MARCELLE CRISTINE VERA MARQUES

OS DETERMINANTES DA COMPETITIVIDADE DA CADEIA PRODUTIVA AUTOMOTIVA NO PARANÁ

Monografia apresentada à disciplina de Monografia como requisito parcial a conclusão do curso de Ciências Econômicas do setor de Ciências Sociais Aplicadas, pela Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Profº Fábio Dória Scatolin.

CURITIBA
2009

MARCELLE CRISTINE VERA MARQUES

OS DETERMINANTES DA COMPETITIVIDADE DA CADEIA PRODUTIVA AUTOMOTIVA NO PARANÁ

Monografia apresentada ao curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Paraná – UFPR, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Ciências Econômicas.

Aprovada em 03 / 07 / 09.

Banca Examinadora

Orientador Professor Fábio Dória Scatolin
Universidade Federal do Paraná – UFPR

Professor Nilson De Paula
Universidade Federal do Paraná – UFPR

Professor Walter Shiima
Universidade Federal do Paraná - UFPR

Curitiba
2009

Dedico este trabalho à meus pais, minhas tias Ivone e Leonor, minha avó Celina e meu namorado Hélvio, pela ajuda e apoio, sem o qual não acredito que seria possível alcançar esse objetivo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por me permitir estar aqui hoje realizando esse trabalho e por todas as oportunidades de crescimento espiritual e moral que eu tive.

Gostaria de agradecer também a minha família, pais, irmãos, tias e avó, pelo apoio e incentivo que sempre me deram. E que por isso são responsáveis diretos pela minha formação.

Agradeço especialmente ao meu namorado Hélvio, pelo apoio, amizade, e paciência que me dedicou no período de elaboração desse trabalho.

Agradeço também aos colegas e amigos queridos pela ajuda e amizade em todos esses anos de curso acadêmico, Roberto Biazão, Maryana Abdala, Rosemeri Brosin, Lucineide Almeida de Jesus, Bruno Basso, e outros que não cito aqui, mas que também foram responsáveis pelo estímulo e apoio nos momentos mais difíceis.

Meus agradecimentos também a Roseli, secretária do departamento de economia, e aos professores que sempre estiveram dispostos a me auxiliar, em especial ao professor e orientador Fábio Dória Scatolin, pela paciência, compreensão e colaboração neste trabalho.

Muito obrigada a todos que direta ou indiretamente contribuíram para que eu chegasse até aqui.

Aprender generosamente significa não aprender com egoísmo, buscando a aquisição de conhecimento para vaidade pessoal ou para vangloriar-se em um amanhã de triunfos exteriores, esquecendo que muito do aprendido foi ensinado para evitar sofrimento e permitir a passagem pelos trechos difíceis no longo caminho da vida.

Raumsol

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi analisar quais os principais determinantes de competitividade da cadeia produtiva automobilística no Estado do Paraná. Para isso, utilizou-se como referencial teórico a teoria da competitividade de Michael Porter e seus quatro fatores principais para se obter vantagens competitivas em uma indústria, bem como mostrar como o Estado conseguiu atrair grandes montadoras para a sua região. A pesquisa mostrou que as empresas nacionais tiveram que se padronizar ao mesmo nível das fornecedoras estrangeiras para conseguirem competir com as mesmas para o fornecimento às Montadoras. Essa concorrência foi responsável pelo investimento em inovação, conhecimento e tecnologia no Estado do Paraná. Mostrou também que por não conseguirem satisfazer todos os critérios de competitividade elencados por Porter, algumas montadoras tiveram suas atividades encerradas no Paraná.

Palavras-chave: indústria automobilística. cadeia produtiva. Paraná. guerra fiscal.

ABSTRACT

The objective of this work was to analyze main which the determinative ones of competitiveness of the automobile productive chain in the State of the Paraná. For this, it was used as referencial theoretician the theory of the competitiveness of Michael Porter and its four main factors to get competitive advantages in an industry, as well as showing as the State obtained to attract great assembly plants for its region. The research showed that the national companies had had that if to standardize the same the levei of the foreign suppliers to obtain to compete with the same ones for the supply to the Assembly plants. This competition was responsible for the investment in innovation, knowledge and technology in the State of the Paraná. It also showed that for not obtaining to satisfy ali the criteria of competitiveness cited by Porter, some assembly plants had had its activities locked up in the Paraná.

Word-key: automobile industry. productive chain. Paraná. fiscal war.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - PRODUÇÃO MUNDIAL DE VEÍCULOS AUTOMOTORES DE 1997 A 2006.....34

TABELA 2 - PRODUÇÃO E EXPORTAÇÃO DE VEÍCULOS NO BRASIL DE 1997 – 2007.....36

TABELA 3 - PARTICIPAÇÃO DO PARANÁ NA PRODUÇÃO DE AUTOMÓVEIS NO BRASIL.....43

TABELA4 - NÚMERO DE FORNECEDORES DAS MONTADORAS RENAULT E AUDI/VOLKSWAGEN INSTALADAS NO PARANÁ, 1997, SEGUNDO LOCALIZAÇÃO.....50

TABELA 5 - LOCALIZAÇÃO DOS FORNECEDORES SEGUNDO AS ESCALAS DE PROXIMIDADE.....51

TABELA 6 - PAÍS DE ORIGEM DOS FORNECEDORES DAS MONTADORAS RENAULT E AUDI/VOLKSWAGEN INSTALADOS NO PARANÁ.....52

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - CADEIA PRODUTIVA DA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA NO BRASIL 20

QUADRO 2 - BRASIL: DISTRIBUIÇÃO DAS MONTADORAS DE AUTOMÓVEIS.....33

QUADRO 3 - PRINCIPAIS FORNEDORES EM CURITIBA 1999.....39

QUADRO 4 - PRINCIPAIS FORNECEDORES DA CHRYSLER: CAMPO LARGO 1999.....41

QUADRO 5- PRINCIPAIS FORNECEDORES DA AUDI/VW, 1999.....42

LISTA DE SIGLAS

ANFAVEA	- Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores
BNDES	- Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
DIEESE	- Depto Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos
FIEP	- Federação das Indústrias do Estado do Paraná
IBGE	- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INTEC	- Incubadora Tecnológica de Curitiba
IPARDES	- Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social
SEBRAE	- Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SINDIPEÇAS	- Sindicado das Indústrias de Veículos, Peças e Acessórios Para Veículos
SINCOPEÇAS	- Sindicato do Comércio Varejista de Veículos, Peças e Acessórios para Veículos
SINDIMETAL	- Sindicado das Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Materiais Elétricos
TECPAR	- Instituto Tecnológico do Paraná

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO **12**

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA E A CADEIA PRODUTIVA AUTOMOTIVA **16**

2.1– CADEIA PRODUTIVA AUTOMOTIVA 17
2.2– COMPETITIVIDADE DO SETOR AUTOMOTIVO E OS DETERMINANTES DE PORTER 26
2.2.1 – Condições de Fatores 27
2.2.2 – Condições de Demanda 28
2.2.3 – Indústrias Correlatas e de Apoio 29
2.2.4 – Estratégia, Estrutura e Rivalidade 30
2.2.5 – O Papel do Acaso 30
2.2.6 – O Papel do Governo 31
2.2.7– A Articulação entre os Elementos da Cadeia Produtiva 31

3 EVOLUÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA AUTOMOTIVA NO PARANÁ **33**

3.1– INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA MUNDIAL E BRASILEIRA 33
3.2– INSTALAÇÃO DAS MONTADORAS EM CURITIBA E EM SUA REGIÃO METROPOLITANA 38

4 OS DETERMINANTES DE COMPETITIVIDADE NA CADEIA PRODUTIVA AUTOMOTIVA NO PARANÁ **45**

4.1– CONDIÇÕES DE FATORES COMO DETERMINANTES DE COMPETITIVIDADE DO PARANÁ 45
4.2– DEMANDA DO SETOR AUTOMOTIVO 46
4.3– INDÚSTRIAS CORRELATAS OU DE APOIO NO PARANÁ 50
4.4– ESTRATÉGIA, ESTRUTURA E RIVALIDADE DAS EMPRESAS NACIONAIS NO PARANÁ 54
4.5– INFLUÊNCIAS DO ACASO E DO GOVERNO COMO DETERMINANTES DE COMPETITIVIDADE NO PARANÁ 55
4.5.1 – Globalização 55
4.5.2 – Mercosul 56
4.5.3 – Abertura Comercial 56
4.5.4 – Novo Regime Automotivo 58
4.5.5 – Programa Brasileiro de Produtividade e Qualidade (PBPQ) 59
4.5.6 – Guerra Fiscal 60
4.6– CONSIDERAÇÕES ACERCA DOS DETERMINANTES DE COMPETITIVIDADE DA CADEIA PRODUTIVA AUTOMOTIVA NO PR 62

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS **63**

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS **67**

1 INTRODUÇÃO

O início da indústria automobilística no Brasil ocorreu durante o governo Kubitschek (1956 – 1961), através do Plano de Metas, mas só se consolidou no país na década de 70 com o "Milagre Brasileiro".

Nos anos 80 houve uma expansão da produção mundial, ocorrida em função do aumento da demanda dos países desenvolvidos, entre eles, Japão, EUA, Alemanha e França, levando estas empresas a investirem em mercados promissores como Coréia do Sul, China, Tailândia, México, Argentina e Brasil.

No Brasil os anos 1980, ou, a chamada década perdida, caracterizou-se pela queda nos investimentos e no crescimento do PIB, pelo aumento do déficit público, pelo crescimento das dívidas externa e interna, pela alta inflação, e pelo início do processo de liberalização do comércio.

Nos anos 90, com o Governo Fernando Collor de Mello, através do processo de Abertura Comercial, onde houve diminuição das barreiras tarifárias, aumento dos benefícios para instalação de empresas estrangeiras, aumento da tributação para empresas nacionais, aumento da taxa de juros e aumento da burocracia para os produtores locais, é que o país conseguiu se tornar um mercado promissor às empresas estrangeiras.

Em 1995, no governo Fernando Henrique Cardoso, foi implementado um novo regime automotivo que visava atrair novas montadoras e estimular a expansão de plantas industriais, manter em funcionamento as companhias e as fornecedoras de autopeças já instaladas no país, abrir a via de reestruturação das empresas brasileiras no setor, facilitando o processo de fusão, associação e aquisição, tornando o Brasil importante para o Mercosul (Mercado Comum do Cone Sul). Essa abertura, permitiu ao país "que as empresas se reestruturassem, modernizassem suas fábricas, aumentassem substancialmente sua produtividade e, assim, muitas se demonstraram, a partir de então, capazes de competir internacionalmente." (PEREIRA, B., pág. 275)

Consolidou-se assim, a inserção do Brasil no mercado automotivo internacional, mas, embora a abertura comercial tenha provocado uma profunda reestruturação industrial no país, trazendo benefícios para os

consumidores pela maior disponibilidade de bens e serviços, com melhores preços e tecnologias, trouxe também alguns impactos negativos sobre o nível de emprego, pois a procura por profissionais qualificados fez com que muitos funcionários fossem demitidos.

Dentro desse contexto de reestruturação industrial, de acordo com o Sindimetal - Sindicato das indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Materiais Elétrico do Estado do Paraná e do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná (SEBRAE/PR) no período de 1998 a 2000, o Brasil foi um dos países que mais recebeu unidades industriais de montadoras, como Renault, Audi, Chrysler (à época), PSA-Peugeot/Citroën, unidades pequenas da Honda, Toyota e Mitsubishi, e também fábricas da Volkswagen (VW), VW Caminhões (atual VW Veículos Comerciais), Ford, General Motors (GM), além da forte remodelação de unidades já existentes de todas as empresas já instaladas. Isso fez com que ocorresse a entrada de novas empresas do setor de autopeças, com a instalação de novas plantas, associações e aquisições de empresas nacionais, com o objetivo de atender a demanda para a produção de novos modelos de veículos.

Essa nova onda de investimentos no país provocou uma acirrada disputa entre os estados pela instalação das montadoras em sua região através de benefícios concedidos pelo Governo, provocando a chamada Guerra Fiscal. Particularmente, o Estado do Paraná, concedeu isenção dos impostos de competência local pelo período de 10 anos para montadoras como Renault, Chrysler e Audi no final da década de 90.

Ademais, o estado investiu em infraestrutura para tornar ainda mais atrativa a instalação dessas multinacionais, melhorando e construindo vias de acesso e escoamento, doando terrenos e instalações para as referidas empresas.

Houve na época uma grande competição entre as empresas estrangeiras e nacionais, através de benefícios fiscais, na disputa pelo mercado. Mas essa disputa econômica, segundo Porter (1990), é o que faz com que haja desenvolvimento tecnológico e qualificação de mão-de-obra.

De acordo com Porter (1990), vários fatores são determinantes das vantagens competitivas em uma determinada indústria, tais como, condições de fatores (recursos humanos, recursos de capital, localização e conhecimento)

condições de demanda (tamanho e estrutura do mercado consumidor), indústrias correlatas e de apoio (indústrias fornecedoras e/ou que produzem produtos similares), estrutura, estratégia e rivalidade (estrutura da indústria, estratégias para competir no mercado e rivalidade entre as indústrias, o que promove a inovação e eficiência na indústria), sendo que estes quatro determinantes por sua vez são diretamente influenciadas por fatores como o acaso (guerras, acontecimentos políticos inesperados, invenções, etc.) e o governo (políticas econômicas, subsídios, incentivos e benefícios econômicos).

Nesse cenário, percebe-se que o Estado do Paraná possuía na época, as vantagens elencadas por Porter, com exceção do fator demanda, como será visto em detalhes no capítulo IV. Entretanto, algumas montadoras como Chrysler e Audi, não conseguiram obter ganhos de competitividade e fecharam, e outras como Renault e Volkswagen permanecem até hoje disputando mercado com outras montadoras. Para tanto, serão utilizados os principais determinantes de competitividade de Porter, para se verificar porque isso ocorreu.

