

# A indústria automobilística brasileira na década de 80\*

EDUARDO AUGUSTO GUIMARÃES\*\*

*O artigo analisa o desempenho da indústria brasileira de automóveis ao longo da década de 80, focalizando em particular sua reação e adaptação à crise do mercado interno. Após rever a trajetória da indústria nos anos 70, examina o impacto da contração da demanda interna sobre a estrutura do mercado, bem como as implicações da crise sobre o processo de diferenciação de produto e sobre a política e a evolução dos preços. Analisa, por fim, a significativa expansão das exportações das empresas montadoras, caracterizando-a como a principal resposta da indústria à crise do mercado interno.*

## 1 — Introdução

A produção brasileira de automóveis apresenta uma trajetória de crescimento quase ininterrupto de sua implantação até o início dos anos 80. Ao longo desta trajetória, é possível identificar dois ciclos de crescimento, ambos caracterizados por uma fase de expansão mais acelerada à qual se segue uma fase de expansão mais lenta. O primeiro ciclo estende-se até 1967; o segundo até 1980. Os anos de 1962 e 1974 correspondem aos momentos em que, em cada um destes ciclos, se desacelera o ritmo de crescimento. Os anos 80 caracterizam um terceiro estágio na história da indústria, marcado pela contração da demanda interna e por queda substancial do seu nível de atividade.<sup>1</sup>

Este artigo examina a evolução e o desempenho da indústria ao longo da década de 80, focalizando em particular sua reação e adaptação à crise. A segunda seção detém-se nos antecedentes, descrevendo a trajetória e as características da indústria nos anos 70. A terceira seção focaliza o impacto da

\* Este artigo corresponde a uma versão modificada do trabalho *A política governamental e a indústria automobilística*, elaborado para o Banco Mundial. O autor beneficiou-se dos comentários de Claudio Frischtak à sua versão original. O termo "indústria automobilística" refere-se aqui apenas à produção de automóveis.

\*\* Do Instituto de Economia Industrial da UFRJ.

<sup>1</sup> A evolução da produção de veículos comerciais é mais complexa do que a de automóveis. Embora as tendências gerais sejam semelhantes em ambos os casos, constatam-se períodos de queda efetiva da produção de veículos comerciais ao longo das décadas de 60 e 70. A participação dos automóveis na produção brasileira de veículos, pouco expressiva nos anos iniciais da indústria, se expandiria ao longo da década de 60, estabilizando-se em torno de 78% desde então.

contração do mercado interno sobre os diversos produtores e segmentos de mercado. As implicações da crise sobre os padrões de competição na indústria são examinadas nesta seção, que trata da diferenciação de produto, e na seção seguinte, cujo tema é a política e a evolução dos preços. A quinta seção analisa a resposta das empresas à crise do mercado interno através da expansão de suas exportações. Os comentários finais são apresentados na sexta seção.

## 2 — Antecedentes: os anos 70 <sup>2</sup>

O início da produção de veículos no Brasil na segunda metade da década de 50 resulta da convergência entre a mobilização pelo governo brasileiro de um conjunto de incentivos de natureza cambial, fiscal e creditícia e a estratégia de crescimento dos produtores estrangeiros que os orientava na direção de uma participação crescente no mercado externo. Instalam-se no país 11 fabricantes de veículos, cinco produzindo automóveis (Volkswagen, Willys, Simca e duas empresas nacionais: Vcmag e FNM) e sete produzindo veículos comerciais (General Motors, Ford, International Harvester, Mercedes Bens, Scania, Toyota e FNM). É interessante destacar o engajamento limitado dos grandes produtores norte-americanos, restrito ao segmento menos dinâmico da indústria emergente.

O rápido crescimento da produção de automóveis na etapa inicial da indústria pode ser atribuído à existência de uma demanda insatisfeita, decorrente dos controles à importação impostos nos anos anteriores. O atendimento dessa demanda implicou a desaceleração do ritmo de crescimento a partir de 1963, colocando a maior parte dos produtores em situação crítica.

Face à distribuição de renda do país e à política salarial vigente na segunda metade dos anos 60, dificilmente se poderia esperar um alargamento do mercado pela incorporação de extratos da população de renda mais baixa. Assim, a recuperação do ritmo de crescimento da indústria dependia da reativação da demanda dos grupos de renda mais alta que precisavam ser induzidos à reposição de veículos e à posse de mais de um carro por família. Para tanto, requerer-se-ia a reformulação da própria estratégia de comercialização e de competição da indústria, através da adoção de políticas de diferenciação de produto. Os produtores então existentes não estavam preparados para adotar essa nova estratégia e para operar em um mercado onde a diferenciação de produto se constituísse no principal mecanismo de competição.

A reestruturação da indústria que ocorre por volta de 1967 é, por conseguinte, decisiva para a recuperação do nível de atividade e para o início de um novo ciclo de crescimento. Esta reestruturação tem como traço principal a entrada dos grandes produtores norte-americanos no mercado de automó-

<sup>2</sup> Para uma análise mais detalhada da evolução da indústria de automóveis até 1978, ver Guimarães (1980b).

veis envolvendo a absorção da Willys pela Ford, a aquisição da International e da Simca pela Chrysler e a diversificação da produção da GM. Completam esta onda de fusões as compras da Vemag pela Volkswagen e da FNM pela Alfa Romeo.

A política de diferenciação de produto da indústria que emerge desse processo reestruturação concentrou-se inicialmente na introdução de novos modelos destinados aos grupos de renda mais alta. Este quadro seria alterado no início da década de 70, quando o bom desempenho da economia brasileira e as condições mais favoráveis do crédito direto ao consumidor vieram permitir a incorporação de extratos da população de renda mais baixa ao mercado de carros novos. Este novo quadro esteve associado à mudança da estratégia dos produtores norte-americanos, que iniciaram a produção de automóveis de pequeno porte. Por conseguinte, ao contrário do observado no período 1968/70, os modelos pequenos respondem pela maior parcela do aumento da produção de automóveis no período 1970/74. Neste contexto, a participação desse modelos no mercado, que declinara de 75% em 1968 para 44% em 1970, atinge 60% em 1974 e se mantém pouco acima desse nível pelo restante da década. Assim, privilegiando em diferentes momentos distintos segmentos do mercado, a estratégia de crescimento da indústria no final da década de 60 e no início dos anos 70 caracterizou-se por um vigoroso esforço de diferenciação de produtos, implicando a expansão do número de modelos oferecido ao mercado de 13 em 1968 para 63 em 1975.

O processo de reestruturação da indústria e a política de diferenciação de produtos estiveram associados à realização de volume significativo de investimentos ao longo de todo período 1967/73. A magnitude desses investimentos acarretou que, apesar do ritmo de expansão da produção no período, as empresas viessem a apresentar nos anos subseqüentes certa margem de capacidade ociosa. Esta situação reflete, em parte, a natureza necessariamente descontínua dos investimentos no setor, que induz as empresas a expandirem sua capacidade na frente da demanda, tendo também implicações do ponto de vista das condições de entrada de novos competidores no mercado.

A rápida expansão do mercado brasileiro no início dos anos 70 tendia a atrair o interesse de produtores multinacionais ausentes. A Fiat teve seu projeto de implantação aprovado em 1973, beneficiando-se de significativos incentivos e concessões do governo de Minas Gerais, além de se assegurar também dos incentivos tradicionalmente concedidos pelo governo federal aos investimentos industriais e dos recém-introduzidos incentivos à exportação. Além da Fiat, outros produtores multinacionais mantiveram contato com autoridades governamentais com vistas aos seu ingresso no país. As empresas instaladas reagiram, no entanto, contra esta possibilidade, bem como contra a entrada da Fiat, enfatizando a perda de economia de escala e a elevação de custos daí decorrente como conseqüência inevitáveis da presença de novos produtores no mercado.

Neste contexto, a política governamental vai convergir com as expectativas das empresas do setor. De fato, o Conselho de Desenvolvimento Industrial suspende em 1974 os incentivos concedidos aos projetos de investimentos voltados para a produção de automóveis, uma vez que "considera o Governo que o mer-

cado interno já está perfeitamente atendido em termos quantitativos e qualitativos e, ainda, que os terminais montadores existentes dispõem de condições de penetração crescente nos mercados externos" [cf. MIC/CDI (1974, p. 21)].

A possibilidade de um projeto de investimento beneficiar-se de algum estímulo governamental restringia-se agora ao recém-criado programa de incentivos às exportações (Befiex) e dependia do comprometimento do investidor com metas específicas de exportação. Nesse sentido, a decisão de suspender os incentivos tradicionais ao setor podia ser justificada como parte de uma estratégia de política econômica voltada para a expansão das exportações de manufaturados. Por outro lado, respondia às inquietações das empresas já instaladas e reforçava as barreiras à entrada de novos competidores, sancionando a política das empresas de expandirem suas capacidades produtivas na frente da demanda como mecanismo de proteção contra a entrada.

De todo modo, a atração que o mercado brasileiro em expansão podia exercer sobre produtores potenciais iria declinar a partir de 1974 com a desaceleração do ritmo de crescimento da demanda, à qual se acrescentariam as incertezas decorrentes do primeiro choque do petróleo. Assinale-se que a redução da extraordinária taxa de crescimento da indústria (27% ao ano entre 1968 e 1974) era previsível uma vez que se esgotasse o impacto inicial dos novos padrões de operação introduzidos no final dos anos 60, notadamente a política de diferenciação de produto. Não obstante, sua manifestação a partir de 1974 está associada a fatores externos à indústria: de um lado, a queda do ritmo de crescimento da economia brasileira, acompanhada de aceleração do processo inflacionário e de medida de combate à inflação; e, de outro, a alta do preço do petróleo. A resposta da política governamental aos novos preços concentrou-se na introdução de medidas voltadas para a redução do consumo de gasolina, as quais tinham impacto negativo sobre a demanda de automóveis. Além disso, as autoridades governamentais passam a enfatizar a redução do ritmo de crescimento da indústria de automóveis e o aumento da produção de veículos comerciais.

Assim, pela segunda vez desde a sua implantação, a indústria defrontava-se com o esgotamento das possibilidades de manter taxa de crescimento excepcionalmente alta. Desta vez, esgotara-se o impacto dinamizador da introdução da prática de diferenciação de produtos pela indústria; progressivamente, esta prática deixaria de se constituir em um instrumento capaz de gerar aumentos excepcionais das vendas, para se tornar um mecanismo indispensável à sustentação de um crescimento moderado do mercado. Ao lado desse mecanismo, e na ausência de uma nova inflexão da estratégia de crescimento das empresas, a expansão da indústria passava a depender, a longo prazo, do aumento da renda nacional e de eventuais alterações na estrutura de distribuição de renda do país e, a curto prazo, da evolução da conjuntura econômica e das disposições da política governamental de curto prazo. Em que pese o quadro desfavorável para o setor, o desempenho global da economia e o dinamismo das empresas seriam suficientes para garantir um aumento anual de 5,3% das vendas no mercado interno entre 1974 e 1979 (ano em que atingem um pico de 829 mil unidades), mas não seriam capazes de sustentar este nível ao longo dos anos 80.

