

Globalização produtiva: uma perspectiva a partir da indústria automobilística¹

Roberto Alexandre Zanchetta Borghi²

Área: Trabalho, Indústria e Tecnologia – Economia Industrial e de Serviços

Resumo

O objetivo geral deste artigo é apresentar o processo de globalização produtiva com suas características principais, delineando o papel das empresas transnacionais, especialmente por meio da indústria automobilística e de seus diferentes padrões produtivos. Busca-se ainda analisar alguns aspectos recentes dessa indústria, como a expansão japonesa frente ao declínio americano.

Palavras-chave: Globalização produtiva, Empresas transnacionais, Indústria automobilística.

Abstract

The general aim of this article is to present the process of productive globalization with its main characteristics, sketching out the role of transnational corporations, especially through the automobile industry and its different productive standards. Furthermore, it analyses some current features of this industry, such as, the Japanese expansion towards the American decline.

Key words: Productive globalization, Transnational corporations, Automobile industry.

Introdução

Indubitavelmente, a globalização financeira e produtiva ocorrida nas últimas décadas do século XX e no início do século XXI representou uma transformação significativa do sistema econômico internacional. Nesse processo, destacaram-se as empresas transnacionais, “que constituem o principal agente dos processos de internacionalização da produção, centralização e concentração do capital, e destruição criadora” (Gonçalves, 2002: p. 391), devendo ser analisadas como sujeito e objeto, causa e consequência dessa nova dinâmica do sistema econômico.

Certamente, o termo sugerido por Furtado (2000: p. 22-23), de “fagocitose tecnológica com restauração da hegemonia”, ou simplesmente, “tecnofagia restauradora”, resume, em grande parte, as transformações ocorridas. Isso se justifica

¹ Artigo baseado na pesquisa de iniciação científica “A dinâmica da grande empresa no mundo contemporâneo” financiada pela Fapesp e sob orientação do professor doutor Marcos Antonio Macedo Cintra.

² Graduando em ciências econômicas pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

pelo fato de que as grandes empresas, aquelas que já eram grandes no início do século XX, continuaram em sua maioria ostentando ainda tal posição, pois foram capazes de assimilar e absorver as inovações e transformações decorrentes da criação de novos setores econômicos, o que não significa que na informática e nas telecomunicações, entre outros, não tenha ocorrido o surgimento de novas empresas. Vale, no entanto, frisar que as grandes empresas do passado, apesar de continuarem a ostentar seu “status”, enfrentaram a necessidade de se reestruturarem frente ao surgimento permanente de inovações. Vide, por exemplo, o caso da indústria automobilística, especialmente das *Big Three* (General Motors, Ford e DaimlerChrysler), que após a difusão do “toyotismo” sofreram um forte abalo com o avanço das concorrentes japonesas.

A globalização produtiva em si trata de uma reformulação da esfera de produção. Isso porque as formas de organização e os processos produtivos foram aperfeiçoados, adaptando-se às novas tendências mundiais e ao surgimento de novos setores. Desse modo, exigiu-se uma reestruturação da produção que acompanhasse as mudanças e a reorganização do sistema capitalista, tornando o sistema produtivo de dimensão global. Além disso, a globalização produtiva envolve a interação de quatro processos: a intensificação da internacionalização da produção e do comércio³, o acirramento da concorrência internacional, uma crescente integração entre as estruturas produtivas de economias nacionais e as estratégias de gestão financeira mediante o monitoramento do fluxo de caixa líquido, as operações de fusões e aquisições, e o uso dos mecanismos de proteção e aproveitamento das possibilidades de ganho provenientes das flutuações das taxas de juros e de câmbio. Dessa forma, deve-se atentar ao fato de que “o processo de internacionalização da produção, que avançou substancialmente a partir dos anos 1980, tem provocado transformações nos planos tecnológico, organizacional e financeiro e vem intensificando a concorrência em escala mundial” (Lacerda, 2003: p. 29).

O artigo encontra-se dividido em três partes, além dessa introdução e das considerações finais. Na primeira, analisa-se a mudança no padrão produtivo, do “fordismo” para o “toyotismo”, que modificou não só a indústria automobilística, mas também a indústria como um todo, a partir da formação de redes globais. Na segunda, trata-se dos principais aspectos do processo de globalização, enfocando a atuação da

³ Predominantemente via Investimento Estrangeiro Direto (IED), cujo principal agente do processo é as empresas transnacionais.

grande empresa e suas relações com o Investimento Estrangeiro Direto (IED), Fusão e Aquisição (F&A), a área de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), a crescente “financeirização” e o comércio intrafirma. Por fim, na terceira parte, é abordado o atual confronto entre as empresas americanas e japonesas do setor automobilístico, principalmente no que se refere ao processo de reestruturação das primeiras e de expansão, inclusive em território americano, das últimas.

1. Do “fordismo” ao “toyotismo”

Para evidenciar as mudanças a respeito da atuação da grande empresa, representada pela corporação transnacional, e sua lógica de atuação, em âmbito global, deve-se compreender a passagem de um padrão de produção para outro, ou seja, do “fordismo” para o “toyotismo”, como marcos predominantes do sistema produtivo mundial, cujas características principais encontram-se sintetizadas no Quadro I. A produção em massa, ou “fordismo”, foi desenvolvida por Henry Ford e utilizada na fabricação do Modelo T da Ford em 1908. A divisão do trabalho possuía uma forte hierarquia e segmentação, sendo o trabalho desmembrado numa sucessão de atividades complementares, cabendo aos operários da fábrica realizar a mesma operação repetidas e sucessivas vezes ao longo da sua jornada de trabalho. Era um sistema padronizado com a produção em série, base para a geração de um padrão de consumo de massas.

Durante o período posterior à Segunda Guerra Mundial, na chamada “era de ouro” do capitalismo, marcada por políticas nacionais keynesianas nas décadas de 1950 e 1960, ocorreu, no que se refere aos fluxos de Investimento Estrangeiro Direto, a primeira onda de transnacionalização das corporações americanas. Estas passaram a estabelecer filiais na Europa e na Ásia, difundindo o seu padrão de produção “fordista”. Tratava-se de saltar as barreiras tarifárias existentes entre os países. Como consequência, as grandes corporações européias e japonesas reagiram, adotando uma política agressiva de internacionalização.

A partir dos anos 1970, quando se acirraram esses processos de concorrência entre os oligopólios mundiais em condições de maior instabilidade econômica, as grandes empresas enfrentaram um processo de reestruturação, buscando assegurar vantagens competitivas importantes. Assim, passaram a investir pesadamente em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) e outras atividades que lhes possibilitassem manter suas vantagens, ou até ampliá-las. Mais importante ainda foi a reestruturação produtiva

realizada pelas empresas japonesas, que desenvolveram um novo modo de gerir a produção, as relações de trabalho e os estoques. Logo, disseminou-se pelo mundo o “toyotismo”, conhecido também como produção enxuta. Esse novo padrão produtivo buscava impulsionar e dar maior competitividade às corporações japonesas, sendo, em seguida, adotado por outras empresas de diversos setores, o que lhe permitiu configurar-se em um sistema global de produção.

Quadro I – Da empresa local à empresa global: que diferença um século faz

<i>Características</i>	<i>Século XX (“fordismo”)</i>	<i>Século XXI (“toyotismo”)</i>
Organização	Piramidal	Em rede
Foco	Interno	Externo
Estilo	Rígido	Flexível
Fonte de força	Estabilidade	Mudança
Estrutura	Auto-suficiente	Interdependente
Recursos	Átomos – ativos físicos	Bits – informação
Operações	Integração vertical	Integração virtual
Produtos	Produção em massa	Customização em massa
Alcance	Doméstico	Global
Resultados financeiros	Trimestrais	Em tempo real
Controle de estoque	Mensal	Por hora
Estratégia	Do topo à base	Da base ao topo
Liderança	Dogmática	Por inspiração
Trabalhadores	Empregados	Empregados e terceirizados
Expectativa no emprego	Segurança	Crescimento pessoal
Motivação	Para competir	Para construir
Melhorias	Incrementais	Revolucionárias
Qualidade	A melhor possível	Sem compromisso

Fonte: Gonçalves (2002: p. 390) *apud* Revista Business Week *apud* Dinheiro, 13 de setembro de 2000, p. 53.

Até 1973, devido à concentração da indústria automobilística japonesa na produção de veículos de pequeno porte, havia pouca preocupação das montadoras das outras regiões a respeito do padrão produtivo desenvolvido no Japão. “Then the first energy shock shifted the pattern of demand, particularly in the United States, in precisely the direction for which the Japanese producers were prepared” (Altshuler, Anderson, Jones, Roos e Womack, 1986: p. 32). Com o segundo choque do petróleo em 1979, a demanda se voltou ainda mais para aquele tipo de veículo produzido pelas empresas japonesas. Ou seja, na década de 1980 se deu o apogeu do “toyotismo”, mediante a descentralização produtiva ao redor do mundo. Passa-se “from an export-led industry where firms from different countries competed mainly through markets, to a

network-led industry with each major firm producing within each major market” (Sturgeon e Florida, 2000: p. 92).