Esse trabalho tem como objetivo principal demonstrar quais os principais determinantes da competitividade da cadeia produtiva do setor automotivo no Paraná, a partir da reestruturação da indústria automobilística no estado, ocorrida no final da década de 90, e como objetivos específicos pretende:

1) Relatar como se deu a reestruturação da indústria automobilística no Paraná no final de década de 90;
2) Analisar a evolução da cadeia produtiva do setor automotivo no Paraná;
3) Estudar o funcionamento da cadeia produtiva automotiva no Paraná e suas conseqüências para a região.

Neste trabalho, será utilizado o termo indústria automobilística quando se tratar de veículos automotivos leves, caminhões, tratores e ônibus. E setor automotivo ou indústria automotiva, quando se referir a veículos de passeio.

Para tanto este trabalho está dividido em quatro capítulos, sendo esta introdução o primeiro. No segundo capítulo, é elaborada a revisão teórica sobre o assunto, desde o conceito de cadeia até as formas como esse processo se realiza no setor automotivo. São discutidos também quais os principais

determinantes da competitividade em uma indústria, sendo utilizado para isso basicamente estudos de Michael Porter. No terceiro capítulo, é discutido como se deu o processo de formação e evolução da cadeia produtiva do setor automotivo no Paraná, sendo utilizado para isso, dados do BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento, da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA), do Sindicato das indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Materiais Elétrico do Estado do Paraná (SINDIMETAL/PR), do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas empresas do Paraná (SEBRAE/PR) e da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP). Também buscou-se dados para demonstrar como a indústria automotiva se expandiu no país, inicialmente localizada na região do ABC paulista, na grande São Paulo, difundindo-se em seguida para outros estados, incluindo o Paraná. No quarto capítulo, buscou-se fazer uma análise dos quatro determinantes principais de competitividade de uma indústria, de acordo com Porter, e mostrar que o Paraná possuía, à época, a maioria das vantagens elencadas pelo autor. O último capítulo traz as considerações finais e a conclusão do trabalho.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA E A CADEIA PRODUTIVA AUTOMOTIVA

A vinda das montadoras de automóveis foi transformadora da base produtiva da indústria paranaense. Os investimentos no complexo automobilístico, como um todo, tiveram efeitos multiplicadores em outros setores da economia, pois produziu efeitos "pra trás" e "pra frente". "Pra trás", nos setores de mineração, siderurgia, metalurgia, indústria petroquímica (produção de plásticos e tintas), e de montadoras receptoras desses insumos necessários para produção de automóveis. "Pra frente", na indústria petroquímica de combustíveis, lojas de automóveis, concessionárias, mecânicas, seguradoras e outras.

Para auxiliar na compreensão deste complexo de acontecimentos, será utilizado como referencial teórico a Teoria da Competitividade de Michael Porter. Segundo o autor, "**A** vantagem competitiva é criada e mantida através de um processo altamente localizado. Diferenças nas estruturas econômicas, valores, culturas, instituições e histórias nacionais contribuem profundamente para o sucesso competitivo (...)" (1990 pág. 23).

Ainda de acordo com o autor "(...) as empresas não terão êxito se não basearem suas estratégias na melhoria e na inovação, numa disposição de competir e no conhecimento realista de seu ambiente nacional e de como melhorá-lo (...)." (1990, pág. 25)

Para Porter (1990), a indústria automobilística tem se tornado global a partir do momento em que os países passaram a possuir determinadas vantagens, tais como: i) vantagens competitivas em qualidade e produtividade; ii) uniformização da demanda por automóveis em diferentes países; iii) redução dos custos do transporte internacional de mercadorias.

Por isso, identificou-se uma forte tendência à promoção das exportações de automóveis pelas próprias montadoras. De um lado, a proteção aos mercados internos, por meio da fixação de cotas de importação e outros instrumentos, foram e continuam a ser um importante elemento de política industrial do setor em quase todos os países.

De acordo ainda com Porter (1990, pág. 87), além das vantagens mencionadas acima, existem outras que são importantes para determinarem a competitividade em uma determinada indústria, tais como:

- Condições de fatores – refere-se a mão de obra, disponibilidade dos insumos necessários, condições climáticas, localização dos fornecedores ou mercados, conhecimento, recursos disponíveis para o financiamento da indústria e infraestrutura adequada;
- Condições de demanda - natureza das necessidades do comprador, tamanho e padrão de crescimento da indústria;
- Indústrias correlatas e de apoio – refere-se às indústrias fornecedoras e àquelas que envolvem produtos complementares;
- Estratégia, estrutura e rivalidade – refere-se às circunstâncias nacionais e à rivalidade interna entre empresas que fazem parte da mesma indústria.

Esses quatro determinantes de competitividade, por sua vez, são influenciados diretamente pelo acaso, através de guerras, invenções, acontecimentos políticos, etc., e pelo governo, através da política econômica, dos investimentos em educação e pesquisa, da diminuição de impostos e tarifas, etc.

A seguir, é definido o conceito de cadeia produtiva automotiva e a partir daí, é mostrado como o bom funcionamento dessa cadeia produtiva foi e é importante para a economia do estado do Paraná.

2.1 – CADEIA PRODUTIVA AUTOMOTIVA

Cadeia produtiva, segundo Kon (1994), pode ser definida como um conjunto de atividades que se articulam progressivamente desde os insumos básicos até o produto final, incluindo distribuição e comercialização, constituindo-se em elos da corrente.

As cadeias de suprimento do setor automobilístico, que abrangem desde o pedido de matéria-prima do fornecedor até a entrega do produto final

ao cliente, se constituem em montadora, fornecedores, varejistas e cliente final. Tais cadeias passaram por profundas mudanças e é tendência mundial que as montadoras se concentrem nas etapas de concepção do produto, planejamento e montagem final dos sistemas de componentes entregues, deixando para os sistemistas da cadeia de suprimento as demais atividades.

O primeiro elo da cadeia, ou seja, o setor de autopeças era bem pouco concentrado no Brasil até o início da década de 90, onde predominava pequenas e médias empresas. Isso leva a conclusão de que as montadoras tinham com seus fornecedores um comportamento de monopsônio, onde eram definidas as exigências de preço, conformidade técnica, inovação e estratégias de desverticalização, tentando minimizar a relação custo de componentes/valor da produção, o que fez com que o setor de autopeças sofresse mudanças estruturais no processo de abertura comercial.

Os automóveis são produtos complexos, obtidos a partir da integração de milhares de peças e componentes produzidos em diferentes setores industriais. Por esta razão, a articulação entre montadoras e fornecedores ao longo da cadeia produtiva é decisiva para a competitividade das empresas envolvidas.

De acordo com Kon (1994), no âmbito da organização da produção, os fabricantes de veículos automotores se dividem em duas grandes categorias: as montadoras que adotam os princípios da produção em massa (integração vertical, produção em grande escala ou em escala intermediária com diferenciação de produtos), e as montadoras que adotam os princípios da produção enxuta.

A produção em massa é caracterizada pela padronização de veículos e autopeças e pelo elevado grau de integração vertical das empresas montadoras, especialmente no que se refere à pesquisa e ao desenvolvimento de produtos, peças e componentes. Os grandes produtores de veículos automotores norte-americanos e europeus são exemplos tradicionais de produtores em massa.

No conceito de produção enxuta, as montadoras utilizam-se de fornecedores de autopeças para desempenhar um grande número de

atividades relacionadas ao desenvolvimento de produtos e processos, inclusive a introdução de novas tecnologias e o projeto de autopeças originais.

Atualmente, devido à pressão concorrencial, todos os produtores de veículos, com maior ou menor intensidade, operam com algum grau de adesão aos princípios da produção enxuta.

As montadoras de produção em massa priorizam a redução dos custos de mão-de-obra, e, estão dispostas a re-localizar suas fábricas em função desta e de outras variáveis de custo. Operam, entretanto, com extrema prudência, iniciando suas atividades com perspectivas de participação limitada no mercado nacional e aguardando a aceitação dos consumidores para aumentar gradativamente suas escalas de produção.

Na década de 90, houve um processo de reestruturação dos fornecedores, onde se transferiu para estes todas as etapas da montagem passíveis de serem transferidas, sem que houvesse prejuízo do controle de qualidade. Isso ocasionou, também, a redução do número de fornecedores de primeira linha, a redução no número de componentes e a redução ou a eliminação de estoques, o que levou os fornecedores a se instalarem perto das montadoras ou mesmo dentro de seu próprio parque industrial. Esse processo é conhecido como modular.

No sistema modular, os módulos são compostos de menor número de partes, o que reduz a complexidade de montagem de cada veículo. Em tal sistema, ocorre a transferência de atribuições do processo de montagem das montadoras para os fornecedores do primeiro e segundo níveis, incrementando a sua participação na constituição do produto final, demandando, para tanto, um maior grau de exigência tecnológica, financeira e produtiva para atingir o estágio de fornecedor sistemista (Meiners, 1999).

A cadeia produtiva da indústria automotiva funciona da seguinte forma: começa pelas empresas fornecedoras dos insumos básicos, que reúnem os processos das principais matérias-primas utilizadas na fabricação das autopeças e componentes - tais como, produtos metalúrgicos, produtos químicos, borrachas, vidros, não metálicos e madeiras - e fornecem seus produtos ao terceiro nível. O terceiro nível corresponde aos representantes, que ao receberem os insumos, transformam e entregam autopeças e componentes aos fornecedores do segundo nível, como por exemplo, forjados,

fundidos, estampados, plásticos, artefatos de borracha e produtos não-metálicos. Os fornecedores do segundo nível são responsáveis pela entrega de componentes, matéria-prima e subconjuntos aos fornecedores do primeiro nível, ou seja, fornecem motor, suspensão e componentes de fixação, peças e outros componentes para sistemas eletrônicos. O primeiro nível refere-se aos fornecedores de conjuntos completos e pré-montados, denominados módulos ou sistemas, que são fornecidos diretamente para as montadoras.

A terceirização de partes e peças dos veículos automotores, com o advento dos sistemistas, foi posta em prática na concepção dessas novas fábricas. Com isso, o investimento direto nessas plantas estava focado na linha de montagem e no controle de qualidade, diluído com seus fornecedores principais. Alguns dos itens até então considerados negócios-chaves das montadoras já não se constituíam em unanimidade, como a transmissão, a estamparia e a pintura. No caso da estamparia, era exigida a proximidade do fornecedor em virtude das dificuldades para o transporte dos estampados, que são, em geral, peças grandes e bastante suscetíveis a danos, empenos e corrosão. A pintura, por sua vez, estava localizada dentro da fábrica, mas sua administração podia ficar a cargo do fabricante do equipamento.

Com base em dados da FIEP (2008) – Federação das Indústrias do Estado do Paraná, no quadro 1 a seguir, pode-se visualizar os principais elos da cadeia produtiva automobilística. Pode-se observar como ocorre a produção de um veículo, desde os insumos básicos, passando pelos níveis 3, 2 e 1 nesta ordem, depois para as montadoras, responsáveis pela montagem final e, finalmente, para o setor de serviços, onde será repassado ao consumidor.

ELETRONICOS					
INSUMOS	3 Nível	2 Nível	1 Nível	Montadoras	Serviços
Metalúrgicos	Autopeças	Autopeças	Sistemistas	Automóveis e Comerciais Leves	Import. e Export. de Autopeças
Químicos	Forjados				
	Fundidos				
Borracha	Estampados	Pneumáticos		Caminhões e Ônibus	Seguros
	Plásticos				
Não metálicos	Artefatos de borracha		Autopeças	Maquinas Agrícolas e Rodoviárias	Import. e Export. de Veículos
	Vidros				
Madeira	Produtos não metálicos	Carrocerias			Revenda de Veículos
					Revenda de Autopeças
LOGISTICA E BENS DE CAPITAL					

QUADRO 1- CADEIA PRODUTIVA DA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA NO BRASIL
FONTE: FIEP, 2008

De acordo com Farah (2004), para competir nesse mercado, as corporações passaram a implementar uma série de estratégias empresariais: fusões, acordos de cooperação tecnológica e produtiva, utilização de fontes globais de fornecimento, fornecedores sistemistas exclusivos, desverticalização produtiva, etc.

Com referência à tecnologia, tem-se a aplicação de plástico na montagem dos veículos, desenvolvimento de novos motores adaptados a novos combustíveis e aplicação crescente de dispositivos de origem microeletrônica para maior segurança e controle do carro.

Assim, ainda de acordo com Farah (2004), as montadoras podem se dedicar às atividades de marketing, concepção e projeto do produto, definindo padrões de qualidade e de especificações técnicas, deixando sob responsabilidade dos fornecedores as funções de produção e montagem do veículo. Entretanto, não havia no mercado local empresas sistemistas aptas a

atender as exigências das montadoras, razão pela qual as mesmas trouxeram de fora as empresas fornecedoras da 1ª e 2ª camadas. Essas empresas, por sua vez, passam a priorizar, nas suas relações com seus fornecedores, os seguintes itens:

- Diminuição dos custos;
- Qualidade dos serviços;
- Capacidade de entrega;
- Qualidade dos produtos.

As empresas existentes no Paraná ainda não possuíam todos esses requisitos necessários para competir com as empresas estrangeiras. Então, para superar essas dificuldades, foi proposto em 1997, um plano de ação chamado Paraná Automotivo, que visava:

- a criação de novos negócios e acesso ao setor automotivo;
- a reestruturação produtiva e o aumento de produtividade;
- a desenvolvimento de Recursos Humanos;
- estabelecer alianças, fusões e financiamentos;
- instituir a qualidade total e cultural da qualidade;
- a administração de custos e orçamento;
- o apoio governamental.