Nesta mesma época em que se desacelerava o ritmo de crescimento do mercado, no entanto, começa a se esboçar uma inflexão na estratégia de crescimento das empresas que viria conferir-lhes certa margem de manobra face às vicissitudes do mercado interno. Esta inflexão fará com que a indústria — que se instalara no contexto do processo de substituição de importações, cuja operação estivera inteiramente voltada para o mercado interno e cuja competitividade nunca fora testada, uma vez que esteve sempre protegida do produto importado por barreiras tarifárias e não-tarifárias — se volte para o mercado externo.

Mais uma vez, o sucesso da indústria nesta nova etapa (e seus traços característicos) vai refletir a convergência de interesses e iniciativas entre as montadoras e o governo. Na verdade, como ocorrera na década de 50 quando da implantação da indústria, a iniciativa coube aqui também ao governo, que iria criar, no início dos anos 70, o aparato institucional que estaria associado à nova fase da indústria. Desde meados dos anos 60 vinham sendo sucessivamente introduzidos incentivos fiscais e creditícios à exportação de manufaturados. A tais dispositivos legais, que se destinavam a induzir a utilização da capacidade instalada existente para exportar, se seguiria em 1972 novo conjunto de incentivos (Befiex), agora dirigidos inclusive à construção de capacidade produtiva dedicada à produção para o mercado externo.<sup>3</sup> A definição desses novos incentivos tinha em vista principalmente estimular as exportações de veículos e estava associada a sugestões apresentadas pela Ford — aliás, a primeira empresa a firmar compromisso de exportação no âmbito do novo programa. Além disso, ainda em 1972 eram aprovados programas específicos destinados a incentivar as exportações de veículos e tratores.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> O Befiex previa a isenção dos impostos de importação, do IPI e do ICM na importação de: a) bens de capital; e b) partes, peças, componentes e matérias-primas, observados os seguintes limites no caso de tais importações: i) deviam ser inferior a um terço do valor das exportações, deduzidas as importações sob qualquer regime especial (como o de *drawback*); e ii) adicionadas às importações sob regime especial, não deviam ultrapassar 50% do valor exportado. Como contrapartida, a empresa comprometia-se com um determinado volume de exportação durante um certo período (em geral, 10 anos), com a manutenção de um determinado saldo líquido de divisas nesse período, com a obtenção de saldo líquido de divisas positivo a cada ano do contrato, com a realização de um determinado montante de investimento e com a aquisição de um valor mínimo de equipamentos no mercado interno. Em 1979, modificação da legislação veio a permitir que exportações de produtos de terceiros (em particular, de fabricantes de autopeças) pudessem ser computadas como sendo do titular do programa, desde que associado a um compromisso adicional de exportação [cf. Baumann (1988)].

<sup>4</sup> Este programa fixava em US\$ 40 milhões anuais, durante 10 anos, o volume de exportações requerido para que a empresa fizesse jus aos incentivos fiscais relativos à importação de peças e componentes. Exigia também que o valor agregado no país fosse pelo menos três vezes maior que o valor FOB das importações, bem como que os produtores observassem determinados níveis de conteúdo local dos veículos (85% no caso dos automóveis, 82% nos utilitários, 82% nos ônibus e 80% ou 78% nos caminhões). Partes e componentes importados da Alalac, até um limite de 5% do valor do veículo, não seriam computados como importação para efeito do cálculo desse índice de nacionalização. Além disso, se a produção local de peças não fosse suficiente para atender a indústria, o índice de nacionalização exigido poderia reduzir-se em até 5%.

A atenção conferida ao setor refletia uma avaliação das autoridades governamentais sobre a estratégia futura dos grandes produtores multinacionais de veículos. Esta avaliação identificava, em primeiro lugar, a possibilidade de uma certa descentralização das exportações das empresas multinacionais com a divisão do mercado mundial entre suas diversas subsidiárias. Identificava também a emergência de uma nova divisão de trabalho no âmbito das empresas internacionalizadas que levaria à separação da produção de alguns componentes e partes da atividade de montagem, de modo a se beneficiar de maiores economias de escala ou de custos mais baixos de mão-de-obra. Deste ponto de vista, os incentivos à exportação concedidos ao setor visavam induzir as empresas multinacionais a conferirem ao país uma posição privilegiada no que era identificado como a nova forma de organização das atividades dessas empresas a nível mundial. Em particular, esperava-se que o país viesse a se tornar um exportador de veículos para outros países do Terceiro Mundo e de partes e componentes para as matrizes das empresas aqui instaladas.

A resposta dos produtores de veículos ao novo programa foi pronta: até 1976, as oito montadoras então em operação no país submeteram seus projetos ao Befiex. Em consequência, apesar da desaceleração do ritmo de expansão das vendas no mercado interno, o nível de investimento da indústria permaneceu elevado na segunda metade dos anos 70. Além disso, um novo produtor ingressaria no setor, beneficiando-se dos incentivos previstos pelo novo mecanismo e assumindo os compromissos de exportação daí decorrentes. A Volvo teve seu projeto de produção de veículos comerciais (caminhões e ônibus) aprovado no âmbito do Befiex em 1976 e iniciou suas atividades em 1980).

A reação positiva da indústria parece confirmar as expectativas relativas à evolução da indústria mundial que informaram a adoção do novo programa de incentivo à exportação, ao mesmo tempo em que sugere a convergência entre os objetivos da política governamental e a estratégia internacional das empresas. Não obstante, é preciso ter igualmente presente que contribuía também para induzir a adesão ao programa o fato de que esta decisão tinha consequências importantes do ponto de vista da própria competitividade das empresas no mercado interno. Sob este aspecto, cabe ressaltar que os incentivos previstos pelo Befiex relativos à importação de partes, componentes e matérias-primas não correspondem ao mecanismo do *drawback* (o qual incide sobre insumos incorporados aos produtos exportados e já era previsto pela legislação anterior), uma vez que se refere a insumos importados a serem incorporados à produção destinada ao mercado interno. Por conseguinte, as implicações do comprometimento com o programa sobre a competitividade das empresas no mercado interno decorrem não apenas dos efeitos sobre o custo de expansão da capacidade produtiva e das possíveis vantagens derivadas da maior escala de produção ensejada pelas exportações, mas sobretudo do impacto direto sobre o custo de produção para o mercado interno.

A competitividade no mercado interno continuava a ser decisiva para o desempenho das empresas do setor. Apesar de toda a mobilização de incentivos à exportação, é ainda a expansão das vendas internas que sustenta o crescimento da indústria ao longo da segunda metade dos anos 70. De fato,

a participação das exportações na produção do setor havia subido para cerca de 7% em 1974, mas se estabilizaria nesse nível pelo resto da década (Tabela 1). Por outro lado, apesar das medidas destinadas a reduzir o consumo de combustível, a demanda interna cresce à exceção do ano de 1977. A postura das autoridades governamentais relativa ao setor é, aliás, ambígua: se, por um lado, a sua expansão tem conseqüências negativas do ponto de vista do balanço de pagamentos, por outro, sua contratação teria repercussões graves sobre o nível de atividade da economia brasileira em um momento em que a política econômica optara pela manutenção das taxas históricas de crescimento.

Neste contexto, o programa do álcool aparece como o caminho para resolver esta ambigüidade, uma vez que, se bem-sucedido, permitiria manter o crescimento da indústria automobilística sem agravar a situação da balança comercial. Como de outras vezes no passado, as transformações associadas à introdução do carro a álcool resultaram de esforços convergentes do governo e das empresas do setor. O desenvolvimento de um motor a álcool esteve em

TABELA 1

*Produção, vendas no mercado interno e exportações*

(Mil unidades)

Anos	Automóveis			Total de veículos		
	Produção	Vendas no mercado interno	Exportações	Produção	Vendas no mercado interno	Exportações
1968	165,0	164,3		279,6	278,6	
1969	244,4	241,5		353,8	349,4	
1970	306,9	308,8		416,1	417,5	0,3
1971	399,9	395,3	0,7	517,0	509,6	1,6
1972	471,1	457,1	6,6	622,2	601,3	13,4
1973	564,0	557,7	13,9	750,4	735,2	24,6
1974	691,3	639,7	47,6	905,9	835,1	64,7
1975	712,5	661,3	52,5	930,2	858,4	73,1
1976	765,3	695,2	62,1	986,7	896,2	80,4
1977	732,4	678,8	56,6	921,2	852,9	69,9
1978	871,2	797,9	77,4	1.064,0	972,4	96,1
1979	912,0	826,7	76,5	1.126,0	1.014,9	105,7
1980	933,2	793,0	115,5	1.165,2	980,2	157,1
1981	585,8	447,6	157,2	780,9	580,7	212,7
1982	672,6	556,2	120,3	859,3	691,2	173,4
1983	748,4	608,5	132,8	895,5	727,8	168,7
1984	679,4	532,2	152,0	864,6	677,1	196,6
1985	759,1	602,1	160,6	966,7	763,2	207,5
1986	815,2	672,4	138,2	1.056,3	866,8	183,3
1987	684,0	410,9	279,9	920,3	580,4	344,6

FONTE: Dados não publicados da Anfavea.

cogitação ao longo da segunda metade dos anos 70 e coube ao governo as primeiras iniciativas para a solução dos problemas tecnológicos envolvidos. Em face dos sucessivos aumentos do preço do petróleo em 1979, a introdução do carro a álcool passou a constituir uma prioridade da política governamental. As empresas produtoras de veículos, instadas pelo governo, engajaram-se decididamente no desenvolvimento do novo veículo e levaram o projeto à sua conclusão.

O êxito da política de substituição dependia, porém, não só da solução de questões de natureza técnica, mas sobretudo da montagem de uma infra-estrutura para assegurar a produção e distribuição do novo combustível. Assim, os incentivos governamentais foram novamente mobilizados para viabilizar uma nova etapa da história da indústria; só que desta vez não foram dirigidos diretamente ao setor, mas envolveram incentivos fiscais e financiamento em condições especiais para a expansão da oferta de cana-de-açúcar e da produção de álcool e para construção de um sistema adequado de estocagem e distribuição do álcool. Além disso, era necessário fazer com que o novo veículo a álcool fosse aceito pelo mercado: concederam-se incentivos ao comprador e ao proprietário do carro a álcool. Era também necessário conferir competitividade ao álcool *vis-à-vis* à gasolina: subsidiou-se o álcool.