De acordo com a Cepal (2004: p. 107), esse sistema, adotado instantaneamente por outras empresas japonesas e sul-coreanas antes de se difundir pelo ocidente, prezava por características como a flexibilidade da produção. Isso possibilitava não apenas que cada trabalhador pudesse exercer diversas atividades, mas também que a produção pudesse se adaptar às variações súbitas da demanda, diferentemente do processo “fordista”, baseado em um consumo massificado que era imposto ao mercado a fim de aumentar as economias de escala. Além disso, havia grande preocupação na prevenção de defeitos para eliminar custos desnecessários, reduzindo, assim, o desperdício, e aumentando a qualidade. Outra preocupação consistia em melhorar as relações de longo prazo entre produtores, fornecedores e distribuidores, a fim de diminuir os custos de transação de curto prazo, o que, por sua vez, impulsionava a subcontratação externa (*outsourcing*) e a terceirização, em oposição ao modelo de integração vertical, característico das empresas americanas. Está ainda associado à formação de redes, ou seja, à descentralização das atividades produtivas das grandes empresas, e conseqüentemente, à modificação das relações matriz-filial, “passando a existir um maior grau de articulação e de integração dentro da corporação, intensificando os fluxos produtivos, financeiros e tecnológicos” (Sarti, 2002: p. 28). Assim, era um modelo produtivo totalmente inovador que viria a abalar as estruturas produtivas mundiais até então consolidadas, não apenas no setor automobilístico.

Desse modo, a linha de montagem se transformou, possibilitando uma produção flexível e enxuta que permitiu a atuação de outras empresas no processo produtivo, culminando em redução de custos e de tempo. Por meio da subcontratação e até mesmo da terceirização de certas etapas produtivas, subdividiu-se a produção, sendo cada empresa participante da linha de montagem responsável por uma etapa, o que permitiu maior dinamização do processo produtivo. Além disso, intensificou-se o sistema de *franchising* e o modo de produção *just in time* (JIT), o qual possibilita produzir mais de acordo com a demanda e menos produtos padronizados, característicos da produção rígida. “What counts now is the flexibility to make different sorts of vehicle, especially on the same production line” (The Economist, 11/01/2001), e essa flexibilidade era justamente a proposta da linha de produção enxuta, desenvolvida pelas empresas japonesas. Dessa forma, nos anos 1980 se acentuou a preocupação das rivais ocidentais

frente ao avanço japonês, o que exigiu uma reestruturação e novas estratégias para mantê-las competitivas.

“Within the context of the Japanese automakers’ plan for establishing a global network, Western automakers plan to strengthen their global networking strategy to greater localize their production and marketing and to organize as a worldwide network for auto exports. (...) Among all strategies, the most ambitious way may be the new ‘World Car Concept’, which combines global-wide automobile product development with global sourcing” (Shimokawa, 1996: p. 3).

Dessa forma, o conceito de “carro mundial” se fortaleceu, juntamente com a idéia de uma produção fragmentada ao redor do globo, isto é, produzir cada parte do veículo em determinada região e realizar a montagem em outra, aproveitando-se de vantagens competitivas locais, tais como mão-de-obra, matéria-prima, entre outras. Isso, por sua vez, só seria possível com os avanços tecnológicos⁴. Como estratégia, as empresas transnacionais americanas e européias do setor automobilístico voltaram-se para o padrão modular de produção, isto é, buscaram aumentar a especialização e o uso da subcontratação externa (ver Diagrama I). Desse modo, o objetivo era incrementar a lucratividade, podendo utilizar plataformas comuns para a produção de diferentes veículos⁵.

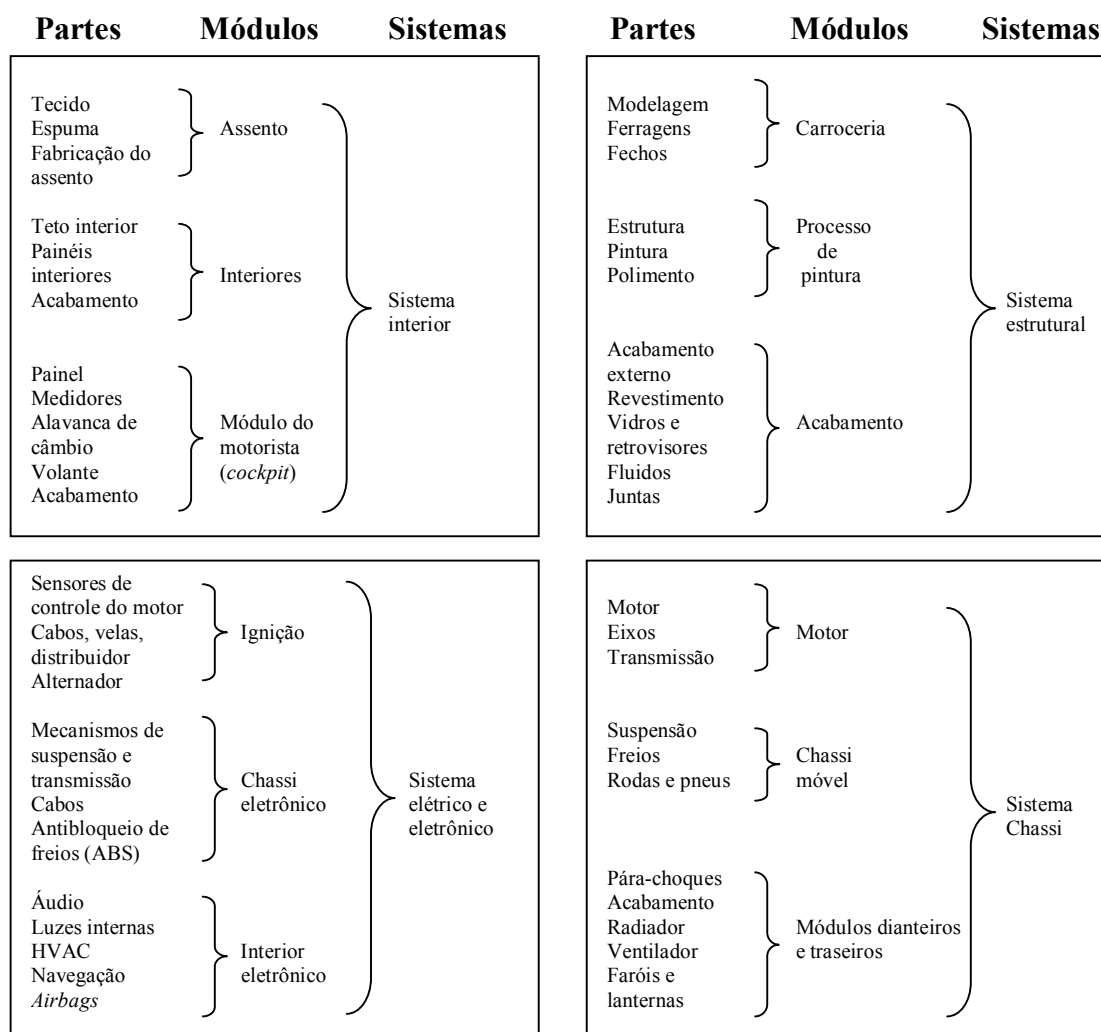
No entanto, para isso, requer-se uma rede de fornecedores globalmente estabelecida, o que é uma característica mais recente da indústria automobilística. Segundo McAlinden, Smith e Swiecki (1999: p. 4-8), as vantagens apontadas por diversos autores a respeito dessa “modularização” consistem na flexibilidade, adaptando o produto e seu *design* mais facilmente à demanda, na maior rapidez e capacidade de configuração do *design* do produto, e na redução de custos (custos trabalhistas, maior eficiência na engenharia do produto, economias de escala e menores investimentos). “GM y Ford, productores que se han caracterizado por una marcada integración vertical, han elevado notablemente el uso de la subcontratación para reducir costos, incrementado la utilización de proveedores externos y transformado sus subsidiarias internas en empresas independientes (Delphi y Visteon, respectivamente)” (Cepal,

⁴ Destaca-se aqui a introdução de novas tecnologias, especialmente pelas técnicas resultantes da convergência entre os novos sistemas de telecomunicações (por satélite e a cabo) com as tecnologias de informatização (Carvalho, jan.-abr. 2005: p. 22).

⁵ De acordo com a reportagem da “The Economist” de 11 de janeiro de 2001, uma das estratégias para reduzir custos e conseguir sobreviver é a “platform strategy”, que consiste justamente na utilização de componentes comuns entre diferentes modelos sempre que possível. Um exemplo disso é o fato de que “under their skins, the cars from three of Ford’s brands, the Jaguar S-Type, the Lincoln LS and the new Ford Thunderbird, have numerous parts in common”. A grande sacada seria manter únicas aquelas partes que diferenciam um modelo do outro na mente do consumidor.

2004: p. 112). Isso indica um processo de “desverticalização” que viria a marcar a indústria automobilística após o advento e difusão da produção enxuta.