Num primeiro momento, durante a primeira pesquisa desse programa, verificou-se que havia muitos obstáculos a serem superados pelo estado nessa disputa entre as empresas nacionais, para conseguirem trabalhar como fornecedores das montadoras de automóveis no Paraná.

A partir de 1998, as montadoras foram desenvolvendo novas formas de produção, e, com o tempo, passaram a utilizar o sistema de produção modular, ou sistemista, utilizado na montagem final dos veículos.

Segundo Farah (2004), as montadoras adotaram uma série de exigências para com seus fornecedores, tais como, boa localização, capacidade produtiva satisfatória, condições tecnológicas adequadas, baixos custos de logística e de produção, variando de acordo com cada montadora.

Quando foram realizadas a 2ª e a 3ª pesquisas do Paraná Automotivo em 1998, verificou-se que os obstáculos ainda persistiam.

Ao ser concluída a 4ª pesquisa do Paraná Automotivo em 2000, verificou-se uma melhora no desempenho das empresas locais, com investimentos em informática, treinamento de pessoal, ampliação e modernização de instalações fabris, mas ainda insuficientes para atender o padrão de qualidade exigido pelas montadoras.

Em 2001, na 5ª pesquisa do Paraná Automotivo, apesar de terem recebido boa avaliação, as empresas nacionais não tinham o devido preparo para investir em crescimento, inovação e modernização, de acordo com Coutinho e Ferraz (1994), citado por Farah (2004 p. 155), mas a partir daí, as empresas nacionais começaram a disputar mercado interno com as fornecedoras estrangeiras.

No pólo automotivo do Paraná, de acordo com Farah, (2004 p. 162), "o fornecedor sistemista não dispõe de liberdade e autonomia para decidir sobre a escolha de sua rede de fornecedores. É a montadora quem seleciona, homologa, controla as exigências quanto à qualidade, precisão, durabilidade e resistência de peças e componentes, estipulam o fluxo de entrega de materiais e certifica a cadeia de fornecimento."

De acordo com Porter, a proximidade das instalações é muito importante para a redução dos custos, uma vez que os fornecedores de primeira linha tendem a entregar subconjuntos, incorporando peças de baixo valor em um volume maior. Esse fator pode ser considerado como uma vantagem competitiva entre as empresas fornecedoras de autopeças.

As montadoras adotaram dois tipos de sistemas de produção: o sistema de condomínio e o de consórcio modular. No sistema de condomínio há uma tendência, por parte do fornecedor, a procurar realizar dentro da planta compartilhada o mínimo de atividades que dependam de altos investimentos que resultarão em custos fixos. Já o consórcio modular é considerado uma forma extrema de condomínio industrial, onde não só os fornecedores de subconjuntos se localizam no terreno da montadora como são responsáveis pela própria montagem do veículo, não possuindo operários diretos, o que traz diminuição dos custos fixos relativos a equipamentos, pois os fornecedores consorciados é que são responsáveis pelos seus módulos, assumindo todos os riscos que deles advierem.

Algumas montadoras, como a Volkswagen, no Rio de Janeiro, e a Chrysler, no Paraná, utilizaram o sistema do tipo consórcio modular, ou modularização, considerado na época um dos modelos mais modernos do mundo e que implicava em redução do número de subsistemas comprados e, como conseqüência, diminuição do número total de fornecedores da primeira camada, gerando assim demandas para a hierarquização de toda a cadeia de suprimento (Paraná Automotivo, 1997).

Outras montadoras como Renault, General Motors (GM) e Volkswagen/Audi utilizaram o esquema de condomínio industrial, ou seja, optaram pela localização de alguns fornecedores muito próximos à montagem final, muitas vezes dentro da área da própria montadora. Além de ser um sistema vantajoso em relação aos componentes de alto custo logístico, em muitos casos, os incentivos governamentais dados às montadoras – sob a forma de empréstimos e isenções de impostos – também são concedidos aos participantes do condomínio, o que torna maior o numero e a variedade de empresas fornecedoras que participam desse sistema.

Nesse contexto, um intenso intercâmbio de informações é realizado pela troca eletrônica de dados, possibilitando que os fornecedores possam planejar melhor, acompanhando a previsão de produção da montadora, e que recebam as ordens de fornecimento com rapidez e confiabilidade. A comunicação e a integração de sistemas de informações são constantes. Os fornecedores são vistos como parceiros de longo prazo e muitos deles têm exclusividade no fornecimento.

A instalação de condomínios industriais, onde alguns fornecedores ocupam o mesmo terreno das montadoras e, em alguns casos, operam dentro das linhas de produção, também é uma novidade. A proximidade facilita o fluxo de materiais e informações, estreita a relação dos participantes e reduz o transporte e os estoques necessários, aumentando a eficiência da operação.

As plantas são compactas e operam obedecendo aos conceitos da Produção Enxuta, que se caracteriza pela pequena produção, com a possibilidade de ter uma grande variação de produto, e com a característica de haver uma grande interação da montadora com os fornecedores de sistemas e

autopeças, que participam do desenvolvimento do produto e do processo. Este tipo de produção se mostra bastante competitivo.

Este processo de cadeia automotiva funciona também como uma integração vertical, ou seja, uma companhia agrega fases em sua cadeia produtiva, aumentando o número de produtos ou processos intermediários para uso próprio, que anteriormente eram manufaturados ou comercializados por terceiros, administrando um conjunto de operações, que pode ir da produção da matéria-prima à distribuição ao cliente final.

De acordo com Kon (1998, pág. 95 e 96), a Integração Vertical ou terceirização como estratégia, "(...) envolve um aumento no número de produtos intermediários produzidos pela firma para seu próprio uso. Assim, a diversificação pode ser voltada para a substituição de insumos comprados de outras empresas por produção própria, integrando-se "para trás" (backward effects), ou para a distribuição e outros serviços "para frente" (forward effects) na cadeia de produção-distribuição-consumo". Nessa estratégia de crescimento alguns produtos finais podem tornar-se intermediários. Esclarece a autora:

> A empresa montadora com seu estabelecimento, atrai em seus efeitos multiplicadores "para trás" a implantação de empresas de autopeças e de outros insumos específicos e em seus efeitos "para frente" a implantação de revendedoras de veículos, consórcios, postos de gasolina, serviços de manutenção, financiadoras de veículos, etc. (...) Os efeitos para trás constituem-se nas inter relações que ocorrem respectivamente com indústrias fornecedoras de insumos e demais serviços necessários para o processo de produção, enquanto os efeitos para frente são relacionados ás indústrias de distribuição e reparação do produto acabado (...). (KON, 1998, pág. 96)

Segundo a autora, tratando ainda da integração vertical, "uma única empresa pode integrar atividades econômicas relacionadas a vários estágios sucessivos do processo total de produção, que se desenrola desde a produção da matéria-prima até a colocação do produto acabado nas mãos do consumidor final, dessa forma, concentrando o capital" (Kon, 1994, pág. 96).

De acordo com Vasconcellos (2002), citado por Kon (1998), os benefícios da integração vertical incluem: segurança no fornecimento,

coordenação de custos (coordenação, processo e distribuição), servir de mecanismo de aproximação com o cliente, proteção em atividades específicas, combate a situações monopolistas e possibilidade de crescer em tamanho.

O setor automotivo é um bom exemplo de integração vertical, pois é um dos maiores consumidores de matérias-primas, haja vista necessitar de aço, alumínio, vidro plástico, etc. Também movimenta o setor de turismo, construção civil, infra-estrutura, transportes e agricultura, pois estes se utilizam diretamente do setor automotivo.

2.2 COMPETITIVIDADE DO SETOR AUTOMOTIVO E OS DETERMINANTES DE PORTER

Competitividade é um processo dinâmico que se desenvolve através das possibilidades inovativas, composto por um conjunto de condições que poderiam de certa forma, hierarquizar as condições competitivas, sempre tendo como cenário a maior ou menor possibilidade da indústria de atuar nas mais modernas e rentáveis condições de produção (Porter, 1990, pág. 4).

No setor automotivo, a competitividade é o principal fator de sustentação da empresa no mercado, haja vista o cenário de alta concorrência oligopolista existente.

Neste diapasão, os determinantes de Porter são os principais indicadores para nortear a atuação da empresa na busca de ganho de competitividade. Tais determinantes se resumem em:

1) condições de fatores;

2) condições de demanda;

3) indústrias correlatas e de apoio;

4) estratégia, estrutura e rivalidade.

Ressalta ainda o autor que essas variáveis não se comportam de forma uniforme, pois são influenciadas diretamente pelo acaso e pelo governo, como poderá ser verificado a seguir.

2.2.1 - Condições de Fatores

Também chamado de "fatores de produção", são todos os insumos necessários para competir em qualquer indústria.

- Recursos Humanos: a quantidade, a capacidade e os custos de pessoal necessários em uma indústria;
- Recursos Físicos: disponibilidade dos insumos necessários em abundância e qualidade, condições climáticas favoráveis e localização geográfica (afeta os custos de transportes, acesso a fornecedores e ao mercado consumidor).
- Recursos de Conhecimento: estoque que a região possui de conhecimentos científicos, técnicos e de mercado, proporcionados por universidades, institutos governamentais e particulares de pesquisa, associações comerciais, etc.
- Recursos de Capital: o total e o custo do capital disponível para o financiamento da indústria.
- Infraestrutura: sistemas de transportes, de comunicações, de correios, de assistência médica, moradias disponíveis, instituições culturais (centros de entretenimento) e demais fatores que podem afetar a qualidade de vida de uma região.

De acordo com Porter (1990), para uma indústria obter vantagens competitivas, não adianta apenas possuir esses fatores de produção, mas sim utilizar e distribuir com eficiência e efetividade esses fatores. Mas, mesmo que um país não possua todos, ele pode desenvolver através de investimentos ou até mesmo "criar" os fatores que faltam.

Em contraste com essa situação, as desvantagens em fatores de produção como escassez de mão-de-obra, ou de insumos básicos, ou clima desfavorável, podem criar pressões na indústria, incentivando a melhora e a inovação em processos existentes, como por exemplo, substituir mão-de-obra humana por processo de automação, resultando, conseqüentemente, em melhora da qualidade do produto.

2.2.2 - Condições de Demanda

O segundo determinante da vantagem competitiva numa indústria, refere-se à demanda interna do produto ou serviço. É ela que determina "o rumo e o caráter da melhoria e inovação pelas empresas do país." (Porter, 1990, pág. 103). Existem três determinantes significativos: a composição (necessidade do comprador), o tamanho e o padrão de crescimento, e os mecanismos pelos quais a preferência dos consumidores é transmitida aos compradores.

A composição é o que determina a maneira pela qual as empresas percebem e reagem às necessidades do comprador. Os compradores pressionam as empresas locais a inovar mais depressa, ao exigir altos níveis de qualidade dos produtos e serviços, auxiliando as empresas locais a obterem vantagens competitivas em relação aos concorrentes.

Com relação ao tamanho do mercado, pode ser uma vantagem se houver estímulo ao investimento e ao reinvestimento, oferecendo oportunidades tão amplas que estimulem as vendas internacionais.

A competitividade entre as empresas também impulsionam a inovação mais depressa para obter vantagens em relação às empresas rivais. E proporcionam produtos de alta qualidade para atender as exigências dos compradores. Um grande mercado pode levar à vantagem competitiva em indústrias nas quais há economias de escala e estimula as empresas a investir em instalações, desenvolvimento de tecnologia e melhoria nos produtos.

Assim, segundo o autor "(...) Os tributos mais importantes da demanda interna são os que proporcionam um estímulo inicial e constante para o investimento e a inovação, bem como para a competição, com o tempo, em segmentos cada vez mais sofisticados. (...)" (Porter, 1990, pág. 117)

2.2.3 – Indústrias Correlatas e de Apoio

"Indústrias correlatas são aquelas nas quais as empresas, ao competir, podem coordenar ou partilhar atividades na cadeia de valores, ou aquelas que envolvem produtos complementares. (...)" (Porter, 1990 pág. 123). Indústrias de apoio são as empresas que abastecem uma determinada indústria.

Um importante fator que determina a vantagem nacional é a presença na região de indústrias de abastecimento ou indústrias correlatas que sejam internacionalmente competitivas. A presença de empresas abastecedoras que sejam competitivas é muito importante, conferindo vantagens potenciais às empresas da região em outras indústrias relacionadas, pois os fornecedores obrigam-se a buscar melhor tecnologia, melhorar seu acesso à informação, implementar novas idéias e conhecimentos, estabelecendo um ritmo acelerado de inovação dentro da indústria, auferindo com isso ganhos de competitividade, principalmente nos aspectos atinentes ao desenvolvimento de tecnologia, à manufatura, e à distribuição e comercialização.

Mas essas vantagens, tanto de fornecedores como de indústrias correlatas no país, dependem de dois fatores: das condições de demanda interna, pois indicam quais as mudanças necessárias ao produto de acordo com a exigência dos compradores, e da rivalidade entre as empresas, o que faz com que as mesmas se esforcem por oferecer melhores produtos e de melhor qualidade, incentivando assim a implantação de novas tecnologias e inovação.

2.2.4 – Estratégia, Estrutura e Rivalidade

A quarta vantagem competitiva se refere ao contexto no qual as firmas são criadas, organizadas e dirigidas, e também a forma como ocorre à rivalidade interna entre as empresas que fazem parte de um determinado segmento da indústria.

Segundo o autor, "(...) Os países terão a tendência de conseguir êxito nas indústrias onde as práticas administrativas e de organização preferidas pelo ambiente nacional são adequadas às fontes de vantagem competitiva da indústria. (...)" (Porter, 1990, pág. 127).

A rivalidade interna cria pressões sobre as empresas para que melhorem e inovem, havendo, portanto, redução de custos, melhoria na qualidade dos produtos e nos serviços oferecidos pelas empresas fornecedoras e criação de novos produtos e novos processos produtivos.

