



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS V JOÃO PESSOA
CENTRO DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E SOCIAIS APLICADA
CURSO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

ÁUREA HELENA LEITE CARIRI

**A INSERÇÃO DO SETOR AUTOMOBILÍSTICO NO MERCOSUL A PARTIR DE
UMA ANÁLISE TEÓRICA DAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS: UM ESTUDO DE
CASO DA FIAT**

JOÃO PESSOA

2011

ÁUREA HELENA LEITE CARIRI

**A INSERÇÃO DO SETOR AUTOMOBILÍSTICO NO MERCOSUL A PARTIR DE
UMA ANÁLISE TEÓRICA DAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS: UM ESTUDO DE
CASO DA FIAT**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação **de Relações Internacionais** da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharela em Relações Internacionais.

Orientador: Prof. Dr. Filipe Reis Melo

JOÃO PESSOA

2011

C277i

Cariri, Áurea Helena Leite.

A inserção do setor automobilístico no Mercosul a partir de uma análise teórica das relações internacionais: um estudo de caso da Fiat / Áurea Helena Leite Cariri. – 2012.

56f. : il. color

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Biológicas e Sociais Aplicadas, Curso de Relações Internacionais, 2012.

“Orientação: Prof. Dr. Filipe Reis Melo, Curso de Relações Internacionais”.

Setor automobilístico – Mercosul. 2. Relações internacionais. 3. Fiat. I. Título.

21. ed. CDD 338.88

FOLHA DE DEFESA COM OS MEMBROS DA BANCA

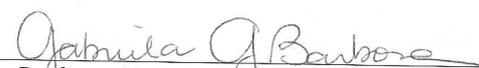
ALUNO(A): AUREA HELENA LEITE CARIRI
MATRÍCULA: 091525179

A INSERÇÃO DO SETOR AUTOMOBILÍSTICO NO MERCOSUL
A PARTIR DE UMA ANÁLISE TEÓRICA DAS RELAÇÕES
INTERNACIONAIS: UM ESTUDO DE CASO DA FIAT

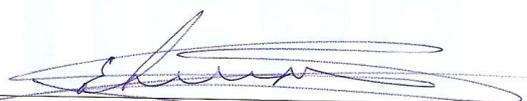
Monografia apresentada ao Curso de Relações
Internacionais da Universidade Estadual da
Paraíba.



Professor(a) Filipe Reis Melo (Orientador(a)) - UEPB



Professor(a) Gabriela Gonçalves Barbosa - UEPB



Professor(a) Jacqueline Echeverría Barrancos - UEPB

João Pessoa, 07 de dezembro de 2011.

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar a Deus, nosso pai amado, por ter permitido que, ao longo de minha caminhada, estivesse cercada por boas pessoas, que me auxiliaram neste percurso. Por sempre ter-me concedido paz, tranquilidade e paciência, principalmente, nos momentos mais difíceis.

Aos meus pais José Tibúrcio Cariri do Nascimento e Ana Maria de Aguiar Leite Cariri, por terem me concebido e criado em um lar coberto de amor e de bons ensinamentos, contribuindo na formação de meu caráter. Por terem investido em mim, não apenas ao longo desses cinco anos que se passaram, mas durante toda a minha vida, estando sempre dispostos a amparar-me, a cuidar de mim, ensinando tudo com amor. Ao meu irmão gêmeo, Augusto Plínio Leite Cariri, por sempre caminhar junto comigo.

A todos os meus familiares, em especial minha prima, Fabíola de Araújo Leite Medeiros, por dedicar parte de seu precioso tempo a enriquecer esta monografia. A minha estimada madrinha, Ozilene de Araújo Leite, por também acreditar em minha capacidade, e a minha amada tia, Maria da Guia Leite Vilanova, por suas orações e para que eu pudesse realizar mais esta etapa de minha vida

À Júnia Lins, minha primeira e eterna gerente, por ter-me aberto as portas da Fiori Veículo (Concessionária autorizada Fiat em João Pessoa, Paraíba), a Vaneska Brito, minha querida supervisora de vendas, por ter contribuído para meu crescimento pessoal e profissional. Devo a esta empresa, bem como aos meus companheiros de profissão os melhores dias vividos entre 2010 e 2011, período no qual pude fazer parte da Grande Família: Fiori Seminovos. Digo, com orgulho, que esta pesquisa é fruto do entusiasmo e da curiosidade de entender melhor o mundo corporativo da Fiat.

Ao meu Orientador, Prof. Filipe Reis Melo, pela dedicação dispensada a mim e ao meu Trabalho de Conclusão de Curso, mostrando-se sempre disposto a ajudar-me para que o mesmo fosse concluído da melhor forma possível.

Ao departamento de Relações Internacionais, assim como a todo corpo discente, por ter-me oferecido boas condições de ensino e aprendizado, por meio dos nossos queridos e dedicados docentes em sala de aula, e por meio dos demais funcionários que fazem parte desta “casa”.

"Tudo vale a pena quando a alma não é
pequena"

(Fernando Pessoa).

RESUMO

O estudo analisa, à luz da perspectiva teórica das Relações Internacionais, o contexto político-econômico que propicia a internacionalização do setor automobilístico no Mercosul, ao utilizar como base a Teoria da Interdependência Complexa e o fenômeno da Mundialização do Capital. O trabalho propõe inicialmente apresentar as multinacionais como atores presentes no cenário internacional; em seguida, abordar a expansão destas. Para tanto, é destacada a indústria automobilística e sua inserção no processo de regionalização e como este acontecimento propicia uma maior integração das economias na região, favorecendo o desenvolvimento das relações comerciais e econômicas entre Brasil e Argentina. Para tanto, realiza-se um estudo de caso da indústria italiana Fiat. A pesquisa caracteriza-se como uma análise bibliográfica, abrange deste modo a utilização de artigos científicos, portais oficiais, dissertações, teses e livros acadêmicos. Conclui-se que a teoria da Interdependência Complexa contribui para o entendimento de que as multinacionais podem ser consideradas atores no cenário internacional, pois participam da economia dos países e são capazes de interagir com os Estados em busca de benefícios. Ainda é dado destaque às multinacionais como integrantes do processo de mundialização, através da expansão destas, rumo a novos mercados a partir das décadas de 1960 e 1970. Assim, a Fiat é vista como uma grande multinacional, presente no referido processo. Mostra-se que as contribuições de sua chegada ao Brasil elevam o nível de urbanização ao redor do polo industrial como é o exemplo da cidade de Betim com o Centro Estilo, que contribui para o desenvolvimento industrial e para que a Argentina seja forte parceira comercial brasileira quanto à produção e vendas de automóveis na região. Este relacionamento contribui para que haja uma reciprocidade no Mercosul.

PALAVRAS-CHAVE: Setor automobilístico. Mercosul. Fiat. Relações Internacionais

ABSTRACT

The study analyzes through the light of the theoretical International Relations perspective the politic and economic context that promotes the internationalization of the automobile sector in Mercosur through the theory of complex interdependence and the phenomenon of capital mundialization. The study proposes initially to relate these multinationals as actors on the international scene, and then address the expansion of these. For that the auto industry was highlighted as well as its insertion in the process of regionalization and how this event brought about a greater integration of economies in the region, contributing to the development of trade and economic relations between Brazil and Argentina. To this end, it is realized a case study of he Italian industry Fiat. This research is characterized by being a literature review, thereby covering the use of scientific papers, official sites, dissertations, theses and academic books. It is concluded that the theory of complex interdependence contributes to the understanding that the multinationals can be considered actors in the international arena, as part of national economies and are able to interact with the States in search of benefits. It is given emphasis to the multinationals as part of the process of globalization, through their expansion, into new markets from the 1960 and 1970. Thus, the Fiat is viewed as a large multinational, present in that case. It is shown that the contributions of his arrival in Brazil raise the level of urbanization around the industrial center as is the case of Betim, that the Style Center, exalt the name of the country in terms of industrial development, as well as contribute to the Argentina might be a strong Brazilian trade partner in the production and sales of automobiles in the region. This relationship contributes to providing a reciprocal relation at Mercosur.

KEYWORDS: Automobilistic sector. Mercosur. Fiat. International Relations.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1- Divisão da Fiat S.p.A.....	36
FIGURA 2- Sede da empresa em Betim-MG.....	38

LISTA DE TABELAS

TABELA 1- População de Betim-MG entre 1960 a 1995	38
TABELA 2- Exportações da Argentina – Fiat 2002 a 2010.....	47

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1- Produção Nacional de Automóveis (1995 a 2010).....	42
GRÁFICO 2- Vendas internas de automóveis importados procedentes do Mercosul – Argentina (1995 a 2010)	43
GRÁFICO 3- Vendas internas de automóveis importados procedentes do Mercosul – Uruguai (1995 a 2010)	43
GRÁFICO 4- Produção Nacional Brasileira – Fiat (2002 a 2010)	45
GRÁFICO 5- Faturamento líquido e participação no PIB Industrial Brasileiro – 2002 a 2010	45
GRÁFICO 6- Produção Nacional Argentina – Fiat (2002 a 2010)	46
GRÁFICO 7- Importações de Automóveis por país de destino (2010)	47
GRÁFICO 8- Participação da Fiat no Mercosul em 2011	48

LISTA DE SIGLAS

ANFAVEA	–	Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores
ALADI	–	Associação Latino-Americana de Integração
CDES	–	Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social
COFINS	–	Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social
DAL	–	Delegação Fiat para a América Latina
EUA	–	Estados Unidos da América
FIAT	–	Fábrica Italiana de Automóveis de Torino
FIRE	–	Fully Integrated Robotized Engine
FPT	–	Fiat Powertrain Technologies
GEIA	–	Grupo Executivo da Indústria Automobilística
GM	–	General Motors
ICMS	–	Impostos sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços
IED	–	Investimento Estrangeiro Direto
IPI	–	Imposto sobre Produtos Industrializados
MDIC	–	Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior
MERCOSUL	–	Mercado Comum do Sul
NIC	–	National Intelligence Council
OCDE	–	Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OICA	–	Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles
P&D	–	Pesquisas e Desenvolvimento
PIS	–	Programa de Integração Social
RI	–	Relações Internacionais
TEC	–	Tarifa Externa Comum

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	A INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA SOB A PERSPECTIVA INTERNACIONALISTA	17
2.1	INTERDEPENDÊNCIA COMPLEXA E AS MULTINACIONAIS COMO ATORES DAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS	17
2.2	A MUNDIALIZAÇÃO PRESENTE NO SETOR AUTOMOBILÍSTICO	21
2.3	A INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA COMO MOTOR ECONÔMICO	27
3	A INSERÇÃO DO SETOR AUTOMOBILÍSTICO NO MERCOSUL	30
3.1	UM OLHAR SOBRE A FORMAÇÃO DO MERCOSUL	30
3.2	O REGIME AUTOMOTIVO INSERIDO NO MERCOSUL	32
4	FIAT INSERIDA NA INTEGRAÇÃO REGIONAL	35
4.1	EVOLUÇÃO DA FIAT: UMA ABORDAGEM HISTÓRICA	35
4.2	CHEGADA DA FIAT AOS SOLOS BRASILEIRO E ARGENTINO	37
4.3	PARTICIPAÇÃO DA FIAT NO BRASIL E NA ARGENTINA	41
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	49
	REFERÊNCIAS	51
	ANEXO	56

1 INTRODUÇÃO

Nas Relações Internacionais, o escopo de atores ganhou nova roupagem a partir do século XX. Além dos Estados, a arena internacional passou a reconhecer as grandes corporações multinacionais como integrantes de peso. Suas relações com o Estado adquiriram aspectos especiais, que se modificaram ao longo do tempo. Benko (2002) comenta que o Estado foi o principal arcabouço para o desenvolvimento do capitalismo, contudo, a partir das décadas de 1960 e 1970, o papel das grandes multinacionais, dentre elas as grandes montadoras de automóveis, ganhou destaque eficaz. É imprescindível mencionar que os moldes de produção atrelados ao fordismo¹, e posteriormente toyotismo², tiveram contribuição preciosa para o desenvolvimento industrial ao redor do globo.

A organização da produção automobilística ao redor do mundo, na década de 1990, foi marcada pela saturação e pelo acirramento da concorrência nos mercados desenvolvidos. A resposta do setor automobilístico a essa conjuntura internacional foi um intenso processo de reestruturação produtiva, marcado pelo aumento dos investimentos nos países emergentes.

As grandes firmas, entre elas as empresas automobilísticas têm, ao longo dos anos, conquistado participação importante na arena internacional. Seja pelo investimento econômico e tecnológico prestados aos Estados nos quais estão instaladas, ou por descentralização do polo produtivo, direcionado aos países emergentes. Destarte, no que se refere à indústria automobilística, a assinatura de uma série de acordos permitiu racionalizar a estrutura produtiva do Brasil e a da Argentina, e, em função da crescente integração entre os países do Mercosul.

No caso brasileiro e argentino, a vinda de investimentos, seja em ampliação ou na construção de novos polos industriais, deve ser creditada não só aos fatores citados acima,

-
- 1 Henry Ford (1863-1947) um dos mais conhecidos precursores da administração, fundou em 1903 a Ford Motor Co. Cujas ideias eram de popularizar a venda de carros, produtos estes até então destinados a classe milionária. Ford promoveu a produção em massa, a partir da produção de um maior número de produtos acabados, com qualidade e menor custo possível, ou seja, promoção da racionalização produtiva de uma série em massa, padronizada, provinda de um maquinário, material e mão-de-obra de custo mínimo
 - 2 O toyotismo, ou ohnoismo, de acordo com Reis Filho (2009); Gorender (1997) é um modelo de produção cuja filosofia é marcada pela eliminação de desperdícios através de três métodos: racionalização da força de trabalho, autogestão onde os trabalhadores são agrupados em equipes, de preferência na presença de um líder, cuja função coletiva é de executar a tarefa empregada, da forma mais eficiente. Reduzir eficazmente o tempo de fabricação de um produto, e o volume de estocagem. Metodologia esta, conhecida como *Just in time*, a qual exige parcerias entre empresa e seus fornecedores. Atrelado então a uma produção flexível, na qual a produção é baseada de acordo com a quantidade de encomendas solicitadas.

mas, sobretudo, ao processo de reestruturação deflagrado pela abertura econômica. Outro aspecto que estimulou o desenvolvimento da indústria automobilística entre dois países foi a busca de complementaridade produtiva com a Argentina, o que levou a assinatura de acordos de integração comercial.

