

A INTERNACIONALIZAÇÃO DO SETOR AUTOMOBILÍSTICO

THE INTERNATIONALIZATION OF THE AUTOMOTIVE SECTOR

*Jennifer Caroline Motta Almeida¹
Larissa Juliana Coelho²
Larissa Souza Almeida³
Ítalo Brener Carvalho⁴*

RESUMO

O setor automotivo tem grande relevância econômica nos Negócios Internacionais, e possui abrangente influência no processo de internacionalização mundial, dado o exponencial crescimento dos índices de investimento direto estrangeiro (IDE) em países emergentes, levando ao conseqüente crescimento destes mercados e à uma nova ordem mundial econômica. O presente artigo tem como objetivo abordar de forma abrangente os principais impulsionadores da internacionalização da indústria automotiva no contexto dos Negócios Internacionais. Serão analisados a crescente Globalização, com ênfase no papel dos países emergentes como protagonistas e nas oportunidades de mercado que surgem a partir desse cenário. Também, serão explorados os riscos e desafios enfrentados pelas empresas na sua jornada de internacionalização, bem como a necessidade de adaptação a diferentes contextos internacionais. Além disso, será discutida a dispersão geográfica da cadeia produtiva do setor automotivo e como a evolução tecnológica impulsiona a internacionalização. O artigo busca fornecer uma compreensão abrangente desses temas-chave e sua relevância para o setor automotivo no âmbito internacional de abertura de economias para fluxo de investimentos e aumento de comércio externo.

Palavras-Chave: Internacionalização, Globalização, Países Emergentes, Negócios Internacionais.

ABSTRACT

The automotive sector has significant economic relevance in international business and exerts comprehensive influence on the global process of internationalization, given the exponential growth of foreign direct investment (FDI) in emerging markets, leading to the consequent

¹ Jennifer Caroline Motta Almeida. Graduada em Administração. Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais – CEFETMG. jennifercaroline04@gmail.com

² Larissa Juliana Coelho. Graduada em Administração. Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais – CEFETMG. coelholarissa4@gmail.com

³ Larissa Souza Almeida Correio. Graduada em Administração. Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais – CEFETMG. larissa.glv@hotmail.com

⁴ Ítalo Brener Carvalho Correio. Doutor em Administração - UFMG; Mestre em Negócios Internacionais - Northumbria, Inglaterra, Graduado em Comércio Exterior. Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais – CEFETMG <https://orcid.org/0000-0002-8466-5215>. italobrener@hotmail.com

expansion of these markets and a new global economic order. This article aims to comprehensively address the main drivers of internationalization in the automotive industry within the context of international business. It will analyze the increasing globalization, with emphasis on the role of emerging markets as key players and the market opportunities that arise from this scenario. Additionally, it will explore the risks and challenges faced by companies in their internationalization journey, as well as the need for adaptation to different international contexts. Furthermore, the geographical dispersion of the automotive supply chain and how technological advancements drive internationalization will be discussed. The article seeks to provide a comprehensive understanding of these key themes and their relevance to the automotive sector in the international arena of open economies for investment flows and increased foreign trade.

Keyword: Internationalization, Globalization, Emerging Countries, International Business.

1 INTRODUÇÃO

Com a velocidade das transformações tecnológicas, o termo Globalização tem se feito presente de forma recorrente em discursos de empresários, de políticos e de organizações. Segundo Dicken (2010) o termo é utilizado frequentemente de forma genérica para explicar diferentes processos, que ocorrem ao redor do mundo, englobando praticamente todos os tipos de ocorrências ‘boas’ e ‘ruins’ enfrentadas pela sociedade moderna, configurando um mal uso do termo, já que desta forma é ignorado como se dão essas conexões. É preciso então, compreender no que consiste a Globalização e como os Negócios Internacionais se estruturam nesse cenário.

Segundo a Constituição Brasileira (1988) os princípios das Relações Internacionais são regidos com base em condições que clamam pela justiça, igualdade e pacificidade entre os Estados. E dentre esses aspectos, compreende-se que mesmo frente a um mundo globalizado e que caminha cada vez mais para a redução de fronteiras e trabalho conjunto, ainda há marcante presença da busca por independência nacional e autodeterminação.