Segundo Porter, "A rivalidade interna é importante para o crescimento rápido do mercado interno e um mercado interno grande pode induzir à complacência (...)" (Porter, 1990, pág. 137). Ou seja, sem a presença de indústrias fornecedoras competitivas, as empresas podem não ter a capacidade de reagir à exigência dos compradores internos.

A concentração geográfica de rivais numa mesma cidade ou região amplia essas vantagens, pois além de transmissão de conhecimento e inovação entre as firmas - quando os funcionários de empresas rivais se encontram em momentos de lazer e descontração e trocam informações entre eles em encontros casuais – há também tentativas de uma empresa imitar e inovar em relação a outra, o que aumenta a competitividade.

Mas, segundo o autor, todas essas vantagens competitivas são influenciadas diretamente por outros dois fatores: o acaso e o governo, que serão vistos a seguir.

2.2.5 – O Papel do Acaso

São ocorrências inesperadas e que estão fora do alcance das firmas, mas que exercem forte influencia sobre os determinantes de competitividade. Seguem alguns exemplos: invenções, descobertas tecnológicas, descontinuidade nos custos dos insumos, modificações nos mercados financeiros e taxas de câmbio, surtos de demanda mundial ou regional, decisões políticas dos governos nacionais e estrangeiros e guerras.

Esses acontecimentos podem criar interrupções, que permitem mudanças na posição competitiva, como também podem neutralizar as vantagens de competidores já estabelecidos, fazendo com que empresas novas possam disputar esse mercado. Por exemplo, as guerras podem aumentar o nível de investimentos locais (condições de demanda) e interromper as relações com clientes (condições de demanda).

2.2.6 – O Papel do Governo

O governo pode influenciar cada um dos quatro determinantes e ser por eles influenciado. Porter também acredita que ele deve, por sua vez, incentivar a prosperidade econômica por meio de incentivos, esforço e competição, empurrando assim, a indústria para frente.

O governo pode influenciar as condições de fatores por meio de subsídios, assim como investimento em infraestrutura, políticas de educação, etc. Em relação às condições de demanda, o governo influencia como grande comprador dos produtos. Através de políticas fiscais, leis, mercado de capital, o governo influencia as indústrias abastecedoras. O governo também pode influenciar através de decisões políticas, que incentivem o investimento e impulsionem o crescimento industrial.

2.2.7 - A Articulação entre os Elementos da Cadeia Produtiva

Porter fala também da importância do bom funcionamento da cadeia produtiva, que ele se refere em seu livro como cadeia de valores. Afirmando que seu bom funcionamento contribui para que haja baixo custo de produção, melhor qualidade dos produtos e eficiência no prazo de entrega dos mesmos. Pois, observando-se as articulações na cadeia produtiva, pode-se dizer que o processo de aprendizado deve ser desenvolvido por todos os participantes da

cadeia. Caso contrário haverá elos que se desenvolverá mais que os outros e faltará uma das principais competências: a articulação de todo processo produtivo e estratégico.

De acordo com o autor, a articulação ideal do processo é positivamente influenciada e melhorada se as empresas fornecedoras se localizarem próximas à indústria, pois há uma diminuição nos custos do transporte e uma melhor e mais rápida comunicação entre as montadoras e os seus fornecedores se houver uma proximidade de localização entre eles. Segundo ele, a concentração geográfica de rivais, clientes e fornecedores promovem uma maior eficiência e especialização nos setores.

No próximo capítulo será mostrado como ocorreu a evolução da cadeia produtiva no Paraná, bem como será demonstrado que o estado possuía a maioria dos determinantes necessários para obter vantagem competitiva no setor automotivo frente a outros estados e países.

3 EVOLUÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA AUTOMOTIVA NO PARANÁ

Definida a relação entre a cadeia produtiva e os determinantes da competitividade, percebe-se que a reestruturação da cadeia produtiva automotiva gerou efeitos "pra frente" e "pra trás", pois impactou os setores de mineração, siderurgia, metal-mecânico e petroquímico, antecedentes lógico-temporais da industrialização. Os setores laterais e posteriores na cadeia produtiva mais afetados foram os de lojas concessionárias, mecânicas, de autopeças e seguradoras.

Nas próximas seções será mostrado através de dados coletados principalmente do BNDES, FIEP e ANFAVEA, como se encontrava a produção mundial de automóveis no início da década de 90 e como se deu o processo de expansão industrial do setor automotivo no Brasil, que propiciou o surgimento dos efeitos mencionados no parágrafo anterior.

A partir destes dados, analisar-se-á como o Paraná se destacou em relação a outros estados do país, conseguindo atrair algumas das principais montadoras de automóveis para a sua região, bem como analisar de que forma ocorreu o processo de ganho de competitividade da cadeia produtiva no estado e suas conseqüências para a região.

3.1 – INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA MUNDIAL E BRASILEIRA

De acordo com dados do BNDES, a produção de veículos no Brasil iniciou-se no final dos anos 50, com a implantação das fábricas da Volkswagen, Toyota, Ford (automóveis e comerciais leves), Mercedes Benz, Scania (caminhões e ônibus) – todas em São Bernardo do Campo –, General Motors (automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus) – em São Caetano do Sul – e Ford (caminhões) – na cidade de São Paulo.

Mas somente na década de 90, por causa da abertura comercial e dos programas de estabilização das economias sul-americanas, começou uma grande concorrência internacional entre as montadoras, fazendo com que as

mesmas procurassem reduzir custos, otimizassem as atividades produtivas, aumentassem a variedade de produtos e aumentassem a sua participação no mercado mundial. Houve então a necessidade de procurar outros mercados consumidores.

No quadro 2 abaixo, verifica-se que o período pós 1995 caracterizou-se por importantes mudanças espaciais da indústria automobilística, que passou a se localizar nos estados do Paraná, Goiás, Rio Grande do Sul e Rio de Janeiro. Contudo, novas plantas também surgiram em estados como Minas Gerais e São Paulo. Pode-se observar que São Paulo foi o estado que mais recebeu unidades no país, com 9 montadoras instaladas, e em seguida está o Paraná, com três montadoras instaladas, a Renault em 1998, a Audi em 1999 e a Nissan em 2001.

Estado	Total	Empresa	Início	Localização da planta
Goiás	1	Mitsubishi	1998	Catalão
Bahia	1	Ford	2001	Camaçari
Rio de Janeiro	1	Peugeot	2000	Porto Real
Rio G. do Sul	1	GM	2000	Gravataí
Minas Gerais	2	DaimlerChrysler	1999	Juiz de Fora
		Fiat	1976	Betim
Paraná	3	Renault	1998	São José dos Pinhais
		Nissan	2001	São José dos Pinhais
		Audi	1999	São José dos Pinhais
São Paulo	9	DaimlerChrysler	1956	São Bernardo do Campo
		Ford	1956	São Bernardo do Campo
		GM	1930	São Caetano do Sul
		GM	1959	São José dos Campos
		Honda	1997	Sumaré
		Land Roover	1998	São Bernardo do Campo
		Toyota	1998	Indaiatuba
		Volkswagen	1956	São Bernardo do Campo
		Volkswagen	1976	Taubaté

QUADRO 2 - BRASIL: DISTRIBUIÇÃO DAS MONTADORAS DE AUTOMÓVEIS

FONTE: ANFAVEA, 2005

Com isso, além do menor número de plantas instaladas em São Paulo, ocorreu também uma maior divisão do mercado interno entre as montadoras, isto porque houve a instalação de empresas que não possuíam unidades produtivas no Brasil.

A indústria automotiva tem um peso muito importante na economia mundial, pois está presente em 40 países e representa um faturamento de mais de 3 trilhões de dólares na montagem de veículos (FIEP, 2008).

A tabela 1 abaixo mostra a produção mundial de veículos automotores produzidos no período de 1997 a 2006. Pode-se observar que em primeiro lugar na produção de veículos está os Estados Unidos e o Japão, com uma produção de 11 milhões de unidades em 2006. O Brasil, ocupando a oitava posição, obteve uma produção em 1997 de aproximadamente 2.070.000 unidades. Houve uma queda nos próximos anos, voltando a aumentar a produção à partir de 2000, chegando a produzir aproximadamente 2.611.000 unidades de veículos em 2006, o que representa 4% da produção mundial de veículos automotores (FIEP, 2008).

TABELA 1 – PRODUÇÃO MUNDIAL DE VEÍCULOS AUTOMOTORES DE 1997 A 2006 (em milhões)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Japão	10.975	10.050	9.895	10.141	9.777	10.257	10.286	10.512	10.800	11.484
E.U.A	12.158	12.003	13.025	12.800	11.425	12.280	12.115	11.989	11.947	11.264
China	1.580	1.628	1.830	2.069	2.334	3.287	4.444	5.234	5.708	7.189
Alemanha	5023	5727	5688	5527	5692	5469	5507	5570	5758	5.820
Coréia do Sul	2818	1954	2843	3115	2946	3148	3178	3468	3772	3.936
França	2580	2954	3180	3348	3628	3702	3620	3666	3549	3.169
Espanha	2562	2826	2852	3033	2850	2855	3030	3012	2752	2.777
Brasil	2070	1586	1357	1691	1817	1792	1828	2317	2531	2.611
Canadá	2257	2173	3059	2962	2533	2629	2553	2711	2688	2.572
Outros	466	627	1579	1064	1239	1447	1597	2072	2297	2500
México	1360	1453	1550	1935	1841	1805	1575	1577	1684	2046
Índia	596	513	818	801	815	895	1161	1511	1639	1944

FONTE: FIEP, 2008

Ainda de acordo com a tabela 1, nota-se que no oriente, refletindo a expansão do modo de produção capitalista nos tigres asiáticos e na China, em decorrência do ingresso do capital estrangeiro que se valia da mão-de-obra abundante e de baixo custo nesses países, o setor automotivo alavancou-se de forma estrondosa. Na China, por exemplo, a produção saltou mais de 300% em uma década e na Coréia do Sul quase 100% em uma década, ao passo que nos EUA, a produção se manteve praticamente estável com uma leve redução à partir de 2003, como conseqüência dessa migração de investimento e produção dos países pioneiros para os países emergentes.

De acordo com dados da Anfavea (2007), em todo o planeta houve uma produção aproximada de 70 milhões de veículos automotores em 2006, com um aumento de cerca de 3% em relação ao ano de 2005. Ainda, segundo a Anfavea (2007), a produção total de veículos no Brasil se dividiu da seguinte forma: 2.797.321 automóveis e comerciais leves, 136.760 caminhões e 38.741 ônibus, totalizando 2.972.822 veículos produzidos em 2007.

Com base nessa informação, estimou-se a necessidade de contratação de 8 milhões de funcionários para suprir essa demanda (FIEP, 2008).

Na tabela 2 abaixo, verifica-se a produção e a exportação de veículos de 1997 a 2007 no Brasil. Pode-se perceber que o Brasil obteve uma redução quantitativa na produção de veículos até 2003, período em que a maior parte da mesma era destinada ao mercado externo, principalmente em razão da desvalorização da moeda local, o Real.

Verifica-se também que, notadamente, a produção nacional até meados da primeira década do século XXI apresentou um declínio, bem como a participação do mercado local no consumo da mesma, tendo em vista a desvalorização do real em relação ao dólar, que reduziu o poder de compra dos brasileiros.

Esses dados revelam ainda que, a partir de 2005, com a valorização do real e a retomada do crescimento da economia do país, o mercado local passou a consumir mais. Em decorrência desse aumento do consumo e da valorização do real, houve um aumento na produção nacional de veículos e uma diminuição das exportações.

TABELA 2 – PRODUÇÃO E EXPORTAÇÃO DE VEÍCULOS NO BRASIL
1997-2007

ANO	PRODUÇÃO (Milhões de Unidades)	EXPORTAÇÃO (Milhões de Unidades)
1997	1,65	0,42
1998	1,19	0,40
1999	1,09	0,27
2000	1,32	0,37
2001	1,43	0,39
2002	1,37	0,42
2003	1,29	0,54
2004	1,55	0,76
2005	1,63	0,90
2006	1,77	0,84
2007	2,97	0,77

FONTE: ANFAVEA, 2007

É importante ressaltar que, a partir de 2004 a produção de veículos no Brasil não se restringiu a veículos de passeio, mas também a caminhões e ônibus (FIEP, 2008).

No Brasil existem quatro principais empresas da indústria automobilística (Fiat, Ford, General Motors e Volkswagen), e que representam aproximadamente 86,3% do total da produção de automóveis, 89% dos comerciais leves, 46,5% dos caminhões e 84,2% do total de veículos produzidos no país (FIEP, 2008).

De acordo com os dados acima, percebe-se que há uma grande expansão da produção de veículos, desde comerciais leves até caminhões e ônibus, sendo possível relacionar essa alta na produção com o crescimento econômico do país.

Segundo a FIEP (2008), o setor automotivo no Brasil tem apresentado um alto crescimento econômico nos últimos 4 anos, pois obteve uma produção em Janeiro e Fevereiro de 2007 de 409,1 mil unidades de veículos, com uma

venda no mesmo período de 4,2 mil e exportação de 1,75 bilhões de unidades produzidas.

Segundo a Anfavea (2008), a produção de veículos em 2007 no Brasil foi de 2,97 milhões de unidades, resultado 13,9% superior ao obtido em 2006.

De acordo com a FIEP (2008), as regiões que mais se destacam na produção de automóveis são as Sul e Sudeste, com destaque para os estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Paraná.

Na próxima seção, será visto como a cidade de Curitiba e Região Metropolitana entraram na disputa pela instalação das montadoras em sua região e galgaram esta posição de destaque no cenário produtivo nacional.

3.2 - INSTALAÇÃO DAS MONTADORAS EM CURITIBA E EM SUA REGIÃO METROPOLITANA

De acordo com Meiners (1999), com a vinda da indústria automobilística para a Região Metropolitana de Curitiba na década de 70, o governo criou um distrito industrial, a CIC – Cidade Industrial de Curitiba, o que possibilitou a vinda de muito capital para a cidade.

