

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE ECONOMIA
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

**Transformações na indústria automobilística
brasileira no setor de veículos comerciais leves e
automóveis: 1990-2010**

Lucca Myara

Matrícula: 108020479

E-mail: luccamyara@yahoo.com

Orientador: Prof. Carlos Pinkusfeld

E-mail: pinkusfeld@gmail.com

JANEIRO 2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

INSTITUTO DE ECONOMIA

MONOGRAFIA DE BACHARELADO

**Transformações na indústria automobilística
brasileira no setor de veículos comerciais leves e
automóveis: 1990-2010**

Lucca Myara

Matrícula: 108020479

E-mail: luccamyara@yahoo.com

Orientador: Prof. Carlos Pinkusfeld

E-mail: pinkusfeld@gmail.com

JANEIRO 2013

As opiniões expressas nesse trabalho são de exclusiva responsabilidade do(a) autor (a)

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família pelo apoio incondicional a todos os meus projetos. Agradeço ao Prof. Carlos Pinkusfeld pelo tempo e dedicação destinados à orientação desse trabalho.

RESUMO

A indústria automobilística brasileira por seus encadeamentos tecnológicos e amplos impactos sobre diversos outros setores da economia foi considerada estratégica para o sucesso de implementação do projeto industrializante brasileiro. A partir de da década de 1990, com a abertura econômica e a estabilização macroeconômica após o Plano Real, a indústria automobilística como um todo e o setor de veículos comerciais leves em particular passaram por diversas transformações. Tendo como matriz teórica fundamental o paradigma ECD, esse trabalho buscou compreender as mudanças de estrutura, conduta e desempenho pelos quais passaram o setor de veículos comerciais leves e automóveis. A tendência à desconcentração, intensas campanhas publicitárias e a elevação da produtividade do trabalho foram os principais resultados encontrados.

Palavras chaves: Indústria automobilista brasileira, Paradigma ECD; Abertura Econômica, Plano Real

ABSTRACT

Since the beginning of the industrial development era in Brazil, the automobile industry was considered one of the most important strategic segments due to its huge impacts in other sectors of economy. In the early 1990`s, with the economic openness as well as the macroeconomic stabilization after the Real Plan the automobile industry as a whole and the auto vehicles in particular passed through huge changes. Using the SCP paradigm, this work aimed to comprehend the changes in the auto vehicles sector relating to structure, conduct and performance. The main results found in this work are the trend to deconcentration, the intense advertisements campaigns to gain more consumers and the increase of labor productivity.

Key words: Brazilian automobile industry; SCP paradigm; Economic Openness, Real Plan.

Índice

Introdução.....	8
Capítulo 1- O Desenvolvimento da Indústria Automobilística no Brasil: Um Panorama Histórico.....	10
Introdução.....	10
1.1. A pré-história da indústria automobilística no Brasil.....	10
1.2. O ponto de inflexão: Do Governo Kubitschek (1956-1961) até a desaceleração da década de 60.....	13
1.3. A segunda fase de expansão: De 1968 até 1980	20
1.4. A retração da década de 80	23
1.5. Reestruturação da década de 1990.....	26
1.6. Conclusão.....	29
Capítulo 2- Paradigma Estrutura- Conduta- Desempenho (ECD).....	31
Introdução.....	31
2.1. Estrutura.....	33
2.2. Conduta.....	35
2.3. Desempenho.....	36
2.4. Índices de concentração: breve análise.....	37
2.4.1. Razão de concentração.....	38
2.4.2. Índice de Hirschman-Herfindahl (IHH).....	39
2.4.3. Índice de Entropia de Theil (ET).....	40
2.5. Escolha dos Índices de Concentração.....	42
Conclusão.....	43
Capítulo 3- Mensuração e análise da indústria automobilística no setor de produção de veículos comerciais leves e automóveis.....	44
Introdução.....	44
3.1. Caracterização e Comportamento da Indústria Automobilística entre 1990 e 2010.....	44
3.2. Fonte dos dados.....	48
3.3. Fatores explicativos da concentração/ desconcentração de mercado: mudanças na estrutura.....	49
3.4. Estratégias de vendas.....	55
3.5. Índices de desempenho.....	57
3.5.1. Produtividade do fator trabalho.....	57
3.5.2. Balança Comercial da indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis.....	58
Conclusão.....	60
Referências Bibliográficas.....	63

Índice de tabelas e gráficos

Tabela 1- Produção da Indústria Automobilística no Brasil 1957/1961.....	16
Tabela 2- Produção por empresa e tipo de produto no Brasil 1957/1961.....	16
Tabela 3 - Participação em % no mercado brasileiro de veículos motores das 4 maiores montadoras (1960-1969).....	20
Tabela 4- Crescimento do PIB (%) e FBKF(% PIB) 1968-1973.....	21
Tabela 5- Produção de Autoveículos (1968-1973).....	22
Tabela 6- Participação no Mercado Brasileiro de Automóveis (em %) das 4 maiores empresas.....	23
Tabela 7- Participação no Mercado Brasileiro de Automóveis (em %) das 4 maiores empresas.....	25
Tabela 8- Participação (em %) dos veículos movidos a etanol nas vendas de carros de passeio.....	26
Tabela 9- Produção e exportação de veículos fabricados no Brasil.....	29
Tabela 10- Localização Geográfica das Empresas e Plantas Industriais.....	44
Tabela 11- Balança Comercial do Setor de veículos Comercias Leves e Automóveis (em milhões US\$, 1990-2010).....	47
Tabela 12- Cálculo dos Índices de Concentração.....	49
Gráfico1 – Índices de Concentração.....	50
Gráfico 2.- Índices de Concentração e Abertura Econômica.....	51
Gráfico 3- Índices de Concentração Ajustados.....	55
Gráfico 4- Emprego, produção (em unidades) e produtividade do trabalho no setor de automóveis e veículos comerciais leves.....	57
Gráfico 5 – Exportações (em mil dólares), Importações (em mil dólares) e Câmbio Real (2005=100), 1990-2010.....	58

Introdução

A indústria automobilística é considerada um dos setores mais dinâmicos da economia brasileira desde a segunda metade do século XX. O elevado nível de emprego, de produção e os impactos diretos e indiretos causados em outras atividades econômicas tornaram esse setor estratégico para as políticas de desenvolvimento econômico de sucessivos governos a partir de 1950.

As primeiras iniciativas de implantar uma indústria automobilística nacional datam do segundo governo Vargas, quando houve a criação de uma institucionalidade para o desenvolvimento de um parque industrial nacional, no qual o setor automobilístico era considerado fundamental. A Comissão de Desenvolvimento Industrial, diretamente subordinada ao Presidente da república, possuía uma comissão especialmente encarregada de produzir estudos e sugerir medidas de política para a viabilização da produção de veículos nacionais.

A partir do Plano de Metas, o projeto de implantação do setor automobilístico brasileiro foi definitivamente colocado em prática. Por meio de incentivos concedidos pelo GEIA (Grupo Executivo da Indústria Automobilística), diversas empresas estrangeiras instalaram suas plantas no país, buscando fincar raízes num mercado consumidor com grande potencial. Nesse período, 11 projetos de produção de veículos das seguintes empresas foram aprovados pelo GEIA: Willys, Vemag, FNM, Mercedes Benz, Simca, Ford, General Motors, International Harvester, ScaniaVabis Toyota, Volkswagen.

Nas décadas de 70 e 80, a indústria automobilística passou a ser caracterizada como sendo um oligopólio diferenciado. Isto é, uma indústria altamente concentrada, porém com grande diferenciação de produto. A título de ilustração, em 1970 as 4 maiores empresas do setor detinham 99,88% do mercado. Ao mesmo tempo, a introdução do “carro mundial”, isto é, um carro feito segundo os padrões estabelecidos pela matriz no exterior e reproduzido nas plantas nacionais, possibilitou um aumento significativo na concorrência por diferenciação do produto. Assim, apesar da alta concentração de mercado, as 4 maiores empresas apresentavam entre si uma intensa rivalidade competitiva.

Os anos de 1990 marcaram uma nova fase da indústria automobilística brasileira. A abertura comercial da economia diminuiu as barreiras à entrada, expondo as empresas que atuavam em território nacional à concorrência de outras empresas que ainda não

havia instalado plantas no Brasil. Nesse contexto, novas empresas passaram a concorrer pelo mercado brasileiro iniciando um processo de gradual desconcentração. Ao mesmo tempo, com o sucesso do plano real a partir de 1994, o poder de compra da população tem uma modesta recuperação inicial e, mais importante, a estabilidade de preços favoreceu a expansão do crédito- elemento crucial na compra de veículos-, estimulando, assim, novos entrantes no mercado brasileiro.

Tendo em vista esse panorama, pretende-se com essa monografia analisar as transformações da indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis no período entre 1990 a 2010, a partir da matriz teórica dada pelo paradigma ECD. Primeiramente buscaremos, a partir de uma perspectiva histórica, compreender o papel da indústria automobilística para o projeto desenvolvimentista brasileiro. No segundo capítulo, apresentaremos o paradigma ECD bem como a teoria dos índices de concentração, que será fundamental para a compreensão da variável “estrutura” do paradigma. Por fim no capítulo 3, aprofundaremos a caracterização da indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis no período proposto, calcularemos os índices de concentração, faremos uma avaliação qualitativa das tendências observadas e, ao término, faremos uma breve análise de uma variável de conduta e duas de desempenho.

Capítulo I - O Desenvolvimento da Indústria Automobilística no Brasil: Um Panorama Histórico.

Introdução

O objetivo desse capítulo é tentar compreender o processo de instalação da indústria automobilística no Brasil como parte integrante do projeto desenvolvimentista brasileiro. Como serão expostas adiante, as restrições macroeconômicas de balanço de pagamentos, em diversos momentos da história econômica brasileira, dificultaram a realização desse projeto, ao mesmo tempo, que reforçavam a convicção da cúpula política e econômica da necessidade do avanço da industrialização levada a cabo através da política de substituição de importações.

Para fins metodológicos, esse capítulo foi dividido em quatro seções (à exceção dessa introdução e da conclusão), cada qual representando um momento distinto da economia brasileira e, em particular, da indústria automobilística. A seção 1.1 descreve a pré-história da indústria automobilística no Brasil. A seção 1.2 aponta as transformações institucionais e o compromisso do governo Kubitschek em implantar a indústria automobilística no Brasil. A seção 1.3 discorre sobre a segunda fase de expansão da indústria automobilística. A seção 1.4 trata da retração da década de 1980. Por fim, a seção 1.5 aborda a reestruturação na década de 1990.

1.1. A pré-história da indústria automobilística no Brasil

A implantação da indústria automobilística brasileira deve ser entendida no contexto do esforço do Estado para promover a industrialização do país e o desenvolvimento econômico. (Freiner, 2010 apud Guimarães, 1987)

Segundo Bielschowsky e Mussi (2005), o período da história econômica brasileira que se inicia em 1930 e se estende até 1980 pode ser denominado como a “era desenvolvimentista”. De acordo com esses autores, durante esses cinquenta anos, o país amadureceu a consciência, de que a industrialização seria a melhor forma para superar a condição do subdesenvolvimento. Segundo essa perspectiva, os mecanismos de mercado não seriam capazes de promover o progresso econômico, sendo o Estado, portanto, o principal agente no processo de industrialização, responsável por planejar e direcionar os investimentos nos setores estratégicos e com maior dinamismo. Tendo em

vista esse panorama de fundo, a indústria automobilística foi central no projeto de criação e consolidação do parque industrial brasileiro devido aos efeitos de encadeamento de demanda e tecnológicos em relação aos diversos setores da economia.

Nos EUA a indústria automobilística também desempenhou um papel fundamental na vanguarda industrial. Na primeira década do século XX, Henry Ford introduz em Detroit a primeira linha de montagem de automóveis em série. A divisão de tarefas no interior da fábrica visava aumentar o ganho de produtividade, para assim, atender a demanda crescente de uma sociedade de consumo de massa. Em 1909, já existiam em Detroit cerca de 200 indústrias que atendiam diretamente ao setor automobilístico. (Klepper, 2001)

Em contraste com os EUA, o Brasil, em 1900, havia importado somente quatro automóveis. Esse número cresceu consideravelmente durante as duas primeiras décadas do século XX, chegando à marca de 20 mil veículos em 1920. Com a indústria europeia voltada para os esforços de Guerra entre 1914 e 1918, o Brasil buscou alimentar sua crescente demanda importando do mercado americano. Em 1930, o país já importava 250 mil veículos. (Latini, 2007)

Em 1919, a Ford inicia uma linha de montagem de veículos CKD¹s no Brasil, embalada pela popularidade mundial do modelo Ford T, que havia sido lançado em 1908 com sucesso nos EUA. Em 1925 é a vez da General Motors (GM) iniciar a sua própria linha de montagem seguida pela International Harvest S.A que se fixa em São Paulo para montar caminhões. Ao longo das décadas 1940 e 1950 outras empresas se instalarão no país para montar veículos, tais quais a FNM, a VEMAG² (1945) a Willys (1952), a Volkswagen (1953) e a Mercedes-Benz (1953). (Camargo, 2006)

Em 1938 foi fundada no governo de Getúlio Vargas a Fábrica Nacional de Motores (FNM) com a intenção de fabricar motores para avião. Durante dez anos a empresa estatal produziu motores do tipo 450c para aviões de treinamento da Força Aérea Brasileira e para o Correio Aéreo Nacional (Correa, 2008). Com o fim da Segunda Guerra, a empresa enfrentou diversas crises financeiras, levando a sua reestruturação. Em 1948, ela firmou um contrato com a italiana Isotta Fraschini, que permitiu, por meio da cooperação tecnológica, a montagem dos primeiros de caminhões FNM- R8 já em

¹ Do inglês “completeley knocked down”, isto é, os veículos eram exportados desmontados para serem montados nos países importadores.

² Veículos e Máquinas Agrícolas S.A

1949. Em 1951, diante da crise da parceira italiana que levou ao encerramento das atividades dela, a FNM estabeleceu um contrato com a Alfa Romeo, sobrevivendo a mais um período de turbulências e incertezas (Latini, 2007).

Um marco importante para a indústria automobilística foi o arcabouço institucional criado no segundo governo Vargas (1951-1954) para fomentar a industrialização no país. Nesse contexto, criou-se a CDI (Comissão de Desenvolvimento Industrial), vinculada ao Ministério da Fazenda, na qual dentre suas diversas subcomissões, encontrava-se a de “Jipes, Tratores, Caminhões e Automóveis” (SCJTCA). Os objetivos precípuos dessa subcomissão eram propor medidas para estimular a indústria automobilística e verificar os pontos de estrangulamento que poderiam prejudicar o seu desenvolvimento. Para isso, realizaram um estudo sobre as condições de demanda do mercado interno brasileiro bem como as condições de produção e oferta. As principais conclusões foram as seguintes: (Latini, 2007, p.89)

- 1) O mercado interno de automóveis ainda era tímido para justificar a prioridade nos investimentos no setor. Porém, possuía grande potencial de crescimento para ser ignorado.
- 2) O Brasil tinha carência de mão de obra técnica especializada e qualificada para atuar nesse setor e tampouco possuía a matéria-prima para a fabricação de automóveis em território nacional.

No início da década de 1950, as restrições externas brasileiras relacionadas aos sucessivos déficits do balanço de pagamentos³ bem como a escassez de divisas⁴ impunham soluções consistentes para a implantação da indústria automobilística no Brasil. Para isso, SCJTCA esboçou um plano para a implantação dessa indústria no país, apresentado ao Presidente Vargas, que previa medidas protecionistas à indústria de autopeças, estímulos às montadoras, maior facilidade para a importação de equipamentos e componentes que não eram produzidos no Brasil, além de analisar a melhor forma de viabilizar do ponto de vista financeiro o empreendimento. Com o fim abrupto do governo Vargas, as análises e propostas da SCJTCA não foram implementadas. Contudo, foram essenciais e serviram como linha condutora do Grupo Executivo da Indústria Automobilística (GEIA) no governo Kubitschek.

³ Em 1950, o Balanço de pagamentos (BP) registrou um déficit de 30 milhões de dólares. Em 1951, o déficit foi de 81 milhões de dólares. Em 1952, o déficit foi de 27 milhões de dólares. Por fim, em 1953, o déficit foi de 40 milhões de dólares. (Bacen)

⁴ A taxa de câmbio em 1952 era de 18,72 CR\$/US\$. Em 1953, a taxa de câmbio sobe para 39,55 CR\$/US\$. Em 1954, ela se eleva para 59,78 CR\$/US\$ e, em 1955, ela atinge 71,43 CR\$/US\$. (IBGE)

Vale lembrar que a incipiente indústria de autopeças antecedeu a indústria automobilística no país. As dificuldades de importação impostas pela guerra e a necessidade de reparo da frota nacional propiciaram o surgimento desse setor. Entre os componentes produzidos encontravam-se: suporte de molas, acumuladores de freios, tambores de freio, pistões, retentores, bronzinas, entre outras (Latini, 2007). Dessa forma, em 1946, já existiam 30 fábricas produzindo autopeças no Brasil. (Correa, 2008)

O setor de autopeças rapidamente ganhou importância nacional. Diante da crise cambial de 1952 (Vianna, 2011: 29-35), o governo federal promoveu medidas para diminuir as importações de peças automotivas e incentivar a fabricação nacional, evidenciando também o prestígio do setor junto às autoridades. Nesse contexto, foi divulgada inicialmente uma lista com 104 itens pelo Aviso 288 da CEXIM, que era constantemente atualizada, vedando a importação desses componentes produzidos no Brasil (Camargo, 2006). Em 1954 foi criada a CEIMA (Comissão Executiva da Indústria de Material Automobilístico) com o objetivo de elaborar e propor ao presidente da República projetos industriais de material automobilístico que pudessem suprir os gargalos nacionais.