Buscou-se partir de uma análise teórica abordar de que maneira poderia ser inserido o papel das multinacionais nas Relações Internacionais (RI) como atores que têm ganhado destaque na economia e nas relações diretas com os Estados, e como adaptar essa ideia a um contexto regional.

Pretende-se como objetivo geral analisar as multinacionais como atores presentes no cenário internacional, abordar a expansão destas e inseri-las no contexto regional do Mercosul. Para tanto, dentre o enfoque de multinacionais, foi abordada a área automobilística, em especial a Fábrica Italiana de Automóveis de Torino (Fiat) no Brasil e na Argentina.

Como objetivos específicos, pretende-se analisar a contribuição da indústria automobilística por meio da vinda da Fiat para o Brasil e Argentina, bem como sua inserção no processo de regionalização, como este acontecimento propicia uma maior integração das economias na região, contribuindo para o desenvolvimento das relações comercial e econômica. Através de um estudo de caso sobre a Fiat, busca-se encontrar as respostas.

Para a obtenção do estudo proposto, foi feita uma análise bibliográfica do tipo qualitativa, por meio de levantamento de obras e trabalhos publicados no período dos anos (1995-2011), e análise de dados estatísticos. A coleta da produção científica foi realizada entre maio e novembro de 2011, utilizando-se descritores de assunto: “produção automobilística, multinacionais, Fiat” Partindo do pressuposto que as indústrias automotivas geram extenso impacto sobre o desenvolvimento de uma região, pois agregam tecnologia, geração de renda e relações comerciais. Os critérios de inclusão definidos para a seleção dos artigos foram: artigos publicados em português, inglês, espanhol e italiano.

Ao utilizar estes critérios, o presente estudo é dividido em três capítulos, onde o primeiro é destinado a uma análise teórica das Relações Internacionais baseada na Teoria da Interdependência Complexa, cujos expoentes são Robert Keohane e Joseph Nye. Esta escola pertence a corrente liberal da RI, admite que as grande corporação multinacionais são atores do cenário internacional. A segunda base teórica está relacionada a mundialização do capital, de Fraçoise Chesnais, desta corrente teórica é mencionado a expansão das grandes firmas ao redor do mundo, assim utiliza-se as montadoras automobilísticas, dentre elas a Fiat, como

caso prático. O segundo capítulo faz menção a inserção do setor automobilístico no Mercosul, faz-se então um breve histórico da formação deste bloco, enfatiza-se o caráter comercial do mesmo. Por fim, é realizado no terceiro e último capítulo, um estudo de caso propriamente dito, desde a origem da Fiat, em Turim, Itália, seguido da sua vinda para o Brasil e a Argentina, consolidado pela participação comercial e entre ambos os países no Mercosul.

2 A INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA SOB A PERSPECTIVA INTERNACIONALISTA

2.1 INTERDEPENDÊNCIA COMPLEXA E AS MULTINACIONAIS COMO ATORES DAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Neste tópico, é analisado, sob a perspectiva teórica da Interdependência Complexa, o papel que as multinacionais têm no cenário internacional. Diante desse panorama, percebe-se na atividade empresarial um meio para alavancar a competitividade econômica. Nogueira e Messari (2005) argumentam que as teorias das Relações Internacionais contribuem para o entendimento e definição de alternativas cabíveis aos atores envolvidos na política mundial. Um conjunto de acontecimentos históricos ajudam a esclarecer os avanços dos pensamentos envolvidos na perspectiva liberal.

O poder das nações transformou-se com a porosidade fronteiriça, ou seja, a tradicional agenda que discutia a balança de poderes entre os Estados não é mais suficiente para a realidade atual. Desde a década de 1970, com o advento da *détente*, novas abordagens, internacionalistas de cunho liberal passaram a defender que o avanço das comunicações, a intensificação das transações financeiras e o crescimento do volume comercial, estão moldando as relações internacionais, vê-se também que o fortalecimento das empresas multinacionais³ foge ao poder Estatal (KEOHANE; NYE, 2001).

Entretanto, não há um consenso teórico que delimite quão profundas sejam tais mudanças. As escolas modernas veem nas telecomunicações e no fluxo de deslocamento humano a criação de uma cidade global, acreditam que as transações econômicas estão a criar um espaço sem fronteiras. Por outro lado, há pesquisadores que defendem a interdependência militar como algo que sempre existiu e que continua importante para a política mundial (KEOHANE; NYE, 2001).

De acordo com Keohane e Nye (2001), nem os modernistas nem o tradicionalistas apresentam uma agenda correta para entender a interdependência global. Mudanças

3 Entende-se por fortalecimento das multinacionais, a capacidade de barganha que elas têm perante os países, como é o caso do *lobby* empresarial perante o governo a fim de conseguir benefícios fiscais, dentre outros.

fundamentais de fato ganharam espaço, mas é preciso uma maior análise para saber se o avanço da tecnologia e aumento das interações sociais e das econômicas deixam de lado o controle estatal. Já o pensamento tradicional, definido no seio da II Guerra Mundial como corrente Realista, não consegue explicar a interdependência. Acreditam num estado de guerra no qual o comportamento estatal estaria dominado pelo perigo de uma guerra constante.

Em meados da década de 1960, os estudiosos que aceitaram a agenda realista como preponderante nas RI foram lentos para perceber que o desenvolvimento de novos temas não estão estritamente associados às preocupações militares. A segurança nacional tornou-se um produto da Guerra Fria. Símbolo este presente na análise realista, a qual defendia a segurança nacional em primeiro plano.

O declínio da esfera militar com a *détente* abriu espaço para o surgimento de novas correntes teóricas, como é o caso da Interdependência Complexa. Dificilmente uma nação pode ganhar uma competição quando sua força está aquém dos limites econômicos e as forças militares não são eficientes em todos os assuntos. Deste modo, a convencional noção de poder perde precisão

Segundo Keohane e Nye (2001), a interdependência complexa refere-se às situações caracterizadas por efeitos recíprocos, mas não necessariamente simétricos entre países ou diferentes atores. Estes efeitos resultam de transações internacionais, irão depender do grau de constrangimento e dos custos associados a eles, sejam dinheiro, bens, pessoas ou informações.

Ao contrário da corrente liberal, da qual Keohane e Nye fazem parte, o pensamento realista defende que as multinacionais não teriam espaço ou seriam politicamente sem valor, isso porque o realismo concebe os Estados como unidades estatais predominantes nas relações internacionais e, onde a força é um instrumento efetivo da política, liderado por questões relacionadas à segurança militar. Assim, a integração política estaria apenas a serviço dos interesses dos países mais poderosos.

É para desafiar este ponto de vista que a teoria da interdependência complexa existe. De acordo com Keohane e Nye (2001), a sociedade é conectada por múltiplos canais, incluindo laços formais e informais entre as elites governamentais, bem como arranjos entre organizações transnacionais como bancos e corporações, o que caracteriza as relações interestatais, transgovernamentais e transnacionais. Os Estados deixam de ser os únicos atores no domínio das relações internacionais, passam a dividir espaço com atores não estatais,

definidos aqui como entidades não soberanas que exercem significativo poder e influência político-econômica e social a nível interno e externo.

Admite-se uma diversidade de atores, a exemplo dos burocratas, envolvidos no setor governamental e no privado, organizações internacionais, organizações não governamentais, religiões, indivíduos, e multinacionais. A agenda das relações internacionais passa a ser composta por múltiplos assuntos, não necessariamente numa ordem hierárquica consistente; como consequência, a segurança militar deixa de ser a agenda dominante. Destarte, Keohane e Nye (2001) dizem que diferentes coalizões levam a diferentes graus de conflitos, sejam eles econômicos ou sociais e que a análise da interdependência internacional passa a ser feita por assimetrias de níveis de forças e poder entre os atores.

Para uma melhor definição do que sejam multinacionais, utiliza-se o conceito do *National Intelligence Council* (NIC) (2011) que define corporações multinacionais como empresas que gerenciam a produção ou oferta de serviços em pelo menos dois países. A multinacional tradicional é uma companhia privada sediada em um país, com subsidiárias em outros, todos operando em concordância com uma estratégia global coordenada para ganhar mercados. Assim sendo, o fenômeno das empresas multinacionais obteve sua maior expansão com o avanço do capitalismo, suscitando curiosidades e controvérsias.

No âmbito histórico, referências à presença e à estratégia das grandes firmas não é recente, como é descrito por Bento (2006, p.17, apud, BARTOLOMEU, 2006) no trecho a seguir, sua aparição é remetida há séculos:

A estratégia de produção mais utilizada pelas Grandes Corporações Multinacionais é a internacionalização da produção. Em seu primeiro momento, a internacionalização da produção se iniciou com as Grandes Navegações, países europeus como Portugal, França, Alemanha e Reino Unido, conquistaram grandes extensões de terra por quase todo o mundo, constituindo seus impérios coloniais. O principal motivo para o domínio destes territórios era a busca por fontes de matéria-prima, riquezas mineral e concomitante, mercado de consumo para os produtos da Metrôpole. Como a ocupação desses territórios é que legitimava o seu domínio e exploração, as metrópoles incentivavam, promoviam e concediam certas extensões territoriais a algumas empresas que tivessem interesse em ocupar a Colônia. São exemplos, as empresas: *Royal African Co, East Índia Co, British Petroleum, Compagnie Française de Pétroles e Union Minière du haut Katanga*.

Assim, Bento (2006, p. 17) prossegue ao dizer que “como o processo de comercialização e exportação de mercadorias entre Metrôpole e Colônia se intensificava, isto fez com que ocorresse um estímulo ao incremento tecnológico”. Conseqüentemente, “a partir destas manufaturas originaram-se as fábricas, inicialmente de pequeno porte. Dentre estas

fábricas, alguns ramos produtivos começaram a destacar-se, adquirindo maior influência no meio produtivo, com poder suficiente para incorporar outras fábricas” (BENTO, 2006, p.17).

A partir dos anos 1970, diversificaram-se as multinacionais tanto na sua situação geográfica como nas suas atividades. Presenciou-se a propagação do setor financeiro ao redor do globo, a exemplo dos bancos americanos, europeus e japoneses, foram instaladas filiais de seguradoras americanas, europeias e japonesas em vários países do mundo, montadoras de automóveis, bem como a expansão das multinacionais eletrônicas e grandes superfícies dependentes da mesma empresa-mãe, disputando mercados mais competitivos onde se oferecem custos de produção mais baixos.

Posteriormente, graças à existência de um ambiente operacional, foi dado ênfase aos atores contemporâneos não estatais. O fim da Guerra Fria no século XX significou que assuntos militares e de segurança não estavam mais em posição dominante. Com a globalização, os recursos financeiros, políticos e técnicos tornaram-se amplamente disponíveis. Pode-se dizer que o sistema comercial e o financeiro envolveu uma gama maior de atores estatais e não estatais, organizados num sistema de natureza anárquica, baseado em fluxos instantâneos de informações, transporte, fluxos de divisas, ou seja, uma sociedade marcada pelo aporte de fundos de investimento e crescentes níveis de consumo de bens e serviços em todo o mundo (FUNDAÇÃO STANLEY, 2011).

As redes mundiais de finanças, fabricação, transporte, comercialização e distribuição são em grande parte, organizadas por empresas globais e, muitas vezes, funcionam sem regulação significativa de burocracias governamentais. Segundo a Fundação Stanley (2011), muitas das maiores multinacionais têm ativos os orçamentos que excedem as economias de países inteiros, vindo a mostrar que as grandes corporações multinacionais podem ter uma influência poderosa nas relações internacionais e nas políticas dos governos nacionais, dados os vastos recursos financeiros disponíveis para relações públicas e *lobby* político.

Países passam a competir uns contra os outros pelo estabelecimento de grandes empresas em solo nacional, assim colher as receitas fiscais geradas, aumentar o número de empregos, o que contribui para a atividade econômica. Para competirem, Estados ou em determinados casos, blocos de países, oferecem incentivos como isenções fiscais, melhorias na infraestrutura, até mesmo políticas trabalhistas e ambientais menos rigorosas. Estes investimentos passaram a ajudar o crescimento das economias emergentes.

Keohane e Nye (2001) ao argumentarem o papel da interdependência, observam que não somente as empresas têm o poder de afetar os países, como também são influenciadas por estes. Seja a partir de pressões a favor da nacionalização (forçando a empresa a vender seus ativos locais para o governo ou a outros nacionais de local) ou mudanças nas leis e regulamentos locais de negócios. O impacto dos atores não estatais está atrelado ao contexto vivido, ou seja, os papéis que desempenham, e a influência que elas exercem, dependem dos contextos político, econômico e social distintos em cada Estado.

Essas relações de interdependência, conforme Mariano (1995, p.17),

Resultam em custos para os atores nelas envolvidos em consequência da restrição à autonomia de cada um. De acordo com o poder de cada ator e da natureza da relação, é que serão especificados os custos e os benefícios, assim como a forma como ambos serão distribuídos. Por essa razão, a interdependência na sua forma assimétrica passa a descrever a realidade das relações internacionais: os participantes sofrem limitações frequentes, mas devido à posse de instrumentos mais efetivos, a capacidade de projetar poder e a um grau menor de vulnerabilidade, o Estado ou demais atores podem colocar-se dentro do relacionamento de forma mais poderosa.