Diagrama I – Das partes aos sistemas



Fonte: elaboração própria com base no Diagrama III.3 do relatório da Cepal (2004: p. 111) e na Figura 3 de Sturgeon e Lester (2003: p. 22).

Nota: HVAC = *Heating, ventilation e air conditioning*.

Dessa forma, para reduzir custos e aumentar a competitividade, as empresas passaram a utilizar componentes e plataformas ao máximo, no que se denominou de “commonalization” ou “platform strategy”. Ademais, passaram a estabelecer cada vez mais alianças estratégicas umas com as outras, principalmente no desenvolvimento de produtos, componentes e novas tecnologias, além de delegarem uma participação significativa no desenvolvimento, produção e até mesmo montagem para os fornecedores (Freyssenet e Lung, 1999-2000: p. 10). Assim, promoveu-se uma maior integração entre toda a cadeia produtiva global, resultado das montadoras delegarem maior participação aos seus fornecedores (sistemistas) no processo produtivo. Além

disso, “a difusão dos novos processos produtivos e a relativa padronização dos fornecedores, ou seja, um mesmo grupo de sistematistas fornecendo para diferentes empresas, têm tornado as técnicas de produção e os componentes utilizados cada vez mais semelhantes” (Sarti, 2002: p. 9).

Conseqüentemente, devido à formação de redes de produção globais, que se constituíam em um momento de acirramento da concorrência em âmbito internacional e de desregulamentação dos mercados nacionais e internacionais, configurou-se uma cadeia de valor adaptada à crescente especialização e dispersão geográfica, implicando na reorganização produtiva e comercial comandada pelas empresas transnacionais. Esse processo foi reforçado pela globalização financeira, que contribuiu, mesmo que indiretamente, para impulsionar os processos de deslocalização produtiva, concentração e centralização do capital, que se referem à lógica da globalização produtiva.

2. Principais aspectos da globalização produtiva

Alguns aspectos a respeito da globalização produtiva já foram discutidos anteriormente ao se abordar a mudança do padrão produtivo mundial e seus impactos sobre as grandes empresas, não apenas na indústria automobilística, como também na indústria de maneira geral, na medida em que são características que conformam uma nova dinâmica produtiva global. Contudo, alguns fluxos, como o de Investimento Estrangeiro Direto (IED), Fusões e Aquisições (F&A), Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), “financeirização” das empresas e comércio intrafirma, merecem destaque por moldarem o processo de globalização. Essa análise será realizada, em especial, para a indústria automobilística, como exemplo do processo.

2.1. Investimento Estrangeiro Direto (IED)

Convém ressaltar o Investimento Estrangeiro Direto (IED) uma vez que ele se caracteriza como a principal forma de ocorrência da internacionalização da produção e é majoritariamente realizado pelas grandes corporações. Com a difusão do “toyotismo” e a expansão das empresas japonesas do setor automobilístico para novos mercados, incluindo Estados Unidos e Europa, os fluxos de IED têm aumentado nessa indústria. Esse processo decorre também da estratégia das empresas em constituir redes de produção globais, instalando novas fábricas e desenvolvendo atividades de P&D ou

design, por exemplo, em diferentes regiões, inclusive com o objetivo de atender a determinadas especificidades regionais da demanda.

Além disso, os incentivos fornecidos por políticas governamentais às montadoras e empresas do setor têm contribuído para a atração de IED:

“(...) as políticas governamentais para atrair investimento estrangeiro direto (IED) têm tido, também, um considerável impacto na escolha dos locais para a montagem final. Assim é que vários países têm procurado formas de aperfeiçoar as ligações entre os pequenos fornecedores domésticos de componentes e as grandes montadoras, buscando assim ampliar a competitividade internacional dos seus fornecedores” (Carvalho, jul.-dez. 2005: p. 293).

De acordo com o Quadro II, pode-se observar o elevado número de projetos de IED de grandes montadoras do setor automobilístico recentemente. Destacam-se, entre elas, as japonesas, como Toyota, Mitsubishi e Honda, a sul-coreana Hyundai, a gigante europeia, Volkswagen, e o *Big Three* americano (GM, DaimlerChrysler e Ford). Quanto aos locais para onde esses investimentos foram destinados, tem-se a China como grande pólo receptor, sendo listada no caso de todas as companhias, exceto no da Renault e da Porsche. Alguns outros mercados em desenvolvimento, como Índia e Rússia, também estão na lista. Vale ainda ressaltar a presença dos Estados Unidos como país receptor desses projetos, especialmente quando analisadas as empresas japonesas, uma vez que estas possuem como uma de suas estratégias de expansão o mercado americano.

Quadro II – Projetos de IED das principais montadoras mundiais, 2002-2007*

Empresas	Nº de projetos de IED	Principais países
DaimlerChrysler	129	China, EUA e México
Fiat	52	Brasil, China e Polônia
Ford	110	China, Reino Unido e Rússia
General Motors	137	China, Índia e Rússia
Honda	129	China, EUA e Índia
Hyundai	125	China, EUA e Índia
Isuzu	14	China, Malásia e Tailândia
Mazda	21	China, Rússia e Tailândia
Mitsubishi	134	China, EUA e Tailândia
Nissan	86	Argélia, China e EUA
Porsche	31	Índia, Romênia e Rússia
PSA Peugeot Citroën	99	China, Espanha e EUA
Renault	64	Espanha, Hungria e Romênia
Suzuki	35	China, Hungria e Índia
Toyota	263	China, EUA e Tailândia
Volkswagen	169	China, Índia e Rússia
Volvo	55	Bélgica, China e Índia

Fonte: elaboração própria com base nas informações obtidas no site <http://www.locomonitor.com/>.

* Contabilizados desde janeiro de 2002 até 30 de abril de 2007.

Contudo, esse IED, em grande parte, tem se caracterizado apenas como transferência patrimonial por meio das Fusões e Aquisições (F&A), o que reitera o processo de concentração nessa indústria, com diversas empresas sob o controle de somente alguns grandes grupos. “Dada a maior capacidade de acumulação de capital *vis-à-vis* a capacidade de expansão do setor, a tendência no setor automobilístico é que se aprofunde o processo de concentração técnica, econômica e regional através de operações em aquisições, fusões e/ou associações entre empresas” (Sarti, 2002: p. 19).

2.2. Fusões e Aquisições (F&A)

A forma preferencial de entrada das empresas em novos mercados tem sido por meio do processo de Fusão e Aquisição (F&A), que consiste na transferência do controle da empresa para uma outra corporação, geralmente maior. Assim, como ressalta Mello *et al.* (2003: p. 5),

“além do objetivo de expandir mercados para amortizar os custos de desenvolvimento de ativos intangíveis, os fluxos de IED passaram a se voltar também para a racionalização da estrutura de recursos estabelecida anteriormente, de maneira a aproveitar as economias de escala e escopo possíveis com a gestão unificada de atividades produtivas geograficamente dispersas e/ou para adquirir ativos capazes de alavancar capacitações competitivas e auxiliar na perseguição de objetivos estratégicos em mercados globais e regionais”.

Mediante a análise do Quadro III, que mostra a composição dos maiores grupos do setor automobilístico, percebe-se que a fundação da maioria das marcas data do início do século XX, especialmente aquelas que se transformaram nas soberanas do setor, como General Motors e Ford, mediante o padrão de produção “fordista”. Nota-se ainda que as Fusões e Aquisições são um fenômeno mais recente dessa indústria, pois vem ocorrendo de forma mais acentuada a partir dos anos 1980 e, especialmente, na década de 1990, como decorrência do processo de globalização. Além disso, observa-se como poucos grandes grupos passaram a deter o controle de diversas marcas menores, consolidando seu poderio.

Vale mencionar ainda algumas das F&As recentes. O caso da DaimlerChrysler é um dos mais expressivos⁶. Há também o da Hyundai-Kia e a união entre a francesa Renault e a japonesa Nissan. Grupos como o da Volkswagen, ao qual pertence Audi,

⁶ Essa que foi uma das maiores fusões do setor se encerrou com a venda recente da Chrysler por US\$ 7,4 bilhões para a Cerberus Capital Management, que adquiriu 80,1% de sua participação acionária. Com isso, a Daimler desvinculou-se dos compromissos financeiros com aposentadorias (US\$ 19 bilhões), um dos grandes problemas enfrentados pelas empresas americanas do setor (*Valor Econômico*, 15/05/2007).

Seat, Skoda, Bentley, Bugatti e Lamborghini, além da própria Volkswagen, e o da Fiat, composto pela Alfa Romeo, Ferrari, Fiat, Irisbus, Iveco, Lancia e Maserati, merecem destaque. Isso tudo, por sua vez, reflete um elevado e contínuo processo de fusões e aquisições promovido pelas empresas do setor, que contribui para aumentar o grau de concentração nessa indústria.