Sob o entendimento de Negócios Internacionais, Dicken (2010) define Globalização como a gradativa integração econômica mundial e interdependência de países. Sendo assim, o processo de Globalização, que não necessariamente é sempre positivo, pode ser de fácil adaptação em países mais desenvolvidos, e mais intrincado em países menos desenvolvidos. Historicamente, é possível observar movimentos globalizantes, mas é durante o período da guerra fria, que esse fenômeno se tornará mais intenso.

Um importante fator que colaborou para a expansão do processo de integração entre países foram as chamadas ETN's, Empresas Transnacionais que, segundo Bartlett e Ghoshal (1998), são consequência da divisão do processo de produção, no qual as empresas multinacionais perderam suas fronteiras devido ao avanço dos meios de transporte e comunicação, principalmente após a Terceira Revolução Industrial. Na década de 80, as empresas foram impulsionadas a buscar eficiência, expansão global, redução de custos e adoção de novas tecnologias.

Desse modo, o ato do reconhecimento da complexidade que incorpora a relação entre Estados e a constituição das teias globais é de extrema relevância, considerando as dinâmicas depreendidas por esse evento, que ocasionam as positivities e os obstáculos a serem enfrentados pelas nações. Tal movimento é um conjunto altamente complexo de processos que

ocorrem em múltiplos centros, escalas, períodos de tempo, formas e causas (JESSOP, SUM, 2006).

Nesse sentido, inserem-se as eventualidades entre os termos incluídos nesse vasto relacionamento global, tais como a integração entre as economias que objetiva a formação de blocos econômicos regionais com função final de impulsionar relações integracionistas em todo o globo. E, por conseguinte, identifica-se a internacionalização das empresas devido à construção de uma ampliação de mercado, que reduz ou ainda proscreve barreiras para esse fim, assim, negando questões estruturais e escalas entre o local e global segundo (BRANDÃO, 2007).

Percebe-se de forma mais objetiva, que principalmente a partir dos investimentos estrangeiros diretos ou IDE, que a integração econômica se fortalece, impactando também o funcionamento das ETN's. O IDE corresponde a um investimento visionário de interesse duradouro para exploração internacional em país, que não o de origem de investimento, segundo Chesnais (1996).

Os chamados mercados emergentes também surgem nesta conjuntura, formado por países que apresentam altas projeções econômicas e por isso atraem os olhares de todos os investidores ao redor do mundo. O fenômeno da Globalização permite que estes países, através do processo de internacionalização, abram suas economias para fluxo de investimentos e comércio externo e assim é possível dizer que serão esses países emergentes que influenciarão a economia futura. E, nesse complexo, é notória a ascensão do mercado automobilístico, com base na internacionalização da produção. Assim, será fruto do trabalho a análise da evolução das cadeias automotivas e o valor que essa agrega ao comércio global.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

Partindo da Globalização, sabe-se que houve uma intensificação na alteração do cenário macroeconômico das nações, alertando para uma internacionalização de mercados. Essa ocorrência é devida principalmente à possibilidade da abrangência de atuação, que foi incorporada pelo processo de integração. Segundo Gonçalves (1998), as dimensões que apresentaram maior resposta a essas mutações são o rápido aumento dos intercâmbios globais de produtos, serviços e investimentos; o aumento da competição nos mercados internacionais; e a crescente interligação entre as economias nacionais. Desses fatores compreende-se a necessidade de um estudo das características micro e macro de funcionamento das nações, com fim de obtenção do sucesso na integração.

Nesse contexto, a mudança no cenário mundial foi de extrema relevância para as organizações, que se viram em posição de necessidade de inovação e traçado de novas estratégias, e trouxe para as nações a necessidade de avaliar a transferência de seus ativos e perdas de capitais com base nas distinções cambiais, representando uma transferência de ativos (GONÇALVES, 1998).

Nessa linha, a Globalização designa o fim das economias nacionais, fazendo com que as realidades e problemas nacionais se mesquem com as realidades e problemas mundiais (SANDRONI, 2002; IANNI, 2002). Sendo assim, compreende-se hoje a terminologia como uma engrenagem, onde os países passam a integrar uma rede, na qual um colabora e depende

do outro, principalmente em processos de produção e comércio, e por fim as instituições financeiras e transnacionais passam a centralizar esses entrenós.