O relacionamento interdependente também se constitui em fonte de poder porque o ator com mais poder de barganha tem a vantagem de que qualquer alteração no relacionamento representa custos menores para ele do que para os demais parceiros (MARIANO, 1995, p. 15). Por isso, as relações de interdependência podem vir a ocorrer dentro de uma malha de regras, normas e procedimentos que regulamentam seus comportamentos e controlam seus efeitos

2.2 A MUNDIALIZAÇÃO PRESENTE NO SETOR AUTOMOBILÍSTICO

Quando se fala da mundialização, entende-se uma estrutura mais forte que do que se conhece por globalização. De origem francesa, o termo mundialização é proposto por Chesnais (1996) como uma alternativa à globalização. É uma expressão mais enfática sobre a expansão da economia e as práticas de adaptação das grandes multinacionais ao redor do planeta.

Ao abordar as multinacionais, Chesnais (1996, apud MICHALET, 1985) diz que essas são uma grande companhia com filiais industriais em pelo menos 2 países. Faz-se uma

abordagem geral de multinacionais como empresas ou grupos de grande porte que possuem filiais a partir de sua base nacional no exterior, que por sua vez, podem vir a adotar estratégias de produção racionalizada com o estabelecimento de filiais.

“A lógica da internalização, portanto, é que proporciona um meio, não apenas de salvaguardar a vantagem monopolística das companhias, mas também de criar e, sobretudo, de reforçar essa vantagem [...] e também que as filiais permitem às multinacionais segmentar os mercados nacionais” (CHESNAIS, 1996, p. 85).

A mundialização vem a ser, de acordo com este autor, uma fase da internacionalização do capital. Alguns dos aspectos característicos é a presença do Investimento Estrangeiro Direto (IED) advindo dos países mais ricos rumo aos Estados em desenvolvimento. Por ter um caráter intertemporal, sua existência permite o fluxo da produção, desenvolvimento comercial, geração de lucros, benefícios estes que se prolongam no tempo. Desta forma, Benko (2002, p. 46) prossegue a linha de pensamento semelhante ao proferir que,

A taxa de crescimento dos investimentos diretos estrangeiros mantém uma média muito superior à do comércio internacional e, por conseguinte, à da produção mundial; por outra parte, há, desde 1985, uma nítida aceleração, fenômeno que não pode ser dissociado da abertura maior dos mercados nem da atração exercida pelo forte crescimento econômico dos países ditos “emergentes”. As companhias multinacionais são responsáveis por dois terços do comércio mundial, do qual um terço representa o comércio no interior das empresas. Como reflexo dessa nova realidade, essas firmas estão no centro da atividade econômica dos países. Esses dados mostram bem que a mundialização econômica começou mesmo uns vinte anos atrás. Os resultados, porém, são discutidos: para alguns economistas, a consequência seria uma tendência à convergência das políticas econômicas nacionais, para outros, seria uma intensificação da interdependência das economias nacionais.

As motivações deste tipo de investimento em regiões distintas da terra matriz estão atreladas à ideia de penetração estratégica para banir ou enfraquecer a concorrência, aproveitamento das tecnologias locais. Assim, mudanças no gerenciamento e descentralização da produção vêm levar a proximidade do mercado consumidor final, bem como emersão de grandes oligopólios industriais formados pelas fusões e aquisições transfronteiriças.

Montenegro (2005) faz uma análise do processo de mundialização e vai de encontro às dimensões fundamentais deste fenômeno que são a indústria, o intercâmbio comercial e o sistema financeiro. Ele concebe as configurações atualmente assumidas pela economia

capitalista, em nível mundial, como resultante, principalmente, dos movimentos de internacionalização dos capitais produtivo, comercial e financeiro na contemporaneidade, no que se refere às formas assumidas pela mundialização na esfera produtiva, e identifica a empresa "multinacional" como o suporte organizacional dos grandes grupos industriais mundializados. Montenegro (2005, p. 4) prossegue dizendo que,

No que concerne às formas assumidas pela mundialização na esfera comercial pode-se sublinhar, a partir de Chesnais, três séries de fatores dos quais resulta a atual configuração do sistema internacional de intercâmbio. Os primeiros fatores são os processos de concentração e centralização do capital nas economias do centro do capitalismo internacional, associados aos movimentos do IED, bem como às estratégias dos grandes grupos. Os segundos fatores são as mudanças tecnológicas e científicas, principalmente no que se refere à inserção de tais mudanças nos processos produtivos com influência nos níveis, organização e localização da produção, bem como da demanda na produção por mão-de-obra e insumos. Os terceiros fatores são os de conotação política, aludindo aos papéis assumidos pelos Estados tanto no que concerne à constituição dos blocos econômicos regionais, como no que tange à postura assumida por esses países em relação à dívida das nações do terceiro mundo.

Resende (2005, p. 4, apud, CHESNAIS, 1996) argumenta, primeiramente, que uma empresa passa por um processo sequencial de expansão a partir de países psiquicamente mais próximos, a fim de evitar a incerteza e minimizar os riscos. É a partir deste processo que a internacionalização da multinacional proporciona o conhecimento e compromisso de mercado, a partir de então oferece ferramentas para a busca de mercados mais distantes.

A externalização dos grandes grupos empresariais abre espaço para relações assimétricas perante outras companhias, isto ocorre devido à disponibilização de procedimentos e meios de ações organizacionais, baseadas na própria deficiência mercadológica oligopolista, que perpassa por mudanças tecnológicas que apenas uma parcela do ramo industrial é capaz de dominar.

É deste tipo de pensamento que advém o termo “empresa-rede”, cuja essência está presente na afirmação de Alves (2007, p. 515) quanto aos avanços dos processos tecnológicos inseridos no ramo industrial,

A adoção das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) pelas grandes corporações transnacionais impulsionou a mundialização do capital e contribuiu para o desenvolvimento do capitalismo flexível. Aplicadas à produção industrial e às atividades de gestão, finanças e serviços, as TIC's são capazes de integrar *loci* globais de produção e reprodução da sociedade de mercadorias. Essas transformações ensejaram a implementação de novas estratégias empresariais com

vistas à internacionalização da produção. As novas tecnologias proporcionaram a estruturação dessas empresas na forma de redes.

Antonelli (1988) afirma que esses tipos de firmas, dentre elas a Fiat, lançam mão da telemática como facilitadora de uma maior integração das externalidades entre as filiais por meio da eletrônica, vindo a gerar redução de custos de coordenação financeira. Assim, cada filial passa a ter a possibilidade de vender sua produção internamente, independentemente, dos preços fixados no mercado externo, de obterem novos investimentos ou até mesmo de transferir recursos extras para a implementação de novos investimentos. Como é o caso do Centro Estilo da Fiat, conteúdo este a ser abordado no tópico 4 deste trabalho. Este fenômeno gera, de acordo com Chesnais (1996, p. 109), a “desverticalização” das grandes companhias em redes de empresas especializadas.

Impelida pela internacionalização econômica, bem como, pela necessidade de modernizar sua estrutura e reduzir custos, “as multinacionais partiram para a prospecção de mercados emergentes, fizeram aquisições, fusões, costuraram novos acordos com fornecedores e saíram em busca de vantagens territoriais que modificaram a geografia do setor” (ANFAVEA, 2006, p. 31). Tigre et al. (1998) diz que as transformações mais relevantes no impacto do desempenho produtivo no ramo automobilístico, em especial na América do Sul, resultaram mudanças intimamente associadas ao padrão comercial do Mercosul.

Tigre et al (1998) afirma que um dos elementos desencadeadores destas transformações vem a partir da estruturação macroeconômica dos países sul-americanos, entre eles Brasil e Argentina. O acesso ao crédito aumentou o consumo, vindo a expandir a produção. É válido mencionar que a entrada de regimes regulatórios automotivos, como o argentino e o brasileiro; o incentivo à produção de carros populares contribuiu para a especialização, proteção comercial e estímulo às exportações.

Chesnais (1996) e Tigre et al (1998) seguem a mesma linha de raciocínio quanto à instrumentação da lógica global adotada pelas indústrias automobilísticas a nível internacional, no que diz respeito à divisão do trabalho entre matrizes e filiais quanto à fabricação dos produtos, estruturas de custos e especialização complementar intrafirma na região. Isto ocorre devido à saturação dos mercados tradicionais, o que gera então um aprofundamento da internacionalização da produção, redução de custos para atender a demanda do consumo, e a necessidade de adaptação aos blocos comerciais locais. A lógica

traduz-se na redução de plataformas⁴ por planta, diversificação das versões de um mesmo modelo de carro pelo aproveitamento da plataforma existente, vindo a ser complementada pelo intercâmbio intrazona da filial existente, como é o caso da Fiat em solo nacional e argentino.

Outro fator importante que orienta o estabelecimento das multinacionais em solo extraterritorial é a concorrência direta em que seus rivais estão fixados. Com a mundialização, o rumo dos oligopólios está atrelado à capacidade de manter os adversários em retaguarda, ou seja, para que uma empresa de grande porte possa manter-se firme, faz-se necessário que estabeleça eficazmente sua rivalidade a nível nacional e mundial. Este tipo de ambiente competitivo é comum entre as grandes montadoras de automóveis, onde a concorrência passa a ter nomes e localização clara.

Laplane e Sarti (2007) ao realizarem um breve apanhado histórico sobre a evolução do setor automobilístico, afirmam que na década de 1950 o comércio de automóveis entre os EUA e a Europa era pouco significativo. Deste modo, tantos americanos como europeus, passaram a ver a América Latina como um mercado potencial em expansão. Ao fazer referência sobre o contexto internacional, prossegue ao citar que o aumento do preço do petróleo na década de 1970 produziu um impacto duradouro sobre a indústria automobilística mundial, induzindo inovações técnicas em favor de automóveis mais eficientes no uso de combustível. Houve uma desaceleração da demanda, agravada pela crise, o que deflagrou rígida competição entre os produtores para capturar novos mercados.

Por sua vez, nos países em desenvolvimento, as vendas de automóveis apresentavam dinamismo crescente, mas necessitavam de um estímulo mais eficaz, pois sua contribuição ao total mundial ainda era baixa. Após a crise econômica de 1970, de acordo com o Tigre et al (1998, p. 7),

Com a reativação da demanda e a competição da concorrência em escala mundial, as plantas promoveram importantes investimentos em matéria de inovação. Estas estratégias produziram importantes inovações no produto, que se viram refletidas na redução do tempo para introduzir novos modelos no mercado (redução do ciclo de vida dos produtos) e em uma adequação mais profunda dos produtos às preferências específicas do cliente [...] As inovações técnicas, organizacionais e mercadológicas foram o principal vetor das estratégias de concorrência das empresas.

4 Segundo Tigre et al (1997), entende-se por plataforma o espaço de produção que abarca o chassi, a suspensão, transmissão, direção e espaço onde o motor está inserido.

Nos anos 1980, esses processos de organização da produção e de gerenciamento, aperfeiçoados pelo avanço da informática, revelaram-se particularmente eficientes e adequados às condições de instabilidade e de segmentação do mercado que marcaram esta década. A capacidade de atingir rapidamente o mercado com produtos, a produção a baixo custo e com elevada qualidade tornaram-se vantagens competitivas muito importantes.

Outro fator importante foi a generalização do modelo da “produção enxuta” que reduziu parte importante das diferenças de custos existentes entre as montadoras japonesas, norte-americanas e europeias, nos anos 1970 e 1980. Desde a década de 1990, as montadoras buscam reduções adicionais de custos por meio da pressão sobre os fornecedores de autopeças, sobre os distribuidores e sobre os assalariados.

Segundo Laplane e Sarti (2007), os mercados em desenvolvimento, como América do Sul, Ásia e Índia passaram da década de 1990 a apresentar maior dinamicidade. Barbosa (2005) ressalta que 1/3 do comércio mundial é realizado entre empresas multinacionais de um mesmo grupo, e que muitas destas empresas se apoiam nos mecanismos de integração regional para dividir as suas atividades entre os países de um mesmo bloco econômico. A exemplo, os setores químico e automobilístico são os principais desta atuação coordenada das empresas multinacionais no âmbito do Mercosul.

Como exemplo, tem-se que as vendas de automóveis no Mercosul aumentaram de 809 mil unidades, em 1990, para 2,1 milhões de unidades em 1996. Neste período, os países do Mercosul e vários outros países em desenvolvimento (a Índia, a Coreia e os países do Leste da Europa) ganharam o *status* de países emergentes na indústria automobilística.

Laplane e Sarti (2007), Barbosa (2005) e Calandro (2000) ressaltam que a estagnação dos grandes mercados, nos países desenvolvidos, e a rápida expansão, nos países em desenvolvimento criaram três grandes desafios para as montadoras, ou seja, a reorganização da cadeia de valor visando adequá-la às novas condições de rentabilidade; o aprofundamento da internacionalização da produção, de modo a fortalecer sua presença nos mercados com maior potencial de crescimento ou baixo custo de produção; e, por último, a adequação da estrutura de produção ao surgimento dos grandes blocos comerciais na economia mundial.

Chesnais (1996) lança mão de três níveis estratégicos enfrentados por estes grupos. No primeiro ponto, ele preconiza “as vantagens próprias” do país de origem; em segundo lugar, é abordada a aquisição de insumos estratégicos para cadeia produtiva pensado a nível mundial,

seja por meio da disponibilidade de matéria-prima, como científicos e tecnológicos; e, por último, o nível das atividades concorrentes, que diz respeito ao quadro geopolítico da integração industrial, uma vez que através das relações internacionais que as grandes firmas buscam homogeneizar seus mercados.

Deste modo, é feita, ao longo do trabalho, uma série de observações sobre a expansão da indústria automobilística, e a relevância gerada aos novos mercados. Assim, nas linhas seguintes procurar-se-á mostrar como ocorre a articulação entre economia e política frente a um mundo globalizado, subentendida a mundialização do capital, em sua forma industrial, especificamente por meio do setor automobilístico, a Fiat, no Brasil e na Argentina.