1.2. O ponto de inflexão: Do Governo Kubitschek (1956-1961) até a desaceleração da década de 60.

O governo Kubitschek marca o auge do amadurecimento da ideologia desenvolvimentista no Brasil (Bielschowsky e Mussi, 2005). De acordo com Bielschowsky (2004), durante o segundo governo Vargas, é possível falar apenas da existência de uma consciência industrializante entre os círculos de militares de alto escalão, de empresários e de técnicos do governo. Nesse período, carecia-se de um projeto de industrialização articulado entre os diversos ministérios do governo e os empresários. A escassez de recursos bem como ausência de uma diretriz geral de política econômica dificultou que o projeto industrializante fosse implementado na sua máxima potencialidade.

A campanha eleitoral de Juscelino defendeu claramente o projeto industrializante como forma de superar o atraso econômico brasileiro. Sua grande promessa eleitoral era fazer o país dar um salto de desenvolvimento como nunca visto anteriormente- fazer “50 anos em 5”. Para isso, elaborou o Plano de Metas que previa a realização de investimentos públicos e privados, em setores considerados estratégicos para o dinamismo da

economia e para aprofundar o processo de substituição de importações, em especial, energia, transporte, indústria de base, alimentação e educação. (Villela, 2011, p.47)

O Plano de Metas de Juscelino foi elaborado com base nos projetos feitos pela Comissão Mista Brasil- Estados Unidos (CMBEU) durante o segundo governo Vargas. A execução de cada uma das 30 metas contidas seria acompanhada pelo órgão executivo criado especialmente para esse fim- o Conselho de Desenvolvimento- subordinado diretamente ao Presidente da República.

A escassez de divisas existente no período ameaçou seriamente a realização dos projetos do governo Juscelino e o ciclo expansivo da economia que se estendia desde o final da Segunda Guerra. Para contornar esse obstáculo, alguns instrumentos de política econômica foram fundamentais. A instrução 70 da Sumoc⁵, que instituiu os leilões de câmbio e, assim alterou os preços relativos de bens importados de acordo com suas prioridades no processo de industrialização. Adicionalmente, esses ágios se tornaram uma relevante fonte de recursos parafiscais da União. A instrução 113 teve um destaque especial ao permitir a importação de máquinas e equipamentos sem cobertura cambial, incentivando assim os investimentos externos diretos e amenizando o problema da restrição externa. Além dessas medidas relacionadas diretamente a superação da vulnerabilidade externa, a concessão de crédito subsidiado pelo governo foi fundamental para estimular a iniciativa privada em setores entendidos como prioritários. (Serra, 1982)

O projeto de implantação da indústria automobilística no Brasil (meta 27) consolida-se definitivamente do ponto de vista institucional durante o governo de Juscelino Kubitschek. O Conselho de Desenvolvimento criou um grupo de estudos sobre esse setor, sob a liderança de Lúcio Meira⁶, que foi imediatamente incumbido de apresentar um relatório com propostas para estruturar a produção nacional de veículos.

Desde início tornou-se claro ao Conselho de Desenvolvimento, devido às restrições macroeconômicas, que a indústria automobilística não seria um setor estatal. Para fazer frente à necessidade de capital delegou-se ao setor privado a produção de veículos, preferencialmente às empresas estrangeiras, pois, assim, haveria atração de capital externo e a possibilidade de transferência tecnológica. Ao Estado caberia fornecer as

⁵ No contexto de escassez de divisas, a instrução 70 criou múltiplas taxas de câmbio por meio do sistema de leilões de câmbio, diferenciando as importações de acordo com seu grau de essencialidade.

⁶ Lúcio Meira havia sido o presidente da subcomissão de Jipes, Tratores, Caminhões e Automóveis no governo Vargas.

bases para os empreendimentos e a segurança econômica e jurídica para que os investimentos acontecessem.

Em relação à fabricação de autopeças, essas deveriam ser produzidas por empresas nacionais. O intuito era de que mais de 90% das autopeças fossem produzidas no país. Além da questão relacionada ao alívio o balanço de pagamentos e de estimular à indústria nacional, em grande medida, essa diretriz de política estava relacionada às características produtivas das empresas automobilísticas americanas e européias que iriam atuar no Brasil. Essas apresentavam elevado grau de horizontalidade com as empresas produtoras de autopeças. Por isso, seria necessário fomentar a indústria de componentes veiculares nacionais, praticando restrições tarifárias, e importando as peças ainda não fabricadas no Brasil quando preciso, possibilitando, assim, que a própria indústria automobilística pudesse ser instalada. (Camargo, 2006)

Outro grande gargalo que já havia sido apontado pela SCJTCA era em relação à qualificação da mão de obra. O problema não era a operação das máquinas em si que não apresentavam grandes dificuldades técnicas. O país carecia de mão de obra que pudesse realizar a manutenção de rotina, o acompanhamento e a regulagem das máquinas. Quanto à matéria prima básica necessária- o aço- a quantidade produzida nacionalmente não seria suficiente para atender às demandas do novo setor. Apesar dos investimentos na indústria de base previstos pelo Plano de Metas, a maturação das inversões não ocorreria em menos de cinco anos. Assim, a importação de aço seria inevitável, pressionando ainda mais a balança comercial. (Latini, 2007)

Nesse contexto, Juscelino expediu, em 1956, o Decreto nº 39.412 que criou o GEIA (Grupo Executivo da Indústria Automobilística), que tinha como presidente Lúcio Meira. O objetivo com isso era formalizar um grupo de trabalho que seria responsável pela implantação da indústria automobilística no país. (Latini, 2007)

O GEIA aprovou 11 projetos propostos por diferentes empresas para a fabricação de veículos em território nacional. A meta inicial era produzir 100 mil veículos automotores entre 1957/60. Não tardou para ela ser revista para 347 mil. Ao final desse período haviam sido produzidos 321.150 veículos (Correia, 2008). Na tabela 1 é apresentada a quantidade de veículos, de acordo com sua categoria, produzida em território nacional no período 1957/1961, enquanto na tabela 2 é apresentada a quantidade de veículos produzidos por empresa nesse mesmo período.

A distribuição dos principais projetos de acordo com a origem do capital ficou da seguinte forma (Latini, 2007):

- 1) Empresas com capital nacional: Willys, Vemag e FNM.
- 2) Capital misto (50% nacional e 50% estrangeiro): Mercedes Benz, Simca.
- 3) Capital predominantemente estrangeiro: Ford, General Motors, International Harvester, Scania Vabis e Toyota.

Tabela 1- Produção da Indústria Automobilística no Brasil 1957/1961

Veículos	1957	1958	1959	1960	1961	Total
Caminhões pesados	3.372	4.447	3.344	4.181	1.811	17.155
Caminhões médios e ônibus	15.475	26.479	36.312	37.518	12.653	128.437
Caminhões leves	1.008	4.682	7.908	9.931	5.585	29.114
Jipes	9.201	14.322	18.178	19.516	8.925	70.230
Utilitários	1.554	9.010	18.500	24.091	15.502	68.657
Automóveis	0	2.189	12.001	37.943	27.726	79.759
Total	30.700	61.129	96.243	133.079	72.202	393.352

Fonte: Secretaria Executiva do GEIA (retirado de Latini, 2007).

Tabela 2- Produção por empresa e tipo de produto no Brasil 1957/1961

	N° de Unidades	Produto
Fábrica Nacional de Motores	13.627	Caminhão pesado e Carro de Passeio
Ford	59.685	Caminhão médio e leve
General Motors	55.136	Caminhão médio e leve
International Harvest	2.989	Caminhão pesado
Mercedez Bens	39.360	Caminhão médio e pesado e Ônibus
Scania-Vabis	570	Caminhão pesado
Simca	7.721	Carro de passeio
Toyota	784	Jipe
Vemag	28.979	Utilitário, Jipe e Carro de Passeio
Volkswagen	73.669	Utilitário e Carro de Passeio
Willys	110.832	Utilitário, Jipe e Carro de Passeio
Total	393.352	

Fonte: Elaboração própria baseado em Latini, 2007 e Burity e Santos, 1982 (setorial do BNDES)

O mercado brasileiro, no início, não despertou muito interesse das empresas americanas, devido ao baixo poder de compra da classe média e a ineficiência do sistema de crédito ao consumidor. Em 1960, apenas 0,07% da população brasileira possuíam acesso ao consumo de veículos e as plantas operavam em média com 33% abaixo das suas respectivas capacidades instaladas, ou seja, um pouco abaixo da utilização de capacidade instalada com que normalmente opera a indústria de transformação. A título

de ilustração da limitação do mercado brasileiro para as grandes empresas americanas, a GM, em 1960, produzia nas suas plantas americanas 20 vezes mais automóveis e empregava 14 vezes mais funcionários do que em todas as 11 fabricantes operando no Brasil. Em certa medida, as empresas americanas teriam que correr o risco de investir num mercado ainda incerto regulado segundo as exigências e prazos estipulados pelo governo brasileiro ou arriscar-se a perder esse mercado com enorme potencial de crescimento da demanda no médio ou longo prazo. (Limoncic, 2009, p.3)

As empresas européias, por outro lado, não hesitaram em atender as demandas do governo brasileiro. Na década de 1950, no contexto da recuperação do pós-guerra, as empresas europeias enxergaram no Brasil uma oportunidade para a diversificação de mercados. O perfil da produção de veículos europeus, diferentemente do americano, era de carros pequenos e de baixo consumo de combustível, e, portanto, mais adequado aos consumidores brasileiros. Dessa forma, a indústria brasileira automobilística na sua fase de implantação era composta majoritariamente de empresas européias. (Limoncic, 2009)

Ao final do plano de metas, 11 empresas automobilísticas atuavam no Brasil, conforme os projetos aprovados pelo GEIA. A seguir faremos uma breve exposição sobre cada firma, ressaltando os tipos de produtos vendidos, local de instalação da fábrica e se havia algum tipo de incorporação tecnológica no processo (isto é, se o veículo era CKD ou não).

- 1) SIMCA do Brasil S.A: Foi fundada em 1958 em Belo Horizonte/MG, com filiais no Rio de Janeiro e São Bernardo do Campo. A empresa acabou por optar em construir sua fábrica principal em São Bernardo do Campo/SP. No ano seguinte a sua inauguração, foi lançado o primeiro Chambord (carro de passeio), montado no país com as peças importadas da matriz na França. A partir de 1960, com o envio de engenheiros da matriz para o Brasil, a Simca inicia um movimento de nacionalização de seus produtos que eram variações do modelo básico Chambord, chegando a 65% de índice de nacionalização.
- 2) Volkswagen: Fundada em 1953 em São Bernardo do Campo/SP. Diversos modelos CKD's da Kombi e Fusca foram produzidos. Em 1957, a firma produziu a primeira Kombi nacional, com 50% de índice de nacionalização e, em 1959, a empresa lança o primeiro Fusca nacional, com 54% de índice de nacionalização, atingindo 95% em 1961.

- 3) Willys: Foi fundada em 1952 em São Bernardo do Campo/SP. Os jipes produzidos por essa firma eram montados com peças americanas. A partir de 1957, partes dos veículos começaram a ser produzidas no Brasil e, em 1959, o motor também passou a ser de fabricação nacional, atingindo um índice de nacionalização de 80%.
- 4) VEMAG: Foi fundada em São Paulo/SP em 1952. Os primeiros automóveis montados eram da marca Studebaker e os caminhões da marca Scania Vabis. Somente em 1964, a empresa lança o DKW-VEMAG Fissiore e o Lubrima, com 95% de índice de nacionalização.
- 5) Toyota do Brasil: Inaugurou sua primeira fábrica em São Paulo/SP em 1958, mudando-se para São Bernardo do Campo, em 1962. No início, o modelo Land Cruiser lançado por essa empresa era montado no Brasil com as peças e componentes vindos da matriz. A partir de 1962, com o modelo Bandeirantes, a fabricação desse jipe passou a ser nacional, com 60% de índice de nacionalização.
- 6) Scania-Vabis do Brasil: Foi fundada em 1957 em São Paulo/SP. Em 1958, é fabricado o primeiro Scania, com 35% de peças nacionais. Em 1962, a empresa muda-se para São Bernardo do Campo/SP.
- 7) Mercedes-Bens do Brasil: Foi fundada em 1956 em São Bernardo do Campo/SP. O primeiro produto da empresa foi o caminhão L312, de fabricação nacional, com índice de nacionalização em torno de 45%.
- 8) International Harvester: Instala-se em São Paulo, em 1926, para montar caminhões CKD's. Em 1957, é lançado o International Harvester N-167, que chegaria a 70% de índice de nacionalização nos anos subsequentes.
- 9) FNM: Em 1958, lança o modelo de caminhão Alfa Romeo com 35% de índice de nacionalização.
- 10) Ford Motor do Brasil: Durante mais de 30 anos após sua instalação no Brasil que se deu em 1919, a Ford montou veículos CKD's. Em 1957, a Ford localizada em São Paulo no Bairro Ipiranga, inicia a produção do caminhão F-600, que possuía o índice de nacionalização de 40%. Em 1958, a Ford inicia a produção do motor V8 brasileiro.
- 11) General Motors do Brasil: A GM começou a operar no Brasil em 1925, no Bairro do Ipiranga em São Paulo, montando veículos CKD's. Em 1958, lançou o modelo de caminhão Chevrolet 6500, com índice de nacionalização próximo a 55%.

Tem em vista a instalação de novas empresas e a expansão da produção daquelas já atuantes no Brasil, o período de 1957 até 1962 pode ser compreendido como sendo de forte expansão da produção do setor automobilístico. Além disso, a demanda reprimida devido à política de restrições às importações dos anos anteriores foi um fator relevante que impulsionou o aumento das vendas e produção de veículos.

Em contraste, o período de 1963 a 1967 marca uma desaceleração da taxa de expansão da economia brasileira- a pior do pós-guerra até então-, afetando também a indústria automobilística, que não ficou imune a essa tendência. Segundo Serra (1982), a diminuição do ritmo de crescimento ocorreu devido ao esgotamento do volume de investimentos realizados entre 1956/57. Ao mesmo tempo, a política de estabilização implementada pelo Plano Trienal para conter a inflação, que registrava pelo IGP 79,9% a.a em 1963, contribuiu para frear o crescimento da economia. No período entre 1963 a 1967, a taxa média de crescimento da economia brasileira caiu à metade em relação ao período de 1946 até 1960 que havia sido de 6,3%. (Sá Earp e Prado, 2003).

Em meio à crise da economia brasileira, o setor automobilístico sofreu profundas modificações. Entre 1963 e 1965 o grau de ociosidade desse setor chegou a 40% em média. A partir de 1965, algumas empresas mais vulneráveis à crise foram absorvidas por outras mais robustas, caracterizando o período como sendo de intensas fusões e aquisições (Freiner, 2010). Em 1966, a Chrysler adquiriu o controle acionário da Simca na França, assumindo, com isso, a Simca no Brasil. Nesse mesmo ano, a Volkswagen comprou a Vemag, antes controlada pelo capital privado nacional. Em 1967, a Ford adquiriu a controle acionário da Willys e a Alfa Romeu passou a controlar a estatal FNM. (Latini, 2007). A principal consequência da reestruturação do setor automobilístico foi ao aumento da concentração de mercado, conforme pode ser constatado pela tabela 3. Em 1960, as quatro maiores fabricantes detinham 78,7% do mercado. Porém, em 1969, as 3 maiores empresas detinham 90,4% do mercado, sendo que a empresa líder -Volkswagen- detinha 50,4%.

Tabela 3 - Participação em % no mercado brasileiro de veículos motores das 4 maiores montadoras (1960-1969)

Ano	Volkswagen	Willys	GM	Ford	Total
1960	21,3	29,3	13,7	14,4	78,7
1961	32,5	29,4	9,4	9,6	80,9
1962	28,1	32,1	9,9	11,4	81,5
1963	33,7	29,6	7,0	10,3	80,6
1964	36,2	28,3	7,5	8,8	80,8
1965	40,5	26,2	5,9	9,2	81,8
1966	42,4	24,5	7,1	10,3	84,3
1967	51,4	20,1	7,6	7,4	86,5
1968	55,4	-	8,9	24,8	89,1
1969	50,4	-	14,9	25,1	90,4

Fonte: Shapiro(1997) - Retirado de Freiner, 2010

1.3. A segunda fase de expansão: De 1968 até 1980

De acordo com Bielschowky e Mussi (2005), o início dos governos militares em 1964 não representou uma ruptura com a “ideologia desenvolvimentista”. Ao contrário, a industrialização foi intensificada e identificada como prioridade pelos sucessivos governos, que continuaram exercendo um forte planejamento estatal e praticando políticas intervencionistas na economia, com a intenção de sustentar elevadas taxas de crescimento do PIB.