Aborda-se, nesse sentido, a internacionalização que, como enfatizado por Cavusgil (2010), é fundamental para as empresas que buscam aproveitar as oportunidades oferecidas pelos mercados internacionais, permitindo acesso a novos mercados, oportunidades de crescimento e diversificação, redução de riscos e acesso a recursos e tecnologias, além de permitir que elas se beneficiem-se de economias de escala e escopo em seus processos de produção e distribuição.

No atual momento de Globalização de mercado, empresas de pequeno e grande porte conseguem se tornar internacionais. As formas mais comuns de entrada nesse fluxo global são através do comércio internacional e dos investimentos internacionais. O comércio internacional consiste em trocas de bens e serviços entre países, que pode ser realizada por meio de importação e exportação, nesse caso é necessário estabelecer acordos entre os países e implementar ações políticas que favoreçam a progressiva liberalização do comércio global (CAMPOS, CANAVESES, 2007). No caso dos investimentos internacionais, ocorre de forma indireta por meio de compra de ações, ou por forma direta, onde empresas se estabelecem de forma física em outro país visando usufruir de mão de obra local e recursos materiais.

Estas empresas buscam internacionalizar por diversos motivos, Cavusgil (2009) cita nove motivos, mas vale destacar dois deles: (1) a busca pela diversificação de mercado, onde a empresa busca atender demandas em outras localidades, e (2) aumentar a margem de lucro, que ao trabalhar em escala global, as empresas conseguem encontrar cenários econômicos que permitem uma expansão da margem de lucro além daquela disponível a nível nacional.

Outra forma de observar o fenômeno da internacionalização das empresas é a centralização de fatores produtivos, fazendo com que a economia mundial estivesse basicamente organizada em torno de uma estrutura tripolar e macrorregional, de onde originou-se o termo ‘Tríade Global’, cujos três pilares eram a América do Norte, a Europa e o Leste e Sudeste Asiático (DICKEN, 2010). Sendo essas regiões responsáveis por 62,16% do PIB mundial total, de acordo com o Fundo Monetário Internacional (FMI, 2022).

Desse modo, segundo Castells (2005), o processo de Globalização da economia só poderia acontecer desta forma através das novas tecnologias de informação. A estrutura tecnológica atual permite que essas trocas sejam realizadas de forma eficiente, promovendo uma profunda integração entre diferentes países e organizações. Além disso, por mais que as nações busquem pela prevalência de suas identidades culturais é indiscutível o avanço de uma onda de consumo global, e ainda culturais como o “American Way Of Life”, permitindo o usufruto de produtos importados, e que segundo (DICKEN, 2010) descrevem as preferências culturais do consumidor, que passam por homogeneização.

Diferentemente dos negócios nacionais, que por atuar em um único país têm seus riscos limitados aos cenários do país em questão, os Negócios Internacionais estão sujeitos a todos os riscos possíveis dentro de cada país que atua, desta forma multiplicando os riscos do negócio (GODINHO, MACIOSKI, 2005). Os Negócios Internacionais estão sujeitos à 4 tipos de riscos: intercultural, onde a diferença de idiomas, cultura, religião e costumes podem afetar a forma de trabalho dos funcionários e a interpretação de normas; Risco-país ou risco-político, onde decisões legislativas e situações de guerra, por exemplo, podem afetar a atuação da empresa; cambial, que por os negócios acontecerem de forma global, estão sujeitos às oscilações de moedas nacionais; e por fim o comercial, que ocorre por meio de decisões mal planejadas de gestão e de investimentos. Este último também ocorre em escala nacional mas dentro dos Negócios Internacionais toma proporções maiores.

Existe um perfil de empresa que irá atuar no mercado internacional, as chamadas empresas focais. São essas empresas que iniciaram e implementaram os Negócios Internacionais, um exemplo são as multinacionais. Segundo Dymysza (1972), as multinacionais são aquelas empresas que se tornaram completamente internacionais e que negociam sem preocupação com as fronteiras nacionais, de modo que em algum momento teria uma diretoria internacional que manteria a companhia unida através de uma filosofia comum de negócio. Além das multinacionais, empresas de pequeno e médio porte também estão se tornando internacionais, como dito anteriormente.