2.3 A INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA COMO MOTOR ECONÔMICO

De acordo com a *Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles* (OICA) (2007), a indústria automobilística é um dos maiores motores de crescimento econômico no mundo, e grande parte deste destaque teve início no decorrer da Segunda Guerra Mundial. Deste modo, a indústria automobilística passou a ser cada vez mais importante para a economia mundial, sendo considerada o fator relevante para o desenvolvimento e, portanto, um indicador de avanço tecnológico nos países da América Latina, tornando-se uma solução para superação da pobreza.

A OICA (2007) afirma que nos recentes anos, a indústria empregou 9 milhões de pessoas diretamente na produção dos veículos e setor de peças agregadas, ou seja, mais de 5% do emprego em manufatura no mundo total. Ressalta-se que cada emprego direto no ramo automotivo suporta pelo menos outros cinco empregos indiretos, resultando em mais de 50 milhões de empregos atrelados à indústria automobilística.

Desta forma, as vantagens, para países como Brasil e Argentina, de as montadoras desenvolverem localmente atividades de criação de produtos está no fato de tais atividades demandarem o emprego de mão-de-obra qualificada, envolvendo alto valor agregado às suas operações e contribuir com o fortalecimento da cadeia produtiva em todo o tecido industrial, imprimindo maior importância estratégica às operações locais (AMATUCCI, 2009, apud SALERNO et al. 2002).

O Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior (MDIC), (2011) deixa claro que a esfera empresarial vai além da geração de empregos, uma vez que está inserida em um ambiente no qual é exercido uma gama complexa de relações, sejam elas econômicas, fiscais e financeiras, sociais, políticas e institucionais, legais ou regulatórias, internacionais e tecnológicas. Essa união de fatores é denominada *sistêmica* justamente porque caracteriza o ambiente no qual a empresa está inserida.

Como proferido por Pereira e Rebellato (2006), o Estado, no papel de promotor do desenvolvimento, fundamentou, por meio da teoria keynesiana, os instrumentos de política econômica que lhe possibilitaram interferir na economia, incentivando ou retraindo crescimento. Por sua vez, Vianna (2003) argumenta que o Estado interfere nas exportações e importações por meio da administração da taxa cambial. Além disso, o Estado pode exercer influência em alguns mercados por meio da regulamentação direta da atividade de produção ou mesmo pela fixação de preços de alguns produtos ou remuneração de alguns fatores.

Isto ocorre, conforme Senhoras e Dias (2005, p. 6) devido a que,

Os governos tentam atrair para seu território empresas pertencentes ao complexo automotivo – montadoras, fabricantes de autopeças e distribuidoras –, visto que criam um número significativo de empregos, são responsáveis por uma parcela expressiva do Produto industrial e permitem melhorar a balança comercial e a arrecadação tributária.

Sabe-se ainda, que o uso de instrumentos de atração de montadoras não é recente, de acordo com Senhoras e Dias (2005, p. 6).

Remonta a Segunda Grande Guerra, quando governos de países em desenvolvimento, com o objetivo de criar parques industriais, "lançaram mão" de pacotes de incentivos diversos à implantação de montadoras e aos fabricantes de autopeças. Esses interesses vieram ao encontro das necessidades dos fabricantes de veículos norte-americanos e europeus, que, para fugir das políticas protecionistas e, principalmente, aumentar escalas de produção e ampliar mercados, foram forçados a construir plantas em outros territórios [...] Dessa forma, a associação entre a necessidade de expansão dos mercados das montadoras e a de industrialização dos países em desenvolvimento impulsionou a crescente internacionalização das grandes montadoras.

Além de políticas protecionistas, Silva (2001) sugere que outro fator sistêmico construído historicamente e que pode ser modificado com o tempo é a infraestrutura. A internalização de uma grande multinacional compreende a necessidade de recursos básicos

para o seu estabelecimento. Deste modo, para que haja a viabilização de integração com os mercados, deve-se contar com a existência de sistemas de energia, água, rodoviário ou hidroviário adequados para a implantação e acesso de fábricas, comunicação e a potencialização de serviços tecnológicos. A infraestrutura pode não ser exatamente um fator de vantagem competitiva, pois deveria ser homogênea entre os competidores, mas torna-se uma forte desvantagem para aqueles que não a possuem.

A estrutura produtiva e a regionalização tornam-se também um fator sistêmico da competitividade. Os denominados polos industriais formam um contexto favorável à implantação de novas fábricas na região. Este ambiente pode ser formado pelo Estado em conjunto com as multinacionais, entre elas as grandes montadoras unificando os objetivos de fortalecimento da economia em determinados setores proporcionando desenvolvimento regional (SILVA, 2001).

3 A INSERÇÃO DO SETOR AUTOMOBILÍSTICO NO MERCOSUL

3.1 UM OLHAR SOBRE A FORMAÇÃO DO MERCOSUL

É notável que a evolução da globalização financeira e produtiva, ou seja, que a mundialização do capital é temática constante nas relações internacionais, principalmente, no campo empresarial. Concomitante a este processo, emergiu a necessidade de um mercado sem fronteiras, levando os Estados a integrarem-se em blocos político-econômicos para a busca de desenvolvimento. Este processo foi intensificado a partir da década de 1980, como mostra Mantellatto (2006, p. 20),

Com o avanço da globalização financeira e produtiva, a temática prioritária no campo empresarial passou a ser a competitividade. Nesse caminho, a necessidade de se impor em um mercado sem fronteiras fez com que os países se integrassem em blocos econômicos na busca pelo desenvolvimento e troca de tecnologias, onde a produção e o consumo se aliam e todos os envolvidos acabam percebendo ser indispensável esse tipo de convivência para a sobrevivência de seus investimentos e equilíbrio de suas contas. No estabelecimento de políticas de aproximação, o comércio é o carro chefe, pois através dele passa a ser possível uma integração dos demais temas como pessoas, bens e serviços, e o que significava uma pequena relação de interesses transforma-se em um gigantesco conglomerado de estados e empresas. Cada país sai em busca do seu igual para poder criar parcerias promissoras, e a partir destas parcerias surgem os hoje conhecidos blocos econômicos, onde os países se aliam para alcançar objetivos comuns e se fortalecerem para enfrentar o mercado internacional com mais competitividade e influência.

Mantellatto (2006), ao analisar o processo de consolidação destes blocos na perspectiva da integração regional e do comércio internacional, encontra cinco formas distintas de integração na área econômica. Ele diz que a primeira delas é constituída pela Zona de Preferências Tarifárias, a qual consiste na adoção recíproca, entre dois ou mais países membros, de níveis tarifários inferiores incidentes na comercialização aos aplicados ao comércio com terceiros mercados; a segunda é a Zona de Livre Comércio, a qual corresponde à eliminação de todas as barreiras tarifárias e não tarifárias incidentes entre o comércio do bloco; em terceiro, vem a União Aduaneira consolidada na adoção entre os países do grupo de uma tarifa única às importações provenientes do mercado externo ao bloco, a tarifa externa comum (TEC), tornando-se necessário o estabelecimento de políticas comerciais conjuntas;

há, em quarto lugar, a formação de um Mercado Comum, que além de prever a livre circulação de mercadorias, como a união aduaneira, este modelo regula também a livre circulação dos demais fatores produtivos, capital e pessoas, pressupondo a coordenação de políticas macroeconômicas e setoriais; e por fim, o mais alto nível de integração é dado pela União Econômica Monetária: a este modelo está associado o processo de integração mais avançado e complexo, pois há a presença de uma moeda única e de uma política comum em matéria monetária conduzida por um Banco Central comunitário, e a política macroeconômica coordenada.

O Mercosul, de acordo com Almeida (1998), passou a ser moldado em 6 de julho de 1990, graças a “Ata de Buenos Aires”, a qual mostrou o compromisso entre os presidentes do Brasil e da Argentina em formar um mercado comum bilateral até o prazo de dezembro de 1994.

A aceleração deste processo integracionista bilateral foi consubstanciada em 26 de março de 1991, através do Tratado de Assunção, entre os governos argentino, brasileiro, paraguaio e uruguaio, que conforme Laplane e Sarti (2007, p. 31) foi originado na esfera diplomática, e teve como motivação básica sua importância econômica.

Uma das vertentes da formação destes blocos está inserida na ânsia de atender à estratégia de países periféricos, entre eles Brasil e Argentina, a fim de atrair capital externo, bem como proporcionar o desenvolvimento de suas economias. Somado a estes objetivos, o MDIC (2011) discorre que a finalidade do bloco é conformar um mercado que proporcione: livre circulação de bens, serviços, trabalhadores e capital, por meio da redução das barreiras tarifárias e não tarifárias, através de uma política comercial uniforme comum, via-se adoção de uma TEC.

O Mercosul passaria a desenvolver suas ações para os seguintes objetivos específicos: aumento e diversificação da oferta de bens e serviços com padrões comuns de qualidade, seguindo normas internacionais e propiciando economias de escala; promoção de modo coordenado do desenvolvimento científico e tecnológico; busca permanente de pautas comuns para o desenvolvimento sustentável dos recursos regionais; aumento da participação dos setores privados no processo de integração.

Apesar das nobres intenções para a consolidação deste bloco econômico, observa-se grande disparidade competitiva entre as estruturas produtivas das duas maiores economias do Mercosul, Brasil e Argentina. Laplane e Sarti (2007) explicam que esta defasagem ressalta a

fragilidade do arcabouço normativo e institucional presente no Mercosul para promover ou induzir uma redução dos desníveis de competitividade presentes nos diversos setores produtivos dos países-membro do bloco. Portanto, pode-se considerar que o Mercosul, desde sua criação, avançara mais como um processo de integração *de fato* (fluxos comerciais e investimentos) do que como um processo de integração *de jure* (organização e ação institucional).

Surge então a necessidade de abordar o regime automotivo inserido no Mercosul que de acordo com Laplane e Sarti (2007), parece constituir uma importante exceção à fragilidade das políticas de competitividade e integração produtiva no eixo Brasil e Argentina devido a seus incentivos fiscais e financeiros, e adoção de legislação e instrumentos específicos no quadro dos regimes automotivos. Cabe então, ao tópico seguinte fazer uma análise sucinta deste conteúdo.

3.2 O REGIME AUTOMOTIVO INSERIDO NO MERCOSUL

No tocante à formação dos regimes automotivos, Mantellatto (2006) afirma, a exemplo do Brasil, o regime automotivo teve sua origem constituída no âmbito da Câmara Setorial da Indústria Automobilística no ano de 1992. E, que naquela época, o contexto era de relativo desvirtuamento da política de estabilização econômica resultante do fracasso do Plano Collor, o que levou a uma busca de soluções negociadas para a crise do setor automotivo. O regime brasileiro, além de proporcionar com benefícios e incentivos um programa de depreciação acelerada para bens de capital, oferecia também a oportunidade de aumentar as importações por parte das montadoras, em troca de investimentos em ampliação e modernização do parque produtivo. Laplane e Sarti (2007, p.21-23) descrevem com mais detalhes como se deu a estruturação deste fenômeno no Brasil. Este autor diz que,

Como consequência da crise mexicana em dezembro de 1994, o governo brasileiro não pôde sustentar o déficit comercial elevado. Em fevereiro de 1995, durante a reunião do Acordo Setorial, foram estabelecidas tarifas mais altas [...] Tornou-se impraticável prosseguir no processo de reestruturação sob o comando da mesma política que vinha sendo bem sucedida nos anos anteriores. As condições haviam mudado significativamente e a balança de poder pendia muito mais às montadoras do que ao governo, fornecedores ou sindicatos. De 1995 em diante, o processo de reestruturação seguiu uma nova pauta política. Em março, as tarifas de importação para bens de consumo, incluindo veículos, foram elevadas para 70%. Supunha-se ser

uma medida temporária para auxiliar o governo a ajustar política cambial, mas tornou-se um instrumento importante da nova política para a indústria automobilística. Sob a denominação “Regime Automotivo”, as novas regras foram anunciadas em junho e suas negociações envolveram principalmente governo e fabricantes [...] Foram planejadas reduções graduais de 63% em 1997, até alcançar 20% no ano 2000. As importações do Mercosul até 85 mil unidades seriam isentas sendo estabelecido um regime de quotas. Apesar da arrancada da liberalização comercial, a reestruturação manteve-se sob as diretrizes da nova política. Isto fortalece o ponto de vista defendido por Laplane e Sarti (1996) de que a liberalização do comércio por si só não foi a principal força motriz da reestruturação e do crescimento do mercado; os incentivos fiscais e a integração regional foram também fatores importantes [...] Esta nova política resultou da convergência dos interesses tanto do governo quanto dos membros do oligopólio ao restringir as importações e promover o investimento[...] Beneficiando-se da nova política, as quatro montadoras já instaladas no Brasil apressaram-se em investir para fortalecer suas posições de mercado.

Desse modo, Mantellatto (2006) complementa Laplane e Sarti (2007) ao dizer que a integração da indústria automobilística no Mercosul pode ser percebida como um resultado das iniciativas dos Estados-membros que corresponde aos objetivos econômicos, desenhados pelos formuladores da política de aproximação entre Brasil e Argentina, e que geraram aumento dos fluxos de comércio, especialização e complementaridade produtivas, altos índices de comércio intrafirma, atração de novos investimentos diretos; inserção da região no circuito mais amplo de exportação e importação de partes, peças, componentes e veículos finais.

Pode-se entender que o comércio intrafirma foi fortalecido a partir do aumento do fluxo comercial, uma vez que houve uma reiteração estratégica de especialização e complementação entre Argentina e Brasil (LAPLANE; SARTI, 2007), fato este a ser abordado no capítulo seguinte, ao utilizar a Fiat como caso prático.

Destarte, Fiat, General Motors, Volkswagen e Ford abasteceram o mercado com produtos similares. A estratégia comum foi combinar a oferta do popular com outras versões, mais sofisticadas e com motores mais potentes para aumentar a variedade da oferta e promover a segmentação do mercado sem perder economias de escala.