A produção de automóveis a álcool começou ainda em 1979; contudo, a demanda por tais veículos somente se tornaria significativa com o início da guerra Irã-Iraque em setembro de 1980. Em dezembro daquele ano, 75% dos automóveis vendidos no país eram movidos a álcool. Uma série de fatores (ameaça de escassez do combustível, problemas técnicos dos novos veículos, custos elevados) fez com que a demanda declinasse em seguida. A partir de 1982, porém, a participação dos carros a álcool no mercado interno voltou a subir, atingindo 95% em 1984 [Anfavea (1986)].

É interessante notar que — se o programa do álcool representava a possibilidade de manter o crescimento da indústria automobilística sem agravar a situação da balança comercial — esta questão havia perdido relevância quando do início efetivo da produção de veículos a álcool, face à contração da demanda interna no início da década de 80.

### 3 — A crise e o desempenho das empresas no mercado interno

O declínio das vendas de automóveis no mercado interno antecede de um ano à crise global da economia brasileira. Em 1980, enquanto o produto real ainda crescia, registra-se já uma redução daquelas vendas. É, no entanto, uma pequena queda, em nada comparável ao declínio que se observaria no ano seguinte. Na verdade, a crise da indústria automobilística manifestava-se simultaneamente à crise econômica geral. Em 1981, o produto real cai 5,7% e



as vendas de automóvel no mercado interno caem 43,5%, chegando a 448 mil unidades — pouco mais da metade do pico de 829 mil unidades observado em 1979. Apesar do aumento das vendas no ano seguinte, a indústria não recuperaria mais os níveis atingidos no final da década anterior. Durante o período 1982/85, as vendas flutuariam em torno de um nível médio de 575 mil unidades, atingindo 672 mil unidades em 1986, com a recuperação da demanda no contexto do Plano Cruzado. Entretanto, nova contração do mercado reduziria este volume para 411 mil unidades em 1987, nível inferior àquele constatado em 1981 (Tabela 1).

Embora o impacto inicial da crise tenha sido geral, observam-se nos anos subsequentes evoluções distintas dos diversos segmentos do mercado (definidos a partir das características e tamanhos dos modelos comercializados) e das diferentes empresas.

A contração do mercado interno atingiu com maior intensidade os carros pequenos, cujas vendas oscilaram em torno de um valor médio de 250 mil unidades no período 1981/86 — exatamente a metade da média de 500 mil registrada no período 1978/80 (Tabela 3). Em 1987, as vendas desses modelos

TABELA 2

*Produção de automóveis por empresa*

(Mil unidades)

Anos	Fiat	Ford	General Motors	Volkswagem	Total*
1968		11,8	3,9	128,1	165,0
1969		49,6	30,2	149,9	244,4
1970		43,9	46,5	202,8	306,9
1971		57,5	57,8	267,0	399,9
1972		75,7	70,9	307,9	471,1
1973		102,0	93,8	333,8	564,0
1974		119,7	133,3	406,6	691,3
1975		115,5	134,1	443,2	712,5
1976	8,4	126,0	143,5	463,4	765,3
1977	67,3	96,5	118,5	429,0	732,4
1978	98,5	124,7	163,7	467,0	871,2
1979	120,0	132,1	166,2	475,4	912,0
1980	145,2	123,4	187,0	468,0	933,2
1981	193,7	99,4	126,5	255,4	585,8
1982	130,2	112,0	159,5	270,2	672,6
1983	115,2	134,8	187,3	310,8	748,4
1984	99,8	141,9	171,3	266,1	679,4
1985	114,4	146,4	190,7	307,5	759,1
1986	130,8	138,8	212,0	333,4	815,2
1987	169,8	89,7	153,8	270,4	684,0

FONTE: Dados não publicados da Anfavea.

\* A diferença entre a produção total e a soma da produção das quatro empresas corresponde à produção da Willys (até 1971), da FNM (até 1977) e da Chrysler (até 1980).

TABELA 3

Vendas de automóveis no mercado interno por empresa e classe de tamanho

	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Chrysler	14,4	8,5	13,1	13,2	11,1	9,8	6,0	1,0	0,2	0,1	0,1			
Fiat			3,1	63,5	80,5	101,2	105,5	46,1	57,6	63,5	54,6	77,9	86,7	62,3
General Motors	74,9	62,4	70,3	66,0	86,4	90,1	94,8	69,9	75,2	86,0	57,3	61,5	67,2	45,7
Volkswagen	295,7	317,7	333,6	307,5	316,5	310,3	291,4	114,7	127,2	133,2	108,7	110,2	96,3	59,8
Pequeno	385,0	388,6	420,1	450,1	506,6	511,3	487,7	231,7	260,1	282,7	221,3	249,6	250,3	168,3
Ford	81,3	90,8	97,6	87,0	115,5	125,1	117,5	84,8	95,6	120,4	109,0	124,0	131,7	84,9
Volkswagen	55,6	71,7	68,1	71,9	88,9	113,7	104,4	76,4	122,6	120,0	94,1	83,8	99,8	50,9
Médio	136,2	162,6	165,7	158,9	204,4	238,8	222,0	161,2	219,2	240,4	203,1	207,9	231,5	135,8
Ford	34,8	21,2	20,0	7,4	4,8	1,0								
General Motors	52,6	69,7	69,0	46,9	66,5	63,3	74,6	36,4	73,6	83,4	87,5	101,4	104,3	71,7
Volkswagen											18,9	41,8	50,7	33,7
Médio-grande	87,4	89,9	88,9	56,3	71,2	64,3	74,5	36,4	73,6	83,4	106,4	143,2	155,0	105,5
Chrysler	11,1	6,0	4,5	1,7	2,9	2,6	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0			
Fiat	3,4	4,6	4,8	3,1	1,2	2,1	2,0	0,9	0,9	0,7	0,5	0,4	0,3	0,0
Ford	6,1	4,6	6,8	3,3	4,8	5,0	3,0	1,2	1,1	0,2				
General Motors	4,5	1,8	1,9	0,9	1,5	1,2	1,0	1,2	0,7	0,7	0,7	0,8	0,7	0,6
Grande	25,1	16,9	18,0	9,0	10,3	10,6	6,3	3,5	2,6	1,6	1,1	1,2	0,9	0,7
Chrysler	25,4	14,5	17,6	14,9	14,0	12,3	6,3	1,3	0,2	0,1	0,1			
Fiat			3,1	63,5	91,7	103,3	107,5	47,0	58,4	64,2	55,1	76,3	87,0	62,8
Fiat diesel	3,4	4,6	4,8	3,1	2,1									
Ford	122,2	116,6	124,4	97,8	125,0	131,1	120,6	85,9	97,8	120,6	109,0	124,0	131,9	84,9
General Motors	132,0	132,9	141,2	115,7	154,3	154,5	170,4	107,5	148,5	170,1	146,0	163,8	174,7	118,1
Volkswagen	355,5	391,2	402,3	379,4	407,4	424,0	385,8	205,3	249,7	253,2	221,8	235,8	278,6	144,4
Total	639,5	659,9	683,3	674,3	794,5	825,3	790,5	447,9	555,7	608,2	532,0	602,0	672,1	410,2

FONTE: Dados não publicados da Anfavee.

experimentariam novo decréscimo, reduzindo-se para um terço do valor médio do final dos anos 70. No caso dos carros médios, as vendas recuperaram a partir de 1982 o nível do final da década anterior, mas voltaram a apresentar forte retração em 1987, atingindo valores inferiores aos observados em 1981. Em 1986, as vendas de carros médios-grandes eram o dobro das registradas no pico anterior à crise e, em 1987, apesar de experimentarem queda substancial, superavam ainda em 40% aquele pico. Por fim, os carros grandes praticamente desapareceram do mercado, mas neste caso a crise apenas levou à sua conclusão uma tendência que se desenvolvia desde 1974. Como resultado dessas evoluções diferenciadas, a participação dos modelos pequenos no total das vendas da indústria decresceu de 62 para 41% entre 1979 e 1987, enquanto a parcela dos modelos médios-grandes aumentou de 8 para 26%.

No tocante à participação dos diferentes produtores, o segmento de carros médios, repartido entre a Volkswagen e a Ford, apresenta significativa estabilidade, com a empresa americana mantendo a liderança com percentagem pouco superior a 50% (Tabela 3). No mercado de modelos médios-grandes, do qual participam inicialmente a General Motors e a Ford, observa-se o crescimento relativo da primeira, até se tornar a única produtora com a saída da Ford em 1980; quatro anos depois, no entanto, a Volkswagen apareceria como um novo concorrente nesse segmento, apropriando-se de cerca de 30% do mercado.

O segmento de carros pequenos apresenta um desenvolvimento mais complexo. A década de 70 assistira à perda progressiva de mercado da Volkswagen em decorrência da entrada de novos competidores neste segmento de mercado — a General Motors e a Chrysler em 1973/74 e a Fiat em 1977. Assim, a partir de uma situação inicial de monopólio no final dos anos 60, a Volkswagen teria sua fatia de mercado reduzida para pouco menos de 60% em 1980, declínio que prossegue nos anos 80. De fato, a forte contração da demanda por carros pequenos afeta principalmente a Volkswagen, cuja participação descreve uma trajetória descendente e alcança 36% em 1987. Observa-se, em contrapartida, avanços da General Motors e sobretudo da Fiat, que assume em 1987 a liderança desse segmento de mercado (37%).

A evolução da estrutura do mercado interno de automóveis que resulta dessas distintas trajetórias dos seus diferentes segmentos está resumida, de forma aproximada, nos dados abaixo:

	Início dos anos 70	1979	1983/86	1987
Volkswagen	66	51	40	35
Ford	14	16	20	20
General Motors	15	19	27	29
Fiat	—	12,5	12	15

O traço marcante de todo o período posterior à reorganização da indústria em 1968 é, assim, o declínio quase ininterrupto da posição relativa da Volkswagen, que perde mercado ao longo de todo o período no início dos anos 70, em virtude da entrada e expansão inicial da General Motors e da Ford; no final da década, em decorrência da entrada e crescimento inicial da Fiat; e, finalmente, nos anos 80, pelo seu pior desempenho na crise. A criação da Autolatina em 1986, reunindo a Volkswagen e a Ford, procura reverter este quadro. A nova *holding* respondeu por 55% do mercado em 1987, suprimindo um terço dos segmentos de carros pequenos e médios-grandes e ocupando sozinha o de carros médios.

Os parágrafos anteriores, ao descreverem as alterações ocorridas na estrutura do mercado, focalizaram também um aspecto do processo de competição por diferenciação de produto na indústria automobilística: a segmentação do mercado. O processo de diferenciação de produto não se esgota, no entanto, nesse aspecto, mas envolve também estratégias relativas à variedade de modelos oferecidos a cada um dos segmentos de mercado e ao ritmo de introdução de novos modelos e de desativação dos antigos.