Desta forma, é desenvolvido uma nova organização da economia. Esse novo processo econômico deve ser analisado sob a lógica de circuitos e redes interligadas, onde seus atores - empresas, estados, indivíduos e grupos sociais - possuem relações de poder desiguais. Essa relação de poder se dá principalmente via as seguintes variáveis: controle de ativos e faixa territorial. Fica evidente que apesar da ideia muito difundida de que a Globalização atinge a todos de forma unificada, é visto neste cenário econômico que esse fenômeno afeta os países de maneiras diferentes, gerando um cenário de segmentação mundial (HIRATA, FACHIN, 2021).

A integração econômica dentro do processo globalizante ocorre de forma concentrada entre os chamados clusters, que segundo Porter (1999), refere-se a uma concentração geográfica de empresas interconectadas e instituições relacionadas em uma área específica, unidas por características comuns e complementares. Essas regiões passam a concentrar não somente empresas, mas atraem investimentos governamentais que visam desenvolver a tecnologia e a produtividade local e assim garantem o constante crescimento da região e por consequência, atraem mais empresas para o cluster. Dentro desta estrutura estão as ações e interações entre redes que formarão a economia global.

2.2 PAÍSES EMERGENTES

Partindo dessas considerações, entende-se que a tendência dessa ordem é a ampliação de fluxos, principalmente o financeiro, o qual é responsável por disparidades entre os Estados, e conforme Miranda (1995, p. 187) "no âmbito de um sistema (ou não-sistema) monetário internacional (...) existe uma hierarquia de moedas que determina condições, potencialidades e graus de liberdade diferenciados para as economias nacionais".

Assim, entre os países é notório um movimento de acúmulo de riquezas, que consolidam também a aparição de uma tríade global, desde o colapso da URSS, à medida que a influência norte-americana se espalhou pela Europa Ocidental, Japão e, mais recentemente, China, esse plano tornou-se o mais eficaz para a hegemonia dos Estados Unidos no cenário global, representada por regiões nas quais o consumo de mais da metade das produções mundiais é avistado, confirmando a discrepância que abrange as regiões do globo, principalmente no que diz respeito ao poder de compra, consumo e acessibilidade aos itens disponíveis em cadeia global (SADER, 2005).

Dessas questões levantadas quanto ao termo "Globalização", reitera-se a posição de um fenômeno altamente social e mutável, Segundo Dicken (2010), o crescente interesse em "Globalização" reflete a percepção generalizada de que algo significativo está ocorrendo no mundo; de que há uma infinidade de "grandes questões" em jogo, refutando a idealização de um conceito uniforme e intransponível, e que abrange processos em constante mediação, compreendendo o poder de ajuste dos inúmeros dinamismos que o compõem. A afirmação desse viés pode ser encontrada no dinamismo mundial, bem como nos acontecimentos

históricos, que visam a integração, e foram iniciadas por uma internacionalização do capital, hoje mutada para o rompimento de fronteiras de inúmeras repartições.

Aborda-se nesse sentido, a abertura para comércios que se insere no viés capitalista globalizado, que compreende impulsionadores e desafiantes para a constituição de um mercado internacional. As empresas deparam-se cada vez mais com cenários oportunos e de riscos, haja vista a possibilidade de ser incorporada a novos mercados e expansão de seus trabalhos, além da produção operada em novas fronteiras, bem como os riscos da entrada de novos investimentos e produtos advindos de importações. Empresas de diferentes tamanhos, como de pequenos e grandes portes, estão envolvidas no comércio exterior, sendo que muitas delas são especializadas, como as conhecidas como *trading companies*, que possuem um estatuto especial no Brasil (LUNARDI, 2010).

Esse processo, segundo Dicken (2010) trata-se de uma idealização de governo global e inserção de mercados. Porém, de um outro lado esbarram as políticas de proteção que surgem no percurso à internacionalização, os quais estão atrelados aos processos regulamentares, e a incidência de taxações de impostos, sinalizando entraves ainda existentes no processo. Nesse sentido, a visão competitiva de mercado global passa a integrar uma ação de abertura e estudos quanto a transição e integração de redes, com o planejamento estratégico que viabilize os lucros para a empresa, enquanto as nações começam a pensar em incentivos fiscais.