Quanto à dinâmica da estruturação, Laplane e Sarti (2007) prosseguem ao dizer que o Regime estabelecido em 1995 resultou da convergência dos interesses do governo e dos fabricantes. O Regime Automotivo melhorou sua capacidade ao defender posições no mercado local contra ameaças dos entrantes⁵ e reforçou seu poder de barganha vis-à-vis

5 Entende-se como entrantes montadoras estrangeiras com Honda, Hyundai, Kia, Nissan, dentre outras.

fornecedores, sindicatos e governo. Sob este regime, as montadoras realmente lideraram o processo de reestruturação e o crescimento do mercado. A liderança dos fabricantes transferiu o ônus da reestruturação para as outras partes envolvidas no processo.

Laplane e Sarti (2007) mencionam que nos âmbitos econômico e fiscal a expansão do crédito foi essencial para sustentar o crescimento das vendas no mercado, em especial no território brasileiro. Posteriormente, o crédito tornou-se a força propulsora da expansão do mercado. Isto explica porque as próprias montadoras canalizaram recursos das matrizes para estas operações.

Se pudesse voltar ao passado, precisamente 1956, o então presidente da República Juscelino Kubitschek de Oliveira ao formalizar a criação do Grupo Executivo da Indústria Automobilística (GEIA), com o objetivo de estimular a fabricação local e não somente a montagem de veículos no Brasil, certamente não teria como imaginar o vulto que sua iniciativa acabaria adquirindo. Pelo menos em solo brasileiro a implantação e o desenvolvimento do setor automotivo impulsionou o Brasil a mudar de patamar econômico.

Atualmente, o setor automotivo brasileiro conta com cerca de 26 diferentes montadoras abastecidas por mais de quinhentas empresas de autopeças. Só as montadoras contavam com cerca de 53 diferentes plantas industriais, distribuídas por oito estados e 39 municípios. São fábricas que produzem todo tipo de veículos, de automóveis e comerciais leves a caminhões, ônibus, tratores e colheitadeiras. Veículos cuja produção e comercialização, arrecadam cerca de R\$ 27,7 bilhões aos cofres públicos com a cobrança de IPI, ICMS, PIS e COFINS (ANFAVEA,2011).

4 FIAT INSERIDA NA INTEGRAÇÃO REGIONAL

4.1 EVOLUÇÃO DA FIAT: UMA ABORDAGEM HISTÓRICA

Ao mencionar a importância da indústria automobilística para a economia mundial, a empresa Fiat, historicamente, não é citada apenas como marca, mas para muitos estudiosos no assunto como símbolo de uma história. A fundação desta multinacional teve início juntamente com o desenvolvimento industrial italiano, tendo como marco cronológico de sua fundação o dia 11 de Julho de 1899 em Turim na Itália (SENHORAS; DIAS, 2005).

Conforme o histórico disponibilizado pela Fiat (2011),

No início do séc. XX, além do aumento da produção de carros, um novo mercado foi aberto para a produção de veículos comerciais, motores marítimos, caminhões e bondes. A fábrica de Lingotto, na Itália, iniciada em 1916, sob a direção de Giacomo Matte Trucco se tornou o emblema da indústria automobilística italiana e foi concluída em 1922. A empresa expandiu suas atividades para a indústria siderúrgica, a estrada de ferro, a eletricidade e as linhas de transporte público e a primeira filial italiana foi aberta na Rússia. Entretanto, com a eclosão da guerra, a produção da empresa foi quase inteiramente destinada a abastecer o exército. No pós-guerra, houve anos de crise e recuperação, tendo em 1923 o crescimento retomado graças a uma política de contenção de custo efetiva. Giovanni Agnelli tornou-se o chefe executivo, e modelos de carros foram lançados em grande escala, entre os quais os 509, o primeiro carro com quatro assentos. Nos anos trinta caminhões e veículos comerciais sofreram desenvolvimento tecnológico considerável. Em 1937, as obras foram iniciadas para a base industrial de Mirafiori, na Itália, que apesar da redução drástica na escala produtiva em outros setores durante os anos da guerra, não houve impacto relevante na construção de veículos comerciais, pelo contrário, presenciou-se um aumento considerável, na qual foi introduziu os princípios mais avançados de organização industrial e foco de produção em massa. Com o advento do pós-guerra, em 1948⁶, a reconstrução da Itália foi concluída pelos subsídios norte-americanos do Plano Marshall. Deste modo, os lucros começaram a crescer e o número de funcionários também aumentou. Em 1958, após o incremento econômico pós-guerra, a produção industrial começou a crescer enormemente, tanto para automóveis como máquinas agrícolas. Mirafiori dobrou suas fábricas e a Fiat desenvolveu novas bases industriais no exterior.

No âmbito econômico, a Itália presenciava um período de expansão e o setor de automóveis foi a "força motriz" do avanço na economia. Como proferido pela empresa (FIAT, 2011):

A Fiat ampliou sua presença no sul da Itália através da criação de novas fábricas. Em 1966, Giovanni Agnelli tornou-se presidente da empresa, onde [sic] durante esses anos houve uma tendência para maior automatização dos processos de fabricação

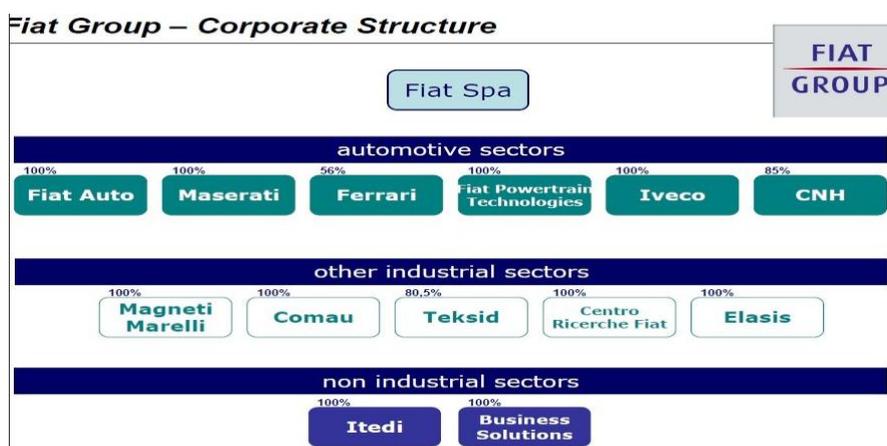
6 Ibidem

para lidar com a crise do petróleo e continuar no caminho da inovação tecnológica. O sistema Robogate criado em 1978, proporcionou a flexibilização da robotização para a montagem da carroçaria, tornando a empresa Fiat como inovadora no ramo tecnológico. Para lidar com a crise do início dos anos 1990, a empresa intensificou sua expansão nos mercados internacionais e alcançou uma presença em todo o mundo que lhe permitiu alcançar mais de 60% do seu volume de negócios fora da Itália. No final de 1990, a concorrência tornou-se cada vez mais agressiva e solicitada. A Fiat, dessa forma, concentrou sua atenção nos mercados em desenvolvimento e foi promovida como uma marca inovadora que propõe soluções de vanguarda tecnológica, a preços acessíveis

Conforme Senhoras e Dias (2005), enquanto atora hegemônica do meio técnico-científico-informacional, o grupo Fiat estabeleceu normas, influência na organização territorial e, em alguns casos, também na regulação. Todos os procedimentos realizados por suas filiais são controlados pela central localizada em Turim na Itália, com a mediação de modernas tecnologias para a transmissão de informações, o que permite desta forma ser considerada como empresa rede.

Concomitante ao avanço tecnológico, a Fiat S.p.A., holding mundial do grupo (Figura 1), possui a intenção de realizar a divisão dos negócios em veículos industriais, máquinas agrícolas ,motores e transmissões veiculares. As atividades do grupo foram separadas em negócios automobilísticos, de peças e componentes que incluem Fiat Group Automobiles, (Ferrari, Maserati, Abarth, Alfa Romeo), Magneti Marelli (produção de suspensão, pneus, sistema de combustível flex, amortecedores e iluminação automotiva), Teksid (produção de fundidos), Comau (manutenção) e FPT – Powertrain Technologies (em suas atividades relativas a motores e transmissões para automóveis e comerciais leves).

Figura 1 – Divisão da Fiat S.p.A



Fonte: Fiat Veicoli Commerciali (2006).

Com a evolução industrial, uma observação importante é destinada à consolidação da influência japonesa, graças à sua técnica inovadora de produção, denominada Toyotismo. Tigre et al (1999) diz que o método toyotista' por ser mais flexível na produção de distintos modelos de automóveis, por obter uma qualidade maior graças à melhor eficiência dos trabalhadores na gestão produtiva, juntamente com maior elo logístico e tecnológicos, permitiu o desenvolvimento de operações *just-in-time* e redução do estoque.

Tigre et al (1999) argumenta que inovações organizacionais na gestão produtiva automobilística possibilitaram a mudança da gestão industrial atual. Refletiu a perda de espaço do modelo fordista e propiciou que os fornecedores passassem a ter mais contato com os setores de montagem uma vez que a gestão da qualidade contribuiu para a diminuição de perdas produtivas.

Graças ao avanço da tecnologia e informática, os produtos passaram a ter maior valor agregada, devido à automação, a partir de baixo custo e alta qualidade, gerando deste modo vantagens competitivas para as montadoras que aderissem ao toyotismo, entre elas a Fiat.

4.2 CHEGADA DA FIAT AOS SOLOS BRASILEIRO E ARGENTINO

No Mercosul, o marco produtivo de automóveis começou no período pós II Guerra Mundial, a partir do fluxo de internacionalização das grandes montadoras. Isso ocorreu graças à intensificação de interesses por parte dos governos locais, os quais viam no setor automobilístico uma oportunidade de avanço industrial. Pode-se dizer que a chegada da Fiat ao solo argentino e brasileiro está permeada na descentralização do polo produtivo da matriz em Turim, Itália.

Sua chegada ao Brasil em 1971(Figura 2) ocorreu num contexto histórico de expansão das grandes multinacionais rumo a novos mercados a fim de fixar presença frente à concorrência. Foi graças ao governador de Minas Gerais, Rondon Pacheco, impelido da ânsia de desenvolvimento industrial para o estado, que foram realizados os primeiros contatos com a Fiat SpA. Oficialmente inaugurada em Betim-MG em 09/07/1976 (WEB FIAT, 2011).

Figura 2 – Sede da empresa em Betim-MG

Fonte: Fiat (2010)

A vinda da Fiat para Betim proporcionou uma explosão da urbanização local. O chamado “milagre econômico” vivenciado no país ao longo da década de 1970 marcou o desenvolvimento econômico do estado mineiro. Desta forma, Minas Gerais passou a compartilhar com a Fiat momentos de prosperidade no âmbito econômico e no social. Como exemplo, pode-se perceber a elevação da urbanização envolta da sede. O município de Betim possuía uma população de apenas 38 mil habitantes (Tabela 1), entretanto o lugar viu sua situação mudar a partir do momento em que vários projetos lá se instalaram, dentre eles a Fiat (BUONO, 2000).

Tabela 1 – População de Betim-MG entre 1960 a 1995

Ano	População			Grau de urbanização (%)
	Urbana	Rural	Total	
1960	8.963	10.280	19.243	46,6
1970	17.536	20.279	37.815	46,4
1980	76.801	7.382	84.183	91,2
1990	162.462	8.775	171.237	94,9
1995	198.920	n.d.	n.d.	n.d.

Fonte: Buono (2000)

Na década de 1990, foi intensificado o processo de mineirização, através da atração de projetos industriais para o entorno da fábrica. A implantação do sistema *just in time* propiciou o abastecimento de componentes destinados à linha de montagem, o que gerou o aumento da eficiência e competitividade. Em 2000, foi investido o IED total de R\$ 400 milhões em tecnologia e inovação para atender às exigências dos clientes. Como é o caso da fábrica de motores *Fire (Fully Integrated Robotized Engine)*, simbolizou, assim, a modernização e o uso da robótica para a produção em escala (FIAT, 2010).

A empresa passou a concentrar investimentos na produção de veículos leves e na modernização das instalações em Betim (MG). Por meio da produção *just-in-time*, reduziram-se custos relacionados à estocagem de materiais e foi agilizada sua cadeia produtiva. A especialização por modelos de pequeno porte permitiu redução de fornecedores diretos e a promoção de maior interatividade da montadora para com eles, ou seja, a proximidade geográfica com os fornecedores diretos, graças à mineirização, foi um fator decisivo para diminuir questões técnicas e ampliar o seu *marketing* empresarial (SENHORAS; DIAS, 2005).

Na Argentina, a Fiat fez-se presente a partir da década de 1920. Constituiu-se em 1923 a Fiat Argentina, tornando possível a venda e a assistência técnica da produção importada da Itália. Em 1948 é criada a Delegação Fiat para a América Latina (DAL), tendo como intuito oferecer a possibilidade de ajuda técnica e econômica para a melhoria da infraestrutura local (AUTO HISTÓRIA, 2010). Foi no ano de 1958, em Ferreyra, Córdoba que a sede da montadora foi oficialmente inaugurada (FIAT, 2011). Em 1967, passou a liderar o mercado nacional, com *market share* de 23%.

Apesar do sucesso ao longo das décadas de 1960 e 1970, a Fiat na Argentina não apresentou uma linearidade nos anos seguintes. Conforme Alves (2007), para fazer frente à contração do mercado automobilístico argentino, em decorrência da instabilidade econômica acometida no país, muitas montadoras tiveram que abandonar a produção. A maior parte delas tinha origem estrangeira, e optaram por deixar as atividades ou reduzir sua presença.

A Argentina adentra a década de 1990 somente com seis montadoras em seu território, sendo elas: Autolatina (resultado da unificação das estruturas produtivas de Ford e Volkswagen), Renault (que em 1992 vende a participação majoritária a um grupo doméstico de empresas constituindo a firma Ciadea), Sevel (que fabricava sob licença veículos Fiat e Peugeot), Iveco Mercedes Benz e Scania, das quais só a Autolatina, Renault e Sevel

fabricavam automóveis. Desta forma, entre os anos de 1980 a 1997 o grupo Fiat licenciou sua marca à empresa Sevel Argentina S.A. Foi produzido localmente em 1982 o Fiat 147, 1985 é lançada a linha Regatta, em 1987 a oferta se amplia com o Duna e em 1989 com o Uno (TIGRE et al, 1999).