O primeiro plano lançado no governo do Marechal Castello Branco (1964-1967) - Plano de Ação Econômica do Governo (PAEG)- possuía a intenção de conter o processo inflacionário no biênio 65/66 e reconduzir o país a alcançar suas tradicionais taxas de crescimento. Para isso, o plano contemplava diversas reformas, dentre as quais a reforma tributária e financeira. (Sá Earp e Prado, 2003)

Os objetivos da reforma tributária eram melhorar a eficiência do sistema tributário brasileiro e possibilitar o aumento da arrecadação do governo. A reforma contemplou a criação dos impostos sobre o valor adicionado em detrimento dos impostos em cascata, acabando, por exemplo, com o Imposto de Consumo e Imposto de Vendas e Consignações e introduzindo o IPI e o ICM (Sá Earo e Prado, 2003). Pela perspectiva da distribuição de renda, a reforma tributária pode ser considerada regressiva, já que, por meio de isenções no imposto sobre a renda, favoreceu as classes mais abastadas e permitiu o aumento da arrecadação por meio de impostos indiretos. (Hermann, 2011)

A reforma financeira extinguiu a SUMOC e criou o Banco Central do Brasil, que assumiu as funções de fiscalizador e executor da política financeira nacional estabelecida pelo Conselho Monetário Nacional, também recém-instituído. (Sá Earp e Prado, 2003). Outro ponto relevante da reforma financeira foi a maior abertura da economia brasileira ao capital externo de risco e aos empréstimos estrangeiros. Em especial, destacam-se a resolução 63 do Banco Central que permitiu que os bancos nacionais captassem recursos no exterior para emprestar para as empresas domésticas e as mudanças legislativas que facilitaram a remessa de lucros de empresas multinacionais para o exterior. (Hermann, 2011)

O período entre 1968 e 1973 é conhecido como o “Milagre Econômico” brasileiro. Segundo Serra (1982), os setores que impulsionaram as elevadas taxas de crescimento registradas nesse período foram os bens de consumo duráveis, em particular a indústria automobilística (Latini, 2007), e os bens de capital.

Nesse contexto fatores internos e externos possibilitaram que o Brasil crescesse à taxa média da ordem de 11% ao ano. No plano interno, as reformas institucionais proporcionadas pelo PAEG facilitaram o estímulo a importantes componentes do gasto autônomo como o investimento público- além de estimular o setor de construção civil e possibilitar a ampliação do crédito ao consumo. Além disso, as reformas comerciais e agrícolas desse período proporcionaram a elevação das exportações. No plano externo, havia uma conjuntura internacional favorável, que disponibilizava recursos do mercado de eurodólares para os países em desenvolvimento financiarem seus projetos de investimento. (Sá Earp e Prado, 2003)

Tabela 4- Crescimento do PIB (%) e FBKF(% PIB) 1968-1973

Ano	1968	1969	1970	1971	1972	1973
Crescimento do PIB em %	9,8	9,5	10,4	11,3	11,9	14,0
FBKF(% PIB)	18,7	19,1	18,8	19,6	20,2	21,4

Fonte: PIB (IBGE), FBKF (Baer 1996, retirado de Sá Earp e Prado, 2003)

Durante o período do “milagre” a indústria automobilística cresceu a taxas médias de 20% ao ano impulsionado pelo bom desempenho da economia como pode ser constatado na tabela 4. Em 1968, a produção de veículos foi de 279.715 passando para 750.376 em 1973, conforme a tabela 5. De acordo com Camargo (2006), dois fatores permitiram essa expansão galopante do setor. Pelo lado da demanda, a expansão de

crédito ao consumidor foi fundamental para aumentar a compra de veículos e outros bens de valor unitário mais elevado. Pelo lado da oferta, os sucessivos planos para estimular o crescimento econômico- PAEG, PED⁷ e I PND⁸ - elevaram os investimentos no setor automobilístico para ampliação da capacidade produtiva.

Tabela 5 - Produção de Autoveículos (1968-1973)

Ano	Automóveis	Comerciais Leves	Caminhões	Ônibus	Total
1968	165.045	66.984	40.642	7.044	279.715
1969	244.379	63.073	40.569	5.679	353.700
1970	306.915	66.728	38.388	4.058	416.089
1971	399.863	73.840	38.868	4.393	516.964
1972	471.055	92.329	53.557	5.230	622.171
1973	564.002	110.810	69.202	6.362	750.376

Fonte: Anuário Estatístico ANFAVEA (2011)

O crescimento acelerado do mercado interno incentivou o aumento da oferta de veículos nesse período. Em 1969, a frota de veículos brasileira foi classificada como a décima maior do mundo e, sem dúvida, a maior da América Latina. Ao mesmo tempo, o aumento da concentração de renda possibilitou a introdução de novos modelos no mercado brasileiro, em particular, dos modelos de luxo (Correia, 2008). Segundo Camargo (2006), nessa fase, a indústria automobilística passa a ser caracterizada como um oligopólio diferenciado, marcando uma distinção em relação à fase anterior. Isto é, a existência de 32 modelos oferecidos em 1970 e de 57 em 1974, passa a permitir que as firmas compitam entre si pela diferenciação de produtos. Dessa forma, tal transformação inaugurou uma tendência à desconcentração de mercado como pode ser constatado na tabela 6 abaixo.

Ainda que as quatro maiores empresas tenham mantido quase 100% do mercado automobilístico entre 1968 e 1980, é possível perceber que, entre elas, a parcela de controle de mercado mudou significativamente. Em 1968, a Volkswagen- empresa com a maior parcela de mercado em 1968- detinha 84,58% do mercado automobilístico, enquanto que em 1980 detinha apenas 49,61%. Já a participação da GM- empresa com

⁷ Plano Estratégico de Desenvolvimento proposto em 1968, cujos objetivos eram: 1) Combate gradualista à inflação, incentivar os investimentos privados, ampliar a estrutura do país por meio de investimentos públicos e ampliação do mercado interno, com maior ênfase nos bens de consumo duráveis. (Hermann em Economia Brasileira Contemporânea, capítulo 3, 2011).

⁸ I Plano Nacional de Desenvolvimento proposto em 1971 com o objetivo de ampliar a infraestrutura do país, em especial os setores: siderúrgico, petroquímico, construção naval, energia elétrica, comunicações e transporte. (Sá Earp e Prado, 2003)

menor parcela de mercado em 1968- aumentou de 6,14% para 20,96% nesse mesmo período.

Tabela 6- Participação no Mercado Brasileiro de Automóveis (em %) das 4 maiores empresas

Ano	Volkswagen	Fiat	GM	Ford	Total
1968	84,58	-	6,14	8,76	99,67
1969	65,49	-	14,97	19,21	99,83
1970	68,73	-	17,60	13,50	99,88
1971	68,75	-	17,03	14,10	99,89
1972	63,18	-	16,79	19,92	99,90
1973	59,53	-	19,15	21,22	99,92
1974	58,65	-	20,73	20,54	99,89
1975	61,38	-	19,47	19,04	99,83
1976	61,32	0,97	19,44	18,10	99,65
1977	60,47	8,33	16,73	14,12	99,61
1978	55,08	10,33	19,47	14,72	99,59
1979	52,38	12,89	19,53	14,79	99,58
1980	49,61	15,46	20,96	13,56	99,41

Fonte: ANFAVEA 2009 (retirado de Freiner, 2010).

A economia brasileira sofreu com a quadruplicação do petróleo em 1973. A partir de 1974 até 1980, o governo reorientará sua política industrial com o intuito de intensificar a política de substituição de importações e encontrar alternativas energéticas ao petróleo. A materialização desse projeto teve sua expressão máxima no II PND, que segundo Bielshowsky e Mussi (2005), não passou de uma continuidade do I PND, porém com maior ênfase nos investimentos do setor energético devido às circunstâncias internacionais.

Após a crise do petróleo, a Chrysler pára de produzir no Brasil, em grande medida, devido ao perfil de seus automóveis que, passaram a sofrer grande rejeição no mercado brasileiro por conta do tamanho, considerado demasiadamente grande, e do alto consumo de combustível. Nesse contexto, a Fiat aproveita a oportunidade de mudança no perfil de consumo e estréia no mercado brasileiro, em 1976, com o Fiat 147, um carro enxuto e de baixo consumo de combustível. (Limoncic, 2009)

A entrada da Fiat no mercado brasileiro acentua a tendência à desconcentração industrial no setor automobilístico. A Volkswagen mantém-se como líder de mercado, a GM consolida-se na segunda empresa produtora de veículos mais importante, enquanto que a Ford mantém a terceira posição. Por fim, a estreante Fiat ocupa a quarta posição no mercado brasileiro.

1.4. A retração da década de 80

A década de 1980 é conhecida na literatura econômica tradicional como a “década perdida”

e inaugura, segundo Bielschowsky e Mussi (2005), a “era de instabilidade macroeconômica inibidora de crescimento” em consequência da crise externa deflagrada pela moratória do México em 1982. Nesse período a economia experimentou um baixo desempenho de crescimento do PIB – média de 2,7% ao ano- quando comparada à média histórica das décadas anteriores.⁹ Ao mesmo tempo, a taxa de investimento reduziu-se a 18% do PIB, o produto industrial caiu mais de 10% em 1981(Fonseca, 1999) e em 1989, o IGP chegava a 1782,9% ao ano (IBGE).

De fato, esse período da história brasileira ficou marcado pelos debates sobre a natureza da inflação e os sucessivos planos fracassados de estabilização da economia. De acordo com Bielschowsky e Mussi (2005), nesse contexto de crise, o projeto desenvolvimentista foi ofuscado e o que ganha prioridade na agenda do governo e da sociedade são os planos de controle inflacionário.

A indústria automobilística acompanhou a tendência depressiva da economia brasileira. De 1980 a 1981 as vendas internas registraram uma diminuição de 980 mil unidades produzidas para 580 mil- uma queda de 41%. Simultaneamente, o volume produzido cai de 1.165.174 unidades em 1980 para 780.883 em 1981- uma queda de 33%. O volume de autoveículos produzidos só iria recuperar os níveis de 1980 no início da década de 1990.

Na década de 1980 a indústria automobilística mundial sofre uma mudança significativa de paradigma organizacional e produtivo, impactando esse setor produtivo brasileiro. As empresas começaram a produzir o chamado “carro mundial”. Os veículos passaram a ter uma padronização técnica de desenho, tamanho de peças e componentes, permitindo que partes distintas do carro fossem produzidas em diferentes regiões do mundo de acordo com as vantagens de custos de produção, custos de mão de obra e proximidade do mercado consumidor. Apenas ajustes pontuais passaram a ser feitos localmente.

Desse período datam os primeiros esforços de integração regional entre Brasil e Argentina, que posteriormente irão originar o MERCOSUL. Segundo Correa (2008),

“Fundamentalmente, o que se busca com a formação do MERCOSUL, no que se refere à indústria automotiva é aumentar os fluxos de comércio entre os países membros e especializar cada produtor em um determinado tipo de perfil, de forma a construir uma cadeia de complementaridades, tendo como consequência um alto índice de comércio entre firmas.”(p. 87)

Antes mesmo da consolidação do bloco, a Ford e a Volkswagen se unem, em 1986, numa *joint venture* para atuarem conjuntamente, combinando seus processos produtivos no Brasil e na Argentina, de modo a obter ganhos de eficiência. Dessa forma, pretendia-se conquistar

⁹ Segundo Serra (1982), a taxa média de crescimento do PIB foi de 7,1% ao ano entre 1947 e 1980.

maior competitividade no mercado latino-americano (Correa, 2008). Em especial, para a Volkswagen, representava também uma tentativa de frear a tendência de queda de participação no mercado automobilístico brasileiro como fica explícito na tabela 7. (Freiner, 2010)

Tabela 7- Participação no Mercado Brasileiro de Automóveis (em %) das 4 maiores empresas

Ano	Volkswagen	Fiat	GM	Ford	Total
1981	42,95	18,96	21,46	16,04	99,64
1982	40,47	20,41	22,07	16,70	99,69
1983	40,00	17,14	24,07	18,48	99,58
1984	37,48	17,11	24,05	20,94	99,70
1985	38,78	16,92	24,35	19,65	99,64
1986	38,91	17,48	25,50	17,75	99,55
1987	37,27	25,75	22,67	13,86	99,49
1988	37,07	21,88	24,38	16,17	99,46
1989	33,81	23,34	25,09	17,22	99,67

Fonte: Anfavea, 2009 (retirado de Freiner, 2010)

Apesar da queda nas vendas e na produção de veículos no Brasil, Fonseca (1999) chama a atenção para o fato de que isso não significou uma queda na inovação do setor. Em 1980, a Volkswagen lança o carro Gol de pequeno porte e baixo consumo de combustível para concorrer diretamente com o Fiat 147. Logo em seguida, a empresa alemã estréia o Voyage, que representou uma versão “três volumes”¹⁰ do Gol. Em 1981, a Ford lançou os modelos Del Rey e a Volkswagen retirou de linha o modelo Brasília e o modelo Dodge`s Polara. Em 1982, a GM estréia com o primeiro “carro mundial” no mercado brasileiro- o Monza- que possuía padrões tecnológicos considerados avançados para época. Logo em seguida, a Ford lança o Escort, em 1983, e a Fiat, o Fiat Uno em 1984. Durante a década de 1980, a produção de modelos de veículos da indústria automobilística brasileira foi completamente transformada, remanescendo apenas o Opala (1968) e o Chevette (1973), das décadas anteriores, sendo ambos da GM. (Fonseca, 1999)

Em 1975, visando diminuir a dependência brasileira em relação ao petróleo, o governo Geisel lançou o Programa Nacional do Álcool- Proálcool-, sendo o primeiro dessa natureza, de grande porte, a ser colocado em prática no mundo. A produção desse combustível cresceu rapidamente. Em 1975, o país produziu 3,2 milhões de barris; em 1978, foram produzidos 14,3 milhões de barris até atingirmos a produção de 52 milhões de barris em

¹⁰ Um carro “três volumes” ´é aquele em que é possível distinguir três compartimentos distintos para quem o vê de fora (parte dianteira onde fica o motor,cabine e porta malas). Também é conhecido como carro sedan.

1984 (Latini, 2007 apud Arbix, 1996). Os incentivos e subsídios governamentais à produção do álcool tornaram os veículos movidos a esse combustível mais competitivos, aumentando a proporção da venda deles no total das vendas de carros, como mostra a tabela 8. Além disso, o Proálcool motivou o desenvolvimento de pesquisas associadas a motores a combustão, que foram conduzidas no Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA), que assegurou a vanguarda brasileira desse tipo de tecnologia na década de 80. (Latini, 2007)

Tabela 8- Participação (em %) dos veículos movidos a etanol nas vendas de carros de passeio.

Ano	Participação (%)
1979	0,3
1980	28,5
1981	28,7
1982	38,1
1983	88,5
1984	94,6
1985	96,0
1986	92,1
1987	94,4
1988	88,4
1989	61,0

Fonte: Fonseca (1999)

1.5. Reestruturação da década de 1990

As transformações na indústria automobilística brasileira na década de 1990 foram resultados da confluência de elementos de mudanças na indústria automobilística mundial bem como da reestruturação da economia brasileira. No plano externo, esse período pode ser entendido como sendo de fortalecimento do processo organizacional de uma cadeia produtiva global, visando ganhos de eficiência e competitividade. Nesse contexto, enfatizou-se a desconcentração locacional produtiva, de modo a obter significativas reduções de custos de produção (Camargo, 2006). No plano interno, o Brasil passou por diversas reformas liberais, alinhadas com o chamado Consenso de Washington, cujos pontos principais eram: a privatização das empresas estatais; a desregulação de mercados; a abertura da economia a concorrência internacional e a flexibilização das relações trabalhistas¹¹. (Limonic, 2009)

De acordo com Kupfer (2003), é possível identificar 3 fases distintas da reestruturação da economia brasileira na década de 1990. A primeira que ocorreu até 1994 pode ser caracterizada por reduções tarifárias e a eliminação de barreiras não tarifárias. A segunda (1994-1998) se inicia com a estabilização da economia atingida pelo Plano Real, que inaugura

¹¹ Vale lembrar que no Brasil a reforma trabalhista não ocorreu.

um período de juros altos, câmbio valorizado e a criação da Tarifa Externa Comum (TEC) no MERCOSUL, consolidando o processo de redução tarifária iniciado anteriormente. Por fim, devido à crise dos países asiáticos em 1998 que desencadeou problemas de financiamento no balanço de pagamentos por conta de um elevado déficit em transações correntes, o câmbio foi desvalorizado em 1999, marcando um período de instabilidade para a economia e a indústria brasileira, que só teve uma melhora substancial a partir de 2004.

O início da década de 1990 foi conturbado para a indústria automobilística brasileira. A abertura econômica, que liberalizou às importações, expôs a indústria automobilística à concorrência internacional, provocando uma crise no setor. Para piorar ainda mais o cenário, o crescimento econômico brasileiro, em 1990, foi de -4,5% e apenas de 1% em 1991. Dada essas condições conjunturais, o maior pólo produtor nacional- São Bernardo do Campo- registrava elevação do desemprego, constantes reduções da jornada de trabalho bem como o fechamento de fábricas.

Nesse contexto de crise¹², foi criada a Câmara Setorial da Indústria Automobilística- com representação do governo, das empresas e dos trabalhadores- para discutir e aplicar políticas de médio prazo para a recuperação do setor automobilístico. Entre as medidas emergenciais encontravam-se (Latini, 2007, p.290):

- 1) Redução de 22% nos preços dos automóveis e veículos comerciais leves. O ônus dessa redução para estimular o consumo seria repartido da seguinte forma: 12% pela redução de IPI e ICMS; 7,5% pela redução da margem de lucro das empresas e 2,5% pela redução da margem de comercialização dos concessionários.
- 2) Manutenção do nível de emprego e correção mensal do salário
- 3) No médio prazo, estabeleceu-se o compromisso de elaboração de um programa para incentivar as exportações e de um plano de investimentos e de reestruturação produtiva, que iria se concretizar com o Regime Automotivo, como será exposto adiante.