Além disso, o processo de Global Shift deve considerar de forma micro e macro o funcionamento e ideais das nações, uma vez que o processo de entrada de capital em um país transpassa por questões cruciais para seu sucesso, que abordam diferenças estruturais e comportamentais. Certas variações podem enriquecer a esfera global das interações humanas. No entanto, caso não haja harmonização ou, no mínimo, respeito entre essas diferenças, elas podem representar uma ameaça ao sucesso das empresas ao entrar e se integrar nos mercados internacionais, bem como à vontade ou capacidade dos países em atrair investimentos diretos estrangeiros (IDE), como defendido por Dunning (2006). O desconhecimento do processo pode levar a uma vulnerabilidade quando comparado aos competidores de mercado. Enquanto o conhecimento pleno desses fatores pode levar a uma enorme vantagem e por consequência a uma amplitude de mercados que condicionam sucesso e lucratividade.

Aprofunda-se nesse momento uma questão específica da Globalização: os Negócios Internacionais, que cotidianamente interferem em nossas atividades e ainda assim por vezes são generalizados, apesar de centralizarem as relações humanas há muito tempo “O comércio internacional esteve presente através de grande parte da história da humanidade, mas a sua importância econômica, social e política, tornou-se crescente nos últimos séculos” (CORREIA, ROSA, 2006, p. 3).

Alguns dos principais interesses do investimento em países emergentes são os recursos naturais hídricos, minerais, o baixo custo da mão de obra qualificada, o mercado consumidor, a capacidade tecnológica e competência de gestão (STAL, CAMPANARIO, 2007). Desta forma, tem-se um cenário de grande fluxo financeiro, tecnológico e produtivo entre organizações e países, onde estes visam um retorno positivo à origem do investimento.

Neste contexto, é importante destacar também algumas configurações que influenciam os processos econômicos. Uma delas é a chamada *tríade econômica*, formada pelas seguintes macrorregiões: Leste asiático, União Europeia e América do norte. Estas regiões concentram a maior parte do PIB mundial, são priorizadas quando o assunto é investimentos externos e realizam enormes trocas entre si. Cada país pertencente à tríade possui suas próprias características, seja econômica seja social, que determinará o nível de influência dos mesmos no cenário global (JESSOP, 2018).

Apesar de ainda serem as maiores potências econômicas, nos últimos anos os Estados Unidos e a Europa vêm perdendo significativamente sua força com o surgimento de novos concorrentes, como o notável protagonismo do Leste Asiático, visto os dados de ascensão do Japão pós Segunda Guerra, o crescimento econômico recém-industrializado dos Tigres Asiáticos, o ressurgimento da China como um importante parceiro econômico e o dinamismo econômico em potencial da Índia (DICKEN, 2010).

2.3 OS DIFERENTES RISCOS DOS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

Segundo Cavusgil (2010) seriam quatro os riscos inerentes à internacionalização dos mercados: Risco Cambial, Risco Intercultura, Risco Político e Risco Comercial, ilustrados na figura 01. Porém, a dinamicidade e os impactos avistados pós COVID-19 trouxeram uma nova visão sobre conceitos ascendentes ao risco, e que vêm sendo discutidos no Fórum Econômico Mundial.

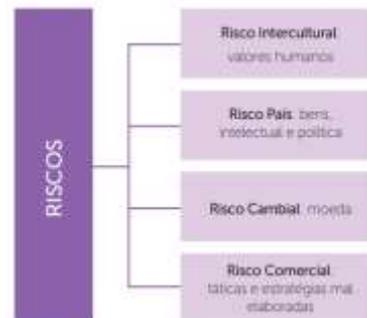
Desta forma, o risco cambial refere-se à exposição das empresas às variações nas taxas de câmbio entre moedas estrangeiras e a moeda local da empresa, o que afeta as receitas, custos e lucro da empresa. Cavusgil (2010) ressalta que o risco cambial pode ter um impacto significativo nas operações internacionais, podendo resultar em perdas financeiras se as taxas de câmbio se moverem desfavoravelmente e sugere que as empresas adotem formas de gestão de risco cambial.