A indústria automobilística teve um grande incentivo por parte dos governos de vários municípios para que se instalassem em sua região, ocasionando, então, a chamada Guerra Fiscal, uma disputa entre estados e municípios, através de incentivos fiscais, além de investimentos, de forma que, grande parte das montadoras instaladas no Paraná, sequer teve custo na aquisição dos terrenos, conseguindo também por parte do governo a infraestrutura necessária para sua instalação.

Um dos primeiros Estados a se engajar na guerra fiscal foi o Estado do Paraná. Em março de 1996 o governo do município de São José dos Pinhais e o Fundo de Desenvolvimento Econômico (FDE) estadual, assinaram um protocolo com a Renault. De acordo com Meiners (1999), as condições desse acordo estabeleciam que a Renault deveria construir uma planta em São José dos Pinhais até o início de 1999, sendo que 60% do capital total do

empreendimento caberia à multinacional francesa que, além disso, geraria 1.500 empregos diretos e pagaria multa de R$ 50,5 milhões se a planta fosse desativada em menos de vinte anos. O Estado do Paraná e o município de São José dos Pinhais doariam 2,5 milhões de m², providenciariam a infraestrutura e a logística necessária, incluindo acessos rodoviários e ferroviários, assim como uma área exclusiva para a empresa no porto de Paranaguá. O suprimento de energia seria feito a uma taxa 25% inferior à praticada pelo mercado e 40% do capital investido (com um teto de US$ 300 milhões) seriam de responsabilidade do Estado do Paraná. Os empréstimos oficiais à Renault seriam vinculados aos níveis de produção da empresa, não teriam correção inflacionária e começariam a ser pagos dez anos depois de iniciadas as operações. A Renault receberia ainda isenção de impostos locais por dez anos, assim como todos os fornecedores que viessem a se instalar em sua área industrial.

Num segundo momento, as ofertas do Estado do Paraná conseguiram atrair a Renault, VW-Audi e Chrysler, além de uma fábrica de motores da Chrysler/BMW. Nessa fase, não só o volume das ofertas cresceu como também a qualidade do que passou a ser oferecido. No acordo com a Renault, por exemplo, o Estado do Paraná assumiu a responsabilidade de parte dos investimentos diretos, voltando, desde a venda da velha Fábrica Nacional de Motores (FNM), até a cuidar diretamente da produção de autoveículos. As principais montadoras que haviam anunciado sua intenção de construir novas fábricas no Brasil aceitaram as condições do Paraná, que conseguiu criar em seu território o segundo pólo automotivo brasileiro. (Meiners, 1999)

Segue abaixo, no quadro 3, uma relação dos principais fornecedores de autopeças e módulos da indústria automobilística localizados na cidade de Curitiba, de acordo com dados do BNDES de 1999.

FORNECEDOR	PRODUTO
Bertrand Faure	Assentos
Borlem	Rodas de Aço e de Alumínio
Bosch	Limpador de Pára-Brisa Dianteiro
Cofap	Amortecedores
Denso	Ar-Condicionado e Aquecedor
DHB	Bombas e Direção Hidráulica
Ecia	Colunas de Direção e Escapamentos
Goodyear	Pneus
Koyo/SMI – Perdriel	Montagem da Direção
Magnetti Marell	Retrovisores e Painel de Instrumentos
Michelin	Pneus
Peguform	Pára-Choques e Paralamas
PPG	Pintura
SAS	Montagem do *Cockpit*
Siemens Auto	Injeção e Habitáculo
Siemens Cabos	Chicotes
Simoldes	Painéis de Portas
Sommer Alliberti	Painéis de Controle e Forro das Portas
Santa Marina	Vidros
Thera	Estampados
Valeo Térmico	Ar-Condicionado e Aquecedor
Valeo Electronic	Alternadores e Motores de Arranque
Valeo	Embreagens e Limpadores
Valeo Cibie	Faróis e Lanternas Dianteiras
Vallourec	Montagem de Módulos de Suspensão
Varga	Sistema de Freios

QUADRO 3 – PRINCIPAIS FORNECEDORES EM CURITIBA,1999

FONTE: BNDES, 1999

Segundo dados da FIEP (2008), o numero de estabelecimentos, apenas na fabricação e montagem de veículos automotores, reboques e carrocerias, em 1995 eram 372 estabelecimentos no Paraná, e destes, 130 estavam localizados na Região Metropolitana de Curitiba (RMC). Em 2006 houve um aumento para 190 empresas neste segmento na RMC.

O complexo de produção da Renault (em São José dos Pinhais), por exemplo, foi arquitetado de forma que vários fornecedores estivessem dentro desses complexos – 15.000 m² do complexo eram destinados aos fornecedores da montadora. As indústrias automobilísticas necessitavam de uma comunicação rápida e prática com seus fornecedores; como nem todos fornecedores estavam incluídos nos complexos, elas necessitaram estabelecer

grandes ligações funcionais com os demais fornecedores (linkages). Essa ligação exigiu a implantação de infovias, através de cabos ópticos, concentrando-se, entretanto, em sua maioria, na cidade de Curitiba, com raras extensões à região metropolitana.

Os investimentos da Renault nessa época estavam concentrados ainda na Europa e na América do Sul, onde cada uma das unidades da Renault era especializada em uma área especifica. Por exemplo: a montagem de determinados carros eram feitos no Uruguai e na Argentina, de caixa de câmbio, no Chile e de motores e outros modelos eram fabricados no Brasil. Alguns fornecedores se localizavam próximos às fábricas, como Bertrand Faure, que fabricavam assentos, Ecia (sistemas de exaustão e coluna de direção), SAS – Sommer Alliberti Siemens (montagem de driving position e painéis laterais), Vallourec (montagem de eixos, rodas e pneus) e PPG (responsáveis pela pintura). Dos 100 fornecedores estimados (BNDES,1999), 24 estavam instalados em Curitiba, e desses, 21 eram de fora do país, e três eram empresas brasileiras.

A Volvo, no período de 1999 contava com 199 fornecedores capacitados e ligados as três fábricas instaladas no Paraná e 32 empresas fornecedoras de autopeças também instaladas no estado. As compras feitas no estado representavam cerca de 20% do total de compras de peças do país (BNDES,1999).

A Chrysler iniciou suas vendas no Brasil em 1996, mas foi inaugurada somente em 1998 no Paraná. Era uma fábrica desverticalizada, ou seja, apenas a pintura e montagem eram feitas na própria montadora, as outras modalidades eram realizadas pelas fornecedoras e subfornecedoras.

De acordo com o quadro 4, a seguir, pode-se verificar quais eram os principais fornecedores da Chrysler no período de 1999, sendo que destes, 10 empresas forneciam também para os Estados Unidos e Europa, duas eram empresas nacionais, e quatro eram novas no país. A grande maioria já possuía fábricas em São Paulo e eram de origem norte-americana (Sindipeças e Sindimetal, 1999).

FORNECEDOR	PRODUTO
Alpine	Rádios
Blindex	Vidro
Cofap	Amortecedores
Dana	*Rolling Chassis*
Detroit Diesel	Motor
Delphi	Direção Hidráulica
Eaton	Sistema de Direção
Goodyear	Pneus
Hayes	Rodas
ITT	Sistema de Freios
Lear	Assentos
Meritor	Rodas
Moura	Baterias
PPG	Pintura
Solvay	Tanque de Combustível
Walker	Escapamentos

QUADRO 4-PRINCIPAIS FORNECEDORES DA CHRYSLER: CAMPO LARGO, 1999

FONTE: SINDIPEÇAS, SINDIMETAL, 1999

A Audi-VW, em 1999, operava de forma semelhante a um condomínio industrial: possuía um parque de fornecedores junto a fabrica, que operava em regime de *Just in sequence*, desverticalizada, onde procurava repassar aos seus sistemistas a tarefa de gerenciar a entrega das demais partes e componentes do automóvel. Esta montadora trabalhava com apenas um fornecedor para cada grupo de pecas, por modelo, a fim de reduzir tempo e custos no desenvolvimento dos produtos. Possuía a época 110 empresas fornecedoras de peças, das quais 13 estavam instaladas no terreno da fábrica, e as principais ao longo do Paraná. Duas das fornecedoras eram nacionais, nove já possuíam fábricas em São Paulo, 16 eram novas no estado e 14 eram novas no país.

Segue abaixo, no quadro 5, os principais fornecedores de autopeças da Audi/Volskwagem, segundo dados do Sindipeças e Sindimetal, 1999.

EMPRESA	PRODUTO
Arteb/Hella	Módulo Frontal
ATH Albarus	Semi-Eixos
Pirelli	Rodas e Pneus
Brose	Módulo da Porta
Continental	Pneus
Coppo	Espuma Moldada para Assentos e Encostos
Delphi Packard Electric	Chicotes
Draftex	Vedações
Edscha	Dobradiças e Freios de Mão
Heidmann	Mecânica de Caixa e Câmbio
Johnson Controls	Assentos
Kautex do Brasil	Tanque de Combustível
Kuster	Portas Completas
Krupp Metalúrgica	Eixos e Quadro Auxiliar
Krupp Presta	Colunas de Direção
Peguform	Pára-Choques
Rutgers	Mantas de Isolamento Acústico
Rufas	Montagem do Chassi
Sekurit Saint Gobain	Vidros
SAS	Montagem do *Cockpit*
Siemens	Sistemas Elétricos
Tenneco/Walker	Sistema de Emissão de Gases
THC	Mangueira
Weidman	Capô

QUADRO 5 – PRINCIPAIS FORNECEDORES DA AUDI/VW, 1999
FONTE: SINDIMETAL, 1999.

De acordo com a tabela 3, abaixo, pode-se verificar que a participação do Paraná no total da produção nacional de veículos leves alcançou em 2004 pouco mais de 11%, o que mostra a importância que o estado passou a ter no contexto nacional, atraindo três montadoras para sua região.

TABELA 3 – PARTICIPAÇÃO DO PARANÁ NA PRODUÇÃO DE AUTOMÓVEIS NO BRASIL

Empresa	2000	%	2002	%	2004	%
Audi/Volkswagen*	74.000		97.000	4	132.000	7,5
Renault	58.083	2	46.721	3,0	63.242	3,6
Total Paraná	132.083	9,7	143.721	9,4	195.242	11,1
Total Brasil	1.361.721		1.520.285		1.756.594	

FONTE: ANFAVEA, 2005

De acordo com a FIEP de 10/07/08, o estado do Paraná contava com o segundo pólo automotivo do Brasil, formado por cinco montadoras – Renault, Nissan, Volkswagen, Volvo e Ford New Holland – além de centenas de fornecedoras de autopeças.

Segundo o Sindicato do Comércio Varejista de Veículos, Peças e Acessórios para Veículos no Estado do Paraná (Sincopeças-PR), até 2008, o setor automotivo no Paraná respondia por 10,9% da produção de veículos no Brasil num total de 654 indústrias – entre montadoras e fabricantes de autopeças – com geração de 35,7 mil empregos. O setor automotivo representava 14,5% das vendas industriais paranaenses. Sendo classificado como o segundo maior mercado de distribuição de autopeças do Brasil, com 12% de participação.

A seguir será visto como o Paraná conseguiu através de vantagens competitivas, atrair várias empresas estrangeiras para investirem em seu estado e como isso beneficiou a região.

4 OS DETERMINANTES DE COMPETITIVIDADE NA CADEIA PRODUTIVA AUTOMOTIVA NO PARANÁ

No período de 1997 até 1999, o Paraná recebeu várias empresas estrangeiras, fabricantes de veículos e de autopeças. O número de fornecedores na época no Estado situava-se em torno de 45, segundo dados do BNDES (1999). De um modo geral, a maioria dos principais fornecedores das montadoras se instalou no estado junto com estas, como é o caso da Volkswagen e os seus fornecedores da Alemanha, da Renault e de seus fornecedores franceses, e da Chrysler, com seus fornecedores norte-americanos.

Como no Paraná havia muitos fornecedores que necessitavam de subfornecedores, muitas empresas nacionais tiveram oportunidade de entrar nesse complexo industrial. Mas as exigências eram muitas, tanto que várias empresas mundiais de autopeças vieram acompanhando as montadoras, o que diminuiu a chance das empresas nacionais de competirem nesse setor.

Houve, portanto, uma acirrada disputa na liderança por inovação de produtos e processos, redução de custos e incremento nos investimentos, com vistas a ocupar novos espaços do mercado antes dos rivais.

O Paraná possuía mais vantagens competitivas do que outros estados brasileiros, sob a ótica dos quatro determinantes citados por Porter (1990), e mais empresas estrangeiras em condições de serem fornecedoras para a instalação das montadoras, com exceção do fator demanda. Nos tópicos a seguir far-se-á uma análise mais detalhada sobre essas vantagens e suas peculiaridades.

4.1 – CONDIÇÕES DE FATORES COMO DETERMINANTES DE COMPETITIVIDADE DO PARANÁ

Com relação às condições de fatores, o Paraná possuía uma boa infraestrutura, com água, energia, transporte, a proximidade e o fácil acesso ao

Aeroporto Internacional Afonso Pena e ao Porto de Paranaguá. Essa proximidade ao Aeroporto tinha a importante função no transporte de componentes e vinda de pessoas para os complexos industriais, da mesma forma que o porto assume relevância quando se tem por objetivo a exportação do produto final das indústrias. A cidade também contava com as vias de comunicação (infovias) que reduzem a importância da distância nas decisões de localização das empresas, possibilitando a expansão territorial da sua implantação em relação à antiga necessidade de concentração na cidade, possuindo também trabalho especializado, como mão-de-obra qualificada e potencial de pesquisa, haja vista que já existia a Universidade Federal do Paraná – UFPR, a Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUC-PR, o Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná - CEFET-PR, e a Incubadora Tecnológica de Curitiba (INTEC), constituída por meio de parceria entre a Secretaria de Estado da Indústria e Comércio, a Federação das Indústrias do Estado do Paraná, Centro de Integração de Escolas de Ensino Superior, Ciência e Tecnologia, o Instituto de Tecnologia do Paraná (TECPAR), dentre outros. De acordo com a FIEP (2008), existem hoje no Paraná 396 cursos de graduação na região metropolitana de Curitiba, e que possuem vínculos com o setor automotivo, sendo que destes 86% estão compreendidos em Cutitiba, 5% em Araucária e 4% em São José dos Pinhais. Somados a estes ainda existem os cursos técnicos e de pós-graduação. Todos esses fatores satisfazem a primeira vantagem competitiva elencada por Porter como fator determinante de competitividade.