As medidas de curto prazo adotadas tiveram rápida repercussão. Houve uma queda do nível de desemprego, as demissões planejadas pelas empresas foram interrompidas e os trabalhadores puderam proteger-se melhor da inflação com os reajustes previstos. Ao mesmo tempo, a diminuição dos preços dos veículos promoveu um aumento do consumo de 142% no mês posterior ao da adoção das medidas (Latini, 2007). Assim, em 1993, a indústria automobilística brasileira, pela primeira vez, ultrapassa o nível de produção de 1980,

¹² A crise tornou-se mais aguda após o anúncio do fechamento da Ford no Brasil. Tal comunicado motivou que o ministro da fazenda, Marcílio Marques Moreira, interferisse- pressionado pelos sindicatos- junto à direção da companhia americana. (Latini,2007)

atingindo o nível de 1.391.435 veículos. (ANFAVEA, 2011)

O período de 1994 até 1995 foi marcado pelo fim das negociações na Câmara Setorial e a diminuição nas alíquotas de importação de veículo. Em setembro de 1994, após a antecipação do cronograma de aplicação da TEC, a tarifa de importação atingiu seu menor nível: 20%. Em 1995, devido à elevação das importações e aos temores de que os investimentos estrangeiros fossem redirecionados para outros países da América Latina, em especial à Argentina, o imposto de importação no setor automobilístico foi elevado no início do ano para 32% e, logo em seguida, para 72%. (Latini, 2007). Pelo lado da demanda, a estabilização de preços conquistada pelo Plano Real possibilitou a expansão de crédito ao consumidor, impulsionando as vendas no mercado interno e incentivando a produção que chegou ao patamar de 1.629.008 veículos. (ANFAVEA, 2011)

Em 1995, o governo lança o Regime Automotivo com os objetivos de elevar as exportações de veículos brasileiras-visitando reequilibrar a balança comercial -bem como de intensificar os investimentos no setor (Camargo, 2006 apud Sarti, 2001:84). O principal mecanismo de política utilizado foi a redução do Imposto de Importação até dezembro de 1999. A redução para a importação de veículos, pelas montadoras instaladas no Brasil, foi de 50% e para a importação de bens de capital foi de 90%. Quanto às matérias-primas e às peças automotivas estabeleceu-se o seguinte cronograma de redução: 85% em 1996, 70% em 1997, 55% em 1998 e 40% em 1999. Em contrapartida, as fabricantes deveriam elevar as exportações e manter um índice de nacionalização mínimo de 60% (Latini, 2007).

A partir de 1996 a indústria automobilística brasileira passa por um processo forte de descentralização geográfica da produção. As indústrias passam a instalar suas plantas nas regiões mais afastadas dos centros urbanos. Em grande medida, a guerra fiscal entre os estados da federação e os diferenciais de custo de mão de obra¹³ no país foram os responsáveis por essa tendência. Entre os estados que passaram a abrigar empresas automobilísticas destacam-se: o Paraná que inaugurou a Damiler Chrysler (1998), a Renault (1998), e Volkswagen (1999) e o Rio Grande do Sul com a General Motors (Freiner, 2010). De 1996 a 2000, a porcentagem das indústrias automobilísticas localizadas em São Paulo caiu em 20% e, nesse período, somente 4 novas plantas foram abertas nesse estado. (Limonic, 2009).

Para concluir, na década de 2000, podemos perceber o aprofundamento das tendências iniciadas na década anterior. A produção continuou a crescer atingindo o nível de 3.646.133 veículos em 2010 e o coeficiente de exportações chega ao pico em 2005 no nível de 35,45%

¹³ O salário médio de um metalúrgico na região de São Bernardo do Campo é em média R\$1500,00. Esse valor pode cair para a metade na região fora do ABC. (Correia, 2008 apud Lima, 2001)

estacionando em 21,05% em 2010, como pode ser visto na tabela 9. Na década de 2000, os investimentos alcançaram o patamar de 20.858.000 bilhões de dólares, representando um aumento de 31,27% em relação à década anterior (ANFAVEA, 2011). No capítulo 3, aprofundaremos a caracterização e a análise das transformações da indústria automobilística nas últimas duas décadas, tendo como foco o setor de veículos comerciais leves e automóveis.

Tabela 9- Produção e exportação de veículos fabricados no Brasil

Ano	Produção(a)	Exportação(b)	b/a(%)
1990	914.466	187.311	20,48
1991	960.219	193.148	20,11
1992	1.073.861	341.900	31,84
1993	1.391.435	331.522	23,83
1994	1.581.389	377.627	23,88
1995	1.629.008	263.044	16,15
1996	1.804.328	296.273	16,42
1997	2.069.703	416.872	20,14
1998	1586291,0	400.244	25,23
1999	1.356.714	274.799	20,25
2000	1.691.240	371.299	21,95
2001	1.817.116	390.854	21,51
2002	1791530,0	424.415	23,69
2003	1.827.791	535.980	29,32
2004	2.317.227	758.787	32,75
2005	2.530.840	897.144	35,45
2006	2.612.329	842.837	32,26
2007	2.980.108	789.371	26,49
2008	3.215.976	734.583	22,84
2009	3.182.923	475.325	14,93
2010	3.646.133	767.432	21,05

Fonte:ANFAVEA,2011

Conclusão

Em síntese, nesse capítulo, procurou-se mostrar a evolução da indústria automobilística no Brasil, ressaltando seu caráter estratégico para o governo brasileiro no sucesso do projeto desenvolvimentista. Isto é, a implantação de um parque industrial nacional que pudesse aprofundar o processo de substituição de importações, diminuindo a dependência externa brasileira e promovendo o desenvolvimento econômico. A importância conferida ao setor automobilístico estava relacionada ao grande impacto direto e indireto em outras indústrias da economia, refletindo em variáveis macroeconômicas fundamentais como renda e

emprego¹⁴. Apesar das dificuldades atravessadas pelo setor, o Brasil chega ao século XXI como o sexto maior produtor mundial de veículos, atrás apenas da China, Japão, EUA, Alemanha e Coreia do Sul, e com a oitava maior frota de veículos do mundo, perdendo apenas para EUA, Japão, Itália, França, Reino Unido e México.

¹⁴ Segundo Correia (2008), para cada emprego existente na montadora existem aproximadamente 54 empregos indiretos.

Capítulo II - Paradigma Estrutura- Conduta- Desempenho (ECD)

Introdução

Segundo Brumer (1981), a Organização Industrial (OI) é o segmento das Ciências Econômicas que possui como objeto de estudo o ambiente competitivo onde as firmas operam. Nele, as firmas procuram constantemente realizar ajustes devido às oscilações de oferta e demanda, com o intuito de melhorar suas atuações. Assim, uma das principais preocupações da OI é buscar evidências empíricas dos possíveis tipos de associações das firmas que preconiza a teoria econômica e as consequências dos comportamentos relativos a tais arranjos. Como bem coloca Brumer:

“O interesse reside em compreender as razões pelas quais as empresas atuam de determinada maneira, em conhecer os fatos que fazem com que esse comportamento não seja homogêneo, além de buscar a identificação dos determinantes da atuação das empresas e da forma como as variações nesses determinantes conduzem às correspondentes variações na atuação”. (Brumer, 1981, p.15)

O paradigma ECD é uma forma de análise que provêm da OI. De acordo com Dalla Corte (2008), o primeiro autor a sistematizar a relação entre estrutura, conduta e desempenho de forma rigorosa foi Bain (1959) com a publicação do “Industrial Organization”. Nessa obra, é aprofundada a análise teórica de cada componente do modelo, efetuando, em seguida, uma análise empírica.

Originalmente, o modelo objetivava auxiliar na política antitruste americana, por meio da análise da lucratividade dos oligopólios. Seguindo a perspectiva neoclássica convencional, acreditava-se que estruturas de mercado mais concentradas possibilitariam a formação de conluíus, tácitos ou não, para a maximização conjunta de lucros, causando uma perda de bem-estar para a sociedade.

Na primeira formulação desse paradigma estabeleceu-se uma relação unidirecional entre estrutura e desempenho passando pela conduta, sendo que a primeira variável era determinada exogenamente. Tal abordagem deriva diretamente da concepção neoclássica de concorrência perfeita e monopólio. No primeiro caso, a estrutura possibilita o máximo de bem-estar para a sociedade. Já no segundo caso, a diminuição da quantidade produzida bem como a elevação de preços impõe a sociedade perdas de bem estar em relação ao modelo de concorrência perfeita. (Dalla Cortes, 2008 *apud* Farina, 2007)

As evoluções mais recentes do modelo passaram a incorporar efeitos de *feed-back* entre seus diferentes componentes. Exemplo disso seriam os aportes de recursos em pesquisa e

desenvolvimento (variável de conduta), que podem gerar inovações tecnológicas, causando alterações substanciais na estrutura de mercado, por meio da diferenciação de produto e mudanças na estrutura de custos de produção. Outro caso importante de ser lembrado é que a política de preços adotada pela firma estabelecida (variável de conduta) pode encorajar ou não a entrada de novas firmas, possibilitando determinado mercado ser mais ou menos concentrado. Como é possível perceber, nessa abordagem a estrutura é endogeneizada pelo modelo (Dalla Corte e Marion Filho, 2010 *apud* Scherer e Ross, 1990). A seguir uma figura esquemática do modelo.

Condições Básicas

Oferta

Localização de matéria-prima
Tecnologia
Durabilidade do produto
Valor/peso
Atitudes nos negócios
Sindicalização

Demanda

Elasticidade-preço
Bens substitutos
Taxa de crescimento da demanda
Caráter cíclico e sazonal
Métodos de compra
Tipos de comercialização



Fonte: Scherer, F.M,1990 (retirado de Leite,1998)

2.1. Estrutura

Leite (1998) define a estrutura de mercado como sendo a maneira que as firmas que integram a indústria se organizam, de modo a influenciar a competição e os preços num determinado mercado. As características que compõem a estrutura de mercado tendem a se manter estáveis no curto prazo, devido à rigidez relativa entre as firmas que compõem uma determinada indústria. Por outro lado, no longo prazo, pode haver mudanças significativas, atribuídas à própria dinâmica da indústria.

De acordo com esse autor, a estrutura de mercado poder ser compreendida sob três perspectivas distintas. A primeira está relacionada com as características mais evidentes do mercado, em que é possível definir imediatamente o número de empresas concorrentes e o grau de diferenciabilidade do produto ofertado pelas mesmas. A segunda diz respeito diretamente ao modelo ECD, em que as características das firmas estão relacionadas e influenciam o grau de concentração, as barreiras a entrada, o grau de substitutibilidade dos produtos, entre outras variáveis. Por fim, o último aspecto é idêntico ao segundo, porém sob uma perspectiva dinâmica, isto é, a análise não ficaria restrita ao ponto de partida e ao ponto de chegada, mas levaria em conta também o caminho entre eles.

Conforme Brumer (1981) existem diversas características fundamentais para a análise da estrutura de mercado, das quais as mais relevantes são:

- a) Grau de concentração de vendedores: Segundo Brumer (1981) *apud* Bain (1968), a concentração de mercado pode ser definida como “... propriedade ou controle de uma grande proporção de alguns agregados de recursos econômicos ou de atividades seja através de uma pequena proporção das unidades que possuem ou controlam os agregados, ou através de um pequeno número absoluto de tais unidades.”

Pode ser analisado levando em consideração o número de firmas e seus tamanhos relativos no mercado relevante¹⁵. A quantidade de vendedores levará a classificação do mercado, utilizando a tipificação teórica tradicional em monopolizado, oligopolizado ou atomizado. A abordagem tradicional sugere que o nível competitivo em determinado mercado é influenciado diretamente pelo grau de concentração das firmas ofertantes.

Em relação a esse último ponto vale ressaltar, como enfatiza Leite (1998), que não

¹⁵ É o mercado em que atuam os agentes envolvidos. (Leopardi, 2001)

existe uma relação trivial entre número de concorrentes e o patamar de intensidade competitiva entre os mesmos. É possível encontrar estudos de casos em que um mercado com poucos participantes apresente uma concorrência agressiva e um mercado com muitos concorrentes apresente baixo nível competitivo.

- b) Grau de concentração de compradores: Análogo ao grau de concentração de vendedores. O mercado que possui apenas possui um comprador é denominado monopsônico e quando possui poucos compradores é chamado de oligopsônico. Nesses casos, os compradores possuem a capacidade de influenciar o preço de mercado. De acordo com Pindick e Rubinfeld (2005), as fontes de poder monopsônico são: 1) Elasticidade da oferta de mercado, isto é, quanto mais elástica for a oferta, menor será o poder monopsônico. 2) Número de compradores, isto é, quanto maior o número de compradores, menores as possibilidades desses influenciarem o preço de mercado. 3) Interação entre compradores, isto é, quanto maior a intensidade da interação entre os compradores, menor será o poder monopsônico.
- c) Grau de diferenciação dos produtos: Está relacionado ao nível de substitutibilidade dos produtos, ou seja, se pela percepção dos compradores os produtos são considerados homogêneos ou substitutos imperfeitos. As diferenças entre os produtos podem ser em relação à qualidade, à embalagem, ao *design*, ou mesmo, à reputação, possibilitando que os consumidores tenham preferências distintas por eles.

Nesse caso, a propaganda possui um papel fundamental. Conforme Almeida e Losekann (2002), o principal objetivo da propaganda é justamente alterar as preferências dos consumidores ou elevar o nível de conhecimento deles em relação ao produto em questão, de modo a elevar o número de vendas.

- d) Condição de entrada no mercado: Diz respeito à maior ou menor facilidade que novos concorrentes possuem para ingressar num determinado mercado, devido às vantagens competitivas que as empresas estabelecidas possuem sobre as entrantes. Nesse sentido, o grau de barreiras à entrada contribui na definição de até que ponto a empresa estabelecida pode atuar monopolisticamente sem provocar reações das concorrentes potenciais. (Leite, 1998)

Diversas podem ser as fontes de barreiras à entrada: 1) Uma firma pode possuir uma patente ou determinada tecnologia de produção que a confere exclusividade sobre determinado produto. 2) O governo pode conceder um licença especial para certa empresa operar em

alguma área estratégica ou mesmo impor barreiras comerciais, dificultando qualquer tipo de concorrência externa. 3) Pode ocorrer de uma determinada firma possuir acesso exclusivo a determinado insumo. 4) Determinada firma possui economias de escala, isto é, a firma apresenta custos marginais decrescentes para uma quantidade produzida muito elevada. Nesse caso, as demais firmas operarão com uma menor quantidade de produto e, portanto, com custos médios altos, não sendo possível competirem.

2.2. Conduta

A conduta de mercado está relacionada ao comportamento que as firmas adotam com o objetivo de adequar sua atuação no mercado em que operam. Refere-se principalmente às ações que as firmas promovem em relação à política de preços, à produção e às características do produto. Conforme coloca Leite (1998) “... conduta diz respeito aos processos de decisão e às relações intra-industriais.”.

De acordo com Brumer (1981), quando se trata de conduta de mercado, existem duas etapas distintas a serem consideradas. A primeira delas diz respeito ao tipo de coordenação existente entre os ofertantes. A segunda está relacionada com a fórmula adotada pelos agentes para as suas tomadas de decisão para decidir o preço (ex: maximização de lucro ou fórmula de bolso¹⁶).

A não coordenação de decisões entre os ofertantes implica que cada vendedor, além de tomar suas decisões em relação aos preços e a produção sem consultar seus rivais ou sem estabelecer algum acordo com eles, não considere possíveis reações dos mesmos ao estabelecer tais variáveis. Segundo Brumer, entre esse caso e aquele em que as decisões são totalmente coordenadas, existem inúmeras possibilidades de associações bem como de tomadas de decisões.

Brumer (1981) *apud* Bain (1959) sugeriu cinco dimensões essenciais da conduta de mercado, ainda que essa tipificação não esgote as possibilidades:

- 1) Os objetivos da firma ao escolher uma determinada política de preços, que podem ser a

¹⁶ De acordo com Hall e Hitch (1939), a grande maioria dos empresários busca uma regra prática para a formação de preços denominada pelos autores de “princípio do custo total”. De acordo com essa regra de bolso, os empresários somam o custo variável por unidade produzida com uma porcentagem para cobrir os custos fixos e, por fim, adicionam uma margem de lucro. Sendo assim, o preço seria dado pela seguinte expressão: $p = t + mt$, em que t representam os custos variáveis e m o percentual dos custos fixos e da margem de lucro a serem cobertos por cada unidade vendida.

maximização de lucro coletiva, a maximização de lucro individual ou a ampliação do *market share*, entre outros.

- 2) Os métodos empregados pela firma para alcançar o objetivo estipulado pela política de preços. Esses métodos estão relacionados a questões administrativas da firma. O sistema de preços pode ser único ou discriminatório em relação a cada comprador ou ainda pode adotar-se o “princípio do custo total”.
- 3) A política de produto das firmas, que está relacionada ao método de produção utilizado, isto é, como a quantidade de produto das firmas varia no tempo.
- 4) A política promocional das firmas, que diz respeito às estratégias de vendas.
- 5) As formas de coordenação para atingir seus objetivos, isto é, se as firmas atuam independentemente uma das outras, se existe alguma forma de coordenação tácita, ou se existe algum conluio explícito.