Existem duas fontes alternativas de informações sobre a variedade de modelos suprimidos ao mercado em um dado momento: a primeira é a lista de preços do fabricante, que, ao relacionar opções e preços, explicita como os seus produtos são apresentados ao mercado; a segunda são as estatísticas de produção e vendas elaboradas pelas próprias empresas. Esta segunda fonte é, em geral, mais agregada do que a primeira: enquanto aquela enfatiza a diversidade e, portanto, distingue versões que apresentam apenas diferenças secundárias, as estatísticas de produção reconhecem apenas diferenças mais estruturais. Para clareza de exposição, considera-se aqui que as estatísticas de produção referem-se a "modelos básicos" ou "linhas de modelos" que podem compreender diversos "modelos" explicitados nas listas de preços dos fabricantes. Por outro lado, embora tanto as estatísticas quanto as listas de preços distingam entre veículos a álcool e a gasolina, optou-se aqui por ignorar esta distinção, considerando-a pouco relevante do ponto de vista da dinâmica de competição por diferenciação de produto na indústria.<sup>5</sup>

No tocante à variedade de modelos oferecidos ao mercado, seu número cresceu de 13 em 1968 para 63 em 1975 e se mantivera relativamente estável até o início dos anos 80. A reação imediata de algumas empresas à contração inicial do mercado parece ter sido a redução do número de modelos oferecidos, que, em 1981 e 1982, retornam ao nível vigente em meados dos anos 70. Este decréscimo, no entanto, é temporário, e o número de modelos cresce significativamente de 1983 em diante, vindo a situar-se talvez em um novo patamar (92 modelos em 1986 e 1987).

<sup>5</sup> As listas de preços são divulgadas mensalmente pela revista *Quatro Rodas*; os dados relativos à produção e às vendas por modelo provêm de estatísticas não publicadas da Anfavea.

Além disso, assiste-se ao lançamento de novas linhas de modelos ao longo dos anos 80. De fato, o número de modelos básicos, que se mantivera estável de meados da década de 70 até 1981 (em torno de 21 linhas), cresce a partir de então até atingir uma média de 28 no triênio 1984/86, o que deve ser atribuído à Fiat e à General Motors. Assinale-se, no entanto, que sete das 10 novas linhas introduzidas no mercado surgiram até 1983, o que sugere já estarem os lançamentos programados e com algum investimento realizado antes da manifestação da crise. Registra-se também declarações de intenções relativas a novos lançamentos e notícias posteriores de sucessivos adiamentos, induzidos estes pela persistência da crise.

É interessante notar ainda que a política de diferenciação de produto dos anos 80 é marcada por duas tendências de origens distintas. A primeira reflete uma situação específica ao país e está associada à expansão da demanda por veículos a álcool e à sua crescente participação no mercado: consiste no progressivo lançamento de versões a álcool dos modelos existentes. Em 1985, o número de modelos a álcool disponíveis no mercado torna-se igual ao de modelos a gasolina; a partir do ano seguinte, os primeiros superam estes últimos, vale dizer, a indústria passa a oferecer ao mercado interno apenas a versão com motor a álcool de um conjunto de modelos. A segunda tendência está associada a uma estratégia internacional da indústria — o lançamento do carro mundial — e ao crescente engajamento das subsidiárias instaladas no Brasil em atividades de exportação. De fato, as novas linhas de modelos introduzidas nos últimos anos são versões locais desenvolvidas dentro da concepção de carro mundial. Além disso, pelo menos um veículo (Brasília) teve sua produção interrompida, apesar de sua boa aceitação no mercado interno, por ser um modelo de desenvolvimento local com limitada possibilidade de comercialização no mercado externo.

Cabe considerar também as implicações da política de diferenciação de produto praticada pela indústria do ponto de vista da qualidade e da atualização tecnológica dos produtos supridos ao mercado interno.

A indústria automobilística mundial, após uma longa fase de relativa estagnação tecnológica, tem experimentado na última década um processo de mudança técnica que envolve inovações nos produtos e nos processos produtivos. Quanto à tecnologia de produto, o esforço de inovação tem-se orientado, principalmente, para: a melhoria do desempenho dos motores, visando sobretudo a redução do consumo de combustível; o desenvolvimento e a utilização de novos materiais, com vistas sobretudo à diminuição do peso do veículo; e o uso de equipamentos eletrônicos, visando maior eficiência, melhorias no sistema de segurança e de direção e maior conforto para o passageiro. No tocante ao processo produtivo, os avanços tecnológicos estão associados à microeletrônica e envolvem o uso de robôs e a adoção de sistemas flexíveis de produção.

Os produtores brasileiros de veículos têm incorporado as novas tecnologias de base microeletrônica em seus processos produtivos, visando notadamente

reduções de custos, maior flexibilidade na utilização das instalações industriais e maior rigor no controle de qualidade [Tauville (1984)]. Esta tendência à crescente automação não apenas representou uma resposta desses produtores à contração do mercado interno observada nesta década, mas também está associada à crescente importância do mercado externo.

Tem sido mais limitada, no entanto, a incorporação de inovações nos produtos fabricados pelas subsidiárias instaladas no país, implicando a produção de veículos tecnologicamente desatualizados. Cabe ressaltar, no entanto, a natureza peculiar desse “atraso tecnológico”. De fato, o potencial tecnológico de uma indústria inteiramente constituída por subsidiárias de empresas multinacionais fica definido pelos avanços alcançados por essas empresas a nível mundial. Assim, exceto quando determinadas inovações dependem da utilização de insumos externos à empresa e que não podem ser obtidos no país ou importados, o padrão tecnológico de uma subsidiária reflete sobretudo uma decisão política da empresa multinacional — no caso do nível tecnológico de seus produtos, uma decisão no âmbito de sua estratégia de comercialização. Da mesma forma, a superação de uma eventual “desatualização tecnológica”, com a mesma ressalva, depende apenas de decisão da empresa.

Esta é certamente a situação brasileira: exceto talvez nos casos de algumas inovações que envolvem equipamentos ou componentes eletrônicos, cuja adoção pode eventualmente ser dificultada pela política de reserva de mercado e pelas restrições às importações na área da informática, não parece haver obstáculos efetivos à atualização tecnológica dos produtos da indústria — inclusive porque o volume de importações autorizado pelos programas Beflex viabilizaria a utilização eventual de partes e componentes importados. Assim, o fato de a desatualização tecnológica ser comum aos produtos das diversas empresas que compõem a indústria sugere apenas a sintonia (espontânea ou coordenada) entre suas políticas relativas ao mercado brasileiro.

Importa, por fim, examinar as implicações do processo de diferenciação de produto do ponto de vista das escalas de produção da indústria. No tocante aos modelos, conforme definido nas listas de preços dos fabricantes, embora não se disponha de dados relativos à produção e venda por modelo, é possível determinar valores médios. É interessante notar que, apesar do significativo crescimento do mercado nos anos 70, a razão vendas por modelo apresenta acréscimo modesto, elevando-se de 9,6 mil unidades em 1970 para 12,1 mil unidades em 1979. Com a crise dos anos 80, esta média experimental sensível redução, situando-se bem abaixo dos níveis vigentes na década anterior (cerca de 7 mil unidades no triênio 1984/86 e 4,5 mil unidades em 1987). É no segmento dos carros pequenos que essa redução é mais notável: a média de 100 mil unidades no período 1971/72 reduz-se para 34 mil no período 1975/78 e para cerca de 11 mil unidades na década de 80. A primeira queda decorre do aumento do número de modelos ofertados após a entrada da General Motors e da Chrysler no segmento de mercado; a segunda é re-

sultado da contração da demanda e, novamente, do aumento do número de modelos, agora de responsabilidade principalmente da Fiat. Quanto aos demais segmentos, a venda média por modelo tem mostrado certa estabilidade desde o início da década de 70, situando-se entre 8 e 13 mil unidades no caso dos modelos médios (com um decréscimo no período 1984/87) e entre 2,5 e 5,5 mil unidades no caso dos médios-grandes.

Evidentemente, valores médios dão uma idéia imprecisa dos níveis efetivos de vendas por modelo. Além disso, o conceito de modelo derivado de listas de preços não é provavelmente o mais relevante para o exame de escalas de produção, já que distintos modelos diferem, freqüentemente, apenas por detalhes de acabamento. Assim, convém examinar aqui os volumes de vendas associados aos diversos modelos básicos ou linhas de modelos. Considerando-se a distribuição de freqüência das quantidades vendidas em anos selecionados (1971, 1975, 1979, 1981, 1986 e 1987), constata-se, em todos estes anos, que cerca de metade dos modelos básicos tem vendas inferiores a 10 mil unidades. Por outro lado, no conjunto desses anos, registram-se apenas seis ocorrências de níveis de venda superiores a 100 mil unidades (todas elas anteriores à crise dos anos 80) e 15 ocorrências de valores entre 50 e 100 mil unidades. Os valores máximos observados nos anos 70 são da ordem de 150 mil unidades e correspondem ao sedã Volkswagen; no final da década, uma segunda linha de modelos da empresa (Brasília) atinge este patamar. Os valores máximos registrados na década de 80 são significativamente inferiores, da ordem de 70/80 mil unidades. Além disso, distintamente da década anterior, quando as linhas de modelos mais vendidos eram carros pequenos, modelos básicos médios-grandes compartilham com aqueles a condição de mais vendidos.

Tais resultados evidenciam que a dimensão do mercado brasileiro — particularmente o mercado dos anos 80, com uma demanda entre 550 mil e 600 mil unidades, mas que já recuou por duas vezes abaixo das 450 mil unidades — e a existência de quatro produtores não viabilizam ganhos significativos de escala. Este quadro é agravado pela política de diferenciação de produto praticada pela indústria, que envolve a produção de um número elevado de variantes de modelos básicos com volumes reduzidos de venda.

Nesse contexto, as exportações aparecem como instrumento de redução dos custos da indústria ao viabilizar maiores escalas de operação. De fato, tendo oscilado entre 17 e 22% da produção anual de automóveis na década de 80 e alcançado o percentual de 41% em 1987, as exportações tendem a ter impacto significativo sobre a escala de produção dos diversos modelos. Contudo, tal impacto está restrito às duas empresas com níveis expressivos de exportação de automóveis, a Fiat e a Volkswagen. Assim, alguns modelos da Fiat apresentam em alguns anos um volume de produção quase duas vezes maior que as vendas ao mercado interno; também no caso da Volkswagen constata-se situações semelhantes. Em nenhum caso, porém, as exportações chegam a carrear volumes de produção realmente significativos; não há nenhum modelo cuja produção ultrapasse 100 mil unidades.