4.2 – DEMANDA DO SETOR AUTOMOTIVO

O Paraná possuía também algumas das condições de demanda favoráveis para a sustentação do mercado automotivo, porém ainda insuficientes.

De acordo com dados da FIEP (2008), o Paraná manteve desde a década de 90, participação no PIB nacional superior a seis pontos percentuais, o que caracteriza o Estado como forte produtor de riquezas desde outrora.

A região metropolitana de Curitiba, desde 1995, obteve um crescimento de estabelecimentos comerciais e de emprego, ocasionada pela reestruturação industrial do Estado (DIEESE, 2007).

Entretanto, apesar do crescente número de empregos gerados no Estado, segundo dados do Sincopeças (2008) o nível médio de renda da maioria dos trabalhadores da região mostrava-se e mostra-se ainda abaixo do patamar mínimo para se consolidar como um mercado auto-sustentável consumidor de veículos, como ocorre em todo o país.

Por acreditarem nas grandes possibilidades de expansão da demanda interna, é que montadoras como a Renault, a Crhysler e a Audi/VW trouxeram suas plantas para essa região.

A Daimler Chrysler, inaugurada em junho de 1998 na cidade de Campo Largo, região metropolitana de Curitiba (RMC), foi a primeira montadora a se instalar e iniciar a produção das picapes Dodge Dakota. A Chrysler investiu em uma fábrica de motores, a Tritec, com capacidade produtiva de 400 mil motores/ano. Porém, três anos após a inauguração, a Chrysler encerrou suas atividades no Estado devido principalmente ao reduzido público consumidor de seus veículos. De acordo com Silveira Filho é fundamental determinar qual é a faixa de consumo capaz de absorver um certo produto.

Para isso, o fator renda é a principal variável a ser considerada, partindo-se do princípio de que para poder comprar automóvel zero quilômetro é preciso antes ter conseguido prover determinados requisitos básicos: alimentação, saúde, educação, habitação e vestuário. A realidade revela que são poucos os brasileiros que se enquadrariam nestas condições mínimas descritas. O patamar mínimo de consumo automobilístico seria quem possui renda superior ao salário mínimo necessário para sustentar uma família de quatro pessoas, segundo conceituação medida pelo DIEESE. Em princípio de 2005, enquanto o salário mínimo oficial estava em 260 reais, o salário mínimo necessário nacional era de 1.538,64 reais, portanto, 491% acima do oficial. Ressalta ainda o autor, que, para um trabalhador pai de família adquirir um carro 0 km, teria que ganhar acima desse valor. Segundo o DIEESE, a média

salarial situava-se quase 29% abaixo da renda mínima necessária para comprar automóvel novo sem teoricamente sacrificar a família. Conclui o autor que havia um número excessivo de montadoras, dada as possibilidades de assimilação da altamente concentrada renda dos trabalhadores brasileiros. Havia mais capacidade de produção de automóveis do que renda disponível para comprá-los.

Isso explica a derrocada da Audi e da Chrysler no Estado, que parecem ter falhado em sua estratégia de atuação no mercado nacional, haja vista seus veículos estarem voltados para consumidores com nível de renda mais elevados, ou seja, a grande minoria da população do estado e da população nacional. Em contrapartida, as empresas do mesmo segmento, já conhecedoras do mercado local, que lançaram mão de uma estratégia mais adequada ao mesmo, mantiveram-se no mercado, como a Volkswagen, por exemplo.

Destarte, o fator renda foi e continua sendo um dos principais entraves para a sustentação da demanda em condições suficientes para equilibrar o mercado interno.

Somou-se a este empecilho de ordem local a valorização do dólar americano em relação às moedas dos países que compunham o Mercosul, gerando impactos negativos no cenário comercial brasileiro e, principalmente, na economia Argentina.

Segundo o Anuário Estatístico da Indústria Automobilística do Brasil de 2005, 1998 e 1999 foram desfavoráveis para a indústria automobilística, por causa principalmente do arrocho monetário que antecedeu e sucedeu a desvalorização cambial, causando a retração das vendas de autoveículos em 21% em 1998 e 18% em 1999. Conseqüentemente a produção teve uma queda de 23% e 14%, respectivamente nesses anos, haja vista a pouca inserção do mercado brasileiro nos países desenvolvidos, somada à queda da demanda argentina a partir de 1999, impossibilitou as vendas externas do país. Somente em 2000 e 2001 é que o Brasil se recuperou, voltando a evoluir positivamente, mas em 2002 houve novamente outra retração se mantendo assim até 2003.

Note-se que o período de retração da demanda e da indústria automobilística (1998 e 1999), coincidiu com o ano de instalação da Chrysler

em Campo Largo, uma das razões pelas quais a mesma não conseguiu se sustentar no mercado.

Após este período de "vacas magras" para a indústria automobilística, a produção retomou sua escala de crescimento, principalmente em função do mercado externo. Buono (2000) ressalta que,

> No que concerne ao comércio exterior, desde o ano 2003, as exportações têm atingido valores recordes tanto em termos monetários como em unidades de autoveículos. Dessa forma, o coeficiente de exportação, que se manteve, em média, equivalente a 25% da produção local no período 1990-02, elevou-se, nos últimos três anos, para cerca de 29% em 2003 e 2004 e para 36,65% em 2005, em relação ao total de autoveículos produzidos no País.

Nesse ínterim, a economia nacional retomou seu crescimento, apresentando ótimos resultados na pauta de exportações, destacando-se o setor automotivo. As três principais montadoras do Paraná foram responsáveis por esses números: Volkswagen com uma exportação em 2007 de US$ 713.540.784, a Renault do Brasil com US$ 689.409.026, e a Volvo com US$ 399.344.321, tendo respectivamente uma participação de 5,78%, 5,58% e 3,23% das exportações paranaenses (IPARDES, 2008).

É importante ressaltar que as exportações foram impulsionadas pelas condições econômicas do país, principalmente pelas altas taxas de juros, o que desestimulou os consumidores domésticos. Segundo dados da Anfavea (2005), enquanto as vendas do mercado interno cresceram 10,5% em 2004, as exportações aumentaram 51,8% no mesmo ano, mostrando que as montadoras recorreram mais às vendas externas para manter suas atividades em alta.

Este dado explica a sustentabilidade das outras montadoras instaladas no Estado, que conseguiram colocar a produção local no mercado internacional, o que não ocorreu com aquelas sucumbentes, haja vista a saturação em seu público consumidor interno e externo, dentre outros fatores já mencionados.

4.3 – INDÚSTRIAS CORRELATAS OU DE APOIO NO PARANÁ

A presença de indústrias abastecedoras ou correlatas próximas é um dos quatro determinantes necessários para se obter vantagens competitivas. A proximidade propicia a redução dos custos, tendo em vista as dificuldades de transporte, principalmente no caso de componentes com alto volume ou que apresentem riscos de danos.

Cientes que a distância entre a localização da montadora e de seus fornecedores é variável, Mathieu e Gorgeu (2004), citado por Patrícia Baliski *et al*, recomendam a seguinte relação de proximidade inter-firmas, no âmbito da cadeia produtiva automotiva do Paraná:

1 - Empresas fornecedoras de sistemas de direção, assentos, eixos, sistemas de câmbio, módulo de porta e outros poderão estar localizados dentro do condomínio industrial ou até 5 Km a partir do mesmo;

2 - Empresas fornecedoras de material têxtil para assentos, painéis de porta, peças plásticas, direção e rolamentos poderão estar localizadas num raio de 6 a 30 Km da região metropolitana de Curitiba;

3 - Empresas fornecedoras de chicotes, correias e direção flexível, poderão estar localizados entre 31 e 150 Km;

4 - Empresas fornecedoras de amortecedores, buzinas, pneus, extintor, tintas, radiador, etiquetas, rodas, faróis, tapetes, dentre outros, poderão estar localizados há mais de 400 Km.

No caso do Paraná, a Renault e a WW possuíam seus fornecedores localizados na mesma área da montadora. Os de 2º camada, se localizavam a uns 20 Km da montadora e os outros fornecedores, de 3º, 4º e 5º camadas, possuíam um relacionamento maior com os fornecedores de 2º camada e um relacionamento indireto com as montadoras.

A tabela 4, a seguir, por exemplo, mostra a localização dos fornecedores da Renault e Audi-Volkswagen no Brasil e no exterior. Pode-se verificar que de um total de 86 fornecedoras da Renault, 26 estavam localizadas no Paraná e 45 em São Paulo. E no caso da Audi-VW, de um total de 144 fornecedoras, 30 estavam localizadas no Paraná e 97 em São Paulo.

TABELA 4 - NÚMERO DE FORNECEDORES DAS MONTADORAS RENAULT E AUDI/VOLKSWAGEN INSTALADAS NO PARANÁ, 1997, SEGUNDO LOCALIZAÇÃO.

Estado (UF) / País	Renault	Audi/Volkswagen
PR	26	30
SP	45	97
MG	2	9
RS	2	4
RJ	1	-
ARGENTINA	7	-
FRANÇA	3	-
PORTUGAL	1	-
CANADÁ	-	1
ALEMANHA	-	1
Não identificado	-	2
Total	87	144

FONTE: BALISKI, P. *ET AL*, 2005

A tabela 5, abaixo, mostra a localização dos fornecedores da Renault e da Audi no Paraná em 2004, segundo suas escalas de proximidade com as montadoras. Obedecendo as regras de proximidade interfirmas, vistas anteriormente.

TABELA 5- LOCALIZAÇÃO DOS FORNECEDORES SEGUNDO AS ESCALAS DE PROXIMIDADE

	Renault		Audi	
Localização	Total	%	Total	%
Até 5 km*	6	7	19	13
De 6 a 30 km	17	20	10	7
De 31 a 150 km	2	2	1	0,7
Mais de 400 km	50	58	110	76
Exterior	11	13	2	1
Não identificado	-	-	2	1
Total	86		144	

FONTE: BALISKI P., 2005.

De acordo com Frigant, citado por Baliski *et al* (2006), há três fatores importantes a se considerar quando se trata da vinculação entre montadora e fornecedores: i)os fornecedores seguem as montadoras em seu deslocamento pelo mundo; ii) há uma diversificação de clientes; iii) países de baixo custo de produção. Complementa o autor, que na escala do país, a localização dos fornecedores pode ser explicada por duas hipóteses:

1) quando o fornecedor produz componentes constitutivos dos módulos que são destinados às várias montadoras a produção ocorre em plantas especializadas;
2) quando o fornecedor produz módulos específicos de uma montadora, este deve estar integrado ao processo produtivo, localizando-se junto à montadora respectiva. Nesse caso há exclusividade na produção, é o que explica em muitos casos a existência de várias unidades produtivas de uma mesma empresa numa cidade ou região, ou seja, a multilocalização dos estabelecimentos. (Frigant, 2004, citado por Balisk *et al,* 2006).

A tabela 6 a seguir exemplifica o que foi dito anteriormente, indicando a quantidade de empresas fornecedoras das montadoras que seguiram as mesmas quando estas se instalaram no Brasil na década de 90.

TABELA 6 – PAÍS DE ORIGEM DOS FORNECEDORES DAS MONTADORAS RENAULT E AUDI/VOLKSWAGEN INSTALADOS NO PARANÁ

	Renault		Audi		Total – Renault e Audi	
	Total	%	Total	%	Total	%
França	20	27,1	11	7,8	31	14,5
Alemanha	08	10,9	23	16,5	31	14,5
Estados Unidos	18	24,3	28	20,0	46	21,5
Brasil	03	4,0	24	17,1	27	12,6
Outros*	25	33,7	54	38,6	79	36,9
Total – Fornecedores	74	100,0	140	100,0	214	100,0

FONTE: BALISKI, P., 2005

De acordo com a tabela acima, pode-se verificar que somente 27 fornecedoras de autopeças são de origem brasileira, e 46 são de origem norte-americana. Assim, França, Alemanha e Estados Unidos, respondem por quase 60% das empresas fornecedoras enquanto o Brasil tem um percentual de 12,6%.

De acordo com o Ipardes - Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social, a Região Metropolitana de Curitiba até 2007 contava com 211 empresas do setor. Em todo o Estado o número de empresas associadas ao setor automotivo aumentou de 372 em 1995 para quinhentos em 2003, sendo 288 do segmento de autopeças.

Não há dúvidas, portanto, de que o pólo automotivo trouxe benefícios significativos para o Estado, com um grande aumento de empresas relacionadas ao setor automotivo e, em conseqüência, aumento do número de pessoas empregadas. Isso tornou o Paraná um grande parque industrial.

4.4 - ESTRATÉGIA, ESTRUTURA E RIVALIDADE DAS EMPRESAS NACIONAIS NO PARANÁ

O último determinante das vantagens competitivas na indústria, segundo Porter (1990) refere-se à estratégia, estrutura e rivalidade entre as empresas.