2.3. Desempenho

De acordo com Brumer (1981), o desempenho diz respeito aos resultados finais obtidos após a escolha de uma determinada conduta e em função de uma determinada estrutura de mercado, sendo, portanto, uma variável *ex-post*. Segundo Leite (1998), a performance reflete os ajustamentos feitos pelas firmas em relação à demanda efetiva por seus produtos. Entre os aspectos mais relevantes dessa variável encontram-se:

- a) Resultados técnicos: Relacionam-se a capacidade da empresa de operar com um tamanho de planta e organização da produção que permitam a obtenção de um resultado eficiente.
- b) Resultados financeiros: Expressos pela margem de lucro.
- c) Resultados de inovação: Provêm dos esforços das firmas em investir em pesquisa e desenvolvimento e na absorção desses resultados em novos produtos, processos e formas organizacionais. O processo de inovação pode ser subdividido em 3 etapas: 1) O processo de invenção, que diz respeito a criação de produtos ou tecnologias até então inexistentes, 2) Inovação, que pode ser patenteada de modo assegurar a vanguarda tecnológica, 3) Difusão, que está relacionada à imitação do processo inovador por firmas concorrentes. (Hasenclever e Ferreira, 2002).
- d) Resultados promocionais: Refletem-se na relação entre custos de vendas e custos de

produção.

Geralmente, segundo Leite (1981), as pesquisas empíricas sobre desempenho concentram-se na análise dos resultados financeiros, procurando estabelecer uma relação entre estrutura de mercado e taxa de lucro. Esse autor chama a atenção para o cuidado que se deve ter ao fazer tal associação. Isso porque um lucro acima do padrão normal da indústria pode significar também uma transformação repentina na relação entre demanda e custos. Contudo, no longo prazo, só seria possível justificar a obtenção de lucros extraordinários por meio de estruturas de mercado mais concentradas.

2.4. Índices de concentração: breve análise

De acordo com a perspectiva tradicional da teoria econômica, os índices de concentração fornecem um indicador do grau de concorrência em um determinado mercado. Nesse sentido, quanto mais alto for o valor da concentração, menor será a tendência de existir um ambiente competitivo intenso. Porém, vale ressaltar que para as abordagens em que o número de empresas não é um fator determinante para a concentração de mercado- e sim, por exemplo, a existência ou não de barreiras à entrada ou as características institucionais de certos mercados- essa variável precisará ser qualificada, já que não é capaz de explicar sozinha a concentração de mercado. Posteriormente, esse ponto será mais bem explorado.

Segundo Resende e Boff (2002), as medidas de concentração são adequadas para sinalizar a priori os setores industriais, em que se espera que o poder de mercado seja expressivo. Contudo, é preciso atentar para o fato de que outros fatores devem ser levados em consideração para se analisar a concentração de mercado, pois: 1) Se não há barreiras a entrada, nenhuma firma poderá exercer poder de mercado, ainda que possua um market share elevado 2) A posição dominante de uma firma pode ser fruto de uma estrutura de custos mais baixa e não de poder de mercado 3) Ao se calcular índices de concentração ignora-se a possibilidade de substitutos imperfeitos, que podem intensificar o processo competitivo em determinado mercado, isto é, os índices de concentração ao delimitarem um determinado mercado, excluem a possibilidade da concorrência de produtos que sejam substitutos imperfeitos, mas são comercializados em outros mercados.

De acordo com esses mesmos autores, é possível classificar as medidas de concentração como parciais ou sumárias, positivas ou normativas. As medidas de concentração sumárias utilizam dados de todas as firmas em operação em determinada indústria. Já as medidas de concentração parciais utilizam os dados apenas de uma fração das firmas que operam em

determinada indústria. As medidas de concentração positivas utilizam o grau e a distribuição das parcelas de mercado, refletindo, portanto, apenas a estrutura aparente da indústria. Por outro lado, as medidas de concentração normativas levam em consideração aspectos comportamentais de consumidores (ex: coeficientes de substituição) e produtores (ex: variações circunstanciais e coeficientes de aversão ao risco), que refletem as preferências dos agentes.

Nesse trabalho utilizaremos exclusivamente com as seguintes medidas positivas de concentração: a razão de concentração, o Índice de Hirschman-Herfindahl (HH) e o Índice de Entropia de Theil (ET).

2.4.1. Razão de concentração

Esse índice expressa a participação de mercado das k ($k = 1, 2, 3...$) maiores empresas da indústria. Nesse trabalho utilizar-se-á como referência para análise das medidas de concentração o valor da produção anual de cada empresa do setor em questão em relação ao total produzido pela indústria, de modo a evidenciar a participação da “ i -ésima firma” em relação a sua indústria. Isto é:

$$y_i = \frac{X_i}{X}$$

y_i : valor relativo da participação da empresa no ano i .

X_i : Valor da produção da i – ésima empresa.

$$X = \sum_{i=1}^k X_i$$

Vamos supor que o nível de produção das firmas encontre-se ordenado, de tal forma que:

$$X_1 \geq X_2 \geq \dots \geq X_k \geq \dots \geq X_n$$

Então, a razão de concentração pode ser obtida por meio da equação:

$$CR(k) = \sum_{i=1}^k y_i$$

Esse índice varia entre 0 e 1. Quanto mais elevado o valor do índice, maior será o poder de mercado praticado pelas k maiores empresas. O valor 0 indica uma situação de concorrência perfeita. Geralmente, para trabalhos empíricos utiliza-se $k = 4$ ou $k = 8$. (Resende e Boff, 2002)

Apesar da razão de concentração ser de grande praticidade, ela apresenta alguns problemas:

- 1) Desconsidera a participação das n-k empresas da indústria. Sendo assim, fusões e transferências de mercado entre elas não alterarão o valor final do índice de concentração.
- 2) Desconsidera a participação relativa de cada firma no grupo das k maiores. Com isso, transferências de mercado entre elas também não afetarão o valor do índice.

2.4.2. Índice de Hirschman-Herfindahl (IHH).

Esse índice é definido da seguinte forma:

$$IHH = \sum_{i=1}^n y_i^2$$

Ao elevarmos cada parcela de mercado ao quadrado, estamos conferindo maior peso as firmas relativamente maiores. Portanto, quanto maior o IHH maior será a concentração de mercado. Tal índice varia de $1/n$ até 1, sendo que a cota superior expressa o limite de um monopólio. Quando n tende para infinito, a cota inferior expressa uma situação de concorrência perfeita neoclássica. O limite inferior pode ser obtido por meio de um lagrangeano:

$$IHH = \sum_{i=1}^n y_i^2 \text{ sujeito à } \sum_{i=1}^n y_i = 1$$

$$L = \sum_{i=1}^n y_i^2 - \mu \left(\sum_{i=1}^n y_i - 1 \right)$$

$$\frac{\partial L}{\partial y_i} = 2y_i - \mu = 0 \quad (1)$$

$$\frac{\partial L}{\partial \mu} = 1 - \sum_{i=1}^n y_i = 0 \quad (2)$$

$$\text{Então, } 2y_i - \mu = 0 \therefore y_i = \frac{\mu}{2} \quad (3)$$

$$\text{Substituindo (3) em (2) temos, } \mu = \frac{2}{n}. \text{ Logo, } 2y_i - \mu = 2y_i - \frac{2}{n} = 0 \therefore y_i = \frac{1}{n}$$

Segundo Resende (1994), esse índice possui algumas vantagens em relação ao CR(k). O primeiro ponto importante é que o IHH considera todas as firmas da indústria e não apenas as k maiores, atribuindo maior peso às firmas que possuem maior parcela de mercado. Em segundo lugar, ele reflete movimentos de fusões entre as empresas. Por fim, a entrada de

novas firmas não necessariamente acarretará uma diminuição do índice. Se uma empresa entrante diminuir ou mesmo não aumentar significativamente a dispersão das parcelas de mercado existente anteriormente, o índice de concentração tenderá a ser menor. Por outro lado, se a empresa entrante provocar um aumento da dispersão das parcelas de mercado, haverá um aumento da concentração.

A debilidade desse índice está relacionada ao fato de que, como o limite inferior $1/n$ muda de acordo com o número de firmas presentes na indústria, as comparações intertemporais ficam prejudicadas. Assim, de acordo com Resende (1994) é necessário fazer algumas modificações no índice:

- 1) Ajustar o índice em relação à amplitude da variação, definindo:

$$H^* = \frac{n}{n-1} H, \quad n > 1$$

Com esse ajuste temos que os limites inferiores e superiores passariam a ser :

$$\frac{1}{n-1} \text{ e } \frac{n}{n-1} \text{ (basta substituir } H = \frac{1}{n} \text{ e } H = 1, \text{ respectivamente)}$$

Temos, portanto, que a cota superior e inferior do índice varia com o número de firmas, porém a amplitude da variação é igual a 1, pois:

$$\frac{n}{n-1} - \frac{1}{n-1} = 1$$

- 2) É possível fazer um ajuste que torne os limites inferiores e superiores independente de n , utilizando a fórmula a seguir:

$$H^{**} = \frac{1}{n-1} (nH - 1)$$

Com isso, temos que os limites inferiores e superiores passam a ser 0 e 1, respectivamente (basta substituir novamente $H=1/n$ e $H=1$).

2.4.3. Índice de Entropia de Theil (ET).

De acordo com Boff e Resende (2002), o índice de entropia de Theil foi elaborado originalmente no estudo da Teoria da Informação. Contudo, possui grande aplicabilidade na Economia Industrial.

Seja A um evento aleatório com probabilidade de ocorrência igual a p . Podemos associar à ocorrência desse evento um grau de surpresa, que varia inversamente a probabilidade de A . Nesse sentido, o conteúdo informacional do evento A (mensagem) é uma função decrescente e derivável de p . Segundo Resende (1994), Theil escolhe a função logaritmo para trabalhar

devido à propriedade de aditividade:

$$f(p) = \ln \frac{1}{p} = -\ln p$$

Generalizando, o raciocínio anterior para n eventos, temos A_1, \dots, A_n associados as probabilidades p_1, \dots, p_n . Essas probabilidades somam um se pelo menos um desses eventos certamente acontecer. É possível calcular o conteúdo informacional esperado da mensagem, fazendo a esperança matemática.

$$E(f(p)) = \sum_{i=1}^n p_i f(p_i) = \sum_{i=1}^n p_i \ln \frac{1}{p_i}$$

Conforme coloca Resende (1994) *apud* Braga e Mascolo (1982), a interpretação para a Economia Industrial consiste em substituir p_i pela parcela de mercado y_i da firma i . Reescrevendo a expressão anterior, obtemos o índice de entropia que pode ser interpretado como uma medida inversa da concentração, pois “quanto maior a parcela de mercado da firma, menor o grau de surpresa trazido pela mensagem e vice-versa”.

$$ET = \sum_{i=1}^n y_i \ln y_i$$

A quota inferior correspondente a uma situação de concentração máxima, isto é, um caso de monopólio, e é igual a 0, pois, nesse caso, $p_i = y_i = 1$. Por outro lado, o valor máximo do índice, que corresponde a uma situação de concorrência perfeita, pode ser obtido pelo lagrangeano sujeito à restrição de que as parcelas de mercado devem somar 1.

$$L = - \sum_{i=1}^n p_i \ln p_i - \mu \left(\sum_{i=1}^n p_i - 1 \right)$$

$$\frac{\partial L}{\partial p_i} = -(\ln p_i + 1) - \mu = 0 \quad (1)$$

$$\ln p_i = -\mu - 1 \therefore p_i = e^{-\mu-1} \quad (2)$$

Substituindo (2) na restrição $\sum_{i=1}^n p_i = 1$, temos $\sum_{i=1}^n e^{-\mu-1} = 1$

Assim,

$$n(e^{-\mu-1}) = 1 \therefore e^{-\mu-1} = \frac{1}{n} \therefore \ln e^{-\mu-1} = \ln \frac{1}{n} \therefore -\mu - 1 = \ln \frac{1}{n} \therefore \mu = \ln(n) - 1$$

Substituindo $\mu = \ln(n) - 1$ em (1), temos:

$$-\ln pt - 1 - \ln(n) + 1 = 0$$

$$\ln pt = -\ln(n) \therefore \ln pt = \ln \frac{1}{n} \therefore pt = \frac{1}{n}$$

Por fim, substituindo o valor de $pt = \frac{1}{n}$ na fórmula $\sum_{i=1}^n pt \ln \frac{1}{pt}$, temos:

$$ET = \sum_{i=1}^n \frac{1}{n} \ln(n) = n \frac{1}{n} \ln(n) = \ln(n)$$

Concluímos, com isso, que $0 \leq ET \leq \ln(n)$.

Conforme coloca Resende e Boff (2002) é possível estabelecer o número equivalente de firmas de igual tamanho, dado um determinado índice de entropia. Isto é: $e^{ET} = n$. Quando ET for mínimo ($ET = 0$), então, $n=1$. Por outro lado, quando ET for máximo ($ET = \ln n$), então $ET=n$.¹⁷

Assim como no IHH é possível ajustar o índice de entropia de modo que ele varie entre 0 e 1 e, portanto, seja independente do número de firmas da indústria. Para tanto basta dividir ET

$$\text{por } \ln: \frac{0}{\ln n} \leq ET^* \leq \frac{\ln n}{\ln n} \Leftrightarrow 0 \leq ET^* \leq 1$$

2.5. Escolha dos Índices de Concentração

Resende (1994) aponta para o fato de que medidas sumárias, como os índices IHH e ET, são mais apropriados para a análise de concentração de mercado do que medidas parciais, como o índice CR(k). Além disso, demonstra a inexistência de proporcionalidade entre os índices IHH e CR(k), de modo que eles não podem ser operacionalizados como substitutos entre si.

Tendo isso em vista, esse autor, citando Tall e Tideman (1967), sugere as seguintes propriedades desejáveis para um índice de concentração;

- 1) Deve ser uma medida unidimensional, de forma que um valor mais elevado do índice seja indicativo de uma estrutura de mercado mais concentrada.

¹⁷ Vale lembrar que: $e^x = y \Leftrightarrow x = \ln y \therefore e^{\ln x} = x \Leftrightarrow \ln e^{\ln x} = \ln x \Leftrightarrow \ln x = \ln x \Leftrightarrow x = y$.

- 2) Deve ser em função das parcelas de mercado das firmas pertencentes à indústria, sendo, assim, independente do valor absoluto da variável em questão.
- 3) Deve poder variar em função da alteração das parcelas de mercado y_i .
- 4) Se cada firma de certa indústria fosse dividida em dois, o índice deveria cair à metade. Segundo Resende (1994), essa propriedade “ajudaria a configurar a cardinalidade da medida de concentração”.
- 5) Supondo determinada indústria dividida entre n firmas de igual tamanho, o índice deve diminuir à medida que n cresce.
- 6) O índice deve possuir uma amplitude unitária, de modo a facilitar a operacionalização com os dados.

Conclusão

Por fim, esse capítulo procurou fornecer os instrumentais teóricos que serão essenciais para a mensuração e análise das transformações da indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis, que serão feitas no próximo capítulo. Primeiramente apresentou-se o paradigma ECD como a matriz teórica fundamental. Em seguida, foi elaborada uma exposição teórica sobre os índices de concentração, apontando as principais qualidades e debilidades de cada um.

Capítulo III- Mensuração e análise da indústria automobilística no setor de produção de veículos comerciais leves e automóveis

Introdução

A partir do instrumental teórico apresentado no capítulo anterior, nesse capítulo faremos uma análise empírica da estrutura de mercado na indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis, tendo como referência os índices de concentração e utilizando o paradigma ECD para auxiliar a compreensão das transformações e tendências observadas entre 1990 a 2010. Além disso, elegemos uma variável de conduta e duas de desempenho na tentativa de captar possíveis efeitos das mudanças de estrutura na indústria como um todo. Porém, antes disso, aprofundaremos a caracterização dessa indústria no período de 1990-2010.

3.1. Caracterização e Comportamento da Indústria Automobilística entre 1990 e 2010

Segundo o “Guia Setorial da Indústria Automobilística Brasileira 2010” da ANFAVEA, a indústria automobilística brasileira possui atualmente 14 fabricantes de veículos comerciais leves e automóveis, com 20 plantas industriais e localizados em 8 estados brasileiros (São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Paraná, Rio Grande do Sul, Bahia, Goiás e Ceará).

Tabela 10- Localização geográfica das empresas e plantas industriais

Empresa	Plantas	Estado
Agrale	1	Rio Grande do Sul
Fiat	1	Minas Gerais
Ford	3	Bahia,
General Motors	3	Ceará,
Honda	1	São Paulo
Hyundai	1	São Paulo,
Iveco	1	Rio Grande do Sul
Mercedes-Benz	1	São Paulo
Mitsubishi	1	Goiás
Nissan	1	Minas Gerais
Peugeot Citroën	1	Minas Gerais
Renault	2	Goiás
Toyota	1	Paraná
Volkswagen	3	Rio de Janeiro

Fonte: Adaptado da ANFAVEA (2010)

A literatura de organização industrial define o oligopólio como uma estrutura de oferta concentrada, na qual poucas firmas são responsáveis pela maior parte da produção, devido

principalmente a existência de barreiras à entrada . Segundo Labini (1980) é possível classificar os oligopólios em três grupos . O primeiro é o oligopólio concentrado, que distinguiu-se pela inexistência de diferenciação de produto pelas empresas participantes da indústria e pela alta concentração técnica, devido à existência de elevadas economias de escala e ao controle de insumos e de tecnologias utilizadas no processo produtivo. O segundo é o oligopólio diferenciado que é caracterizado por uma intensa concorrência por diferenciação de produtos e marcado por elevados gastos com publicidade, pesquisa e desenvolvimento, inovação de produtos, modelos, *design* e qualidade. Por último, o oligopólio misto é resultado da combinação de características das duas estruturas oligopolísticas apresentadas anteriormente, ou seja, a concorrência ocorre essencialmente pela diferenciação de produtos ao mesmo tempo em que há uma elevada concentração técnica.