Tigre et al (1999) afirma que a partir de 1997 o retorno da Fiat ao país deu continuidade a ideia do Projeto 178. O conceito de carro global passou a ser adaptado à produção local. Foram a produzir modelos Palio e Siena, os quais seriam exportados ao Brasil. Contudo, a produção não obteve o sucesso esperado, sendo interrompida até o ano de 2006. A partir de então a produção foi dedicada apenas à fabricação de motores destinados à exportação. Apenas em 2008, com o lançamento do Novo Pálio, que foi impulsionado novamente a linha de montagem. Sucesso este possibilitado com a colaboração do Centro Estilo Fiat Itália em parceria com o Centro Estilo Fiat América Latina (Betim-MG).

D'Amico (AUTOMOTIVE BUSINESS, 2011) afirmou que;

Betim é hoje a fábrica de automóveis de maior produção no mundo: são 4 linhas que montam, em cima de sete plataformas, 14 modelos com 213 versões[...] Em Betim fazer tantos tipos de carros não é uma escolha, mas uma necessidade para a Fiat, que só tem uma planta industrial no Brasil.

Com IED de € 1 milhão, foram aplicadas neste centro tecnologia de ponta para as engenharias de projeto (eletroeletrônica, carrocerias, chassis) e engenharia experimental (protótipos e engenharia de produção) (FIAT, 2011). Deste modo, a maior empresa da Fiat S.p.A no Brasil, a Fiat Automóveis representa cerca de 30% da produção do Fiat Group Automobiles no mundo.

É neste sentido que se pode retomar o que Chesnais (1996) aborda sobre desverticalização das grandes companhias em redes de empresa especializadas. Na Fiat, todos os fluxos sejam eles, materiais e imateriais são coordenados pela matriz na Itália e, a partir dela, é estabelecida uma hierarquia de comando entre os demais pontos interligados. Esse uso se dá de forma seletiva pelos lugares dotados de maior racionalidade técnica e estabelecendo novas formas de organização e regulação territorial, em conjugação com a formação sócio-espacial, produzindo espaços cada vez mais singulares (SENHORA; DIAS, 2005). Pode-se entender dessa passagem que a hierarquia de comandos entre a Fiat italiana o Centro Estilo instalado no Brasil ao deter tecnologia de ponta, foi um elo importante para alavancar a competitividade do mercado argentino.

Cabe ao próximo tópico, mostrar com detalhes a interação da montadora na Argentina e no Brasil.

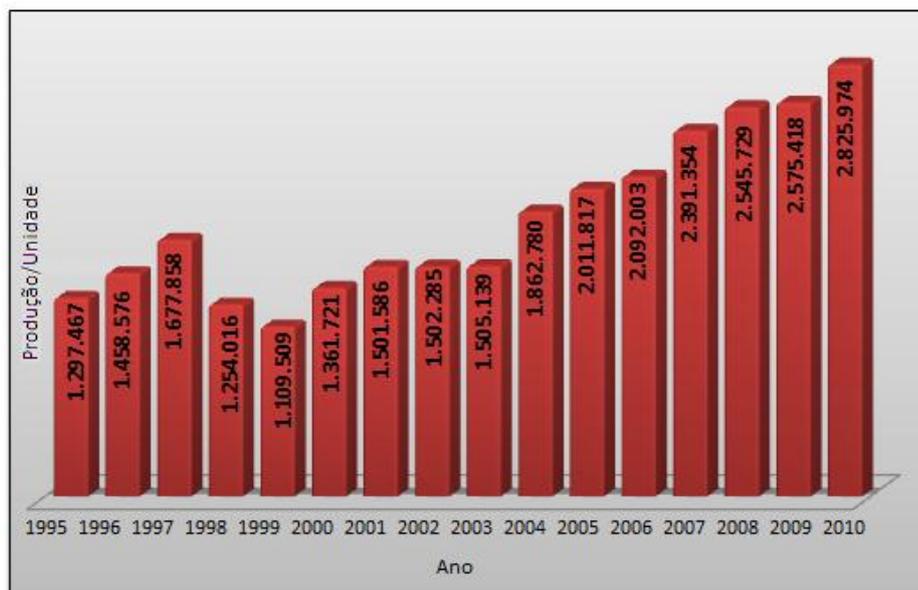
4.3 PARTICIPAÇÃO DA FIAT NO BRASIL E NA ARGENTINA

A década de 1990 marcou a relação entre Brasil e Argentina, pois estes países passaram a obter desempenho mais satisfatório graças à abertura econômica ao capital externo. Alves (2007, p. 4) prossegue ao dizer que no Brasil “a estabilidade e a melhoria das condições em 1991, a partir do ordenamento macroeconômico fizeram com que o consumo interno se recuperasse, proporcionando um cenário adequado para o desenvolvimento das indústrias fabricantes de bens de consumo em geral.”

Em 1995, o governo brasileiro formatou, pela primeira vez, projeto para a indústria baseado no tripé de estímulo à importação de alta tecnologia, equalização de qualidade do produto brasileiro ao do melhor nível mundial e desoneração de tributos de veículos a serem exportados.

Como resposta a este avanço tecnológico, tem-se que a Indústria automotiva do Brasil tornou-se especializada em veículos de pequeno porte feitos a partir de baixos custos, e com consumo econômico de combustível, haja vista a popularização do tipo flex⁷. Descansa nessa tendência, a especialização brasileira de produzir automóveis compactos, o que permite a economia brasileira tirar proveito da escala produtiva (IARC, 2007). Como reflexo desta especialização (Gráfico 1), pode-se perceber que houve o aumento considerável na produção de automóveis entre 1995 a 2010.

7 Entende-se por flex os carros movidos a álcool e gasolina.

Gráfico 1 – Produção nacional de automóveis (1995 a 2010)

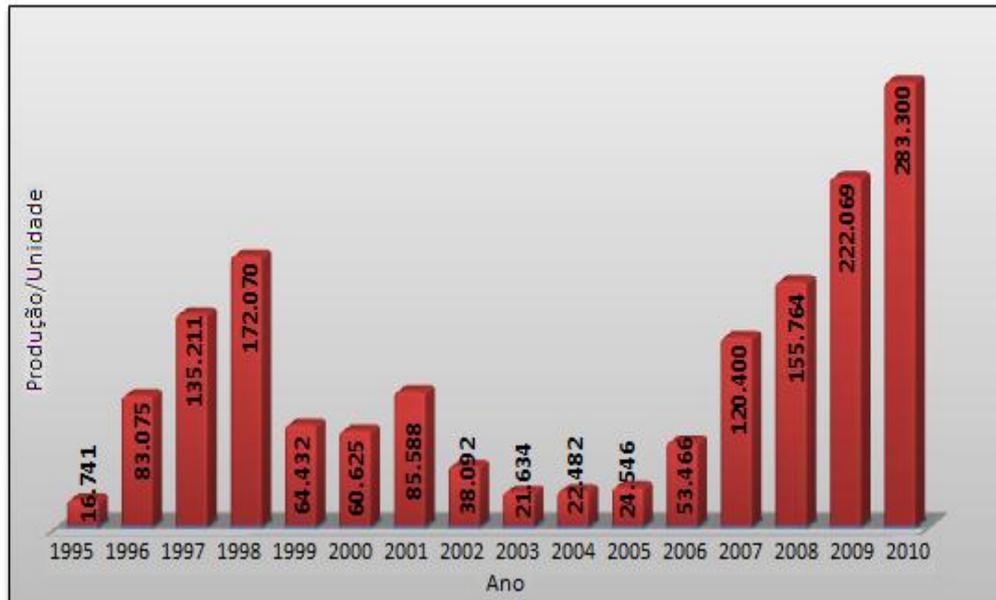
Fonte: ANFAVEA (2011).

De acordo com Calandro (2000, p.117);

Outro aspecto que estimulou o desenvolvimento da indústria automobilística brasileira foi a busca de complementaridade produtiva com a Argentina, que levou à assinatura de diversos acordos de integração comercial e produtiva. A integração das indústrias automobilísticas brasileira e argentina deve-se, em parte, às iniciativas dos dois governos, porém a dinâmica do processo foi dada pelas montadoras, que procuraram aumentar a escala de produção de alguns modelos de veículos através de um processo de especialização produtiva.

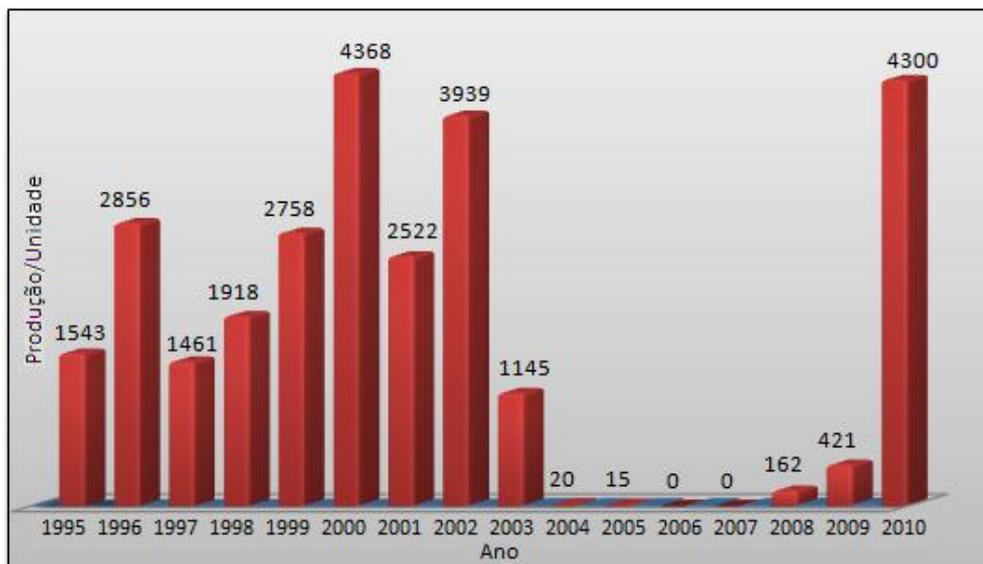
Graças a esta complementaridade, pode-se perceber que as vendas internas de automóveis importados do Mercosul no Brasil aumentaram consideravelmente entre 1995 a 2010. Em destaque encontra-se a Argentina (Gráfico 2), com uma participação dominante de 16.741 em 1995, totalizando 283.300 em 2010, seguida das 1.543 unidades importadas do Uruguai (Gráfico 3) em 1995, e 4300 em 2010.

Gráfico 2 – Vendas internas de automóveis importados procedentes do Mercosul – Argentina (1995 a 2010)



Fonte: ADEFA (2010).

Gráfico 3 – Vendas internas de automóveis importados procedentes do Mercosul – Uruguai (1995 a 2010)



Fonte: ADEFA (2010).

Sob a égide da complementaridade, a Fiat na década de 1990, coloca no ar o seu projeto de carro global, o “Projeto 178”. Este contou com a participação de técnicos de diversas subsidiárias, ao lado da equipe italiana, entre eles, os do Brasil, da Argentina e os da Polônia (AMATUCCI, 2010, p.78, apud VOLPATO, 2003).

Este efeito, que consiste na nacionalização gradativa da Fiat em solo brasileiro e argentino é denominado por Amatucci (2010, p. 69, apud CONSONI, 2004) de “tropicalização”, ou seja, a empresa passa a responder à demanda local e adaptar projetos de modelagem de acordo com o mercado de cada país.

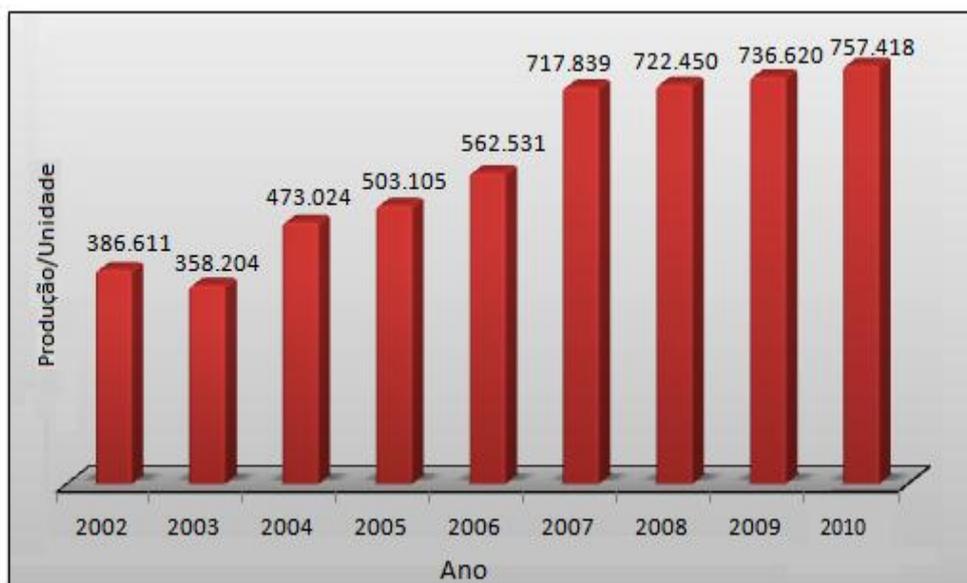
Na Argentina, a planta de Córdoba é responsável pela fabricação de motores e modelos como Palio e Siena, cujo mercado principal de exportação é o vizinho Brasileiro. No Brasil, a gama nacionalmente construída, tem a idealização do Projeto 178, ou seja, adaptar o conceito de carro global, com as necessidades do público consumidor local. Para tanto, foi arquitetado em solo brasileiro o protótipo do primeiro carro a álcool, a geração do Pálio e toda a gama Adventure e Weekend (Doblô, Idea, Palio, Siena, Strada).