#### 4 — A política de preços

A estrutura oligopolista de uma indústria está associada à pequena eficácia da política de preços como instrumento de competição. No caso de oligopólios diferenciados como a indústria automobilística, a elasticidade cruzada da demanda e a freqüente introdução de novos modelos podem dificultar a coordenação entre as empresas e propiciar movimentos competitivos sem atrair retaliações. Evoluções distintas entre os preços dos diversos produtores teriam mais probabilidade de ocorrer em período de freqüente introdução de novos produtos, exigindo decisões que os situem no leque de preços existente no mercado, e em períodos de aceleração inflacionária, caracterizados por permanentes elevações de custos a exigir freqüentes reajustes de preços. Não obstante, exceto em situações de excepcionais disparidades de custos entre os produtores oligopolistas, eventuais movimentos competitivos tendem a ser discretos e de objetivos e amplitudes limitados, dada a impossibilidade de induzir, através desse mecanismo, mudanças mais significativas na estrutura do mercado, sem provocar ao mesmo tempo deterioração das margens e taxas de lucro da indústria. Assim, o comportamento esperado de um oligopólio diferenciado é uma política de preços administrados, eventualmente acompanhada de pequenos movimentos de natureza competitiva — a maioria dos quais possivelmente não identificáveis senão a partir de um reconhecimento detalhado dos custos da indústria.

Cabe considerar, contudo, que as decisões sobre preços na indústria automobilística envolvem o preço pelo qual o produto será fornecido ao revendedor (o preço de fábrica) e o preço pelo qual este deve vender ao consumidor final, ambos definidos pelas montadoras. A evidência disponível é de que os preços de fábrica fixados pelos produtores são efetivamente praticados. Os preços de venda ao consumidor final, no entanto, eventualmente se afastam dos preços de lista, seja em virtude de descontos oferecidos pelos revendedores em período de retração da demanda, seja pela incorporação obrigatória de peças opcionais aos veículos novos ou, excepcionalmente, através da cobrança de ágio em períodos de excesso de demanda. Além disso, os revendedores podem ainda alterar o preço pago efetivamente pelo consumidor através do valor atribuído ao carro usado, quando este é parte do pagamento do veículo novo. Tais manobras competitivas, de impacto limitado, inclusive do ponto de vista da amplitude geográfica de seus efeitos, são, em geral, acompanhadas passivamente pelas montadoras, as quais, se não as estimulam, tampouco as coíbem.

Neste sentido, vale enfatizar que a indústria, em que pesem eventuais surtos competitivos entre os revendedores, se caracteriza por uma política coordenada de preços administrado, decorrente aliás da própria ação governamental: a indústria esteve, durante quase toda a sua existência, submetida a uma forma ou outra de controle de preços, como se explicita abaixo:



1965	empresas convidadas a limitar voluntariamente seus aumentos em troca de alguns incentivos fiscais
Nov. 1966	redução do imposto de renda para empresa que elevasse seu preço em 30% menos do que o Índice Geral de Preços e punição com um adicional daquele imposto para empresa com aumento 10% superior à variação do índice
1968	controle com aprovação prévia pelo CIP
Set. 1974	liberdade vigiada (empresa pode praticar novo preço e submetê-lo posteriormente à aprovação do CIP); de fato, aprovação prévia informal
Mar. 1977	formalmente, liberdade total; de fato, negociação prévia dos aumentos entre a indústria e as autoridades governamentais
Out. 1979	controle com aprovação prévia
Dez. 1980	liberdade total
Out. 1982	controle com aprovação prévia
Mar. 1983	reajuste de preço independe de autorização prévia, desde que inferior a 90% da taxa de variação da ORTN; acima deste limite, depende de comprovação junto ao CIP de aumento excepcional de custo
Ago. 1983	limite passa a ser de 80% da variação da ORTN
Mar. 1984	controle com aprovação prévia
Jul. 1984	liberdade total para veículos de passageiros e de carga até duas toneladas
Fev. 1985	controle com aprovação prévia
Mar. 1986	preços congelados pelo Plano Cruzado
Dez. 1986	fim do congelamento; autorizado aumento médio de 80%; volta ao sistema de controle com aprovação prévia
Abr. 1987	liberdade vigiada, com intervalo mínimo de 30 dias entre dois reajustes; de fato, aumentos previamente negociados e autorizados pelas autoridades
Nov. 1987	controle com aprovação prévia
Mar. 1988	liberdade vigiada; autorizados reajustes mensais

---

Esta cronologia revela que, à exceção de 23 meses entre 1980 e 1982 e de sete meses em 1984, os preços praticados pela indústria estiveram sempre sob controle das autoridades governamentais. A lógica desse controle é de que os aumentos de preços só são aceitáveis se induzidos por uma elevação dos custos de produção. Este critério se manifesta, freqüentemente, de forma explícita quando se exige das empresas que submetam ao CIP suas planilhas de custo. Nos períodos em que foi administrado de forma mais elaborada (em particular na década de 70), o sistema de avaliação do CIP baseava-se nos custos diretos e indiretos de produção, mas levava em conta também as despesas administrativas e financeiras, submetidas a determinados limites percentuais. Em princípio, os aumentos autorizados visavam manter a margem percentual de lucros, embora pudessem contemplar, em algumas situações, a estabilidade da margem absoluta. O critério de que é a elevação dos custos que justifica o reajuste de preços, no entanto, está implícito também quando o aumento autorizado é vinculado ao crescimento do nível geral de preços: este aparece então como uma *proxy* da elevação dos custos da indústria.

A atuação do CIP certamente contribuiu para reforçar a coordenação oligopolista da indústria. Esta, no entanto, obviamente independe da existência da agência de controle de preços, decorrendo antes do grau de concentração e das características da indústria. Neste sentido, é lícito afirmar que a própria Anfavea — que tem tido uma atuação explícita e importante na coordenação e representação dos interesses da indústria — fornece apenas uma feição institucional a uma articulação de interesses que, pela dimensão da indústria, poderia eventualmente dispensar esta face institucional.

A evolução dos preços até o final dos anos 70 está descrita em Guimarães (1980a), por um índice Laspeyres em cadeia, que apresenta resultados anuais para o período 1961/78. Esta série, quando deflacionada pelo Índice Geral de Preços-Disponibilidade Interna, da Fundação Getúlio Vargas, revela um substancial declínio do nível de preços relativos dos automóveis, que se reduz praticamente à metade durante o período (Tabela 4). Esta queda ocorre, no entanto, até 1974, quando a tendência declinante se interrompe e os preços relativos passam a exibir certa estabilidade.

Este comportamento dos preços está associado à evolução da produção e, em particular, do nível de produtividade da indústria ao longo desses anos. A produção cresce durante todo o período. Quanto à produtividade, a razão número de veículos produzidos por pessoa ocupada cresce de 3,9 mil em 1962 para 4,6 mil em 1968 e 8,7 mil em 1974 (um acréscimo de cerca de 120%), estabilizando-se no restante da década em torno de um valor médio de 8,7 mil. Assim, a evolução dos preços até 1974 parece refletir a transferência para o consumidor de parte do ganho de produtividade induzido pelos níveis mais elevados de produção, ao mesmo tempo em que, ampliando o mercado, viabilizava esta expansão da produção. A partir daquele ano, o nível de produtividade e os preços mantêm-se relativamente estáveis até o final da década.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> O nível de produtividade experimenta uma queda com a crise dos anos 80, oscilando em torno de um valor médio de 8,0 mil, mas atingindo 7,5 mil em 1981 e 7,7 mil em 1987.

Para descrever a evolução dos preços da década de 80, construiu-se uma série a partir das taxas mensais de variação do subitem "automóveis novos" do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), do IBGE, disponíveis a partir de janeiro de 1979. A taxa atribuída ao subitem é calculada através da média aritmética das taxas de variação dos preços dos modelos de maior peso na produção da indústria. O cálculo do comportamento do preço relativo dos automóveis envolveu, por fim, o deflacionamento da série pelo Índice Geral de Preços-Disponibilidade Interna.<sup>7</sup>

A série de valores anuais resultante indica flutuações significativas dos preços relativos dos automóveis ao longo do período 1979/87, sem contudo caracterizar qualquer tendência (Tabela 4). O exame da mesma série, considerada em seus resultados mensais, fornece, no entanto, uma descrição mais detalhada da evolução dos preços no período, permitindo que esta evolução seja confrontada com as sucessivas alterações da política de controle de preço indicadas anteriormente (Tabela 5).

TABELA 4  
*Índice de preços relativos dos automóveis*

Ano	(1)	Ano	(1)	Ano	(2)
1961	195,6	1970	132,4	1979	100,0
1962	179,4	1971	124,6	1980	84,5
1963	205,9	1972	119,4	1981	91,8
1964	197,1	1973	114,9	1982	101,8
1965	183,8	1974	106,3	1983	94,0
1966	154,4	1975	113,2	1984	86,2
1967	145,0	1976	100,7	1985	80,0
1968	147,1	1977	99,0	1986	82,0
1969	141,9	1978	100,0	1987	98,6

Coluna (1): Índice Laspeyres em cadeia, deflacionado pelo IGP [ver Guimarães (1980a)].

Coluna (2): Índice construído a partir das taxas de variação do subitem "automóveis novos" do IPCA, deflacionado pelo IGP.

<sup>7</sup> Face à impossibilidade de encadear as duas séries relativas aos períodos 1961/78 e 1979/87, procurou-se estimar a taxa de variação dos preços entre 1978, último ano da primeira série, e 1979, primeiro ano da segunda. O cálculo realizado envolveu os preços, em maio e novembro dos dois anos, de um conjunto de modelos que representam cerca de 80% da produção da indústria em 1978. A média aritmética das taxas de variação, entre os dois anos, dos preços médios dos modelos considerados é 55,3%, enquanto a taxa de variação do IGP no mesmo período foi 54,0%. Tal resultado indica estabilidade dos preços relativos dos automóveis entre os dois anos e sugere que, ressalvadas evidentemente as diferenças metodológicas entre elas, as duas séries podem ser combinadas, de forma aproximada e não rigorosa, por simples justaposição.