A partir desses conceitos, a indústria automobilística no Brasil no setor de veículos comerciais leves e automóveis nos anos de 1990 e 2000 pode ser caracterizada como sendo um oligopólio misto. Isto é, a grande variedade de modelos e tipos de produtos oferecidos por essas firmas permite a existência de grande intensidade competitiva, principalmente pela diferenciação de produtos, ao mesmo tempo, em que há elevada concentração técnica devido às economias de escala e a elevada escala mínima eficiente. A partir da análise do CR(4), conforme a tabela 12 (p. 48) a concentração torna-se evidente, na medida em que a Ford, a Fiat, a GM e a Volkswagen controlavam juntas em 2010 mais de 80% do mercado brasileiro, cabendo as outras dez empresas apenas 20% .

A diferenciação de produtos é um elemento que dificulta à entrada de novas firmas e deve ser entendido como as características dos produtos relacionadas à busca por novos consumidores, tais como: especificações técnicas, desempenho, confiabilidade, durabilidade, *design*, ergonomia, custo de utilização do produto, marca, reputação da empresa, assistência técnica e suporte ao usuário, formas de comercialização, etc .(Freiner, 2010 *apud* Possas,1999)

Em relação às especificações técnicas, as diferentes empresas automobilísticas no setor de veículos comerciais leves e automóveis oferecem produtos com diversas características, tais quais: potência de motor, autonomia, capacidade de carga, consumo de combustível, número de portas do veículo, sistema de injeção eletrônica¹⁸, motores flex, entre outros. A produção de veículos flex no Brasil começou em 2003 com a Volkswagen, Fiat e a General Motors. Em 2005, todas as 14 empresas atuantes no mercado brasileiro incluíram em seus produtos motores flex, chegando quase à metade da veículos comerciais leves e automóveis. Em 2010, a

¹⁸ Torna os veículos mais econômicos e menos poluentes.

frota com esse tipo de motor já passava de 80% (ANFAVEA, 2011). Em grande parte, esse aumento nos veículos flex pode ser explicado pela comodidade proporcionada ao consumidor, que diante de uma elevação do preço da gasolina pode optar por etanol, bem como pelo aumento do apelo à consciência ambiental, permitindo aos consumidores diminuírem ou abrirem mão do consumo de gasolina.

Outro aspecto importante da diferenciação de produtos que caracteriza o setor no período analisado está relacionado a durabilidade, podendo ser percebido pelo consumidor pelos anos de garantia ofertado na compra do veículo. Em grande medida, o aumento da durabilidade dos veículos é consequência direta dos avanços tecnológicos, principalmente no que diz respeito à resistência dos materiais. A maior durabilidade dos produtos funciona como um sinalizador para o consumidor em relação à qualidade do produto, sendo um fator importante na conquista da fidelidade dele pela marca.

Na indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis, a garantia, num primeiro momento, foi dada somente aos automóveis de grande valor comercial, funcionando como uma espécie de diferencial em relação aos concorrentes. Com o passar do tempo, a prática foi generalizada para todos os produtos variando apenas o número de anos de acordo com o valor do automóvel. Assim, veículos mais caros tenderiam a ter maior tempo de garantia, enquanto veículos mais baratos menor tempo de garantia. Exemplo disso são os veículos da Renault que possui toda a sua linha com três anos de garantia e da Hyundai, que confere cinco anos de garantia. Por outro lado, as demais empresas fazem a diferenciação de acordo com o valor do automóvel, dando, na maioria dos casos um ano para os carros populares e três anos para os carros mais seletos (Freiner, 2010).

Pode-se afirmar que abertura econômica da década de 1990 impactou a indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis. No início da década de 1990 a abertura da economia era prioridade das autoridades políticas e econômicas, que adotaram medidas de redução tarifária gradual, eliminação de barreiras não-tarifárias, de subsídios e progressiva liberalização da conta de capitais. Em 1993, a redução das tarifas já havia alcançado a meta média de 14% previstos para dezembro de 1994 (Bielschowsky, 1999, pg.9). Nesse contexto de liberalização do mercado brasileiro, segundo Silva, Cavalari, Onofre e Corso (2008) indústria automobilística respondeu com o aumento da produtividade e da qualidade de seus produtos.

A despeito do ganho de produtividade, como será visto na seção 3.5.1 (p.56), as importações cresceram acentuadamente entre 1990 e 1997 (85,2% a.a) devido à redução tarifária. A partir

de 1998, observou-se uma queda forte das importações devido, principalmente, à diminuição da demanda/produção, à desvalorização cambial em 1999 e os efeitos das medidas do regime automotivo. Em relação às exportações elas cresceram a uma taxa de 5,5% a.a entre 1990 e 1995. Entre 1996 e 1997, apesar do crescimento das exportações em 30,4%, a balança comercial do setor registrou um déficit em torno de 1 bilhão de dólares em 1997. Entre 1998 e 2000 as exportações ficaram em torno de 3,5 e 4,5 bilhões de dólares. (ANFAVEA, 2011)

Na década de 2000, as importações registram crescimento anual com taxa média de 33% aa. Os anos de 2000 e 2009 foram os únicos que apresentaram queda na importações de respectivamente 2,81% e 18,06% , em grande parte, devido à desvalorização cambial¹⁹. As exportações cresceram a taxa média de 20,18% ao ano nesse período. O ano de 2009 foi o único que apresentou uma queda significativa das exportações, cerca de 35%, em grande parte devido à crise financeira mundial, que reduziu a demanda mundial pelos veículos brasileiros. Na tabela 11, seguem os dados referentes a balança comerciais do setor.

Tabela 11- Balança Comercial do Setor de veículos Comercias Leves e Automóveis (em milhões US\$, 1990- 2010)

Anos	Exportação	Importação	Saldo
1990	1897	733	1164
1991	1915	849	1066
1992	3012	1079	1933
1993	2660	1809	851
1994	2685	2550	135
1995	2415	4795	-2380
1996	3013	4882	-1869
1997	3929	5105	-1176
1998	4264	4692	-428
1999	3078	3873	-795
2000	3488	3764	-276
2001	3614	3717	-103
2002	3379	2910	469
2003	4679	3246	1433
2004	6655	3653	3002
2005	9391	5257	4134
2006	10268	6126	4142
2007	10884	8690	2194
2008	10964	13754	-2790
2009	7050	11270	-4220
2010	10530	16268	-5738

¹⁹ De 2001 a 2002, o câmbio passou de 2,35 R\$/US\$ para 2,92 R\$/US\$. Entre 2008 e 2009, o câmbio passou de 1,83 R\$/US\$ para 1,99 R\$/US\$. (Ipeadata)

A dimensão dos investimentos na indústria automobilística, principalmente no setor de veículos comerciais leves e automóveis, explicita as transformações do setor no período. Entre 1991 e 2010 os investimentos somaram aproximadamente 34,5 bilhões de dólares. É possível distinguir entre dois ciclos distintos na década de 1990. O primeiro período entre 1990 e 1994 foi voltado para a modernização tecnológica das plantas industriais existentes. Já o segundo ciclo entre 1995 e 1999 está relacionado aos investimentos feitos pelas empresas estabelecidas e pelas empresas entrantes. Segundo Camargo (2006), no período entre 1991 e 2001, cerca de 70% dos investimentos foram feitos pelas empresas estabelecidas e 30% pelas empresas entrantes. Nesse segundo período os objetivos dos investimentos das empresas estabelecidas eram aumentar a capacidade produtiva instalada, ampliar a produção de veículos de pequeno porte e a obtenção de ganhos de escala. Por outro lado, de acordo com o mesmo autor, o menor volume de investimentos das entrantes está relacionado à estratégia de uma produção mais enxuta, relacionada à veículos de maior porte e valor, com a lucratividade associada à maiores taxas de lucros e menos aos ganhos de escala.

Por fim, no início da década de 2000 observou-se uma contração dos investimentos na indústria automobilística. Além da natural desaceleração do investimento que se segue a um período anterior de expansão dessa variável, a política macroeconômica de desvalorização cambial, a manutenção de elevadas taxas de juros e a contenção da demanda agregada, contribuíram para a queda nos investimentos de aproximadamente 55% entre 2000 e 2004. A partir desse ano, os investimentos são retomados e estimulados principalmente pela expansão vigorosa do mercado interno, crescendo 248% entre 2005 e 2010.

3.2. Fonte dos dados

Para a realização dos cálculos dos índices de concentração foram utilizados os dados contidos no anuário estatístico da ANFAVEA. Essa associação reúne as empresas fabricantes de autoveículos no mercado brasileiro. Acreditamos na confiabilidade dos números fornecidos pela ANFAVEA, dado que outros órgãos que organizam informações estatísticas sobre a economia brasileira, como o Ipeadata, também utilizam as informações providas por ela.

3.3. Fatores explicativos da concentração/ desconcentração de mercado: mudanças na estrutura

A seguir, utilizando a teoria dos índices de concentração apresentada no capítulo 2 (pg 37-42) e os dados fornecidos pela ANFAVEA, serão apresentados os resultados dos cálculos dos níveis de concentração na indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis no período compreendido entre 1990 e 2010. A tabela abaixo explicita os resultados

Tabela 12- Cálculo dos índices de concentração

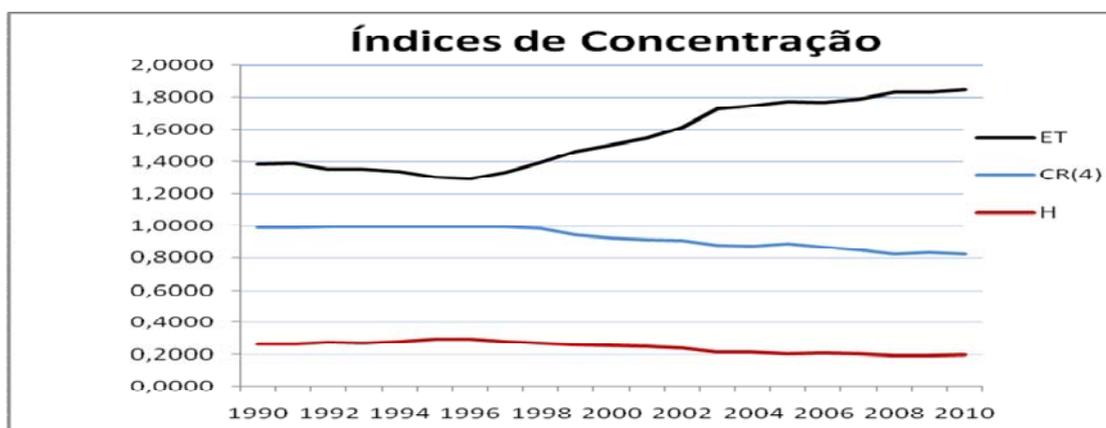
	n	CR(4)	H	H'	H''	ET	ET*
1990	5	0,9940	0,2622	0,3278	0,0778	1,3833	0,8595
1991	5	0,9924	0,2625	0,3281	0,0781	1,3865	0,8615
1992	5	0,9970	0,2724	0,3405	0,0905	1,3526	0,8404
1993	5	0,9980	0,2708	0,3385	0,0885	1,3531	0,8407
1994	5	0,9975	0,2781	0,3477	0,0977	1,3389	0,8319
1995	5	0,9976	0,2931	0,3664	0,1164	1,3009	0,8083
1996	5	0,9982	0,2928	0,3660	0,1160	1,2912	0,8023
1997	6	0,9977	0,2784	0,3341	0,1341	1,3318	0,7433
1998	7	0,9856	0,2675	0,3121	0,1455	1,3936	0,7162
1999	9	0,9440	0,2588	0,2911	0,1661	1,4653	0,6669
2000	10	0,9249	0,2520	0,2800	0,1689	1,5071	0,6545
2001	11	0,9150	0,2500	0,2750	0,1750	1,5483	0,6457
2002	11	0,9077	0,2381	0,2619	0,1619	1,6148	0,6734
2003	12	0,8799	0,2142	0,2337	0,1428	1,7277	0,6953
2004	12	0,8721	0,2115	0,2308	0,1399	1,7500	0,7043
2005	13	0,8865	0,2056	0,2227	0,1394	1,7724	0,6910
2006	12	0,8674	0,2076	0,2265	0,1356	1,7686	0,7117
2007	14	0,8481	0,2041	0,2197	0,1428	1,7891	0,6779
2008	14	0,8221	0,1939	0,2088	0,1319	1,8317	0,6941
2009	14	0,8315	0,1959	0,2109	0,1340	1,8330	0,6946
2010	14	0,8197	0,1991	0,2145	0,1375	1,8459	0,6995

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ANFAVEA

n =Número de empresas atuantes no setor de veículos comerciais leves e automóveis

No gráfico abaixo podemos visualizar as tendências evidenciadas pelos índices.

Gáfico 1- Índices de Concentração



Fonte:Elaboração própria com base nos dados da ANFAVEA (2011)

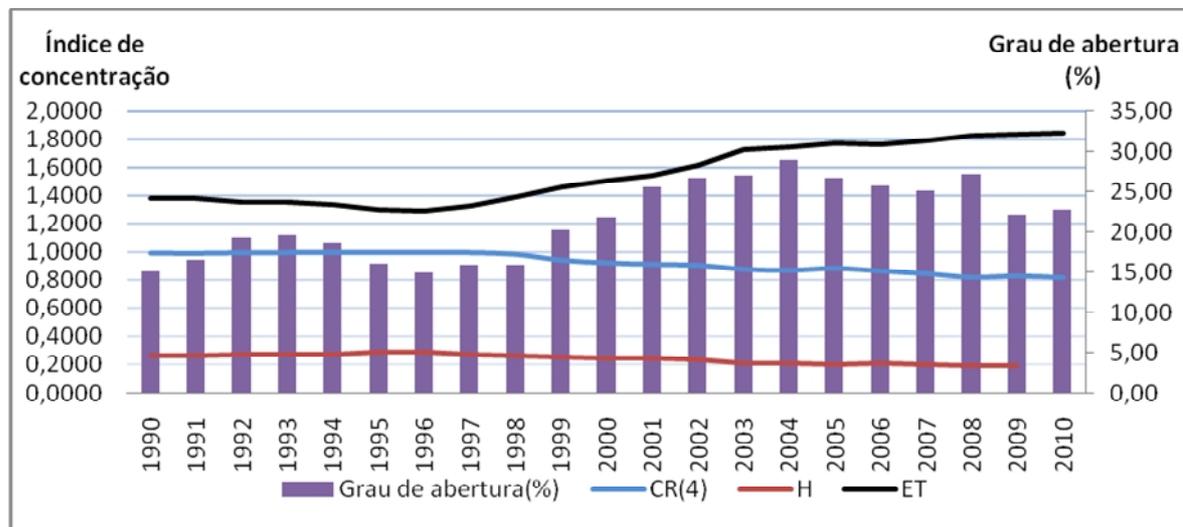
Apesar da tendência de queda principalmente a partir de 1996, o CR(4) elevado no período analisado caracteriza um oligopólio, conforme explicitado na primeira seção do capítulo. De acordo com o capítulo 2 (pg32-34), pelo paradigma ECD, a concentração de mercado na indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis pode ser atribuída à existência de barreiras à entrada, à diferenciação de produtos e a estrutura de custos, que constituem variáveis de “estrutura” do modelo ECD. Contudo, como observado no capítulo 2 (pg.32), isso não necessariamente significa a ausência de atividade competitiva entre as firmas e, por isso, é preciso ter cuidado ao se tirar conclusões a partir dos resultados numéricos dos índices de concentração. Ao contrário, a indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis apresenta intensa concorrência por diferenciação de produto, apesar de constituir um oligopólio, conforme debatido no início do capítulo. Ainda sim, a entrada de novas firmas tende a ser desejável, na medida em que poderia potencializar ainda mais a concorrência no setor.

Entre 1990 e 1996, os índices CR(4) apresentaram certa estabilidade. Porém o H, ET apresentam uma ligeira tendência à concentração. A tendência à concentração observada pelo H e o ET no primeiro sexênio pode ser atribuída às transformações no interior da própria indústria no setor de veículos comerciais leves e automóveis, relacionadas às mudanças de *market-share* das empresas concorrentes. A Fiat aumentou sua participação no market share em aproximadamente 4,6 pontos percentuais. A Ford experimentou uma queda de aproximadamente 8,1 pontos percentuais na sua participação de mercado. A Volkswagen elevou sua participação em aproximadamente 2,28 pontos percentuais e a GM elevou sua participação em aproximadamente 1,9 pontos percentuais.

Ao que tudo indica, o incipiente processo de abertura comercial até a metade da década de 1990 facilitou a entrada de veículos importados, com a redução de tarifas de importação,

diminuindo assim barreiras comerciais, que constituem empecilhos à entrada de novos concorrentes. Porém, não incentivou de imediato a instalação de novas plantas no Brasil que somente ocorrerá intensamente a partir de 1996/97, quando a desconcentração industrial se tornará uma tendência, conforme mostra o gráfico 2 . Ao mesmo tempo, é possível perceber pelo CR(4) que a entrada dos veículos importados não chegou a causar grandes problemas para as 4 maiores empresas com fábricas no Brasil que em 1995 ainda possuíam 99% do *market- share*.