Amatucci (2010, p. 79, apud CONSONI; QUADROS, 2002) diz que;

A subsidiária brasileira tem o segundo centro de desenvolvimento da companhia [...] com cerca de 100 engenheiros em 1999, 450 no final de 2005, 650 no final de 2007, entre 800 a 850 em 2008. As instalações de desenvolvimento e teste de produto já contam com capacidade de simulação computadorizada, prototipagem, laboratório de *crash test*⁸ em construção, e mesmo um laboratório único, sem equivalente na Europa, de teste de resistência eletromagnética, para os quais protótipos europeus são enviados.

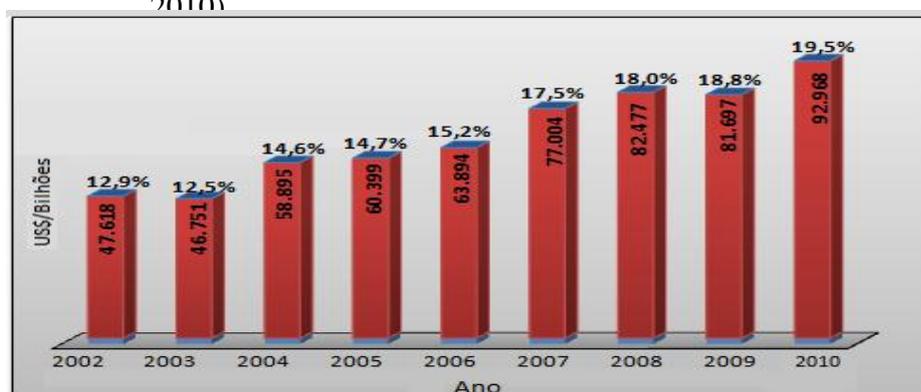
O quase milagre operado pela Fiat no Brasil, que nasceu em 1976, fazendo 300 carros por dia, passou há 35 anos depois, no mesmo endereço, a montar 3 mil unidades por dia, o que totalizou cerca 757.418 unidades em 2010 (Gráfico 4). Seu faturamento líquido, em 2010, foi de R\$ 20,7 bilhões, 5% maior que o obtido no ano anterior, o que refletiu o melhor ano da Fiat em produção e vendas no Brasil, e proporcionou novamente, a liderança no mercado brasileiro de automóveis e comerciais leves (FIAT, 2011).

8 *Crash test*, expressão idiomática que significa teste de impacto, é o teste utilizado para medir a resistência dos veículos contra barreiras indeformáveis (concreto ou ferro) ou deformáveis (estruturas metálicas).

Gráfico 4 – Produção nacional brasileira – Fiat (2002 a 2010)

Fonte: ANFAVEA (2011).

Pode-se dizer ainda, que o bom desempenho do faturamento líquido da Fiat em 2010, R\$ 20,7 bilhões, está inserido nos resultados do faturamento líquido nacional (Gráfico 5), no montante de US\$ 92,968 bilhões, tendo esta montadora, uma parcela de contribuição para o avanço da participação dos 19,5% do PIB industrial do país .

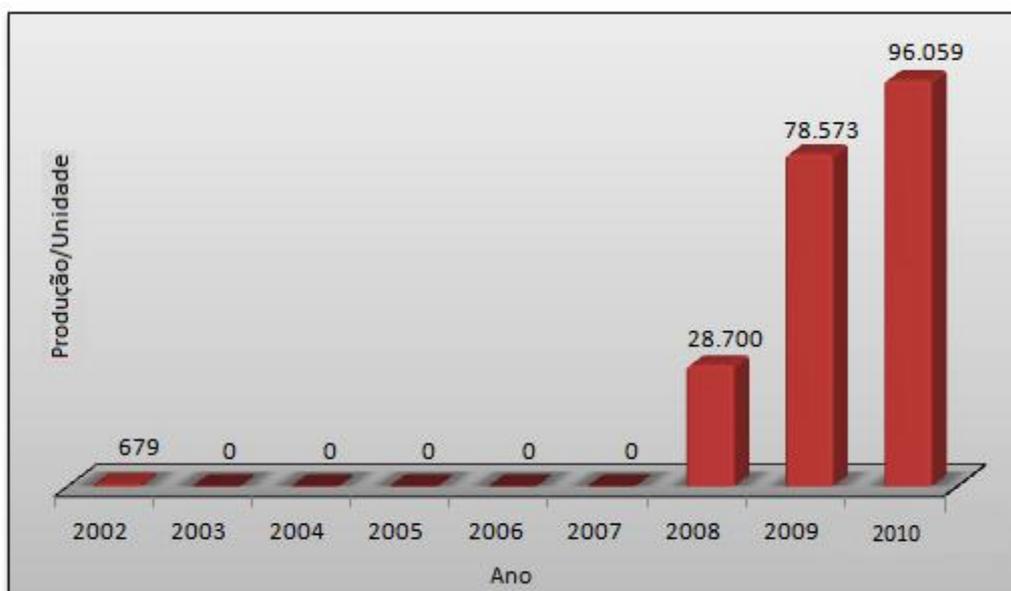
Gráfico 5 – Faturamento líquido e participação no PIB industrial brasileiro (2002 a 2010)

Fonte: ANFAVEA (2011).

De acordo com a EXAME (2010), na Argentina apesar da lacuna estabelecida entre os anos de 2003 a 2007, a produção foi fortemente alavancada de 2008 em diante graças aos US\$ 100 milhões em IED. Auxílio fundamental para impulsionar a capacidade produtiva

local, que resultou na produção diária de 420 veículos totalizando 96.059 unidades em 2010, 22% a mais que no ano anterior (Gráfico 6).

Gráfico 6 – Produção Nacional Argentina – Fiat (2002 a 2010)



Fonte: ADEFA (2010).

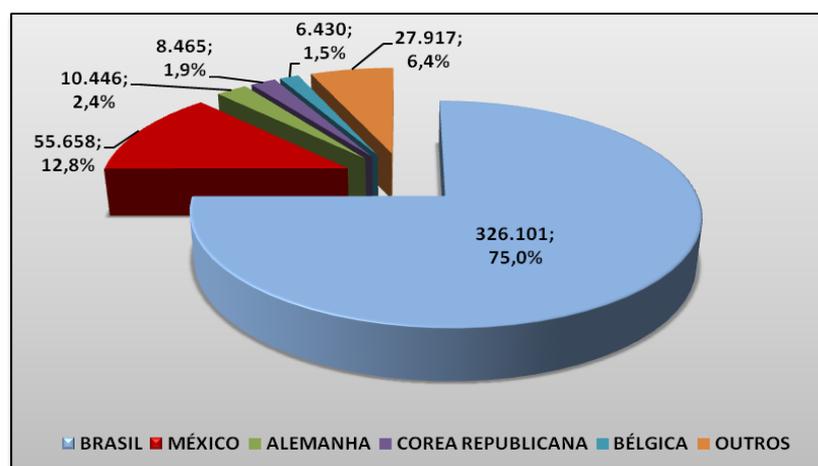
Para se ter a noção de quanto a interação da Fiat na região é forte, desde o ano de 2008, marco do retorno da montadora à Córdoba, pode-se ver que a parceria comercial entre os dois países é intensa. No ano de 2008, 100% da produção da Fiat direcionada a exportação foi comercializada com o Brasil, efeito repetido em 2009 com cerca de 99%, e concretizado no ano posterior. Cerca de 81% das exportações argentinas em 2010 foram destinadas ao Brasil, ou seja, das 96.059 unidades produzidas, 78.955 foram enviadas ao vizinho (Tabela 2). A partir dos resultados apresentados, vê-se ainda, que da totalidade exportada da Argentina, a Fiat detém uma participação crescente de mercado. Obteve-se a priori, 6% da participação em 2008, e ascendeu a 21% em 2010, deste modo, perante tais resultados, mostra-se que há condições favoráveis para que se evolua ainda mais.

Tabela 2 – Exportações da Argentina – Fiat (2008 a 2010)

Ano	2008	2009	2010
Exportações Argentinas	351.092	322.495	447.935
Exportações Totais da Fiat	21.506	63.564	96.059
Exportações para o Brasil	21506	63.432	78.955
Fiat – Mercado Argentino	6%	19%	21%
Aproveitamento Fiat Argentina/Brasil	100%	99,8%	81%

Fonte: ADEFA (2010)

Quanto às importações totais, a parceria entre Argentina e Brasil só tende a corroborar com a complementaridade comercial intrabloco. Dos 435.017 carros importados pela Argentina em 2010 (Gráfico 7), o Brasil tem de longe a maior participação do mercado, com 75%, seguido pelo México, 12,8%, Alemanha, 2,4%, Coreia Republicana, 1,9%, Bélgica, 1,5% e outros, 6,4%.

Gráfico 7 – Importações de automóveis por país de destino 2010 - Argentina

Fonte: ADEFA (2010)

Diante os dados expostos, mostra-se que o Brasil e a Argentina além de ser fortes parceiros comerciais no setor automobilístico intrabloco (Anexo 1), juntos são hoje, os principais mercados da multinacional Fiat no Mercosul. A Fiat Automóveis, instalada em Betim, Minas Gerais, tem capacidade para produzir 800.000 veículos por ano e seu novo plano de investimento elevará a capacidade para 950.000 unidades por ano até 2014 (FIAT, 2011). Resultado dessa união resulta na liderança em participação do mercado consumidor, como mostrado na figura abaixo (Figura 4).

Gráfico 8 – Participação das montadoras no Mercosul por produção e país de origem em 2011

Fiat			22,44	Brasil e Argentina
Volkswagen			20,66	Brasil
GM			18,39	Brasil, Argentina e México
Ford		9,42		Brasil e Argentina
Renault	5,12			Brasil e Argentina
Hyundai	3,31			Coreia e Brasil
Honda	2,93			Brasil
Citroën	2,75			Brasil e Argentina
Toyota	2,65			Brasil e Argentina
Peugeot	2,58			Brasil e Argentina
Kia	2,41			Coreia e Uruguai
Nissan	1,65			Brasil e México
Mitsubishi	1,54			Brasil e Japão
Jac	0,65			China
Chery	0,57			China e Uruguai
Hafei	0,52			China
Mercedes	0,42			Alemanha
BMW	0,33			Alemanha e México
Land Rover	0,22			Europa
Suzuki	0,19			Japão

Fonte: Valor Econômico (2011)

De acordo com Tigre et al. (1999), a Fiat é a montadora que detém maior diversificação de atividades no Brasil. Além da produção de automóveis, o grupo está inserido no segmento financeiro, de lubrificantes, máquinas e implementos agrícolas, aperfeiçoamento profissional, P&D e automação. Tamanho desempenho contribui consideravelmente para o abastecimento comercial argentino.

Em linhas gerais, o avanço das relações comerciais entre os dois países tem-se mostrado promissor. Pode-se concluir que o Brasil se tornou o principal impulsionador da indústria automobilística da Argentina. Estes números são refletidos no bom desempenho que a Fiat tem tido perante os dois membros mais importantes do Mercosul.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desenvolve-se neste trabalho a temática sobre a inserção do setor automobilístico no Mercosul, a partir de uma análise da teoria da Interdependência Complexa que expõe a ideia de que não apenas os países como Estados soberanos merecem destaque nos estudos das Relações Internacionais. Esta teoria, a partir da ótica liberal, diz que as grandes firmas, entre elas as empresas automobilísticas, conquistaram ao longo dos anos importante papel na arena internacional, pois participam da economia dos países e são capazes de interagir com os Estados em busca de benefícios, como incentivos fiscais. Neste caso, pode-se dizer que a Fiat, como multinacional comporta-se como um ator não estatal que, inserida no cenário de integração regional, contribui para o fluxo do comércio automobilístico entre Brasil e Argentina.

Em seguida, situa-se que as multinacionais, no cenário internacional, apresentaram-se como agentes presentes no fenômeno da mundialização ao longo das décadas de 1960 e 1970, por meio da expansão rumo a novos mercados. Este fenômeno ocorreu porque os países desenvolvidos viram na América Latina uma oportunidade de ampliar a esfera de influência local, reduzir custos, a partir de barganha por incentivo fiscal, bem como, atender à demanda de consumo crescente por meio da adaptação aos blocos comerciais locais.

Aborda-se ainda que, a nível regional, os países aliaram-se a fim de alcançar objetivos comuns, entre eles e o avanço comercial. Deste modo, a aceleração do processo integracionista bilateral entre Brasil e Argentina concretizou-se em 1991, com o advento do Mercosul. Em 1995, diante do processo de reestruturação da pauta comercial, foi criado o Regime Automotivo, contribuindo para o fortalecimento intrafirma na região. Assim, particularmente, a Fiat passou a especializar sua produção voltada ao chamado carro popular, e tornou-se líder de vendas no Brasil, bem como a montadora de maior participação no Mercosul.

Evidencia-se que o ingresso da Fiat no Brasil e na Argentina contribuiu para a elevação do desenvolvimento comercial através da inserção do Investimento Estrangeiro Direto. Ainda, salienta-se que a vinda da Fiat foi responsável pelo processo de urbanização da cidade de Betim e que contribui na participação do PIB industrial nacional.