Quadro III – Marcas pertencentes a alguns grupos que dominam o setor automobilístico e anos de aquisição

Grupos	Marcas	Grupos	Marcas
DaimlerChrysler ^a (1998)	Chrysler ^b (1925)	Grupo Fiat	Alfa Romeo (1986)
	Daimler ^c (1926)		Ferrari (1969)
Ford Motor Company	Dodge ^d (1928)		Fiat ^b (1899)
	Jeep ^d (1987)		Irisbus ^h (1999)
	Mercedes-Benz ^c (1926)		Iveco ^b (1975)
	Aston Martin (1993)		Lancia (1969)
	Ford ^b (1903)		Maserati (1993)
	Jaguar (1989)	Grupo Renault	Dacia ⁱ (1999)
	Land Rover (2000)		Nissan (1999)/Infiniti ^j (1989)
	Lincoln (1922)		Renault ^b (1898)
General Motors ^f (1908)	Mazda ^e (1979)	Grupo Toyota	Samsung (2000)
	Mercury ^b (1939)		Daihatsu (1967)
	Volvo (1999)		Hino (2001)
	Buick ^b (1903)		Lexus (1989)
	Cadillac (1909)	Grupo Volkswagen	Toyota ^b (1937)
	Chevrolet (1917)		Audi (1966)
	GMC (1909)		Bentley (1998)
	GM Daewoo (2001)		Bugatti (1998)
	Holden (1931)		Lamborghini (1998)
	Hummer (1999)		Seat (1987)
	Isuzu ^g (1971)		Skoda (1991)
	Oldsmobile (1908)		Volkswagen ^b (1930)
	Opel (1929)	Honda	Honda ^b (1948)/Acura ⁱ (1986)
	Pontiac ^b (1926)	Hyundai-Kia	Hyundai ^b (1947)
	Saab (1990)		Kia Motors (1998)
	Saturn ^b (1990)	Mitsubishi Corporation	Mitsubishi Motors ^b (1917)
	Vauxhall (1925)	PSA Peugeot Citroën	Citroën (1976)
Grupo BMW	BMW ^b (1913)		Peugeot ^b (1896)
	MINI (2001)	Suzuki Motor Corporation	Maruti ^b (1981)
	Rolls-Royce (2003)		Suzuki ^b (1909)

Fonte: elaboração própria com base nos dados encontrados na enciclopédia eletrônica Wikipedia disponível em: http://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page e nas páginas eletrônicas das respectivas empresas, acessadas em: http://www.visiobrand.com/Vehicles_Transports/Cars/177/SITE/0/index.htm.

^a O grupo DaimlerChrysler originou-se em 1998 com a fusão entre Daimler Benz AG e Chrysler Corporation.

^b Os anos ao lado dessas marcas correspondem aos anos de fundação das mesmas.

^c 1926 foi o ano de fusão entre Mercedes-Benz e Daimler, dando origem à Daimler Benz AG. Não confundir com a Daimler do Reino Unido, que desde 1960 é uma divisão da Jaguar.

^d Dodge e Jeep são marcas pertencentes ao grupo Chrysler.

^e Em 1979, a Ford adquiriu 25% do capital da Mazda.

^f 1908 foi o ano de fundação da General Motors.

^g Em 1971, foi assinado um acordo de capital entre Isuzu e General Motors.

^h Resultado dos esforços combinados da Iveco e da Renault.

ⁱ Em 1999, a Renault adquiriu 51% do capital da Dacia, e até 2004, comprou 99,3%.

^j Assim como a Lexus representa a marca de luxo da Toyota, Infiniti e Acura correspondem, respectivamente, às da Nissan e da Honda.

2.3. Pesquisa e Desenvolvimento (P&D)

Visto que os investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) geralmente necessitam de um grande volume de capital, muitas das empresas passam a desenvolver tecnologias por meio de alianças com outras. Conforme mostrado pela Tabela I, ressalta-se que muitas das empresas são “tradicionais”, isto é, continuaram grandes mesmo após a reestruturação no sistema produtivo, devido ao processo inovativo que desempenharam, adaptando-se às exigências impostas pela nova dinâmica capitalista.

Vale destacar também nessa lista das maiores empresas que investiram em P&D em 2003 a presença de seis pertencentes à indústria automobilística: o *Big Three* americano (GM, Ford e DaimlerChrysler), destacando-se a Ford que lidera a lista, duas japonesas (Toyota e Honda) e a Volkswagen, como única representante européia.

**Tabela I – As 20 maiores firmas segundo gastos em P&D no mundo, 2003
(em US\$ milhões)**

<i>Ranking mundial</i>	Corporação	Setor	País de origem	Gastos em P&D
1	Ford Motor	Automobilístico	Estados Unidos	6.841
2	Pfizer	Farmacêutico	Estados Unidos	6.504
3	DaimlerChrysler	Automobilístico	Alemanha	6.409
4	Siemens	Equipamentos elétricos e eletrônicos	Alemanha	6.340
5	Toyota Motor	Automobilístico	Japão	5.688
6	General Motors	Automobilístico	Estados Unidos	5.199
7	Matsushita Electric	Equipamentos elétricos e eletrônicos	Japão	4.929
8	Volkswagen	Automobilístico	Alemanha	4.763
9	IBM	Equipamentos elétricos e eletrônicos	Estados Unidos	4.614
10	Nokia	Telecomunicações	Finlândia	4.577
11	GlaxoSmithKline	Farmacêutico	Reino Unido	4.557
12	Johnson & Johnson	Cosméticos/Higiene pessoal	Estados Unidos	4.272
13	Microsoft	Informática	Estados Unidos	4.249
14	Intel	Informática	Estados Unidos	3.977
15	Sony	Equipamentos elétricos e eletrônicos	Japão	3.771
16	Honda Motor	Automobilístico	Japão	3.718
17	Ericsson	Telecomunicações	Suécia	3.715
18	Roche	Farmacêutico	Suíça	3.515
19	Motorola	Telecomunicações	Estados Unidos	3.439
20	Novartis	Farmacêutico	Suíça	3.426

Fonte: elaboração própria com dados da Tabela IV.1 (p. 120) do relatório da Unctad (*WIR05*) *apud* United Kingdom, DTI 2004.

2.4. Finanças

A esfera financeira de um modo geral, incluindo as diversas operações, sejam manobras patrimoniais buscando ganhos de capital, sejam aplicações em ativos financeiros, sejam financiamentos a empresas ligadas ao seu *network* para

desenvolvimento de tecnologia, vem ganhando importância dentro das corporações e transformando-as em gestoras desses ativos financeiros. Conforme Braga (1997: p. 216),

“Trata-se, como imposição da própria concorrência e da administração de riscos, de constituir finanças que não apenas impliquem uma adequada estrutura de dívida, de passivos (para imobilizar capital), mas ao mesmo tempo construir uma adequada posição credora/ativa para ter mobilidade, flexibilidade, agilidade inovativa, velocidade na captação de oportunidades lucrativas nos vários mercados nacionais, produtivos e financeiros”.

Assim, tem-se uma participação crescente da dimensão financeira na riqueza das empresas transnacionais, em detrimento de seu caráter estritamente produtivo, o que se evidencia na Tabela II para a indústria automobilística. Percebe-se que as americanas, Ford e General Motors, apresentam tendências divergentes quanto à participação de cada tipo de ativo em sua riqueza total, embora em ambas predominem os ativos financeiros, em detrimento dos tangíveis. Enquanto na Ford, nos últimos anos, a participação dos ativos produtivos, que era de apenas 32% em 2001, venha aumentando frente aos ativos financeiros, que em 2005 representavam pouco menos de 60%, na GM a situação é inversa. Os ativos financeiros vêm assumindo uma dimensão cada vez maior. Já alcançaram 67% de participação em 2004, aproximando-se da distribuição apresentada pela Ford em 2001. No entanto, recuou um pouco no ano seguinte, o que talvez possa indicar uma reversão de tendência, seguindo a linha da Ford. Isso porque as elevadas proporções alcançadas pelos ativos financeiros frente aos produtivos (quase 70% contra apenas 30%) podem simbolizar uma situação insustentável para uma empresa que, apesar de assumir um caráter crescentemente financeiro em suas operações, é reconhecidamente uma empresa produtiva e que faz parte de uma das principais indústrias mundiais, que é a automobilística.

Ademais, deve-se fazer referência à Toyota, que não apenas vem aumentando seu *market share* no setor, estando prestes a se tornar a líder global, como também vem incrementando a participação de seus ativos financeiros em sua riqueza total. Vale dizer que, embora apresente uma configuração entre ativos financeiros e produtivos bem distinta das americanas, a empresa japonesa vem apresentando uma tendência de equilíbrio entre os dois tipos de ativos. Em 2005, os ativos financeiros já eram 46%, contra 54% dos tangíveis. Isso mostra que a tendência da globalização tem acometido as diversas empresas, ainda que de distintas formas. Talvez mais contida e tardiamente no caso japonês.