Gráfico 2- Índices de concentração e abertura econômica²⁰ (%)



Fonte: Elaboração Própria com base nos dados da ANFAVEA (2011) e IBGE

Pelo paradigma ECD, a dificuldade de novas entrantes na indústria automobilística no setor de automóveis e veículos comerciais pode ser atribuída, dentre outros fatores, aos elevados custos fixos que são uma variável de “conduta” relevante e constituem uma barreira à entrada. Isso porque mesmo que o nível de produção seja igual a zero, a firma terá que arcar com elevados custos referentes à manutenção da fábrica, aos gastos trabalhistas associados ao número mínimo de empregados, à depreciação de equipamentos, aos gastos financeiros ligados à financiamentos, entre outros. Assim, a indústria automobilística impõe as firmas entrantes a necessidade de um volume muito grande de capital de giro para fazer frente a esses custos que independem da quantidade produzida.

Outra importante fonte de barreira à entrada é o volume elevado de recursos necessários aos investimentos iniciais referentes à aquisição de máquinas e equipamentos para atuar de forma competitiva nesse setor é muito elevado. A título de ilustração, a linha de produção de

²⁰ A abertura econômica é definida como $(X+I)/Y$

automóveis utiliza-se de robôs, máquinas-ferramenta com comando numérico²¹, controladores lógicos programáveis²² e sistemas de desenho auxiliados por computador, que permitem a automatização das plantas industriais, proporcionando maior controle, agilidade, versatilidade e flexibilidade sobre as linhas de produção e montagem.

Diante dos elevados investimentos iniciais, as entrantes em potencial para poderem ofertar sua produção a um preço competitivo, devem usufruir dos ganhos de escala e de escopo. As economias de escala, conforme definido no capítulo 2 (pg.34), são os ganhos provenientes da redução de custos quando se produz uma maior quantidade. Isso porque, nesse caso, torna-se mais fácil negociar com os fornecedores de insumos melhores condições de aquisição e pagamento das peças e componentes, possibilitando que o preço final do produto seja menor quando comparado com a produção de pequenas quantidades. Já as economias de escopo²³ provêm do fato de que diversas máquinas e equipamentos podem ser utilizados para montar veículos de modelos e versões distintos, sendo assim, mais vantajoso produzi-los na mesma fábrica.

Além disso, o fato da indústria automobilística apresentar intensa concorrência pela diferenciação de produtos, demanda constantemente grandes investimentos em inovações tecnológicas e estratégias comerciais de ampla envergadura. Os altos investimentos em P&D possuem o objetivo de gerarem inovações a nível de produção e de produto como forma de se enfrentar a concorrência. Assim, qualquer entrante potencial deve ter a capacidade financeira de realizar esse aporte de recursos em inovações, o que dificulta a entrada de novas concorrentes, contribuindo para a estrutura oligopolizada do indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis.

De acordo com Costa (2008), após o processo inicial de abertura e o conseqüente aumento das importações de automóveis e a estabilização da economia em 1994 com o plano Real, outras montadoras internacionais passaram a encarar o Brasil como um mercado muito atraente para a expansão de suas atividades. O plano Real, além de possibilitar a estabilização macroeconômica, criando um ambiente favorável aos investimentos, causou um efeito renda significativo, que segundo esse autor, contribuiu expressivamente para a expansão no mercado de automóveis.

²¹ Grosso modo, são máquinas que funcionam por meio de programação computadorizada, podendo fabricar estruturas de alto nível de complexidade com elevada precisão e agilidade, aumentando, assim, a eficiência produtiva.

²² Grosso modo, são equipamentos eletrônicos digitais com hardware e software para aplicação industrial.

²³ A economia de escopo ocorre quando a produção de mais de um produto na mesma planta gera custos menores do que a produção em plantas separadas. Mais formalmente, temos: $C(Q_1, \dots, Q_N) < C(Q_1, 0) + \dots + C(0, Q_N)$.

Vale lembrar também que muitas montadoras entrantes no mercado brasileiro, a partir de 1996, conforme exposto no capítulo 1 (pg.28) beneficiaram-se da guerra fiscal entre os estados brasileiros, que passaram a disputar os investimentos dessas empresas por meio da concessão de generosos incentivos fiscais, tais quais, isenção de impostos, redução de alíquotas, linhas de crédito e concessão de terreno e infra-estrutura. A tendência natural das novas entrantes seria instalar suas unidades produtivas no ABC paulista, devido ao fato desse pólo produtor já possuir a mão-de obra qualificada, a infra-estrutura adequada e os fornecedores de matéria-prima. Contudo, esse movimento é revertido com o incentivo para as montadoras se instalarem em outras regiões como o Paraná e o Rio Grande do Sul.

A partir desse contexto de mudanças institucionais na economia, que foi aprofundado na segunda metade da década de 1990, diversas empresas entrantes anunciaram planos de investimentos no Brasil aumentando a contestabilidade do mercado brasileiro, o que irá permitir a diminuição dos índices de concentração. Como evidencia a tabela 12, no período entre 1996 e 2010 o CR(4) vai de 0,99 para 0,81, o H vai de 0,29 para 0,19 e o ET vai de 1,29 para 1,84, lembrando que quanto maior o valor do ET maior é a desconcentração industrial. As empresas que decidiram iniciar a produção de veículos comerciais leves e automóveis no Brasil foram aquelas que justamente durante o processo de abertura econômica lograram obter um bom desempenho de exportações para o Brasil.

Segue abaixo um resumo cronológico da entrada de novas montadoras no mercado brasileiro e/ou expansão da produção das firmas já estabelecidas.

- 1997: A Honda inaugura fábrica em Sumaré (MG).

-1998: A Nissan entra no Mercosul, utilizando o Brasil como país de acesso. Toyota instala uma fábrica em Indaiatuba (SP), iniciando a produção do modelo Corolla. A Chrysler se instala em Campo Largo (PR). A Mitsubishi começa a produção de veículos leves em Catalão (GO).

-1999: A Mercedes Bens começa a produção de automóveis em Juiz de Fora (MG), enquanto que a Renault e a Volkswagen abrem fábricas em São José dos Pinhais (PR). Além disso, a GM inaugura uma linha de produção em Mogi das Cruzes (SP).

-2000: Uma Joint Venture é estabelecida entre a Fiat e a Iveco para a produção em Sete Lagoas (MG). A GM inaugura o complexo de Gravataí (RS).

-2001: A Peugeot inaugura uma linha de produção de automóveis em Porto Real(RJ) e a

Nissan inicia uma linha de produção em São José dos Pinhais(PR).

-2003: A Mitsubishi amplia fábrica de Catalão(GO)

- 2002: A Nissan inicia a produção de veículos comerciais leves.

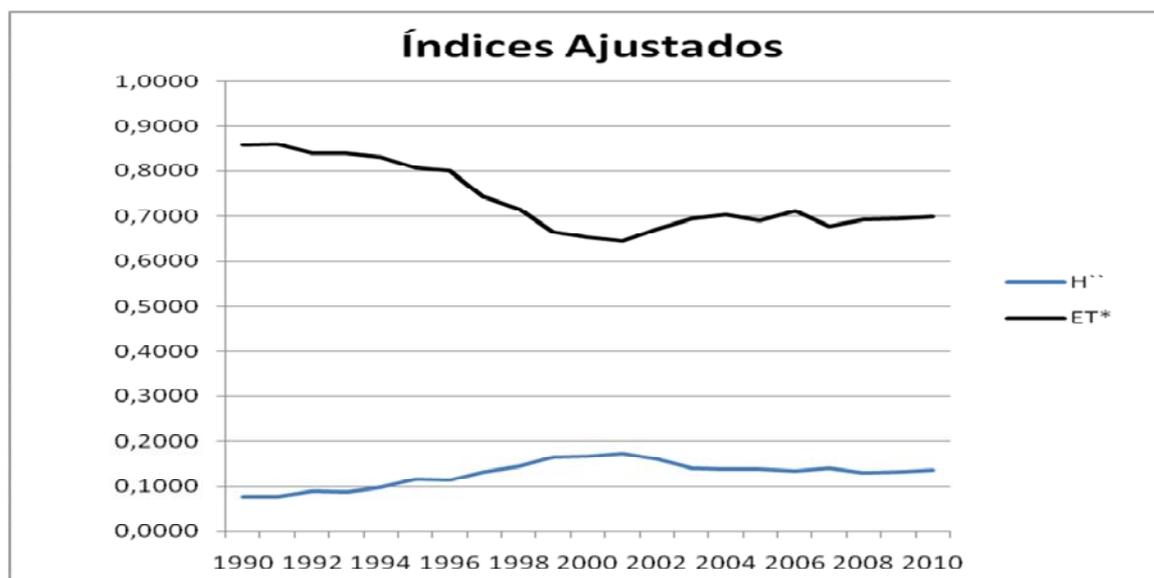
-2005: A Agrale inaugura a produção de veículos comerciais leves em Caxias do Sul (RS), expandindo sua atuação na indústria, que antes limitava-se à caminhões, tratores e autopeças.

-2007: A Hyundai inaugura uma linha de produção de veículos comerciais leves em Anópolis (GO).

A relação entre abertura externa do setor e suposta maior competitividade segundo a teoria microeconômica tradicional é menos direta do que poderia se pensar num primeiro momento. Dada uma estrutura de custos, produção e tarifária podia ser observada na prática uma intensa atividade competitiva pela diferenciação de produtos (Camargo, 2006). Dessa maneira, o rebaixamento do preço do veículo com a queda da proteção alfandegária estabeleceria uma competição por preço que não estaria diretamente relacionada com a presença de novos entrantes. Na verdade, dada uma margem mais elevada pelo protecionismo a pergunta relevante a fazer é por que essa vantagem não atraiu antes da abertura mais firmas produtoras em território nacional ? Para responder essa pergunta seria necessário avançar numa análise micro setorial que vai além os objetivos dessa monografia.

É interessante notar que quando trabalhamos com os índices ajustados para análise intertemporal, isto é, com um uma amplitude unitária e ,em que as quotas inferior e superior sejam independentes do número de firmas, os índices H'' e ET^* apontam para uma tendência acentuada à concentração entre os de 1990 até 2001, mesmo com a entrada de diversas firmas no mercado automobilístico no setor de veículos comerciais leves e automóveis, conforme o gráfico abaixo. Nesse sentido, a tendência à concentração evidenciada anteriormente por esses mesmos índices não ajustados não só é corroborada como também é verificada para um período maior de tempo. A partir de 2002, ambos os índices apontam para um tendência a desconcentração, conforme o gráfico 3.

Gráfico 3- Índices de Concentração Ajustados



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ANFAVEA (2011)

Nas próximas duas seções buscaremos aplicar o referencial teórico desenvolvido no capítulo 2 na análise dos desdobramentos em termos de conduta e desempenho das mudanças ocorridas na indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis no período de 1990 e 2010. Para variável de conduta escolheu-se a política promocional das firmas que, em grande medida, deve refletir a intensidade competitiva do setor. Na última seção serão analisados alguns índices de desempenho, com o intuito de entender os impactos da entrada de novas firmas no mercado brasileiro.

3.4. Estratégias de vendas

As estratégias de vendas na indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis atuam em três campos distintos. O primeiro está relacionado à divulgação de novos produtos e ao fortalecimento da marca por meio de intensas campanhas publicitárias. Essas podem ser caracterizadas como persuasivas, quando utilizam técnicas diretas para convencer o cliente em potencial a adquirir o produto ou podem ser caracterizadas como informativas, quando apenas divulgam informações técnicas dos produtos. O segundo diz respeito à participação fundamental das distribuidoras credenciadas no esforço de vendas. Nesse caso, as concessionárias ofertam os modelos novos das montadoras com preços tabelados e comprometem-se a seguir padrões exigentes de qualidade de atendimento e de serviços de manutenção, além de aderirem às campanhas promocionais.

Por fim, o último campo de atuação na estratégia de vendas está relacionado às facilidades financeiras oferecidas pelas montadoras na aquisição de seus produtos pelo consumidor. Em

muitos casos como, por exemplo, da Fiat, da Volkswagen, da Ford, da Honda, da Toyota, da Peugeot-Citroen, da Renault, entre outras, as montadoras possuem bancos e instituições financeiras próprias com o objetivo de promover financiamentos, *leasing* e consórcios. Sendo assim, por meio do financiamento dos clientes as montadoras procuram alavancar suas vendas para que possam usufruir de ganhos de escala.

Após essa caracterização ampla, a seguir faremos uma breve análise das estratégias utilizadas por cada firma principalmente a partir da segunda metade da década de 1990, tendo como referência Costa (2008), quando as empresas tradicionais começaram a se deparar com entrantes no mercado brasileiro,.

- 1) **Fiat:** A Fiat procurou concentrar seus esforços de venda no segmento de carros populares, com o intuito de ampliar sua participação no mercado para as classes de menor poder aquisitivo. A linha de produtos nessa tendência foi inaugurada pelo Projeto 178/ Família Palio.
- 2) **Ford:** A Ford realizou investimentos pesados em propaganda e em marketing com o objetivo de inverter a tendência de perda de mercado que vem ocorrendo nos últimos anos. Ao mesmo tempo, tentou concorrer com a Fiat no mercado de carros populares, principalmente, com os modelos Fiesta e Ka.
- 3) **General Motors:** A GM apostou na liderança da marca por segmento de mercado, já que possui uma linha muito variada de produtos. A estratégia agressiva de lançamentos de novos produtos materializou-se nas novas versões dos modelos Astra e Vectra em 2000 e do lançamento do modelo Celta. Em 2001, lançou a Zafira e em 2002 o modelo Meriva, além de lançar uma nova versão do modelo Corsa. No esforço para redução de custos, a empresa reduziu o número de plataformas de automóveis de 16 para 8, adotando o conceito de plataforma flexível, o que significa que adaptações nos produtos visando melhor adequá-los às necessidades regionais seriam feitas sem maiores dificuldades e acréscimos substanciais de custo.
- 4) **Volkswagen:** A Volkswagen enfatizou na sua estratégia de venda para conquistar mais consumidores a elevada qualidade de seus produtos. Possui uma diversificação muito grande de modelos podendo competir em quase todos os segmentos de mercado. Para tornar seus produtos mais competitivos apostou na redução de custos por meio da redução do número de plataformas em operação de 16 para 8, ao mesmo tempo, em que procurou se apropriar das economias de escopo.

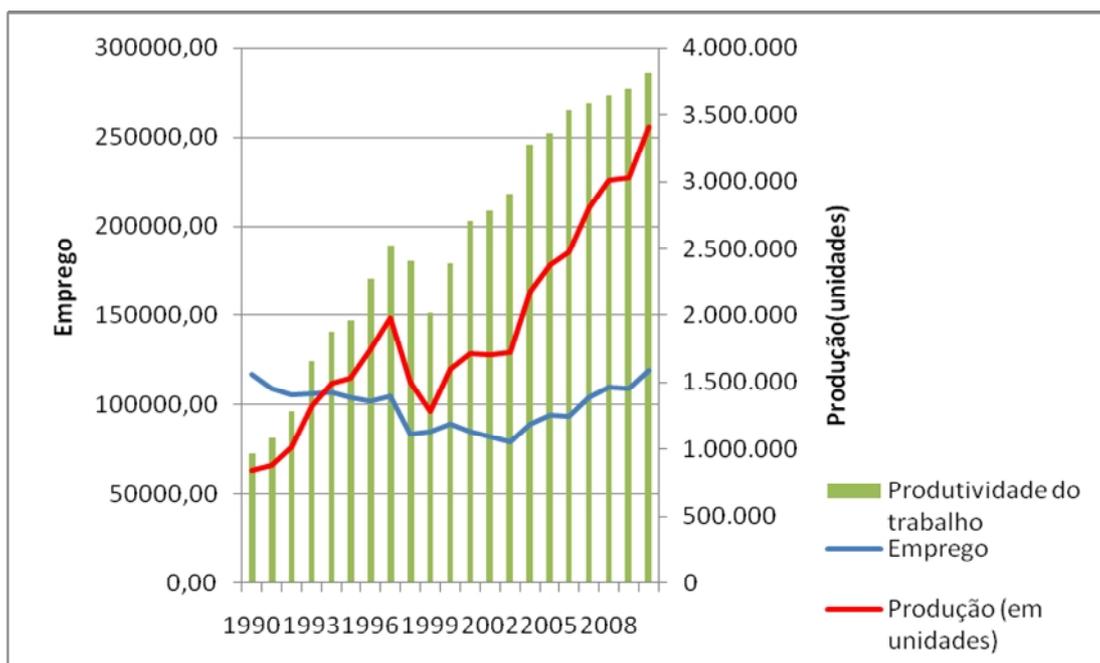
5) **Empresas entrantes:** Num momento as entrantes procuraram disputar o mercado brasileiro por meio da importação de seus produtos e, posteriormente, através da instalação de unidades produtivas com uma escala relativamente pequena de produção, quando comparada com a escala de produção das empresas estabelecidas. Vale ressaltar que as entrantes focaram seus esforços de venda nos segmentos que já tinham alguma penetração no mercado brasileiro, investindo um volume alto de recursos em propaganda e marketing. Exemplo disso são a Peugeot-Citroen, a Renault e a Honda, que produzem apenas veículos de passeios leves e a Nissan, que apenas atua no segmento de utilitários comerciais leves.

3.5. Índices de desempenho

3.5.1. Produtividade do fator trabalho

A partir dos dados fornecidos pela ANFAVEA(2011), calculou-se a produtividade do trabalho apresentada abaixo.

Gráfico 4- Emprego, produção (em unidades) e produtividade do trabalho no setor de automóveis e veículos comerciais leves.