Pode-se afirmar que o Centro Estilo, localizado em Betim, contribuiu para o desenvolvimento industrial brasileiro. Seu poder operacional estabeleceu conjuntamente com

a Argentina um elo forte de importação e exportação. Consubstanciou o Brasil e a Argentina como parceiros comerciais importantes no tocante à produção e vendas de automóveis na região. Este relacionamento favoreceu para que haja uma reciprocidade e para demonstrar que o estabelecimento de multinacionais em diferentes países, a exemplo da Fiat no Brasil e na Argentina, pode contribuir para o aumento da interdependência econômica e política dos Estados, corroborando assim a teoria da Interdependência Complexa de Robert Keohane e Joseph Nye.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, P. R. MERCOSUL: **Fundamentos e perspectiva**. São Paulo: LTR, 1998.
- ALVES, G. R. M. **Regime automotivo, reestruturação produtiva e competitividade**: um estudo do comportamento da indústria automobilística do MERCOSUL na década de 1990. [internet] Disponível em: <<http://www.unimep.br/phpg/mostraacademica/anais/4mostra/pdfs/373.pdf>> Acesso em: 12 out. 2011.
- ALVES, G.; WOLFF, S. **Capitalismo global e o advento de empresas-rede**: contradições do capital na quarta idade da máquina. Cadernos CRH, v.20, n.51, p.515-528, 2007.
- AMATUCCI, M. Diferenças entre *first movers* e *late movers* na capacitação para o desenvolvimento de produtos na indústria automobilística. **Revista de Administração e Inovação**, v.7, n.4, 2010, p.66-86. [internet] Disponível em: <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/973/97316952005.pdf>>. Acesso em: 12 out. 2011.
- ANFAVEA. Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores. **50 anos de história**. [internet] **Brasil**. 2006. Disponível em: <<http://www.anfavea.com.br/50anos/22.pdf>> Acesso em: 12 set. 2011.
- _____. Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores. [internet] **Brasil**. 2011. Disponível em: <<http://www.anfavea.com.br/comercio.html>>. Acesso em: 12 set. 2011.
- _____. Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores. **Anuário da indústria automobilística brasileira**. 2011 [internet]. Disponível em: <<http://www.virapagina.com.br/anfavea2011/>>. Acesso em: 13 set. 2011.
- AUTOMOTIVE BUSINESS. [Internet]. Disponível em: <<http://www.automotivebusiness.com.br/noticia/10831/D%E2%80%99Amico%20fala%20sobre%20a%20produtividade%20da%20Fiat>>. Acesso em: 17 nov. 2011.
- BARBOSA, A. F. **Os Investimentos das Multinacionais no Brasil**: Panorama Histórico, Tendências Recentes e o Desafio do Desenvolvimento com Promoção de Direitos. Observatório social. [internet] São Paulo, 2005. Disponível em: <<http://www.observatorio-social.org.br/download/ied-br.pdf>>. Acesso em: 16 ago. 2011.
- BEDÊ, M. A. **A indústria automobilística no Brasil nos anos 90**: proteção efetiva, reestruturação e política industrial. 1996. [Tese] Doutorado em Ciências Econômicas, Universidade de São Paulo, São Paulo: 1996. [internet] Disponível em: <<http://revistas.fee.tche.br/index.php/indicadores/article/viewFile/1661/2029>>. Acesso em: 30 jul. 2011.
- BENKO, G. Mundialização da economia, metropolização do mundo. **Revista do Departamento de Geografia**, v.15, 2002, p.45–54. [internet] Disponível em: <http://www.geografia.fflch.usp.br/publicacoes/RDG/RDG_15/45-54.pdf>. Acesso em: 25 maio 2011.
- BENTO, G. R. **A corporação multinacional e o Estado**: O crescente papel das grandes companhias multinacionais na esfera político-econômica de uma nação. monografia] Ciências Econômicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis: 2006. [internet] Disponível em: <<http://tcc.bu.ufsc.br/Economia293479>>. Acesso em: 23 maio 2011
- BUONO, M. E. **Incentivos fiscais para a indústria automobilística**. [projeto de iniciação científica]. São Paulo: 2000 [Internet]. Disponível em: <<http://www.eaesp.fgvsp.br/AppData/Article/MarcosBuono.pdf>> Acesso em: 10 nov. 2011.
- CALANDRO, M. L. A. **Indústria automobilística brasileira**: integração produtiva no MERCOSUL, regimes automotivos e perspectivas. Revista Indicadora Econômico, v.28, n.1,

2000, p116-136. [internet] Disponível em: <<http://revistas.fee.tche.br/index.php/indicadores/issue/view/63>> Acesso em: 12 jul. 2011.

CARVALHO, E. G. **Globalização e estratégias competitivas na indústria automobilística:** uma abordagem a partir das principais montadoras instaladas no Brasil. *Gestão&Produção*, v. 12, n.1, 2005, p.121-133. [internet]. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gp/v12n1.a11,v12n1.pdf>>. Acesso em: 23 maio 2011.

CHESNAIS, F. **A mundialização do capital.** São Paulo: Editora Xamã, 1996.

EXAME. [Internet]. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/empresas/noticias/fiat-argentina-pode-triplicarproducao-demanda-brasil-600575>>. Acesso em: 20 nov. 2011.

FIAT. Fábrica Italiana de Automóveis de Torino. [internet]. Disponível em: <<http://www.fiat.com.a/Institucional/planta>>. Acesso em: 19 jul. 2011.

_____. Fábrica Italiana de Automóveis de Torino. [internet]. Disponível em: <http://www.fiat.com/cgi-bin/pbrand.dii/FIAT_COM/fbrand/fbrand.jsp?categoryOID=073762968>. Acesso em: 19 jul. 2011.

_____. Fábrica Italiana de Automóveis de Torino. [internet]. Disponível em <<http://www.fiat.com.br/mundofiat/novidades/6098/FIAT+CONFIRMA+LIDERANCA+NO+MERCADO+BRASILEIRO+PELA+NONA+VEZ>>. Acesso em: 19 jul. 2011.

_____. Fábrica Italiana de Automóveis de Torino. [internet.] Disponível em: <<http://www.treinamentowebfiat.com.br/HomeRede.aspx>>. Acesso em: 15 nov. 2011.

_____. Fábrica Italiana de Automóveis de Torino. [internet]. Disponível em: <http://www.fiatpress.com.br/institucional/exibePagina.do?operation=exibir&idPagina=1>. Acesso em: 15 nov. 2011.

IARC. Institute for development policy and management. **Trade Sia of the Association Agreement Under Negotiation Between The European Community And Mercosur Automobile Sector Study.** The University of Manchest 2007 [internet] Disponível em: <http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2006/decembre/tradeoc_131427.pdf>. Acesso em: 20 set. 2011.

KEOHANE, R.O; NYE, J. S. **Power and interdependece:** Keohane. 3 ed. United States of America, 2001.

KUTNEY, P. Fábrica de Betim está entre as mais produtivas do mundo. [Internet]. Disponível em: <<http://www.automotivebusiness.com.br/noticia/10831/D%E2%80%99Amico%20fala%20sobre%20a%20produtividade%20da%20Fiat>>. Acesso em: 14 out. 2011.

LAPLANE, M; SARTI, F. **A indústria automobilística brasileira:** complementaridade produtiva no MERCOSUL. Instituto de economia. Núcleo de economia industrial e da tecnologia (NEIT). Universidade Estadual de Campinas, São Paulo: 2007. [Internet] Disponível em: <http://cindesbrasil.org/index2.php?option=com_docman&tasc=docview&gid=78&Itemid=29> Acesso em: 25 maio 2011.

LIMA, F. R. F. **Condicionantes da implantação da indústria automobilística no aglomerado metropolitano de Curitiba.** [dissertação] Curso de Mestrado em Geografia, Universidade Federal do Paraná, Curitiba: 2006. [internet] Disponível em: <<http://www.diaadiaeducação.pr.bgov.br/diaadia/diaadia/arquivos/File/conteudo/artigosteses/Geografia/Dissertações/DissertaçãoFernandoLima.pdf>>. Acesso em: 12 out. 2011.

MANTELLATTO, L. O Processo de Integração do Setor Automobilístico no MERCOSUL. **Revista de Negócios Internacionais**, v.4, n.7, p.19-25, 2006. [internet] Disponível em: <http://www.unimep.br/rni/n7/RNI_n7/artigos/RNI_n7_art02.pdf>. Acesso em: 12 out. 2011.

MARIANO, K. L. P. **O Neoliberal institucionalismo:** um modelo teórico para a integração regional. *Cadernos Cedec*, n. 50, 1995. [internet]. Disponível em: <http://www.cedec.org.br/files_pdf/CAD50.pdf>. Acesso em: 18 set. 2011.

MDIC. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Acordo de Complementação Econômica n.14**. [internet] Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=450>>. Acesso em: 12 out. 2011.

_____. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **O Setor automotivo é um dos mais importantes no Brasil**. 2008. [internet] Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=2&menu=327>>. Acesso em: 12 out. 2011.

MONTENEGRO, C. V. **Mundialização e capital financeiro**: a perspectiva de François Chesnais. Anais do II Jornada Internacional de Políticas Públicas. Universidade Federal do Maranhão, São Luiz: 2005 [internet]. Disponível em: <http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinppII/paginaPGPP/Trabalhos2/Cristiano_Vieira_Montenegro253.pdf>. Acesso em: 10 maio 2011.

MOREIRA, M. M. **Estrangeiros em uma economia aberta**: impactos recentes sobre a produtividade, a concentração e o comércio exterior. Grupo de Estudos em Economia Industrial, UNESP, São Paulo: 1999. [internet] Disponível em: <http://www.gein.fcla.unesp.br/bibliografia/estrangeiros_em_uma_economia_aberta.pdf>. Acesso em: 08 out. 2011.

NIC. National Intelligence Council. **Nonstate Actors: Impact on International Relations and Implications for the United States**. 2007. [internet] Disponível em: <http://www.dni.gov/nic/confreports_nonstate_actors.html>. Acesso em: 17 ago. 2011.

OICA. Organization Internationale des Constructeurs d'automobilis. **A growth industry**, 2007. [internet] Disponível em: <<http://oica.net/category/economic/contributions/>>. Acesso em: 12 out. 2011.

OLMOS, M. **Lobistas de fábricas monitoraram medidas**. [internet]. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil/1010278/lobistas-de-fabricas-monitoraram-medidas>>. Acesso em: 25 nov 2011.

PEREIRA, F. S; REBELATTO, D. A. N. Política industrial como instrumento promotor do desenvolvimento e da sustentabilidade de sistemas produtivos. **Anais do XIII Simpósio de Engenharia de Produção (SIMPEP)**, Bauru/SP: 2006. [internet] Disponível: <http://www.simpep.feb.unesp.br/anais/anais/_13/artigos/1028.pdf>. Acesso em: 09 ago. 2011.

SEMPLE, J. **A importância do mercado automotivo argentino para o Brasil**. 2010. [internet]. Disponível em: <<http://www.automotivebusiness.com.br/artigosecolunistas.aspx?idartigo=376>>. Acesso em: 12 out. 2011.

SENHORAS, E. M; DIAS, J. M. **Tendências da indústria automobilística brasileira**: um estudo de caso FIAT. [internet]. Disponível em. <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/8semead/resultado/trabalhosPDF/223.pdf>>. Acesso em: 08 maio 2011.

SILVA, C. L. **Competitividade e estratégia empresarial**: um estudo de caso da indústria automobilística brasileira na década de 1990. Rev. FAE, Curitiba, v.4, n.1, p.35-48, 2001. [internet]. Disponível em: <http://www.fae.edu/publicacoes.pdf/revista_da_fae/fae_v4_n1/competitividade_e_estrategia.pdf>. Acesso em: 15 set. 2011.

THE STANLEY FOUNDATION. **Nonstate actors and the new global reality**. 2009. [internet]. Disponível em: <<http://risingpowers.staleyfoudation.org/crosscuttingthemes.cfm?crosscuttingthemid=3>>. Acesso em: 16 out. 2011.

TIGRE, P. B et al. **Impacto do MERCOSUL na dinâmica do setor automotivo**. Relatório de Pesquisa. Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: 1999. Disponível em: <http://www.iadb.org/intal/aplicaciones/uploads/publicaciones/p_INTAL_IE_1999_sector_automotor.pdf>. Acesso em: 21 jun. 2011.

VIANNA, S. T. W. **Desenvolvimento econômico e reformas institucionais no Brasil:** Considerações sobre a construção interrompida. [Tese] Doutorado do Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: 2007. [internet] Disponível em: <http://www.ie.ufrj.br/datacenterie/pdfs/pos/tesesdissertações/tese_salvador_wernek.pdf> Acesso em: 12 out. 2011.

ANEXO

1. Participação produtiva no Brasil e demais países membros no Mercosul 2009/2010

Unidades/ Units

	Argentina <i>Argentina</i>		Brasil <i>Brazil</i>		Paraguai <i>Paraguay</i>		Uruguai <i>Uruguay</i>		Total <i>Total</i>	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Produção/Production										
Automóveis/Cars	380.067	508.401	2.575.418	2.825.974	-	-	-	-	2.955.485	3.334.375
Comerciais leves/Light commercials	118.525	187.225	449.337	582.659	-	-	-	-	567.862	769.884
Caminhões/Trucks	12.891	18.585	123.633	191.621	-	-	-	-	136.524	210.206
Ônibus/Buses	1.441	2.329	34.535	45.879	-	-	-	-	35.976	48.208
Total/Total	512.924	716.540	3.182.923	3.646.133	-	-	-	-	3.695.847	4.362.673
Vendas internas/Domestic sales Total (nacionais e importados)/Total (nationally manufactured and imported)										
Automóveis e comerciais leves/ <i>Cars and light commercials</i>	470.071	669.604	3.008.742	3.328.948	10.590	18.404	25.191	40.664	3.514.594	4.057.620
Caminhões e ônibus/ <i>Trucks and buses</i>	17.071	28.695	132.498	186.116	1.570	1.811	2.228	3.046	153.367	219.668
Total/Total	487.142	698.299	3.141.240	3.515.064	12.160	20.215	27.419	43.710	3.667.961	4.277.288
Exportações/Exports										
Automóveis/Cars	240.247	320.609	373.747	616.125	-	-	-	-	613.994	936.734
Comerciais leves/Light commercials	72.062	115.157	78.178	113.621	-	-	-	-	150.240	228.778
Caminhões e ônibus/Trucks and buses	10.186	12.187	23.400	37.686	-	-	-	-	33.586	49.873
Total/Total	322.495	447.953	475.325	767.432	-	-	-	-	797.820	1.215.385

Fontes/Sources: Acau, Adefa, Anfavea, Cadam.