janeiro de 2010.]

<http://www.vda.de/en/zahlen/jahreszahlen/neuzulassungen/>.

VEIGA, J. P. C. 1999. *As políticas domésticas e a negociação internacional: o caso da indústria automobilística no Mercosul*. São Paulo : Tese de Doutorado da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP, 1999.

—. 2002. Regime Automotivo Brasileiro: Negociações internacionais. *São Paulo em Perspectiva (ISSN 0102-8839)*. V. 16. Nº 2. Abril-Junho de 2002.

VOLKSWAGEN AG. Vários anos. *Annual Report*. Wolfsburg : s.n., Vários anos.

WANG, H. 2001. *Automotive industrial policy in China and its impact to the foreign direct investment*. Paris : 9th GERPISA International Colloquium, 2001.

WARD'S AUTO. 2010. U.S. Vehicles Sales Market Share by Company, historical data. [Online] 2010. [Citado em: 20 de 07 de 2010.] <http://www.wardsauto.com>.

WOMACK, J. P., JONES, D. T. e ROSS, D. 2004. *A máquina que mudou o mundo: Baseado no estudo do Massachusetts Institute of Technology sobre o futuro do automóvel.* Rio de Janeiro : Elsevier, 2004.

YANARELLA, E. J. e GREEN, W. C. (ed.). 1996. *North American Auto Unions in Crisis: Lean Production As Contested Terrain* . Albany : State University of New York Press, 1996.

YING, T. 2010. China Ends U.S.'s Reign as Largest Auto Market. *Site da Bloomberg.com.* [Online] 11 de Janeiro de 2010. [Citado em: 31 de Janeiro de 2011.] http://www.bloomberg.com/apps/news?pid=newsarchive&sid=aE.x_r_19NZE.