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da ANFAVEA (2011)

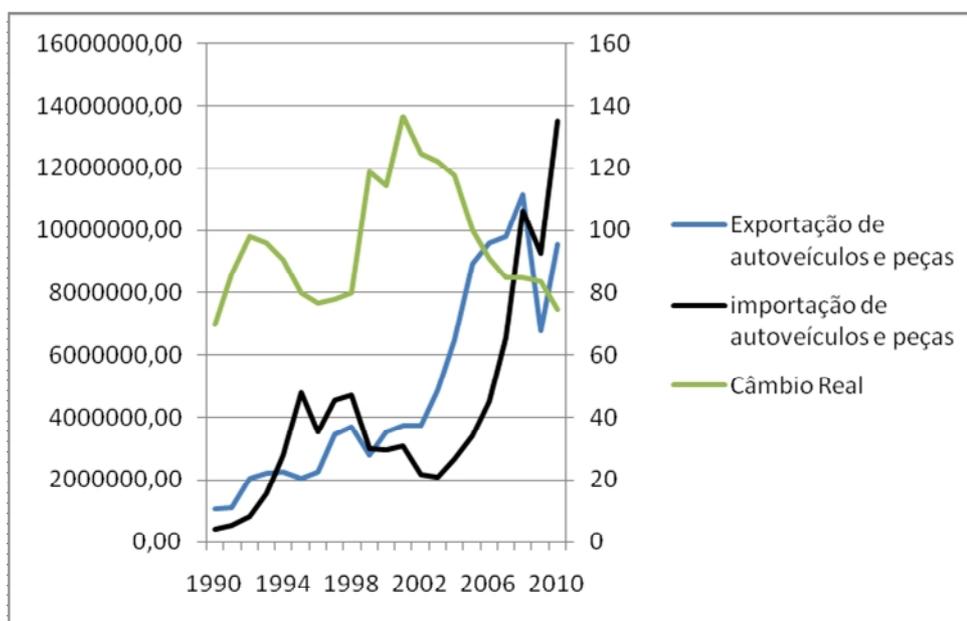
Como é possível observar, a indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis entre 1990 e 2010, apresentou uma tendência de aumento da produtividade, com exceção do período entre 1997 e 1999. A partir de 1999, diversas empresas, tais como, a Audi,

a Chrysler, a Toyota, a Kia, a Mercedes-Benz, a Peugeot-Citroen e a Hyundai, inauguraram novas fábricas no Brasil. Nesse contexto, com a pressão concorrencial, o ganho de produtividade, visando à diminuição de custos tornou-se uma estratégia necessária para se competir nesse mercado. Dessa forma, é possível sugerir que, em alguma medida, a desconcentração captada por alguns índices apresentados anteriormente da indústria automobilística contribuiu para que as firmas se tornassem mais produtivas e, com isso, melhorassem seu desempenho, conforme a lógica do paradigma ECD.

3.5.2. Balança Comercial da indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis

Observando o gráfico abaixo, é possível perceber que as importações seguem uma tendência de crescimento, entre 1990 e 1996, tornando a balança comercial do setor deficitária a partir de 1994 até 1999.

Gráfico 5 – Exportações (em mil dólares), Importações (em mil dólares) e Câmbio Real (2005=100)



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da Contrade e Ipeadata

Vale lembrar, conforme exposto no capítulo 1 (pg.28), a partir de 1995 com Regime Automotivo, o governo tomou medidas de política econômica, visando estimular as exportações para reequilibrar a balança comercial do setor. Além da redução tarifária concedida às montadoras para a importação de matérias primas e bens de capital- que exigia

como contrapartida o aumento das exportações e do mantimento do índice de nacionalização de no mínimo 60% -, a tendência de desvalorização cambial contribuiu para o aumento da venda de carros e veículos comerciais leves ao exterior. De acordo com o gráfico acima, a tendência da política macroeconômica de desvalorização cambial iniciada a partir de 1998 e que atingiu seu pico em 2001 acompanha também a tendência de aumento das exportações do setor. Entretanto, um dado no gráfico acima que causa certa surpresa neste estudo mais agregado é a aparente falta de influência da forte valorização cambial a partir de 2003 sobre as exportações de automóveis. Quanto às importações o resultado é aquele esperado de acordo com a reação da competitividade externa à variação cambial.

É interessante notar que o aumento significativo das exportações ocorre no momento da entrada de diversas montadoras no mercado brasileiro. Por exemplo, a Honda, começou exportando 200 unidades de automóveis e comerciais leves em 1998 e em 2008 já exportava 21.135 unidades; a Iveco exportava 140 unidades de comerciais leves em 2001 e em já 2006 exportava 1.036 unidades ; a Mercedes-Benz em 1999 exportava 3.521 unidades de automóveis e veículos comerciais leves e em 2008 já exportava 27.242 unidades e a Peugeot-Citroen em 2001 exportava 785 unidades de automóveis e comerciais leves e me 2008 já exportava 12.746 unidades, entre outras (ANFAVEA 2010). Dessa forma, as condições de política econômica criadas para estimular as exportações encontraram um ambiente propício de aumento da capacidade de oferta do setor devido à entrada de novas montadoras e ao aumento da capacidade produtiva das empresas que já atuavam no mercado brasileiro.

Conclusão

O objetivo dessa monografia foi caracterizar as principais transformações na indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis no período compreendido entre 1990-2010, tendo como matriz teórica o paradigma ECD. A relevância de se estudar a dinâmica dessa indústria encontra-se na sua importância para a economia brasileira. A indústria automobilística em 2010 representou 19,5% do PIB industrial; realizou investimentos no valor de aproximadamente 4 bilhões de dólares e empregou diretamente 138 mil funcionários. Esses números a tornam estratégica para garantir um bom desempenho de crescimento da renda no país.

Para compreender as mudanças recentes na indústria automobilística primeiramente buscou-se construir um movimento geral da história do setor no país. O primeiro capítulo tentou recuperar as iniciativas de sucessivos governos em criar as condições favoráveis para a atração de multinacionais para o país. O modelo entendido como adequado para a constituição dessa indústria pelo Conselho de Desenvolvimento durante o governo Kubitschek era de que a produção de veículos seria delegada ao setor privado, principalmente multinacionais, devido à atração de capital externo, fundamental para o alívio das restrições macroeconômicas, e a possibilidade de transferência tecnológica. Ao Estado caberia fornecer as bases para os investimentos e a segurança jurídica, enquanto o setor produtivo nacional se encarregaria do fornecimento das autopeças.

O segundo capítulo forneceu o instrumental teórico do paradigma ECD, a partir do qual as transformações da indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis foram analisadas. A estrutura foi definida como sendo a maneira pela qual as empresas se organizam em determinado mercado. A conduta foi definida como o comportamento que as firmas adotam em certo mercado e o desempenho refere-se a o performance das empresa, dada um estrutura e uma conduta, sendo uma variável expost. Nesse mesmo capítulo foi exposta uma breve teoria sobre os índices de concentração, ressaltando as qualidades e desvantagens do CR(k), IHH, ET bem como das suas versões ajustadas.

O terceiro capítulo consistiu no núcleo da análise dos dados empíricos do setor no período recente. Nas décadas de 1990 e 2000, como visto durante a exposição, a indústria automobilística pode ser considerada um oligopólio misto. Isto é, apresenta uma alta concentração de mercado, ao mesmo tempo, que uma intensa concorrência por

diferenciação de produto e uma alta concentração técnica. Nesse caso, a mesma fonte que contibui para a concentração, já que a diferenciação de produtos, conforme exposto, é uma importante barreira à entrada, também permite a concorrência daqueles agentes já estabelecidos na indústria.

A abertura econômica impactou a indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis. Houve um ganho de produtividade e uma melhora da qualidade dos produtos. Apesar do ganho de produtividade as importações cresceram ao ponto de ameaçarem o equilíbrio externo brasileiro, levando o governo a adotar medidas para freiar essa tendência.

A década de 1990 experimetou dois cilos de investimentos no setor. O primeiro ocorreu entre 1990 e 1994 voltado para a modernização tecnológica para enfrentar a concorrência de novas montadoras, que após a diminuição das barreiras tarifárias, aumentaram suas exportações para o Brasil. O segundo ciclo a partir de 1995 está relacionado às inversões feitas, em grande parte, por novas empresas entrtantes no mercado. A pergunta que se coloca é porque tais empresas não investiram anteriormente enquanto o mercado brasileiro apresentava expressivas barreiras tarifárias? A resposta exigiria uma análise microsetorial que excede os objetivos desse trabalho.

No início da década de 2000 observou-se uma diminuição dos investimentos. Tal desaceleração pode ser atribuída à contração natural que se segue a um ciclo de expansão, à política macroeconômica de dessvalorização cambial e manutenção de altas taxas de juros e a contenção da demanda. A partir de 2005 os investimentos se recuperam, princiaplmente devido ao crescimento do mercado interno.

Conforme a análise feita, a estrutura da indústria automobilística modificou-se bastante durante o período analisado, conforme apontam os índices de concentração. O primeiro sexênio da década de 1990 aponta uma ligeira tendência à concentração pelos índices não ajustados, devido às mudanças de market share das empresas atuantes nessa indústria. A partir de 1996/1997, quando novas plantas são instaladas no país inaugura-se um período de desconcentração industrial. A decisão de novas inversões no Brasil pode ser em parte atribuída ao Plano Real, que além de criar um ambiente favorável aos investimenstos por conta da estabilização macroeconômica, teve um efeito sobre o crédito significativo, que contribuiu para expansão do mercado de automóveis.

A estrutura de oligpólio misto reflete-se na conduta das empresas em relação às suas políticas de vendas. A intensa concorrência no setor de veículos comerciais leves e automóveis faz com que as empresas tentem adquirir a fidelidade de seus consumidores fornecendo vantagens na aquisição de seus produtos. Além das agressivas campanhas para o fortalecimento da marca, do alto nível de qualidade da prestação de serviço exigida das concessionárias, as empresas oferecem formas de financiamento, leasing e consórcio. Quanto mais fácil for o acesso ao crédito, maiores as chances de realização da venda e de se cativar o cliente.

Em relação aos índices de desempenho vimos que a indústria automobilística no setor de veículos comerciais leves e automóveis nos últimos 20 anos apresentou um expressivo aumento da produtividade do trabalho. Argumentou-se que em parte tal ganho de eficiência pode ser atribuído a entrada de novas firmas no mercado brasileiro, que aumentou a pressão concorrencial, tornando a diminuição de custos fundamental para concorrer num mercado já tão disputado. Por fim, vimos que a balança comercial do setor, após a abertura tornou-se deficitária levando o governo a tomar medidas por meio do Regime automotivo para reequilibrá-la. A partir de 1998 até 2002 as exportações voltam a crescer, acompanhando a tendência de desvalorização do câmbio. Curiosamente, a partir de 2003 a forte valorização cambial não aparenta prejudicar o bom desempenho das exportações de veículos comerciais leves e automóveis. Assim, as condições de política econômica somada ao aumento da oferta proporcionado pela entrada de novas firmas contribuíram para a elevação das exportações brasileiras durante a maior parte da década de 2000.

Referências Bibliográficas

Anfávea. **Anuário da Indústria automobilística Brasileira- 2011**. São Paulo: Associação Nacional Dos Fabricantes de Veículos Automotores, 2011. Disponível : <http://www.anfavea.com.br/anuario.html>. Acesso em: 10/06/2012.

Anfávea. **Indústria Auomobilística Brasileira- 50 anos**. São Paulo: Associação Nacional Dos Fabricantes de Veículos Automotores, 2006. Disponível em: <http://www.anfavea.com.br/50anos.html>. Acesso em: 10 /06/2012.

Baumol,W.J; Panzar, J.C; Willig,R.D. **Contestable Markets: An Uprising in the Theory of Industry Structure**. The Economic Review, vol 72, nº1, 1982.

Bielschowsky, R e Mussi. C. **Padrões de Investimento e de Transformação Estrutural na Economia Brasileira: A Era Desenvolvimentista(1950-1989) e Depois(1981-2003 e 2004-2010)**, Brasília, CGEE-CEPAL, mimeo, 2012.

Bielschowsky, R e Mussi. C. Versão Miemo em português, **El Pensamiento Desarrollista en Brasil: 1930-1964 y Anotaciones 1964-2005**, in Brasil y Chile, Una Mirada hacia América Latina Santiago del Chile: Ril Editores, 2006.

Bielschowsky, R. **Investimentos na Indústria Brasileira depois da Abertura e do Real: O Mini Ciclo de Modernizações, 1995-1999**. Série Reformas Econômicas, nº44, 1999

Bielschowsky, R. **Pensamento Econômico Brasileiro: O Ciclo ideológico do Desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2004, p. 247-259.

Brumer, S. Estrutura, Conduta e Desempenho de Mercado da Indústria Metal-Mecânica gaúcha 1977. **Tese de doutorado**. p 7-26, FEE, 1981.

Catermol, F. **Inovações e Contestabilidade: Algumas Considerações sobre Eficiência Econômica**. Retirado de: <http://raceadm3.nuca.ie.ufrj.br/buscarace/Docs/fcatermol1.pdf>. Acesso em: 09/07/2012.

COASE,R .**The nature of the firm**. Economica, v. 4, p. 386-405, 1937.

- Costa, A.B. **Organização Industrial; Mercados Conestáveis e Políticas Públicas.** Texto didático nº 5, UFRS, 1995.
- Dalla Corte, V.F. As Estratégias e a Organização das Indústrias de Farinha de Trigo e de Massas Alimentícias do Rio Grande do Sul. **Dissteração de Mestrado.** p 21-39, UFSM, 2008.
- Fagundes, J. **Economia Institucional: Custos de Transação e Impactos sobre Política de Defesa da Concorrência.** Retirado de: http://www.ie.ufrj.br/grc/pdfs/custos_de_transacao_e_impactos_sobre_politica_de_defesa_da_concorrencia.pdf. Acesso em: 01/07/2012.
- Fagundes, J; Pondé, J.L. **Barreiras à Entrada e Defesa da Concorrência: Notas Introdutórias,** Rio de Janeiro: Texto para Discussão nº1, Universidade Cândido Mendes.
- Fagundes,J; Pondé,J.L,Possas,M. **Custos de Transação e Políticas de defesa da Concorrência.** Retirado de: http://www.ie.ufrj.br/grc/pdfs/custos_de_transacao_e_politicas_de_defesa_da_concorrencia.pdf. Acesso: 01/07/2012.
- Fonseca, R. **The Brazilian Automobile Industry in the 1980s: The Lost Decade?** Retirado de : <http://bibliotecadigital.fgv.br> . Acesso: 20/10/2012
- Frainer, D. A estrutura Dinâmica da Indústria Automobilística no Brasil. **Tese de Doutorado.** Porto Alegre: UFRGS, 2010.
- Gremaud, A.P, Vasconcellos, M.A, Toneto Jr, R. **Economia Brasileira Contemporânea.** São Paulo: Atlas 2007.
- Hasenclever, L., Kupfer, D(Organizadores). **Economia Industrial: Fundamentos teóricos e Práticas no Brasil.** Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- Kupfer, D. **A indústria Brasileira após 10 anos de Liberalização Econômica.** Artigo apresentado no Seminário Brasil em Desenvolvimento, Instituto de Economia da UFRJ, 2003. Disponível em: <http://www.ie.ufrj.br/gic/pubartigos.htm>. Acesso em: 05/07/2012.
- Kupfer, D. **Padrões de Concorrência e Competitividade,** Texto para Discussão 265, IE UFRJ, Anais do XX Encontro Nacional da ANPEC, Campos do Jordão, São Paulo, 1992.

LATINI, Sydney A.(2007). **A Implantação da Indústria Automobilística no Brasil: Da Substituição de Importações Ativa à Globalização Passiva**. São Paulo: Alaúde Editorial.

Limonic, F. **The Brazilian automotive industry in international context: from European origins to American crisis**. Artigo apresentado em: “New perspectives on Latin America and the US Noon Lecture Series”, Universidade de Michigan, 2009.

Paiva, E. A FNM e a Indústria Automotiva no Brasil: Uma Análise Antitética do Ponto de Vista da Teoria do Ator-Rede. **Tese de Doutorado**. pg 82-104, UFRJ, 2004.

Pessali, H. Teoria dos Custos de Transação: Uma Avaliação à Luz de Diferentes Correntes do Pensamento Econômico. **Dissertação de Mestrado**, UFPR, 1998.

Possas M.L., Fagundes, J; Pondé, J.L. **Custos de Transação e Políticas de Defesa da Concorrência**.

Resende, M. **Medidas de concentração Industrial: Uma resenha**. Revista Análise Econômica. Porto Alegre, v.12, n° 21/22, p. 24-33, mar/set, 1994.

Sá Earp, F e Prado, L.C. O Milagre Brasileiro: Crescimento Acelerado, Integração Intenacional e Concentração de Renda (1967-1973) em Ferreira, J e Delegado, L (organizadores). **O Tempo da Ditadura: Regime Militar e Movimentos Sociais em fins do século XX**. Coleção O Brasil Republicano. Vol.4 Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

Serra, J. Ciclos e Mudanças. “Ciclos e Mudanças Estruturais na Economia Brasileira do Pós Guerra” em Belluzo, L.G e Coutino, R (organizadores), **Desenvolvimento Capitalista no Brasil**, Editora Brasiliense, vol. 1, 1982, p.58-72.

Sthephen, M. **The Theory of Contestable Markets**. Retirado de: <http://www.krannert.purdue.edu/faculty/smartin/aie2/contestbk.pdf>. Acesso em: 09/07/2012.

Tavares, M.C e Serra, J. “Além da Estagnação” em **Da Substituição de Importações ao Capitalismo Financeiro**, Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1972, p. 155-179.