TABELA 5

*Índice mensal do preço relativo dos automóveis*

	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Janêiro	152,8	120,3	124,1	115,3	123,8	123,3	130,8	159,3	179,7
Fevereiro	153,6	115,4	120,9	114,6	123,0	118,8	127,4	105,5	157,5
Março	150,5	122,6	133,3	116,6	118,2	108,0	132,9	100,0	181,4
Abril	151,4	129,4	126,4	120,0	121,9	115,3	123,9	100,4	172,7
Maio	154,9	137,1	135,3	119,4	123,6	131,5	115,3	99,5	162,1
Junho	152,0	129,5	129,7	119,4	116,4	120,7	107,0	99,4	155,9
Julho	148,7	119,4	136,0	121,1	117,8	134,6	107,5	105,3	136,7
Agosto	149,9	111,7	139,3	122,0	116,3	126,7	107,0	126,2	127,8
Setembro	139,3	123,4	132,6	123,9	115,7	131,9	113,9	125,0	115,4
Outubro	137,8	133,1	148,6	127,7	114,2	130,4	115,5	123,2	115,1
Novembro	137,0	123,8	141,1	129,9	117,0	136,3	114,0	144,2	123,9
Dezembro	127,7	113,9	125,9	128,1	114,9	135,4	110,9	201,3	123,3

NOTA: Índice calculado a partir das taxas mensais de variação do subitem "automóveis novos" do IPCA, deflacionado pelo IGP

Neste sentido, convém identificar, ao longo dos nove anos considerados, os momentos em que se altera o ritmo ou a direção do movimento dos preços:

Período	Tendência	Variação percentual	Política de controle de preço
Jan. 1979/Dez. 1980	declinante	-23,5%	aprovação prévia
Dez. 1980/Out. 1982	ascendente	37,0%	liberdade total
Dez. 1982/Fev. 1984	declinante	-32,5%	controle prévio: ORTN
Mar. 1984/Jul. 1984	ascendente	24,5%	controle prévio
Jul. 1984/Fev. 1985	estável		liberdade total
Fev. 1985/Mar. 1986	declinante	-19,0%	controle prévio
Mar. 1986/Jul. 1986	estável		congelamento
Agô. 1986		26,0%	empresismo compulsório
Dez. 1986		60,0%	fim do congelamento
Dez. 1986/Dez. 1987	declinante	-39,0%	-23% devido a fim do compulsório; controle prévio: liberdade vigiada

Tais resultados sugerem que, de maneira geral, as inflexões do movimento dos preços relativos dos automóveis refletem as mudanças observadas na política de controle de preços. Em particular, ao contrário do assinalado em relação aos anos 60 e 70, certamente não cabe associar aqui o declínio de preços relativos registrado em alguns períodos a aumentos de produção e produtividade ou à política de ampliação do mercado.

Na verdade, é o período que se estende de dezembro de 1980 a outubro de 1982, caracterizado pela ausência de qualquer controle governamental, que melhor permite identificar a natureza da estratégia de preços da indústria. Como se viu, o índice de preços cresceu 37% nesses 23 meses. Embora o deflator utilizado no cálculo dos preços relativos não reflita necessariamente a evolução dos custos da indústria, um aumento da ordem de 37% em termos reais está certamente associado a um aumento das margens de comercialização das empresas. Por outro lado, vale enfatizar que este movimento ascendente dos preços ocorre no momento inicial e mais grave da contração do mercado interno.

Neste sentido, cabe afirmar que, quando pode definir livremente sua política de preços, a estratégia da indústria consistiu em recorrer a um aumento das margens como forma de compensar o declínio das vendas e tentar manter o nível da massa de lucro. Tal estratégia apóia-se inclusive nas características da demanda de automóveis, mais sensível à disponibilidade e às condições de financiamento do que às variações dos preços dos veículos. Assim, a baixa elasticidade-preço da demanda, por um lado, torna pouco eficientes esforços no sentido de ampliar o mercado via reduções de preços e, de outro, permite que aumentos das margens e elevações dos preços tenham um impacto limitado sobre as quantidades vendidas e, portanto, acarretem efetivamente resultados favoráveis sobre a receita e a massa de lucro.

Cabe, por fim, uma menção ao período de vigência do Plano Cruzado, marcado pela escassez de veículos no mercado. Em que pese a expansão da demanda então ocorrida, aquela escassez certamente não refletia um esgotamento da capacidade produtiva da indústria, uma vez que o volume de produção da no período era significativamente inferior aos níveis atingidos no final dos anos 70. Na verdade, os problemas de suprimento resultavam, principalmente, da desorganização do processo produtivo e dos atritos entre as empresas montadoras e a indústria de autopeças que se seguiram ao congelamento de preços introduzido pelo Plano. Neste quadro, desenvolveu-se a prática de cobrança de ágios, seja sob a forma de incorporação obrigatória de peças e acessórios opcionais, seja mesmo pela exigência de pagamentos adicionais sem qualquer contrapartida. Estes ágios, que significavam efetivamente um aumento de preço, não puderam, no entanto, ser captados pelos índices de preço.

Observe-se ainda que, a partir de julho, embora o preço recebido pelos produtores não tenha sofrido alteração, o preço efetivamente pago pelo consumidor experimentou uma elevação nominal de 30% em decorrência da introdução de empréstimo compulsório a ser pago pelo comprador, o qual, pelas suas características, correspondia de fato a um imposto indireto e, portanto, acarretava um acréscimo de preço. Em contrapartida, parte da redução do índice constatada durante o ano de 1987 (23 pontos de porcentagem em uma queda de 39%) decorre do fim do empréstimo compulsório, não significando, portanto, uma diminuição do preço recebido pelo produtor.

## 5 — O desempenho das exportações

O início das atividades exportadoras da indústria de veículos está claramente associado à definição do programa Befiex em 1972. A resposta das empresas montadoras a esses incentivos foi imediata, com a realização de investimentos da ordem de US\$ 3 bilhões entre 1973 e 1976 [Guimarães (1980b)]; da mesma forma, o volume de exportações dessas empresas, (cerca de US\$ 50 milhões em 1972/73) cresce gradual mas continuamente ao longo dos anos 70, atingindo os montantes de US\$ 493 milhões em 1977 e de US\$ 1.159 milhões em 1980 (Tabela 6). A contração do mercado interno na década de 80, no entanto, acarreta novo e significativo aumento dessas exportações, elevando-as para um valor médio de US\$ 1,4 bilhão no período 1980/86 e para US\$ 2,0 bilhões em 1987.<sup>8</sup>

Observe-se que esta expansão das exportações foi acompanhada de aumento expressivo das importações, que passam de US\$ 260 milhões em 1978 para US\$ 762 milhões em 1987 (Tabela 6). Este crescimento é uma decorrência da própria natureza do programa Befiex, cujo principal incentivo às exportações é exatamente a liberalização das importações.<sup>9</sup>

As exportações das empresas montadoras compreendem veículos, motores e outras partes e componentes. Dados da Anfavea (1986) para os últimos 15 anos indicam ligeiro predomínio dos veículos no valor das exportações do conjunto das montadoras, com participação oscilando entre 55 e 70% (à exceção dos anos de 1977 e 1983/86, quando se situam na faixa 45-50%).

Em termos físicos, as exportações de veículos se elevam a partir de quantidades inferiores a 10 mil unidades no início dos anos 70, chegam a 157 mil unidades (115 mil automóveis) em 1980, oscilam em torno de uma média de 190 mil unidades (140 mil automóveis) no período 1981/86 e alcançam finalmente 345 mil unidades (280 mil automóveis) em 1987. Como este crescimento esteve associado a um declínio das vendas no mercado interno, o aumento da percentagem da produção destinada à exportação é ainda mais notável: tendo se situado em um patamar de 8-9% no período 1975/79, esta percentagem esteve na faixa 17-22% entre 1982 e 1986 e alcançou os valores de 27 e 41% em 1981 e 1987, respectivamente.

Dentre os produtores de automóveis, as exportações foram particularmente importantes para a Fiat. As vendas de automóveis no mercado interno absorveram apenas 66 e 37% da produção dessa empresa em 1986 e 1987; as percentagens correspondentes eram 84 e 53% no caso da Volkswagen, 82 e 77% no da General Motors e 95% no da Ford (Tabelas 2 e 3).

<sup>8</sup> O valor observado em 1987 — um acréscimo de 55% em relação ao ano anterior — decorre basicamente do aumento das exportações da Volkswagen e da Fiat, que, em conjunto, respondem por um acréscimo de US\$ 666 milhões.

<sup>9</sup> A razão exportações/importações da indústria flutua entre 2,7 e 3,5 no período 1978/87, apresentando excepcionalmente os valores 1,9 em 1980, 2,1 em 1986 e 4,3 em 1985.

TABELA 6

*Valor das exportações e das importações das empresas produtoras de veículos*  
(US\$ milhões)

Anos	Exportações										Importações		
	Chrysler	FMM	Fiat	Ford	General Motors	Mercedes Benz	Scania	Volkswagen	Volvo	Total	Anfavea	Tona!	Anfavea
1970	0,3	0,2		2,8	0,8	4,0		0,7		8,8	8,9		69,1
1971	3,1	0,1		0,9	1,9	3,4	0,1	1,7		11,2	12,5		83,2
1972	15,9	0,2		3,3	1,7	17,0	0,3	13,1		51,5	54,1		97,6
1973	18,4	0,3		1,8	3,8	8,0	1,6	20,6		54,5	63,0		207,5
1974	32,2	1,0		23,4	6,7	29,8	4,9	80,8		178,8	203,8		347,9
1975	50,3	0,8		60,3	9,1	59,3	10,7	133,1		323,6	334,1		302,4
1976	40,1	4,8		45,6	16,0	76,7	18,8	148,4		350,4	385,7		235,1
1977	52,6	20,3	35,3	77,8	32,8	83,4	22,7	168,6		493,5	490,3		226,3
1978	42,0	41,0	58,3	69,3	120,4	106,8	24,6	227,7		690,1	610,4	260,3	292,9
1979	33,3	59,9	93,3	116,7	128,4	126,9	71,5	213,3		842,3	759,7	283,8	276,4
1980	31,3	77,7	164,8	189,9	84,9	226,9	107,3	293,0	3,1	1.158,8	1.101,2	607,7	524,2
1981	54,7	100,8	252,5	189,7	131,1	283,5	85,4	388,2	62,6	1.594,6	1.566,4	484,2	468,7
1982	6,5	30,0	444,7	144,0	123,0	94,8	72,2	179,4	38,6	1.133,2	1.154,8	319,4	318,4
1983	3,7		309,7	171,0	191,3	41,3	19,6	270,6	29,0	1.036,2	1.187,1	305,1	367,7
1984	64,5		345,0	478,8	227,4	119,9	26,8	153,5	17,6	1.434,3	1.433,5		394,6
1985			389,5	513,4	214,4	101,7	27,8	372,4	38,3	1.657,5	1.603,7	363,6	435,5
1986			275,7	612,5	75,3	45,3	32,7	242,0	34,6	1.318,1	1.487,6	633,3	656,2
1987			586,8	668,0	14,4	89,5	44,5	596,9	49,7	2.049,8	2.453,1	761,8	826,3

FONTE: Dados não publicados da Caxex e Anfavea.