O Paraná, inicialmente não possuía a tecnologia e a qualificação técnica exigidas pelas montadoras para fornecer módulos ou sistemas, mas com o passar dos anos as firmas puderam desenvolver suas tecnologias e passaram então a disputar mercado com as empresas fornecedoras estrangeiras. Segundo Porter, a rivalidade faz com que as empresas se esforcem para investir em inovação, tecnologia e conhecimento, o que traz um grande crescimento econômico para a região. Ela cria pressões sobre as empresas para que estas melhores e inovem, e o sucesso de uma determinada empresa impulsiona outros rivais a disputar mercado na indústria. Assim como a concentração geográfica de rivais numa mesma cidade, como ocorreu com

Curitiba e Região Metropolitana, fez com que houvesse na década de 90, desenvolvimento de tecnologia e novos processos de produção, através de conversas informais e troca de trabalhadores entre as firmas concorrentes.

Dessa forma, as empresas da região conseguiram se qualificar o suficiente para disputar mercado com as fornecedoras estrangeiras, e se colocar entre as fornecedoras de autopeças para as montadoras.

A seguir será visto como o acaso e o governo influenciam todos esses determinantes, de acordo com os determinantes de Porter.

4.5 –INFLUÊNCIAS DO ACASO E DO GOVERNO COMO DETERMINANTES DE COMPETITIVIDADE NO PARANÁ

O acaso pode influenciar os outros determinantes através de guerras, invenções, acontecimentos políticos, etc..

O governo transforma os determinantes por intermédio da política econômica, de investimentos em educação e pesquisa, de diminuição de impostos e tarifas, etc. No setor automotivo, essa transformação se deu através de decisões políticas, que incentivaram o investimento e impulsionaram o crescimento industrial, como a abertura comercial na década de 90 durante o governo de Fernando Collor de Mello, a política de incentivo de Fernando Henrique Cardoso à indústria automotiva, os acordos firmados no âmbito do Mercosul e a chamada guerra fiscal, são exemplos que serão vistos com mais detalhes a seguir.

O governo intervém no crescimento econômico do Estado, à medida que ele é o responsável pela política de desenvolvimento industrial, pela política de atração de investimentos, pelo equilíbrio das contas públicas, além de outros fatores como, construção de portos e conservação das estradas estaduais. Abaixo será visto alguns exemplos de como o governo e o acaso influenciaram a economia do Paraná para que este, por sua vez, pudesse atrair as montadoras.

4.5.1 – Globalização

A globalização da indústria automobilística, como obra do acaso, é caracterizada pela concentração da produção, das vendas e do comércio no interior dos principais mercados estrangeiros, pelo crescente aumento dos investimentos externos diretos em países como o Brasil, e pela emergência de novas formas de organização da produção.

A globalização automotiva, também é um fenômeno que interfere, e muito, no processo de expansão das importações, pois exige das empresas e dos países a ela integrados, um novo padrão de concorrência, onde as formas de produção e de gestão antigos já não são mais eficazes, sendo necessário um maior investimento em conhecimento, tecnologia, equipamentos e gestão. No Brasil, a globalização teve como efeito integrar, modernizar e reestruturar a indústria no país.

4.5.2 – Mercosul

Também como interferência e incentivo do governo, podemos citar os acordos firmados no âmbito do MERCOSUL - Mercado Comum do Sul. É um bloco econômico criado em 1991, pela Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai baseado no Mercado Comum Europeu com o objetivo de reduzir ou eliminar impostos, proibições e restrições entre seus produtos, ampliando o mercado de comercialização dos produtos fabricados pelos países entre os países membros, o que promoveu uma oxigenação na indústria brasileira através de investimentos em tecnologia, disponibilidade de novos produtos, ganhos de produção e novas formas de gestão. Como conseqüência, houve crescimento da indústria automotiva com a instalação de montadoras no país e maiores investimentos das montadoras já instaladas, o que tornou o setor automobilístico brasileiro um dos mais competitivos do mundo.

Em 2004, os países chamados andinos como o Chile, Bolívia, Equador, Colômbia e Peru se associaram ao MERCOSUL. O Brasil assumiu a liderança do bloco econômico e a Argentina assumiu a segunda colocação. O Brasil exporta, principalmente para os países parceiros, automóveis bem como suas peças de manutenção e outros produtos não relacionados. Esse bloco econômico permitiu ao país aumentar suas exportações para a América do Sul, o que tornou o Brasil um país promissor para a economia latino americana.

4.5.3 – Abertura Comercial

Quando Fernando Collor de Mello assumiu a presidência do Brasil, nos anos 90, iniciou-se o processo de abertura comercial, havendo então diminuição das barreiras tarifárias, aumento dos benefícios para instalação de empresas estrangeiras, aumento da tributação para empresas nacionais, aumento da taxa de juros e aumento da burocracia para os produtores locais, o que ocasionou, inicialmente, um impacto negativo sobre o nível geral de emprego. O processo de abertura comercial, permitiu ao país "que as empresas se reestruturassem, modernizassem suas fábricas, aumentassem substancialmente sua produtividade e, assim, muitas se demonstraram, a partir de então, capazes de competir internacionalmente." (Pereira, B. pág 275)

A abertura comercial provocou uma profunda reestruturação industrial no Brasil. Embora tenha trazido benefícios para os consumidores, pela maior disponibilidade de bens e serviços, com melhores preços e tecnologias, houve também alguns impactos negativos sobre o nível de emprego, tendo em vista que a procura por profissionais qualificados, fez com que muitos funcionários fossem demitidos, obrigando muitos outros trabalhadores a se especializarem e se qualificarem para trabalhar nas empresas fornecedoras de módulos. E por serem, a maior parte das empresas de autopeças, familiares e de pequeno e médio porte, e não possuírem tecnologia e condições financeiras suficiente pra competir no mercado, não conseguiram realizar grandes investimentos em tecnologia, necessários às novas exigências do mercado.

Conseqüentemente, de acordo com dados do Paraná Automotivo, observaram-se dois fatos importantes. O primeiro foi a redução do número de empresas do setor. Em 1990 existiam cerca de 2000 empresas e em 1997 passaram para 250 empresas. O segundo fato foi o processo de aquisição de empresas antes familiares por empresas multinacionais do setor, a fusão entre empresas e joint venture (investimento de risco compartilhado entre duas ou mais empresas) entre algumas empresas nacionais com multinacionais a fim de possibilitar uma transferência de tecnologia. (Paraná Automotivo, Revista do Sindimetal, Curitiba, 1997)

Entretanto, houve também um grande aumento da competição no mercado e as montadoras viram-se obrigadas a lançar novos modelos, fazendo crescer o setor automobilístico, aumentando os níveis de investimentos no setor. Em 1997 e 1998 o Estado do Paraná passou a receber várias indústrias que investiram maciçamente no setor, fazendo com que o Paraná se tornasse um dos destaques da produção nacional e do Mercosul.

Desde 1998 o Estado passou a ter uma participação no PIB nacional superior a 6%, chegando em 2004 a uma participação de 11% na produção nacional (Ipardes, 2004). Até 2008 o Paraná respondia por 10,9% da produção de veículos no Brasil, com um total de 654 indústrias, entre montadoras e fabricantes, com uma geração de 35,7 mil empregos, de acordo com dados do Sincopeças-PR, 2008. Isso mostra a importância da Abertura Comercial na economia do país e para o Estado do Paraná.

4.5.4 – Novo Regime Automotivo

O Regime Automotivo no Brasil, que vigorou de dezembro de 1995 até fins de 1999, foi um instrumento utilizado para consolidar e atrair novos investimentos no setor automotivo e foi inspirado no Regime Automotriz da Argentina, que trouxeram modernização industrial e reestruturação tecnológica ao país e tinha como principais objetivos:

1) atrair novas companhias e estimular a construção de novas plantas e marcas;
2) manter em funcionamento as grandes montadoras e as grandes indústrias de autopeças já instaladas no país;
3) abrir a via de reestruturação das empresas brasileiras do setor, facilitando os processos de fusão, associação e aquisição;
4) consolidar o Mercosul (Mercado Comum do Sul) e reforçar a posição do Brasil como sua peça chave.

Como conseqüência desse programa do governo federal, a partir de 1996, houve a instalação de 16 grandes montadoras, 150 empresas de autopeças e 29 firmas de outros setores produtivos vinculados a essa cadeia produtiva no Brasil.

Essa nova onda de investimentos, de acordo com o Ministério da Indústria do Comércio e do Turismo, citado por Henrique Rattner, indicou um investimento total de US$ 10,6 bilhões entre Dezembro de 1995 e Setembro de 1998. E entre os Estados beneficiados com essa expansão de novas plantas está o Paraná, com a instalação da Chrysler em 1998, da Renault em 1999 e da Audi/VW em 1999.

Em 2004 o país contava com 18 empresas produtoras de autoveículos, que possuíam um total de 35 plantas industriais construídas, considerando montadoras de autoveículos, fábricas de motores e centro de provas, das quais 22 foram inauguradas entre 1997 e 2002. Logo, os investimentos no período ampliaram significativamente a capacidade produtiva da indústria automobilística local, que, em 2003, estava por volta de 3,2 milhões (Meiners, 2002).

4.5.5 – Programa Brasileiro de Produtividade e Qualidade (PBQP)

Outro exemplo de interferência do governo foi o Programa Brasileiro de Produtividade e Qualidade (PBQP), que foi formulado em 1990 como um dos elementos da Política Industrial e de Comércio Exterior do Governo Collor. O

PBQP tinha por objetivo difundir modernas técnicas de produção e gestão a todo parque industrial do país. Este programa começou em 1990 para apoiar a modernização das empresas brasileiras, que precisavam se ajustar à abertura econômica e à forte concorrência estrangeira. O Programa difundiu o conceito de qualidade como estratégia empresarial e gerencial, não apenas no aspecto técnico. O Programa definia metas em 13 temas ligados à competitividade e qualidade de vida, que iam de indústria, exportação, habitação, à educação, saúde, consumidor, trabalho, ciência e tecnologia.

A indústria automobilística brasileira iniciou uma fase de reestruturação na década de 1990 a partir dos incentivos criados pelos Acordos Automotivos de 1992 e 1993 e ampliados pelo Regime Automotivo de 1995, que contribuíram para incentivar o setor a investir em novas plantas através das empresas já instaladas no país. Novas empresas foram atraídas e as que já estavam refizeram suas antigas fábricas, objetivando aproximar-se dos padrões de eficiência e produtividade do trabalho atingido pelas novas plantas.

Este programa, juntamente como o Regime Automotivo, foi importante no incentivo de técnicas mais modernas de produção, o que proporcionou às empresas nacionais vantagens em relação às empresas estrangeiras na disputa pelo mercado de fornecimento de insumos e sistemas modulares para as montadoras.

4.5.6 – Guerra Fiscal

A partir da Emenda Constitucional n° 18, de 1965, de caráter nacional, ficaram estabelecidos os princípios tributários da relação jurídico-tributária entre o Estado e os contribuintes, e a discriminação das competências tributárias da Federação, bem como a forma como será repartida a receita tributária entre a União, Estados e Municípios. Este sistema começou a ficar vulnerável no final da década de 70 e início da década de 80, quando começou a haver mudanças na estrutura tributária, tendo em vista a falta de recursos

externos existente, fazendo com que a receita tributária passasse a ter maior importância para o Estado.

Com a Nova Constituição Federal de 1988, houve uma reformulação do sistema tributário existente no país, caracterizado principalmente pela ampliação das competências tributárias da União e concessão de maior liberdade para instituir e isentar impostos aos estados-membros. Dotados destas prerrogativas, os estados federados e os municípios, quando julgavam oportuno, assumiam uma postura de exacerbação de práticas competitivas e não cooperativas, denominadas de "guerra fiscal".

A "Guerra Fiscal" foi um importante acontecimento impulsionado pelo governo e caracterizou-se por procedimentos de concessões fiscais e creditícias implementados pelos estados, baseada no jogo com a receita e a arrecadação futura do ICM. Somava-se aos incentivos fiscais a concessão de diferentes taxas de financiamento para capital de giro e investimentos estatais em infra-estrutura, incluindo terraplanagem, vias de acesso, terminais portuários, ferroviários e rodoviários, assim como malhas de comunicação. Um dos primeiros estados a se engajar na guerra fiscal foi o Paraná.

O Paraná se valeu de seu principal fundo governamental, utilizado desde a década de 70, o Fundo de Desenvolvimento Estadual (FDE), composto por recursos do extinto (IVC) e posteriormente pelo ICM, receitas de empresas com participação do governo paranaense e dotações orçamentárias. Em 1992 o FDE, após um período de reduções de receitas devido à decada perdida, teve um grande reforço devido às compensações financeiras e royallities devido à Itaipu. (Fenabrave, 2005)

Segundo Buono, dentro do contexto da guerra fiscal, o Paraná concedeu diversos benefícios para a instalação de algumas montadoras, tais como:

a) Para a Chrysler (Campo Largo-PR):
- Investimento: US$ 315 milhões
- Capacidade: 40 mil veículos/ano (Dodge Dakota)

b) Para a Renault (São José dos Pinhais-PR):
- Investimento: US$ 600 milhões
- Capacidade: 120 mil veículos/ano (Mègane/Scènic e Clio)
- Empregos Diretos: 2.500

- Contrato entre Renault e o governo do Paraná

Terreno
- Doação de 5 milhões de m2
- Construção de subestação da COPEL
- Construção de ramal ferroviário ligando empresa à rede
- Abastecimento de água através da construção de poço artesiano
- Berço e pátio exclusivos no porto de Paranaguá
  Infra-Estutura
- Linha permanente de transporte coletivo

Participação no Capital
- Participação de 40% do capital da empresa, equivalente a R$ 300 milhões via FDE, venda de ações da COPEL e royalities

Crédito
- Suspeita de concessão de crédito com carência de 10 anos, sem juros e sem correção monetária

Diferimento ICMS
- Diferimento de 100% direto (sem uso de financiamento) do ICMS gerado por 4 anos, com correção monetária (UFIR) e sem juros.

c) Para a Volkswagen/Audi (São José dos Pinhais-PR):
- Investimentos: US$ 750 milhões
- Capacidade: 120 mil veículos/mês (Audi A3 e Golf)
- Empregos Diretos: 2.200

Foi através desses artifícios que o Paraná conseguiu atrair as montadoras para a sua região e se tornar o segundo pólo industrial de automóveis do país.