Tabela II – Participação dos ativos produtivos e financeiros no estoque de riqueza das três principais empresas do setor automobilístico, 2001-2005 (em %)

	Ford		GM		Toyota	
Anos	Ativos Produtivos	Ativos Financeiros	Ativos Produtivos	Ativos Financeiros	Ativos Produtivos	Ativos Financeiros
2001	31,9	68,1	40,2	59,8	59,4	40,6
2002	34,8	65,2	38,7	61,3	57,2	42,8
2003	36,3	63,7	36,0	64,0	55,7	44,3
2004	37,4	62,6	33,0	67,0	55,6	44,4
2005	41,2	58,8	33,6	66,4	54,0	46,0

Fonte: elaboração própria com base nos dados disponíveis nos relatórios anuais das empresas.

Nota: Os ativos produtivos referem-se àqueles do *automotive sector* e os financeiros, aos *financial services sector*, conforme a denominação dos relatórios. No caso da Ford e da Toyota, foram desconsiderados os valores correspondentes ao *intersegment* ou *intersection elimination* apresentados nos relatórios, de modo que o total de ativos, para serem calculadas as percentagens, corresponde apenas à soma dos ativos produtivos e financeiros. Além disso, o ano fiscal adotado pela Toyota compreende o período entre o mês de abril do ano anterior e o mês de março do ano em exercício (p. ex.: os dados de 2005 correspondem àqueles entre abril de 2004 e março de 2005). Para as empresas americanas, os anos fiscais findam em 31 de dezembro do respectivo ano.

2.5. Comércio intrafirma

“El comercio intrafirma es la expresión de la integración internacional de la producción, como resultado de las decisiones de las empresas transnacionales acerca de la localización de sus actividades productivas en diferentes regiones del globo” (Cepal, 2003: p. 7). Ou seja, a disseminação produtiva das grandes empresas pelo mundo, mediante a realização de IED, com a instalação de filiais e a formação de redes, corrobora para a ampliação e magnitude do comércio intrafirma, evidenciando a complementaridade entre comércio e investimento internacionais.

Vale ressaltar quanto ao comércio internacional sua característica intra-regional. Essa dimensão é “condicionada diretamente pelos acordos comerciais e pela divisão regional do trabalho definida pelas corporações” (Sarti, 2002: p. 21). Isso é evidenciado pela Tabela III, sobretudo no caso da Europa e da América do Norte, cujos fluxos de exportação dos produtos da cadeia automobilística dentro de sua própria região foram de, respectivamente, US\$ 391 bilhões e US\$ 157 bilhões. Destaca-se ainda a taxa de crescimento dos fluxos comerciais dos mercados intra-asiáticos, que entre 2000 e 2005 foi de 17%, refletindo inclusive a crescente participação da China no setor. A localização de muitas montadoras e/ou sistemistas no Sudeste Asiático, em países como a Tailândia, por exemplo, também colabora para que essa região se torne importante do ponto de vista comercial dentro dessa indústria. Isso se evidencia mais claramente ao se

analisar os fluxos de exportação da Ásia para outras regiões, como para a Europa e América do Norte, onde está localizada a maioria das matrizes das empresas do setor.

Tabela III – Principais fluxos regionais de exportação de produtos automotivos, 2005

	Valor (em US\$ bilhões)	Taxa de crescimento (em %)		
		2000-05	2004	2005
Intra-Europa	391,3	11	20	1
Intra-América do Norte	156,8	2	9	6
Ásia p/ América do Norte	74,3	6	10	8
Europa p/ América do Norte	51,3	12	8	6
Intra-Ásia	47,2	17	23	12
Ásia p/ Europa	37,8	12	29	5
Europa p/ Ásia	21,7	12	9	-1
Sub-total	780,4			
Participação no total exportado (em %)	85,4			

Fonte: elaboração própria com base nos dados da WTO (Organização Mundial do Comércio), *International Trade Statistics* 2006, disponíveis em: <http://www.wto.org/>.

Isso faz parte das estratégias dessas empresas transnacionais de instalar filiais na região, aproveitando-se de algumas vantagens competitivas, como mão-de-obra mais barata. Conseqüentemente, contribui-se para um crescente comércio intrafirma, na medida em que a produção de partes e peças encontra-se desmembrada em diversas regiões, distintas de onde está a matriz, principal centro de decisões e atividades financeiras e tecnológicas. Além disso, dada a reorganização das filiais, isto é, sua transformação de *stand alone* para a formação de uma rede mais coordenada e integrada entre elas próprias e suas matrizes, as relações comerciais de compra e venda de produtos finais ou intermediários (peças, partes e/ou componentes) passam a ser organizados internamente à essa rede de dimensão global.

3. Crise versus expansão (em território americano)

Uma nova configuração está se formando na indústria automobilística, em especial a partir das transformações ocorridas com o advento do “toyotismo” e da globalização. É nítido o movimento de expansão das montadoras japonesas, como Toyota e Honda, e a crise enfrentada pelas grandes americanas do setor, denominadas de *Big Three*, que engloba a General Motors, a Ford e a DaimlerChrysler. Percebe-se, pela Tabela IV, as mudanças ocorridas entre as grandes do setor. Nota-se que a Toyota desbancou a Ford na produção de veículos em 2005, assumindo a vice-liderança com uma participação de 11% desse mercado, não muito distante da líder General Motors,

que antes já detivera uma participação de 16,3% em 1982, e que em 2005 estava em 13,7%. Enquanto a companhia japonesa busca alcançar um volume de vendas em 2007 de 9,34 milhões de veículos, a GM que se encontra em processo de reestruturação visa fechar doze fábricas até 2008 (*Financial Times*, 26/12/2006)⁷.

Tabela IV – Produção mundial de autoveículos por empresas, em diversos anos

Empresas	2005		2004		2000		1992		1982	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
General Motors	9.097.855 ^a	13,7	8.066.536	12,6	8.133.375	13,9	6.951.000	14,5	5.886.000	16,3
Toyota ^b	7.338.314	11,0	6.814.554	10,6	5.954.723	10,2	5.350.000	11,2	3.670.000	10,2
Ford ^c	6.497.746	9,8	6.644.024	10,4	7.322.951	12,5	5.728.000	11,9	4.139.000	11,5
Volkswagen Group	5.211.413	7,8	5.095.480	7,9	5.106.749	8,7	3.492.000 ^d	7,3	1.922.000 ^d	5,3
DaimlerChrysler ^e	4.815.593	7,2	4.627.883	7,2	4.666.640	8,0	2.055.000	4,3	974.000	2,7
Nissan ^f	3.494.274	5,3	3.190.219	5,0	2.628.783	4,5	3.092.000	6,4	2.958.000	8,2
Honda	3.436.164	5,2	3.237.434	5,0	2.505.256	4,3	1.854.000	3,9	1.020.000	2,8
PSA Peugeot Citroën	3.375.366	5,1	3.405.245	5,3	2.879.422	4,9	2.049.000	4,3	1.686.000	4,7
Hyundai-Kia	3.091.060	4,7	2.766.321	4,3	2.488.321	4,3	1.437.000 ^g	3,0	120.000 ^g	0,3
Renault-Dacia-Samsung	2.616.818	3,9	2.471.654	3,9	2.514.897 ^h	4,3	2.095.000 ^h	4,4	2.321.000 ^h	6,4
Suzuki-Maruti	2.071.707	3,1	1.976.824	3,1	1.457.056	2,5	987.000 ⁱ	2,1	603.000 ⁱ	1,7
Fiat-Iveco-Irisbus	2.037.695	3,1	2.119.717 ^j	3,3	2.641.444 ^j	4,5	2.277.000 ⁱ	4,7	1.660.000 ⁱ	4,6
Mitsubishi	1.331.060	2,0	1.428.563	2,2	1.827.186	3,1	1.675.000	3,5	972.000	2,7
BMW	1.323.119	2,0	1.250.345	1,9	834.628	1,4	598.000	1,2	363.000	1,0
Mazda	1.287.561	1,9	1.275.080	2,0	925.876	1,6	1.417.000	3,0	1.110.000	3,1
Sub-Total	55.738.184	83,9	53.094.799	82,7	50.961.431	87,3	39.640.000	82,7	28.294.000	78,4
Total	66.465.408	100,0	64.165.255	100,0	58.392.376	100,0	47.955.000	100,0	36.091.000	100,0

Fonte: elaboração própria com base nos dados da Oica (<http://www.oica.net>) e Chesnais (1994: p. 97) *apud* F. Sachewald (1994), a partir do *Financial Times*, setembro de 1993, e de Altshuler *et al.*, 1984, no tocante a 1982.

^a Inclui a produção da Opel-Vauxhall-GM Daewoo. Para 2004, estão inclusas apenas a produção da Opel e da Vauxhall, sendo que a da GM Daewoo foi de 898.940 veículos.

^b Inclui a produção da Daihatsu e da Hino, exceto para o ano de 2004 e de 2005; em 2004, a produção da Daihatsu foi de 965.295 veículos e a da Hino foi de 94.845, e em 2005, foi de 1.011.249 e 97.381 veículos, respectivamente.

^c Inclui a produção da Jaguar-Volvo em 2004 e 2005.