NOTA: Os valores relacionados nas colunas "Chrysler" e "FMM" correspondem, a partir de 1979 a 1978, respectivamente, às exportações da Volkswagen Caminhões e de Fiat Diesel.

A Tabela 7, construída a partir de dados não publicados da Cacex, apresenta informações mais detalhadas relativas à composição das exportações das empresas montadoras em três anos selecionados (1977, 1986 e 1987).<sup>10</sup>

Os resultados relativos a 1977 indicam que, no conjunto da indústria, o valor das exportações de veículos correspondia a 49% do total (26% de automóveis e 23% de veículos comerciais), cabendo 10% a motores e suas partes e

TABELA 7  
*Exportações das empresas montadoras por classe de produto*  
(US\$ milhões)

		Automóveis	Veículos comerciais	Motores e peças	Outras peças	Outros	Mão de-estocado	Total
Fiat	1977	1,9		32,2			1,2	35,3
	1986	111,3	66,9	87,1	6,4		4,5	275,7
	1987	377,2	97,6	86,2	3,4		6,1	568,0
Ford	1977	7,2		68,9			1,7	77,8
	1986	14,2	59,6	113,1	11,1	388,5	29,0	612,5
	1987	11,4	70,2	126,7	7,8	423,7	25,2	668,0
General Motors	1977	9,9	4,0	11,9		3,4	2,6	32,8
	1986	58,0		2,6	4,6		10,1	75,3
	1987	3,0		1,5	5,9		2,1	14,4
Mercedes-Benz	1977		63,6	7,9	4,6		7,3	83,4
	1986		29,2	4,2	7,9		5,1	45,3
	1987		91,2	0,9	19,6		7,9	89,5
Scania	1977		13,2	7,7			1,6	22,7
	1986		15,6	6,7	7,5		3,9	32,7
	1987		20,3	7,4	9,8		7,9	44,5
Volvo	1977				0,3		0,9	34,6
	1986		32,4		0,8		1,4	49,7
	1987		47,5					
Veículos-apeos	1977	107,9	2,0	31,0	23,9		2,9	166,8
	1986	361,1	8,7	12,7	46,7		12,9	242,9
	1987	477,1	33,5	11,6	69,4		15,3	596,9
Chrysler	1977		11,2	34,6	5,2		1,6	52,6
FNM	1977		16,7				1,6	20,2
Total	1977	126,8	113,5	194,2	33,7	3,4	21,9	493,5
	1986	347,6	212,4	225,4	84,4	388,5	94,8	1.318,7
	1987	669,6	326,3	253,9	133,6	426,7	69,3	2.049,0

FONTE: Elaborada a partir de dados não publicados da Cacex.

NOTA: Considera apenas as classes de produto da NBM para as quais as exportações pela empresa foram superiores a US\$ 500 mil em 1976 ou 1977, para o cálculo referente a 1977, e em 1986 ou 1987, para os cálculos referentes a esses anos. A coluna "Mão de-estocado" foi obtida como resíduo.

<sup>10</sup> Este cálculo considerou apenas as classes de produto da Nomenclatura Brasileira de Mercadorias para as quais a empresa exportou mais de US\$ 500 mil em 1976 ou 1977, no primeiro caso, ou em 1986 ou 1987, nos outros dois casos. As classes de produto selecionadas a partir desse critério respondem por mais de 95% das exportações em todos os três anos considerados.



7% a outras peças e componentes. Dentre as empresas, a quase totalidade das exportações da Fiat e da Ford era constituída por motores e suas partes (90%). Tais produtos eram também predominantes no caso da Chrysler e importantes no da General Motors. Quanto às demais empresas, a maior parcela cabia aos veículos.

Em relação aos anos de 1986 e 1987, cabe destacar inicialmente a elevada participação do item "outros", refletindo exportações da Ford de tratores e, principalmente, de rádios, toca-fitas e suas peças. Descontados tais itens do total das exportações, constata-se que as participações relativas dos veículos comerciais e das peças e componentes em geral (exclusive as partes de motores) não se alteram em relação àquela observada 10 anos atrás. Cresce, no entanto, o peso dos automóveis, que passa de 26% em 1977 para 37% em 1986 e 53% em 1987; este acréscimo tem como contrapartida o declínio da parcela relativa a motores e suas partes, que se reduz de 39% em 1977 para 12% em 1987. O significativo aumento do peso dos automóveis em 1987 reflete a expansão das exportações da Fiat e da Volkswagen nesse ano.

Os dados relativos a 1986 e 1987 indicam a Ford e a Volvo como duas situações extremas: no primeiro caso, as exportações de motores e peças superam de forma significativa a de veículos; no caso da Volvo, os veículos respondem pela quase totalidade das vendas no mercado externo. As demais empresas situam-se entre esses dois extremos: as parcelas relativas a veículos são semelhantes na Fiat, Volkswagen e Mercedes Benz (entre 65 e 85%); tais parcelas são superiores às associadas à Scania e à General Motors.

No tocante ao destino das exportações, os resultados acumulados do período 1978/85 [Anfavea (1986)] indicam que os países industrializados absorveram dois terços das vendas de motores, peças e componentes, mas pouco mais de um quarto das exportações de veículos.<sup>11</sup>

É interessante notar, no entanto, que resultado mais recente, relativo apenas ao ano de 1987 e derivado de dados não publicados da Cacex, evidencia um quadro diverso (Tabela 8). Nesse ano, Europa, Estados Unidos e Canadá aparecem como principal destino não só das exportações de motores (92%), mas também da de automóveis (73%) e de veículos comerciais (67%); apenas no caso das partes e componentes em geral estes países têm uma posição secundária (26%), face, notadamente, à América Latina (48%). Quanto aos veículos, no entanto, tais resultados refletem basicamente as exportações da Fiat para a Itália e da Volkswagen e da Mercedes Benz para os Estados Unidos. De todo modo, seria precipitado concluir por identificar uma mudança de comportamento da indústria: de um lado, este resultado refere-se a apenas um ano; de outro, os dados relativos ao período 1978/85 disponíveis não permitem determinar eventuais transformações ocorridas no próprio período. Assinale-se, por fim, que a parcela das exportações de 1987 destinada ao país de

<sup>11</sup> No caso das exportações de motores, peças e componentes, 33,5% destinaram-se aos Estados Unidos e Canadá, 33% à Europa, 24% à América Latina e 10% à África, Ásia e Oceania. No caso dos veículos, 42,5% das exportações dirigiram-se à América Latina, 30% a países da África e Ásia, 21% à Europa e 6,5% aos Estados Unidos e Canadá [Anfavea (1986, pp. 102-3)].

TABELA 8

*Exportações das empresas montadoras por classe de produto e região de destino – 1987*  
(Em %)

	Pais de origem	Europa	América do Norte	América Latina	Outros
				Fiat (98,3%)	
Automóveis	83,6	84,6		14,5	0,9
Veículos comerciais	67,6	92,9		3,7	3,5
Motores e peças	70,2	70,2	27,4	2,4	
Outras peças	39,2	39,2	17,5	43,3	
Total	78,0	82,8	4,9	11,2	1,1
				Ford (92,6%)	
Automóveis				99,7	0,3
Veículos comerciais	88,4		88,4	11,6	0,0
Motores e peças	88,5	11,2	88,5	0,3	0,0
Outras peças	85,8		85,8	14,0	0,3
Outros	80,9	19,1	80,9		0,0
Total	83,3	15,3	83,3	1,4	0,0
				General Motors (57,6%)	
Automóveis				100,0	
Motores e peças	100,0		100,0		
Outras peças	27,0		27,0	62,2	13,8
Total	23,5		20,5	74,7	4,8
				Mercedes Benz (83,7%)	
Veículos comerciais			69,1	11,1	19,8
Motores e peças			16,8	31,4	51,7
Outras peças			35,2		84,7
Total			59,0	12,3	28,7
				Scania (73,9%)	
Veículos comerciais				100,0	
Motores e peças		83,3		19,7	
Outras peças		21,3		78,7	
Total		22,5		77,5	
				Volvo (93,0%)	
Veículos comerciais	13,0	15,8		69,9	14,3
				Volkswagen (93,5%)	
Automóveis			67,1	4,4	28,5
Veículos comerciais			46,3	53,2	3,5
Motores e peças			2,7	76,5	20,9
Outras peças	4,8	4,6	9,1	54,8	31,3
Total	0,4	0,4	59,8	12,4	27,3
				Total (94,0%)	
Automóveis	36,5	36,9	36,8	10,3	16,0
Veículos comerciais	41,5	30,6	36,0	26,3	7,1
Motores e peças	72,9	35,5	56,9	5,1	2,5
Outras peças	13,4	9,2	16,9	48,3	25,5
Outros	80,9	19,1	80,9		0,0
Total	50,6	3,6	48,0	11,7	9,8

FONTE: Calculada a partir de dados não publicados da CACEX.

NOTA: Os valores entre parênteses indicam o peso dos itens considerados no valor total das exportações das empresas.

origem da subsidiária brasileira era 36,5% no caso dos automóveis, 41,5% no de veículos comerciais, 73% no de motores e suas partes e 13,5% no de outras peças e componentes.

Ao longo deste texto, diversos fatores foram associados à expansão das exportações da indústria automobilística brasileira — os incentivos governamentais à exportação, a estratégia das empresas multinacionais, a contração do mercado interno. Cumpre portanto, indagar aqui sobre as contribuições relativas desses distintos fatores para o desempenho exportador da indústria na década de 80.

Do ponto de vista de uma avaliação da eficácia da política de incentivos, é possível argumentar que, diante de um decréscimo das vendas no mercado interno na proporção ocorrida, seria de se esperar que as empresas produtoras, aproveitando-se inclusive das articulações de suas matrizes no exterior, buscassem encontrar no mercado externo um escoadouro para sua produção potencial, independentemente da existência de incentivos à exportação. Cabe notar, no entanto, que, ainda que verdadeira tal suposição, o volume de exportações provavelmente não teria atingido o nível observado; isto porque, na ausência dos incentivos introduzidos pelo programa Befiex, os investimentos realizados na segunda metade da década de 70 dificilmente teriam ocorrido e, conseqüentemente, a capacidade ociosa no momento da crise seria menor.

Do ponto de vista das empresas, é lícito sugerir que a súbita e expressiva contração do mercado interno acelerou e, eventualmente, ampliou um processo que já estava em curso — o progressivo engajamento dessas empresas em atividades de exportação, como uma decorrência não só do reconhecimento da impossibilidade de contar no futuro com o ritmo de crescimento do mercado interno experimentado nos anos 70, mas também das mudanças em curso na estratégia de operação internacional dos grandes produtores multinacionais.