4.6 CONSIDERAÇÕES ACERCA DOS DETERMINANTES DE COMPETITIVIDADE DA CADEIA PRODUTIVA AUTOMOTIVA NO PR

Fazendo uma análise dessas vantagens de competitividade no Estado do Paraná, verifica-se que a onda de investimentos da região é resultado de um conjunto de medidas aplicadas pelo Governo Federal e Estadual, como: aumento do poder aquisitivo do paranaense via aumento do salário real, queda

da taxa de juros, abertura ao aumento do investimento direto do capital estrangeiro no setor produtivo, propiciando a abertura de novas empresas na região, e a construção de portos, rodovias, escolas técnicas e universidades.

De acordo com Lourenço (2005), citado por Meiners (1999) "A indústria automotiva foi de fato o carro-chefe desse período". Entre 95 e 2002, segundo o autor, o Paraná recebeu investimentos privados da ordem de R$ 12 bilhões - quase 40% do volume foi para o setor de fabricação e montagem de veículos automotores, seguido pela indústria de alimentos e bebidas, com 11%. "Doze bilhões de reais é um volume excelente. Em compensação, de 2003 para cá, os investimentos foram irrisórios", afirmou o economista, acrescentando que, em nível nacional, os investimentos também se tornaram menores. Ainda segundo o economista, dois fatores interferiram na atração de investimentos em nível nacional a partir de 96: a estabilidade monetária e o interesse das empresas em sair do pólo industrial paulista. "As empresas buscaram locais com infra-estrutura adequada, mão-de-obra qualificada e um local que ligasse São Paulo ao Mercosul. "Elas estão aqui pela proximidade com os clientes, fornecedores, mão-de-obra qualificada, infra-estrutura. O Paraná apresentava todas essas vantagens comparativas, além de oferecer incentivos fiscais".

Mesmo com todos esses benefícios, nem todas as montadoras aqui instaladas obtiveram o resultado esperado. Como exemplo, a Chrysler que fechou em 1999, apenas dois anos depois de inaugurada, e a Audi que fechou suas portas em 2006, de acordo com dados do Paraná On-line de 2006. Ambas sucumbiram em razão da não-obtenção de um dos principais determinantes elencados por Porter, as condições de demanda, que se afiguraram insuficientes e com pouca probabilidade de expansão, haja vista a saturação de seu mercado. (Lourenço 2007, citado por Meiners, 1999).

Nesse panorama competitivo, percebe-se que inicialmente a situação era favorável a instalação de poucas montadoras no Estado do Paraná, mas a partir do momento em que outras montadoras começaram a disputar fatias do mercado, houve uma saturação, onde somente quem conseguiu alavancar e aproveitar mais vantagens competitivas conseguiu sobreviver, como é o caso da Renault e da Volkswagen/Audi do Paraná.

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com os dados apresentados nesse trabalho, verificou-se que a indústria automobilística foi o "carro chefe" do desenvolvimento da indústria no estado do Paraná, pois com a abertura comercial promovida no país, na década de 90, houve a possibilidade de expansão das montadoras já instaladas no Brasil e a oportunidade de outras montadoras estrangeiras instalarem suas fábricas no país, contribuindo assim, para o desenvolvimento da indústria nacional, através de inovações tecnológicas, capacitação profissional, conhecimento, aumento de emprego, e, conseqüentemente, aumento do bem estar da população.

Com esta abertura comercial os estados-membros passaram a "disputar" tais empresas, dando ensejo à denominada guerra fiscal. O Paraná destacou-se como um dos pioneiros nessa batalha, concedendo benefícios fiscais, entre outras vantagens, angariando a instalação de três grandes montadoras na região: a Chrysler, a Audi e a Renault.

Da chegada dessas montadoras resultou a expansão do parque industrial automobilístico paranaense, pois as mesmas trouxeram consigo, de seus países de origem, além de seu contingente produtivo, as suas próprias fornecedoras de autopeças, haja vista o alto grau de qualidade das peças exigido pelas mesmas. Isso forçou as empresas nacionais a se adequarem ao padrão de qualidade exigido pelas montadoras, para conseguirem fazer parte do quadro de fornecedores de insumos e autopeças, necessários à fabricação dos veículos automotivos, dado o grau de especialização exigido pelas mesmas.

Tais exigências obrigaram as empresas locais a se tornarem mais competitivas, a adotarem estratégias adequadas às suas expectativas de longo prazo e às intempéries ou às oportunidades de curto prazo e a avaliarem melhor as suas relações na cadeia produtiva, a fim de minimizar as incertezas do ambiente econômico. Como conseqüência disso, houve uma melhora na qualidade dos produtos e serviços, e um maior investimento em inovação, tecnologia e conhecimento, o que auxiliou no desenvolvimento industrial do estado. O Paraná passou de produtor agroindustrial para industrial.

Esse novo panorama industrial atraiu ao estado várias empresas ligadas ao setor automotivo, e que eram necessárias para o funcionamento da cadeia produtiva automotiva, como as fornecedoras de insumos e de autopeças de 3º e 2º níveis, o que causou um aumento no número de pessoas empregadas e um aumento na população da região, segundo dados do Dieese, pois a instalação de três grandes montadoras no Paraná, funcionou como uma "chamariz" para pessoas de outros estados do Brasil.

O Paraná possuía na década de 90 a maioria das vantagens competitivas necessárias ao investimento das montadoras no estado, mencionadas por Porter, entretanto a condição de demanda não correspondeu à capacidade de produção de todas as montadoras que se instalaram. Somente quem conseguiu atingir um público mais popular e manter um bom numero de exportações, como foi o caso da Volkswagen e da Renault, conseguiu se manter na disputa. Outros fatores como, as crises econômicas nos países do Mercosul e a desvalorização cambial, ocorridos no final da década de 90 e início de 2000, também exerceram forte influência sobre a falta de demanda do setor automobilístico.

Portanto, esse trabalho trouxe à tona que a competitividade é um fator determinante de desenvolvimento para uma região, e que, para uma região ser competitiva, é necessário satisfazer as 4 condições elencadas por Porter. A ausência de qualquer dessas condições pode ser fatal para qualquer empreendimento que pretenda se instalar no âmbito de uma região aparentemente atrativa e promissora, tal qual o Paraná no final da década de 90.

Apesar de tudo, o aumento do número de unidades produzidas, os novos investimentos realizados, a conquista de uma expressiva fatia do mercado nacional e a aceitação dos produtos em exigentes mercados internacionais mostram que o pólo automotivo do Paraná ainda se mantém consolidado e promissor.

Mas vale frisar que o estado pagou um alto preço pela reestruturação industrial, pois os investimentos efetuados e a redução da carga tributária oneraram toda a população do estado, a fim de que mais postos de trabalho e uma promessa futura de retorno fiscal fossem concretizados. O resultado desses encargos para o Estado não parece ter sido de todo satisfatório, pois os

jornais noticiam, na atualidade, a partida desses capitais sem a contrapartida esperada, tudo isso ainda somado ao fato de que quase todo o lucro gerado pela força produtiva local é destinado às matrizes no exterior, culminando em investimentos e dispêndio deste capital com novas unidades em locais considerados atualmente mais atrativos, como a China, por exemplo.

O resultado final desta equação parece favorecer muito mais os ricos industriais estrangeiros do que a população local.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANUÁRIO ESTATÍSTICO DA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA BRASILEIRA 1999. São Paulo: ANFAVEA, 1997. Anual.

ANFAVEA – Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores – disponível no site: www.anfavea.com.br – acesso em 21/04/2007

AUTOMOTIVE BUSINESS – disponível em :www.automotivebusiness.com – acesso em 29/05/2009

BALISKI, P. *et all* – "PROXIMIDADE INTER-FIRMAS E PRODUÇÃO DO AUTOMÓVEL NO PARANÁ: ANÁLISE PRELIMINAR" (02/10/2006)- Disponível em http://www.cori.unicamp.br/jornadas/completos/UFPR/CA1008%20-%20Patricia%20baliski.doc – acesso em 30/04/2009

BUONO, M. E. – Projeto de Iniciação Científica CNPq/ PIBIC 2000, disponível em http://www.cnpq/pibic2000.pdf - acesso em 30/05/09

BURITY, P. e Santos, A.M.M.M. – "O Complexo Automotivo". Disponível em http://www.bndes.gov.br/conhecimento/livro_setorial/setorial6.pdf - Acesso em 19/05/2007

CASTRO, Cristian Alberto de. "Crescimento e Mudança Estrutural na Economia Paranaense: Uma Proposta de Interpretação," Curitiba, 2004. Monografia de Graduação em Ciências Econômicas – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná.

COMIN, Alexandre – "De Volta Para o Futuro – Política e Reestruturação Industrial do Complexo Automobilístico dos Anos 90" – Editora Annablume, 1998 CEBRAP e PAPESP

FENABRAVE, 2005. Federação Nacional de Veículos Automotores- Disponível em:<http://www.fenabrave.com.br>. Acesso em: 23 jun. 2006.

FARAH JR, M. F. – "Pequena Empresa & Competitividade Desafios e Oportunidades".Juruá: Editora Curitiba, 2004.

FIEP – REDE DE COMPETÊNCIAS Rede de Observatório de Desenvolvimento Industrial "Prospectiva Estratégica para o Setor Automotivo da RMC – Horizonte 2020 (2008)

IPARDES (Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social) disponível em www.ipardes.gov.br – acesso em 29/05/09

IPARDES (Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social). "Arranjo Automotivo da Região Metropolitana Sul - Curitiba no Estado do

Paraná". Estudo realizado com apoio da Fundação Araucária, 2005.

IPEA/ABDI – "Boletim de Conjuntura Industrial" - Fevereiro de 2006 – Nº 41

KON, A. "Economia Industrial". São Paulo: Nobel S. A., 3º edição, 1994.

KRUGMAN, P. "Economia Internacional". São Paulo: Editora Makron Books, 6º edição, 1999.

LOURENÇO, G. M. "A Economia Paranaense em Tempos de Globalização." Curitiba, 2005.

MEINERS, W. E. M. A. Implantação da Indústria Automobilística e Novos Contornos da Região de Curitiba. Dissertação (Mestrado de Economia) – Universidade Federal do Paraná (1999).

MÜCHE, G. M. "Implantação da Indústria Automobilística no Estado do Paraná na Década de 90: O Federalismo Fiscal e Suas Conseqüências". Monografia de Economia – Universidade Federal do Paraná (2001).

PEREIRA, Bresser. "Economia Brasileira e Contemporânea" – São Paulo: Editora Brasiliense 1990, 7º edição.

Paraná Automotivo, Revista do Sindimetal, Curitiba, 1997 – disponível em www.sindimetal.com.br – aceso em 30/04/09.

PORTER, Michael. A Vantagem Competitiva das Nações. Rio de Janeiro: Campus, 1993, 1º edição.

REVISTA DE GESTÃO INDUSTRIAL – "As atividades de desenvolvimento de produtos de três montadoras de motores para automóveis – estudos de caso no setor automobilístico brasileiro", Universidade Tecnológica do Paraná – UTFPR – Campus Ponta Grossa – issn 1808-0448/v.02, n 01, p. 01-12, jan-mar 2006

SEBRAE/PR – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná – disponível em www.sebraepr.gov.br, acesso em 29/05/09.

PARANÁ ON LINE – 28/06/2006 – disponível em www.paranaonline.com.br, acesso em 29/05/2009

PEREIRA, L. C. B. "Desenvolvimento e Crise no Brasil. História Econômica e Política de Getúlio Vargas a Lula". São Paulo: Editora brasiliense, 1998, 5º edição.

PINDYCK, R e RUBINFELD, Daniel. Microeconomia. São Paulo: Editora Prentice Hall, 2002, 5º edição.

RESENDE, Fernando. "Finanças Públicas". São Paulo: Editora Altas S.A. 2001.

SILVA, C. L. da. "As Estratégias da Indústria Automobilística brasileira". Revista FAE Business, n. 2, Jun 2002. Disponível em www.analise_setorial1_as_estrategia_.pdf (acesso em 21/05/2007).

SILVA, Ronildo. "Setor Automotivo em Curitiba e Região Metropolitana: O Nascimento, Evolução e Previsões do Setor". Curitiba, 2003. Monografia de Pós-Graduação em Marketing Empresarial – Centro de Pesquisa e Pós Graduação em Administração, Universidade Federal do Paraná.

SILVEIRA FILHO, José da – "A indústria automobilística brasileira: um enfoque interdisciplinar do caso Renault" - artigo disponível em http://www.ecopar.ufpr.br/artigos/a3_097.pdf - acesso em 30/05/09

SINCOPEÇAS/PR - SINDICATO DO COMÉRCIO VAREJISTA DE VEÍCULS, PEÇAS E ACESSÓRIOS PARA VEÍCULOS NO ESTADO DO PARANÁ– disponível no site: www.sincopecaspr.combr

SINDIMETAL – Sindicato dos Metalúrgicos – disponível no site: www.sindimetal.com.br

SINDIPEÇAS – Sindicado das Indústrias de Autopeças – disponível no site: www.sindipeças.com.br

TEXTO PARA DISCUSSÃO Nº 786. "Evolução das Cadeias Produtivas Brasileiras na Década de 90". Disponível em www.cadeia_produtiva_decada_90.pdf (acesso em 21/05/2007)

VASCONCELLOS, L.H.R. – "Planejamento Estratégico da Cadeia de Suprimentos: uma contribuição aos modelos de decisões comprar/fazer através da aplicação de uma estrutura de análise de decisão no caso do Consórcio Modular de Resende". Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas, 2002.