^d Inclui a produção da Audi, da Seat e da Skoda, marcas pertencentes ao grupo Volkswagen, do qual também são membros a Bentley, Bugatti e Lamborghini.

^e Para 2004 e 2005, inclui-se a produção da Evobus; em 2000, a Evobus foi considerada separadamente com uma produção de 6.906 veículos e ocupava a 41ª posição do *ranking*. Em 1992 e 1982, apenas está contabilizada a produção da Chrysler; nesses mesmos anos, a produção da Mercedes-Benz foi de 811.000 e 708.000 veículos, e sua posição no *ranking*, 15º e 14º lugar, respectivamente.

^f Em 2004 e 2005, não está contabilizada a produção da Nissan diesel que foi de 40.107 e 41.071 veículos, respectivamente.

^g Para 1992 e 1982, as produções totais de autoveículos da Hyundai e da Kia foram somadas. Separadamente, a produção da Hyundai em 1992 foi de 883.000 e a da Kia, 554.000; para 1982, não constam os dados da Kia, sendo o total correspondente apenas à produção da Hyundai.

^h Para 1992 e 1982, está apenas contabilizada a produção da Renault; a produção total da Renault inclui a Samsung apenas a partir de 1º de setembro de 2000.

ⁱ Inclui a Proton (Malásia).

^j Em 2004, Fiat-Iveco não contabiliza toda a produção da Irisbus, que foi de 5.997 autoveículos; em 2000, a produção da Irisbus é contabilizada separadamente (7.894 veículos e 40ª posição do *ranking*).

^l Inclui a produção da Lancia e da Alfa Romeo (adquirida em 1986, 22º produtor em 1982).

⁷ Reportagem de Nakamoto e Reed, “A Toyota deve ser a montadora líder mundial em 2007”. Deve-se frisar que os resultados da Toyota no primeiro trimestre deste ano apontaram para vendas globais de 2,35 milhões de veículos, contra 2,26 milhões da General Motors, conferindo-lhe pela primeira vez o posto de maior montadora mundial (reportagem de Nakamoto e Reed, 25/04/2007).

Ainda a partir dos dados da Tabela IV, pode-se observar o elevado grau de concentração na indústria automobilística, uma vez que apenas quinze empresas do ramo respondem por mais de 80% de toda a produção mundial, além do grande salto de produção ocorrido nessa indústria, que em praticamente vinte anos passou de pouco mais de 36 milhões de veículos produzidos, em 1982, para um total de mais de 66 milhões em 2005. Ademais, pode-se verificar a importância de determinadas empresas, especialmente das cinco maiores em 2000, 2004 e 2005, General Motors, Ford, Toyota, Volkswagen e DaimlerChrysler, as quais foram responsáveis por aproximadamente metade da produção global de autoveículos.

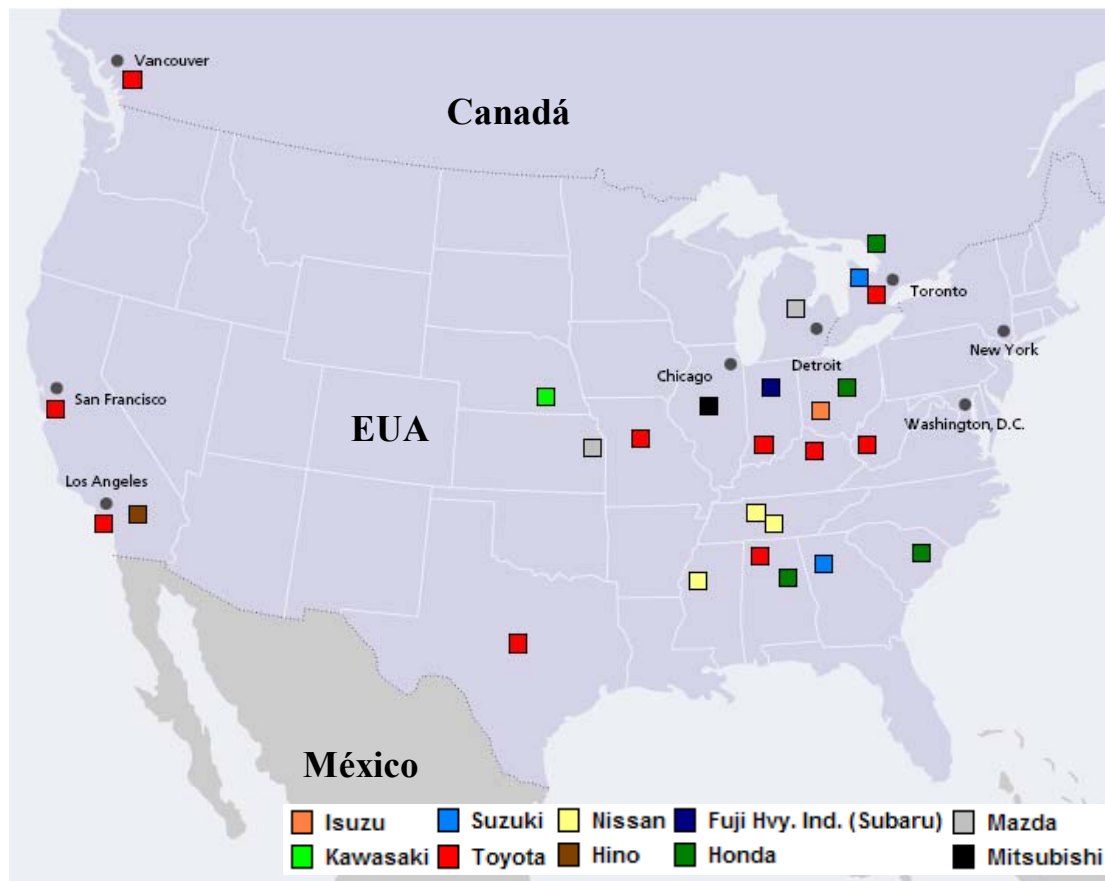
No entanto, destaca-se nesse grupo apenas a Toyota como empresa em expansão. As demais enfrentam algum tipo de dificuldade decorrente do processo de globalização, o qual de alguma forma resultou nessa situação divergente entre as empresas desse setor. Ou seja, esse fenômeno que distingue, de um lado, empresas americanas, especialmente as conhecidas como *Big Three*, e também européias, e de outro, as asiáticas, com destaque para as japonesas, pode ser considerado consequência do movimento de globalização produtiva. Isso porque com o “toyotismo” e sua expansão, as firmas do primeiro grupo (americanas e européias, em geral) tiveram de se reestruturar para sobreviverem, substituindo o padrão produtivo até então vigente, denominado “fordismo”.

Ademais, deve-se atentar ao fato de que essa expansão das transnacionais japonesas tem se orientado, em grande parte, para o território americano. A Figura I mostra a localização das fábricas das montadoras japonesas nos Estados Unidos e no Canadá. São vinte e seis no total, sendo quatro no Canadá e todas as demais nos EUA, principalmente próximas ao Estado do Michigan, onde está localizado Detroit e onde há uma forte concentração das montadoras americanas.

No Canadá, a maioria se localiza próximo à cidade de Toronto, não muito distante da divisa com a potência hegemônica do mundo. Já nos EUA, na costa oeste americana, apenas se localiza a Toyota e a Hino, divisão da principal montadora japonesa, mais especificamente no Estado da Califórnia. Percebe-se ainda uma distribuição das montadoras japonesas por grande parte do território americano, especialmente a da Toyota, que possui oito filiais nos EUA, enquanto Honda e Nissan possuem seis fábricas no total. Também se encontram em território americano, a Isuzu – produtora de veículos mais pesados, como caminhões – a Mazda, divisão da Ford, e a Fuji Heavy Industries, cuja divisão automotiva denomina-se Subaru, entre outras. A

maioria dessas empresas se estabeleceu na região, em grande parte, a partir dos anos 1980, tendo algumas iniciado suas atividades recentemente, o que reflete os impactos do processo de globalização e a expansão das japonesas⁸.