Cabem aqui alguns comentários relativos à natureza dessas mudanças. Assinalou-se anteriormente que a definição da política de incentivos às exportações de veículos nos anos 70 teve presente a expectativa de alterações nos padrões de operação dos produtores multinacionais no sentido de uma certa descentralização de sua produção e de suas exportações. Por outro lado, a própria indústria iria formular, em meados da década de 70, uma proposta de redefinição da estratégia de localização de suas atividades produtivas que se traduzia na concepção do carro mundial.

Em sua versão mais fraca, a estratégia do carro mundial prevê a articulação entre as políticas de diferenciação de produto praticadas pela empresa multinacional nos diferentes mercados nacionais de que participa, a partir da centralização da definição e desenvolvimento de novos modelos que seriam produzidos e lançados simultaneamente pelas suas diversas subsidiárias. Em sua versão mais forte, a estratégia do carro mundial contempla, além da uniformização da política de diferenciação de produto, a reformulação da divisão de trabalho no âmbito da empresa multinacional com uma maior separação espacial entre a produção de peças e componentes e as atividades de montagem (estas, relativamente dispersas e próximas do mercado consumidor; aquelas, concentradas em uma ou em poucas plantas, de modo a explorar plenamente as economias de escala). Esta versão implica, portanto, substancial expansão do comércio intrafirma de partes e componentes.

A evolução da indústria mundial na última década sugere a ampla adesão dos produtores multinacionais à “versão fraca” do carro mundial. Quanto à “versão forte”, a evidência é menos conclusiva: se não exclui definitivamente a possibilidade da evolução da indústria nessa direção, indica pelo menos que não houve até agora avanços significativos [ver OÉCD (1983) e Altshuler *et alii* (1985)]. Por exemplo, se, por um lado, constata-se um aumento do volume de comércio mundial de peças e componentes, por outro, esta expansão

parece decorrer antes do comércio entre firmas do que de transferências intra-firmas, como implícito na versão forte do carro mundial.

De todo modo, independentemente do destino da “versão forte” do carro mundial, o crescimento das exportações da indústria automobilística brasileira parece estar associado a uma política dos grandes produtores multinacionais no sentido de promover uma certa redistribuição do mercado mundial de veículos e de peças e componentes entre suas subsidiárias. Esta redistribuição tem sido facilitada inclusive pela uniformização, em escala mundial, da política de diferenciação de produto desses fabricantes, vale dizer, pela estratégia do carro mundial em sua versão fraca. Cabe indagar, no entanto, em que medida esta redistribuição do mercado mundial reflete uma estratégia espontânea das empresas multinacionais, informada por critérios de custo e/ou por uma política de comercialização, e em que medida constitui uma resposta dessas empresas a incentivos e pressões políticas dos governos nacionais no sentido de que contribuam positivamente para o balanço de pagamentos do país hospedeiro.

Por fim, tendo-se enfatizado anteriormente a desatualização tecnológica dos veículos supridos ao mercado interno, convém concluir esta seção focalizando as implicações dessa desatualização do ponto de vista do desempenho exportador da indústria. Observe-se inicialmente que os modelos exportados incorporam, freqüentemente, numerosas modificações em relação às versões vendidas no Brasil — principalmente, para adaptá-los às normas de segurança do país importador. Vale ressaltar, no entanto, que a competitividade no mercado externo não requer necessariamente a atualização tecnológica dos produtos da indústria. Na verdade, a produção de veículos pouco sofisticados tecnologicamente é perfeitamente compatível com uma estratégia de exportação que destina os veículos brasileiros a países em desenvolvimento e a segmentos de mercado de menor poder aquisitivo de países industrializados (Itália, no caso da Fiat, e Estados Unidos, no da Volkswagen). Nesses mercados, a incorporação de inovações, ao acarretar o aumento do preço do veículo, ao invés de aumentar a competitividade do produto, poderia resultar exatamente no estreitamento do seu mercado. Assim, do ponto de vista da estratégia das empresas multinacionais, a desatualização tecnológica da produção brasileira assegura a complementaridade entre as exportações da subsidiária brasileira e as exportações da matriz e/ou das subsidiárias de economias industrializadas.

## 6 — Comentários finais

Após mais de 20 anos de crescimento contínuo, os produtores brasileiros de automóveis enfrentam a partir do início dos anos 80 uma forte contração do mercado interno, o que acarretou, em seus piores anos (1981 e 1987), quedas espetaculares das vendas internas, que se reduziram a cerca da metade do pico alcançado no final da década de 70. Contudo, do ponto de vista da trajetória

de médio prazo da indústria, mais significativa é a magnitude do patamar médio atingido nos anos de recuperação (cerca de 600 mil unidades) — que se situa entre os valores observados em 1973 e 1974 e é 30% menor do que o pico de 1979.

Este quadro sugere que a resposta da indústria à contração da demanda não requeria apenas medidas de natureza conjuntural, mas deveria envolver sobretudo uma redefinição de estratégia que lhe permitisse operar, a médio prazo, em um mercado doméstico significativamente mais restrito do que o antevisto na segunda metade da década de 70. Esta redefinição implicou um vigoroso movimento na direção do mercado externo, que permitiu que o nível médio de produção de automóveis no período 1982/87 fosse quase 30% maior do que o volume médio de vendas no mercado interno.

Por outro lado, foi limitada, no âmbito do próprio mercado interno, a resposta das empresas à crise. No tocante aos preços praticados pela indústria, sua evolução reflete basicamente as modificações ocorridas na política de controle de preços no período. Como seria de esperar em uma estrutura oligopolista, apesar da queda da demanda, as empresas abstiveram-se de utilizar reduções de preços como um instrumento de competição e de conquista de mercado. É verdade que, em determinados momentos, recorreram a promoções de venda e descontos como forma de estimular a demanda; contudo, além de escassas, tais situações foram em geral localizadas e certamente não caracterizavam sequer um surto episódico de competição via preços. Tais iniciativas partiram, aliás, de revendedores que contemplavam assim reduzir seus estoques.

Na verdade, a estratégia das montadoras face à crise parece ter-se orientado na direção oposta àquela característica dos mercados competitivos. Quando pôde — isto é, quando a política de controle de preços permitiu —, as empresas promoveram um aumento significativo de preços, bem acima do ritmo de inflação do período. Isto ocorreu em 1981 e 1982, no momento inicial e mais grave da contração do mercado e em seguida à decisão de governo de suspender qualquer controle sobre a indústria e conceder-lhe liberdade total. Neste contexto, a estratégia das empresas consistiu, portanto, em recorrer a um aumento das margens como forma de compensar o declínio das vendas e tentar manter o nível da massa de lucro.

No tocante à política de diferenciação de produtos, não se observa tampouco um esforço mais decidido no sentido de recorrer a este mecanismo de competição na tentativa de manter os níveis anteriores de venda. Ocorrem, é verdade, antecipações dos tradicionais lançamentos anuais de novos modelos das empresas, com vistas a induzir antecipações nas reposições de veículos e assim propiciar algum ganho sobre os competidores. Assiste-se também ao lançamento de novas linhas de modelos ao longo dos anos 80; a maioria desses lançamentos, no entanto, já haviam sido programados e implicado investimentos antes da manifestação da crise. Por outro lado, as declarações de intenções de novos lançamentos são sucessivamente adiadas.

É interessante notar ainda que, ao lado da progressiva difusão dos modelos a álcool, a política de diferenciação de produto dos anos 80 reflete basicamente uma estratégia internacional da indústria — o lançamento do carro

mundial — e o crescente engajamento das subsidiárias brasileiras em atividades de exportação. De fato, as novas linhas de modelos introduzidas nos últimos anos são versões locais de modelos desenvolvidos dentro da concepção de carro mundial.

Esta preocupação com o mercado externo reflete, na verdade, a característica principal da reação da indústria à contração do mercado interno: trata-se de buscar a manutenção do nível de atividade das plantas instaladas no país através da expansão das exportações. A possibilidade dessa alternativa à crise do mercado interno fora construída, como se viu, ao longo da década anterior através da montagem pelo governo de um conjunto de incentivos e do lento mas progressivo engajamento das empresas, que envolvera inclusive o comprometimento com determinadas metas de exportação.

Este engajamento significara um reconhecimento pelas empresas da existência de limites à manutenção de taxas elevadas de crescimento no mercado interno — embora este reconhecimento pudesse significar a expectativa de taxas reduzidas de expansão e não necessariamente de uma redução da demanda da magnitude observada. Por outro lado, o comprometimento das empresas refletia também as mudanças em curso na estratégia de operação internacional dos grandes produtores multinacionais, que incluíam uma certa descentralização da produção e das exportações de veículos e de peças e componentes, com a divisão do mercado mundial entre suas diversas subsidiárias.

Em que pese tais tendências, cabe reconhecer, no entanto, que, na ausência de uma contração significativa do mercado interno, o volume das exportações de veículos e peças e, em particular, o peso dessas exportações na produção da indústria dificilmente teriam atingido os níveis alcançados em tão curto espaço de tempo.

## Abstract

*The article analyses the performance of the Brazilian passenger car industry during the eighties, with emphasis on its response to the domestic market crisis. After a review of the industry's evolution in the seventies, the article focuses on the effects of the fall in the domestic demand on the market structure, as well as on the process of product differentiation and on the price evolution and pricing behaviour. Finally, the article examines the significant increase in the motor vehicle manufacturers exports, which was in fact the main response of the industry to the crisis in the domestic market.*

## Bibliografia

ALTSHULER, Alan, *et alii.* *The future of the automobile. The report of MIT's international automobile program.* London, Unwin, 1985.

- ANFAVEA. *Indústria automobilística brasileira. Anuário estatístico*. São Paulo, Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores, 1986.
- BAUMANN, Renato. Beficx: custos e efetividade como instrumento de política industrial. *Anais do XVI Encontro Nacional de Economia*. Belo Horizonte, Anpec, 1988, v. II.
- GUIMARÃES, Eduardo Augusto. *Industry, market structure and the growth of the firm in the Brazilian economy*. Tese de doutorado apresentada à University of London, 1980a.
- . A dinâmica de crescimento da indústria de automóveis no Brasil: 1957/78. *Pesquisa e Planejamento Econômico*, Rio de Janeiro, 10 (3): 775-812, dez. 1980b.
- MIC/CDI. *Relatório de atividades – 1974*. Rio de Janeiro, 1974.
- OECD – Organization for Economic Cooperation and Development. *Long term outlook for the world automobile industry*. Paris, OECD, 1983.
- TAUILLE, José Ricardo. *Employment effect of microelectronic equipment in the Brazilian automobile industry*. Rio de Janeiro, Instituto de Economia Industrial/UFRJ, 1984.

(Originais recebidos em janeiro de 1989. Revisões em junho de 1989.)