Figura I – Localização das montadoras japonesas nos EUA e Canadá, 2006

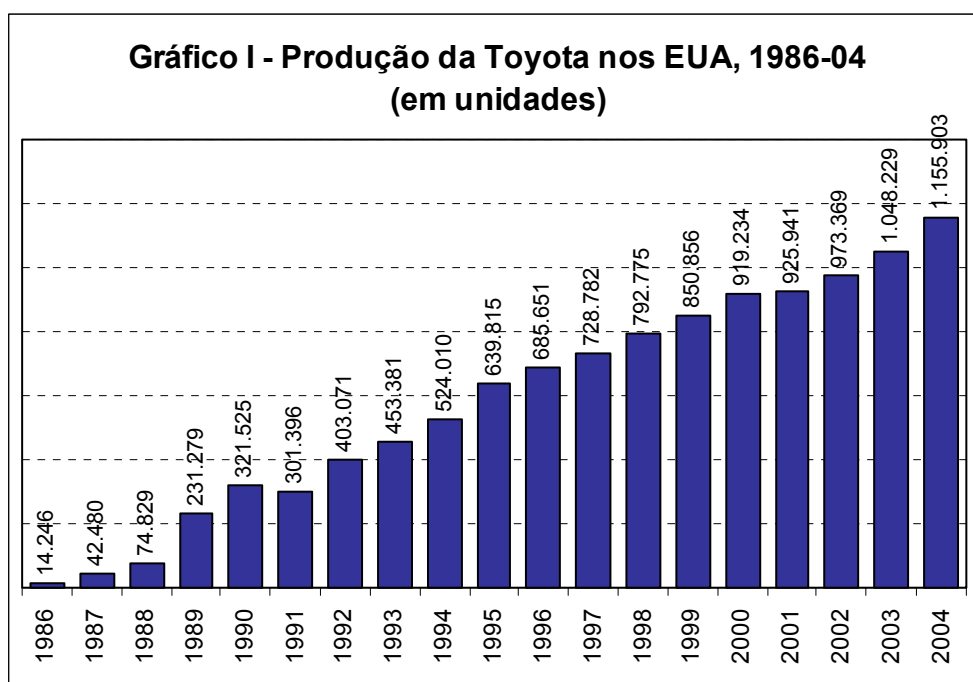


Fonte: elaboração própria com base no mapa “Locations of Japanese automakers’ production bases in North America” (p. 58) e na Tabela “Japanese automakers’ North American manufacturing operations” (p. 59) do relatório “The motor industry of Japan 2006” publicado pela JAMA (Japan Automobile Manufacturers Association), disponível em: <http://www.jama-english.jp/publications/index.html>.

Nota: As fábricas da Kawasaki e da Suzuki (nos EUA) e a da Honda no estado da Carolina do Sul produzem apenas motos. Todas as demais produzem veículos, componentes e/ou partes.

A Toyota, por exemplo, vem aumentando o volume produzido nos EUA (ver Gráfico I). Em menos de vinte anos, o que era apenas pouco mais de 14 mil unidades de veículos passou a incrível marca de 1,1 milhão, reflexo da expansão de sua capacidade produtiva, obtida pela implementação de novas fábricas, o que por sua vez é consequência de uma estratégia consistente impulsionada pelo “toyotismo”.

⁸ Para mais detalhes a respeito das fábricas dessas empresas estabelecidas no Canadá e nos EUA, como número de empregados, data de início das atividades produtivas e também os veículos, componentes e/ou partes produzidos por cada uma, ver relatório “The motor industry of Japan 2006” publicado pela JAMA, p. 59.



Fonte: Contribution of Toyota to the economies of fourteen states and the United States in 2003, CAR (Center for Automotive Research), June 2005, p. 4, *apud* Automotive News January 10, 2005 North America Car and Truck Production p. 54, Automotive News 100 Year Almanac and the 1996 Market Data Book, Ward's Yearbooks 1986 – 1990.

Conforme os dados da Tabela V, as *Big Three* americanas e japonesas respondem por mais de 90% de toda a produção de veículos da América do Norte. Apesar ainda da supremacia das americanas GM, Ford e DaimlerChrysler, suas participações têm se reduzido ao longo dos anos, principalmente a da Ford, que era responsável por 27% da produção da região em 1998 e por apenas 20% em 2005.

Tabela V – Participação de empresas selecionadas no total de veículos produzidos na América do Norte/Nafta, 1998-2005 (em %)

Empresas	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
DaimlerChrysler	20	19	18	17	17	17	17	18
Ford	27	26	27	25	25	23	22	20
General Motors	31	33	32	32	34	34	32	30
Honda	6	6	6	7	7	7	8	8
Nissan	3	3	4	4	5	5	7	7
Toyota	6	6	6	7	8	8	9	10
Total	93	93	93	92	96	94	95	94

Fonte: elaboração própria com base nos dados da Oica, disponíveis em <http://www.oica.net>.

Nota: Para 1998 e 1999, já se apresenta os valores percentuais na página eletrônica da Oica. A partir de 2000, soma-se a produção total de veículos de cada empresa na América do Norte/Nafta (Canadá+EUA+México), divide-se pelo total produzido na região e multiplica-se por 100.

Em contrapartida, a participação das japonesas vem aumentando: o que era 15% em 1998 já corresponde a um quarto da produção da região, de acordo com os dados de 2005. As três apresentaram um acréscimo em suas participações, sendo que a Nissan

passou de 3% para 7% e a Toyota já alcançou a marca dos 10%. Isso evidencia o processo de expansão das japonesas concomitantemente à crise enfrentada pelas americanas.

A partir da Tabela VI, constata-se o grau de concentração das mesmas seis empresas na América do Norte por meio da proporção de seus veículos que são produzidos na região. Dentre as três americanas, a DaimlerChrysler é a que possui maior concentração de sua produção regional, embora a participação de todas tenha declinado. A da Ford, por exemplo, chegou a 51% em 2005, isto é, praticamente metade de sua produção total estava localizada fora do território americano, o que pode indicar também uma maior internacionalização produtiva da empresa, orientada para outras regiões. As japonesas, pelo contrário, estão invadindo esse mercado, já que cada vez mais parcela maior de sua produção é realizada nessa região, representando mais de um terço da produção total no caso da Honda e da Nissan. A Toyota, no entanto, não possui uma proporção muito grande de seus veículos produzidos na América do Norte, uma vez que parte significativa de sua produção localiza-se em seu país de origem e em regiões próximas, como o Sudeste Asiático.

Tabela VI – Proporção de veículos das empresas selecionadas produzidos na América do Norte/Nafta, 1998-2005 (em %)

Empresas	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
DaimlerChrysler	70	70	67	63	64	64	61	62
Ford	66	68	64	60	62	58	53	51
General Motors	66	69	69	67	68	67	64	61
Honda	38	40	41	41	41	41	38	40
Nissan	20	23	26	28	29	28	34	34
Toyota	21	22	19	21	22	22	23	22

Fonte: elaboração própria com base nos dados da Oica, disponíveis em <http://www.oica.net>.

Nota: Para 1998 e 1999, já se apresenta os valores percentuais na página eletrônica da Oica. A partir de 2000, soma-se a produção total de veículos de cada empresa na América do Norte/Nafta (Canadá+EUA+México), divide-se pelo total produzido mundialmente por cada empresa e multiplica-se por 100.

Considerações finais

A indústria automobilística talvez represente um dos melhores exemplos das transformações ocorridas com o processo de globalização produtiva. Não apenas por causa do choque de padrão produtivo advindo com o “toyotismo”, que indubitavelmente abalou as estruturas da indústria até então consolidada sob o paradigma “fordista”, mas também devido ao processo de reestruturação pelo qual as grandes empresas do setor tiveram de passar, especialmente aquelas que viram (e ainda vêem) sua hegemonia

ameaçada.

Logo, procurou-se explicitar, a partir da indústria automobilística, algumas características marcantes de um processo que transformou a atuação das grandes empresas. Concomitantemente, buscou-se mostrar a participação fundamental das transnacionais como agentes da globalização, a qual se configura por encurtar as distâncias e promover uma interligação direta entre os grandes pólos econômicos mundiais. Isso, no entanto, pôde ser alcançado apenas mediante significativas mudanças nos fluxos informacionais, produtivos, financeiros, tecnológicos e comerciais, tornando-os mais dinâmicos, o que de certa forma não só afeta as atividades e a lógica de atuação das grandes empresas como também é causa da simultânea reorganização dessas corporações, ao formarem oligopólios mundiais.

Dentro dessa perspectiva, pode-se afirmar que uma nova configuração mundial da indústria automobilística está se moldando. Isso decorre de dois fenômenos: o de expansão das empresas japonesas do setor frente à crise das americanas, inclusive em território das concorrentes, e o do despertar do gigante chinês. Este merece algumas considerações. Sabe-se que essa indústria na China é dominada por uma série de *joint ventures* entre produtores domésticos e estrangeiros, o que favorece a estratégia nacional de transferência tecnológica e expansão do setor (Holweg, Luo e Oliver, 2005). Entretanto, existem alguns produtores locais independentes, a exemplo da Chery, Geely e Great Wall, que embora enfrentem dificuldades no desenvolvimento de estratégias tecnológicas próprias⁹, possuem uma estratégia de expansão para novos mercados, entre eles, o americano, buscando concorrer via preço.

Por fim, vale enfatizar que a China já é o segundo maior mercado automobilístico mundial, em termos de veículos vendidos, atrás apenas dos Estados Unidos. De acordo com reportagem de Trevisan (2007), as vendas no país subiram 25% em 2006, alcançando 7,2 milhões de automóveis, volume superior ao japonês. Também cresceram suas exportações, que dobraram de 2005 para 2006, atingindo 340 mil unidades vendidas externamente. Isso, por sua vez, reflete os elevados índices de crescimento chinês nos últimos anos e, conseqüentemente, passa a representar um sinal de alerta para tradicionais mercados exportadores, como o brasileiro, além dos impactos trazidos por essa nova configuração para a indústria automobilística como um todo.

⁹ Mais detalhes sobre o crescimento das montadoras locais independentes, especialmente da Chery Automobile Company e seus investimentos no desenvolvimento de capacidades tecnológicas próprias, podem ser encontrados em Luo (2005).

Referências bibliográficas

ALTSHULER, Alan; ANDERSON, Martin; JONES, Daniel; ROOS, Daniel e WOMACK, James. *The future of the automobile*. The report of MIT's International Automobile Program. Cambridge, MA: MIT Press, 1986.

BRAGA, José Carlos de Souza. "Financeirização global. O padrão sistêmico de riqueza do capitalismo contemporâneo". In: TAVARES, Maria da Conceição e FIORI, José Luís (Orgs.). *Poder e dinheiro: uma economia política da globalização*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997, p. 195-242.

CAR. *Contribution of Toyota to the economies of fourteen states and the United States in 2003*. Center for Automotive Research (CAR), June 2005.

CARVALHO, Enéas Gonçalves de. "Globalização da indústria automobilística internacional: uma contribuição para o debate". *Revista Economia e Sociedade*, Campinas, v. 14, n. 2, p. 287-317, jul.-dez. 2005.

_____. "Globalização e estratégias competitivas na indústria automobilística: uma abordagem a partir das principais montadoras instaladas no Brasil". *Gestão & Produção*, v. 12, n. 1, p. 121-133, jan.-abr. 2005.

CEPAL. "Inversión y estrategias empresariales en la industria automotriz". In: *La inversión extranjera en América Latina y el Caribe, 2003*. Santiago: Cepal y Naciones Unidas, mayo de 2004, p. 103-137.

CHESNAIS, François (1994). *A Mundialização do Capital*. Tradução Silvana Finzi Foá. São Paulo: Xamã, 1996.

_____. "Doze teses sobre a mundialização do capital". In: FERREIRA, Carla e SCHERER, André Forti (Orgs.). *O Brasil frente à ditadura do capital financeiro: reflexões e alternativas*. Lajeado, RS: Univates, 2005, p. 17-31.

CHUDNOVSKY, Daniel e LÓPEZ, Andrés com a colaboração de FREYLEJER, Valeria. "As estratégias das empresas transnacionais na Argentina, no Brasil e no Uruguai: o que há de novo nos anos 90?". In: CHUDNOVSKY, Daniel (Org.). *Investimentos externos no Mercosul*. Campinas: Papirus: Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), 1999, p. 13-25.

DUNNING, John H. *The globalization of business: the challenge of the 1990s*. London: Routledge, 1993.

ECONOMIST (The). *Wave goodbye to the family car*. Detroit: 11 de janeiro de 2001.

_____. *Toyota: the car company in front*. Nagoya: 27 de janeiro de 2005.

_____. *GM and Ford in need of a big overhaul*. 20 de outubro de 2005.

FREYSSINET, Michel e LUNG, Yannick. *Between globalization and regionalization: what is the future of the automobile industry?*. GERPISA International Network, outubro de 1999.

FREYSSINET, Michel; MAIR, Andrew; SHIMIZU, Koichi e VOLPATO, Giuseppe (Coord.). *Quel modèle productif?: trajectories et modèles industriels des constructeurs automobiles mondiaux*. Paris: La Découverte, 2000.

FURTADO, João. “Mundialização, reestruturação e competitividade. A emergência de um novo regime econômico e as barreiras às economias periféricas”. *Revista Novos Estudos*, nº 53. São Paulo: Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (Cebap), março de 1999, p. 97-118.

_____. “Globalização das empresas e desnacionalização”. In: LACERDA, Antônio Corrêa de (Org.). *Desnacionalização: mitos, riscos e desafios*. São Paulo: Contexto, 2000, p. 13-42.

_____. “Cadeias produtivas globalizadas: a emergência de um sistema de produção integrada hierarquicamente no plano internacional”. In: FURTADO, João (Org.). *Globalização das cadeias produtivas do Brasil*. São Carlos: EdUFSCar, 2003, p. 15-37.

GONÇALVES, Reinaldo; BAUMANN, Renato; CANUTO, Otaviano; e PRADO, Luiz C. D. *A Nova Economia Internacional: uma perspectiva brasileira*. 3ª Edição. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

GONÇALVES, Reinaldo. “A empresa transnacional”. In: HASENCLEVER, Lia e KUPFER, David (Orgs.). *Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil*. Rio de Janeiro: Campus, 2002 - 3ª Tiragem, p. 389-411.

HOLWEG, Matthias; LUO, Jianxi e OLIVER, Nick. *The past, present and future of China's automotive industry: a value chain perspective*. Centre for competitiveness and innovation. The Cambridge-MIT Institute. EUA e Reino Unido: agosto de 2005.

JAMA. *The motor industry of Japan 2006*. Relatório publicado pela Japan Automobile

Manufacturers Association (JAMA), disponível em: <http://www.jama-english.jp/publications/index.html>.

LACERDA, Antônio Corrêa de. *Globalização e inserção externa da economia brasileira*: política econômica, investimentos diretos estrangeiros e comércio exterior, na década de 1990. Tese (Doutorado em Ciências Econômicas) – Instituto de Economia da Unicamp. Campinas: Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), abril de 2003.

LIMA, José E. Durán e VENTURA-DIAS, Vivianne. *Comercio intrafirma: concepto, alcance y magnitud*. Santiago: Cepal y Naciones Unidas, diciembre de 2003. (Serie Comercio Internacional, 44).

LUO, Jianxi. *The growth of independent Chinese automotive companies*. International Motor Vehicle Program, MIT: May 2005.

MACKINTOSH, James. Montadoras admitem que vão “mudar ou morrer”. *Financial Times*, Londres, 17 de fevereiro de 2006.

MCALINDEN, Sean P.; SMITH, Brett C. e SWIECKI, Bernard. *The future of modular automotive systems*: where are the economic efficiencies in the modular-assembly concept? Michigan Automotive Partnership, Research Memorandum n. 1. UMTRI Report n. 2000-24-1, novembro de 1999.

MELLO, João Manuel Cardoso de; BELLUZZO, Luiz Gonzaga; HIRATUKA, Célio e SABBATINI, Rodrigo. *A internacionalização de empresas no capitalismo contemporâneo*: breves notas sobre a inserção competitiva da indústria petroquímica brasileira. Campinas: Faculdades de Campinas (Facamp), agosto de 2003.

MOAVENZADEH, John. *Offshoring automotive engineering*: globalization and footprint strategy in the motor vehicle industry. MIT International Motor Vehicle Program, dezembro de 2006.

NAKAMOTO, Michiyo e REED, John. A Toyota deve ser a montadora líder mundial em 2007. *Financial Times*, Tóquio e Londres, 26 de dezembro de 2006.

_____. Toyota tira da GM a liderança mundial. *Financial Times*, Tóquio e Londres. In: *Valor Econômico*, 25 de abril de 2007, Caderno Empresas, p. B8.

SARTI, Fernando. “Cadeia: Automobilística. Nota técnica final”. *Estudo da Competitividade de Cadeias Integradas no Brasil*: impactos das zonas de livre comércio. Campinas: Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Núcleo de

Economia Industrial e da Tecnologia (NEIT – Unicamp); Brasília, DF: Ministério do Desenvolvimento, da Indústria e do Comércio Exterior (MDIC), Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT); Rio de Janeiro: Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), dezembro de 2002.

SHIMIZU, Koichi. *Le toyotisme*. Paris: La Découverte, 1999.

SHIMOKAWA, Koichi. *Global sourcing, global product strategy in the world auto industry, and Japanese automakers' global strategy*. Hosei University: June 1996.

STURGEON, Timothy e FLORIDA, Richard. *Globalization and jobs in the automotive industry*. MIT Working Paper, Industrial Performance Center (IPC-00-012). Novembro de 2000.

STURGEON, Timothy e LESTER, Richard. *The new global supply-base: new challenges for local suppliers in East Asia*. MIT Working Paper, Industrial Performance Center (IPC-03-006). Outubro de 2003.

TREVISAN, Cláudia. China já é 3º mercado de carro e assusta Brasil. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 26 de dezembro de 2005.

_____. China passa o Japão e é 2º mercado de veículos. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 13 de janeiro de 2007.

UNCTAD. *World Investment Report 2005: Transnational Corporations and the Internationalization of R&D (WIR05)*. Geneva: United Nations, 2005. Disponível em: <<http://www.unctad.org/Templates/webflyer.asp?docid=6087&intItemID=1397&lang=1>>.

_____. *World Investment Report 2006: FDI from developing and transition economies – implications for development (WIR06)*. Geneva: United Nations, 2006. Disponível em:

<<http://www.unctad.org/Templates/webflyer.asp?docid=7431&intItemID=1397&lang=1>>.

VALOR ECONÔMICO. *Venda da Chrysler encerra união histórica*. 15 de maio de 2007, Caderno Empresas, p. B8.

WOMACK, James P.; ROOS, Daniel e JONES, Daniel T. *A máquina que mudou o mundo*. Rio de Janeiro: Campus, 1992.