As dimensões culturais influenciam a percepção de comportamentos, julgamentos éticos e normas (FERREIRA; PINTO; SANTOS; SERRA, 2013), assim, o risco intercultural se torna um desafio da internacionalização. Diferenças culturais entre os países podem ter um impacto significativo nas operações internacionais, afetando a forma como as empresas se comunicam, tomam decisões e gerenciam suas operações em mercados estrangeiros.

Quanto ao risco político ou risco-país, diz respeito ao ambiente político do país estrangeiro e a possibilidade de impactar significativamente nas operações internacionais, podendo ele se manifestar de diversas maneiras, como instabilidades políticas, mudanças na legislação e nas políticas governamentais, principalmente em países em instabilidade política. Esses fatores podem aumentar ou agravar os riscos para as empresas internacionais e afetar sua capacidade de operar de forma eficaz em mercados estrangeiros, ditando o que é ou não permitido produzir naquele país (RIBEIRO; RAMOS; ABIB; ROGLIO, 2018). Já o risco comercial refere-se aos riscos associados às transações comerciais internacionais, como a instabilidade do mercado, barreiras comerciais, restrições tarifárias e a própria concorrência local.

O risco comercial pode afetar a capacidade das empresas de competir nos mercados estrangeiros, tendo em vista os desafios de adaptação de produtos e serviços no mercado internacional, bem como a possível escassez de conhecimento do mercado local. Outros autores também tratam o tema, e anteriormente a Cavusgil (2010) o autor Almeida (2007) apresenta como Custos e Riscos às exemplificações como: Desvantagens do recém-chegado (*liability of newness*), Desvantagens de ser estrangeira (*liability of foreignness*) e por fim, Riscos políticos e econômicos nos mercados internacionais.

Figura 01 - Riscos gerais da internacionalização segundo Cavusgil.



Fonte: SPROGIS, 2018.

Frente aos Negócios Internacionais é inevitável a existência de riscos, avistadas as expansões com transposição de fronteiras (EDUARDESEN, 2017). Nesse sentido, as organizações buscam maior grau de certeza ao aplicarem seus capitais em novos mercados, e desse contexto nasce a importância do Fórum Econômico Mundial (WEF), uma organização validadora da mútua ajuda internacional na esfera público-privada.

Dessa consolidação, na década de 70 o Fórum assumiu um empreendedorismo normativo e estrutural capaz de facilitar a atuação dos *Stakeholders* (KHANNA, 2010). Assim, anualmente na Suíça o olhar internacional por parte dos governantes, das organizações, da mídia e dos interessados como um todo é avistado para a discussão das necessidades e projeções dos mercados internacionalizados.

No relatório de riscos globais de 2023, o Fórum Econômico Mundial apresentou 20 riscos para o futuro, sendo estes classificados entre riscos econômicos, ambientais, geopolíticos, sociais e tecnológicos. Além dessas classificações, os riscos são avaliados quanto ao tempo de impacto, ou seja, se são riscos de curto ou longo prazo, como mostra a figura 02.

Figura 02 - Riscos globais classificados por gravidade a curto e longo prazo



Fonte: WEF, 2023.

Após o cenário pandêmico causado pela Covid-19 e o andamento da guerra na Ucrânia, é perceptível que o contexto econômico mundial sofreu alterações que indicam o início de uma era de baixo crescimento e investimento. Um quadro de alta inflação e juros altos atingirão, em poucos anos, Estados já vulneráveis aumentando índices de fome e pobreza, além de contribuir para instabilidade política e até o colapso do Estado. Segundo o relatório, a nova era econômica será responsável por aumentar a disparidade entre países e promover um retrocesso do desenvolvimento humano, algo que não ocorria há décadas.

Nesse sentido, a instabilidade política trará uma postura defensiva aos Estados, que buscarão autossuficiência e soberania econômica. Os países farão uso da geoeconomia como armas e assim ficará evidente vulnerabilidades advindas da interdependência comercial, financeira e tecnológica entre economias globalmente integradas (WEF, 2023). Em perspectiva, os riscos sociais e geopolíticos serão definidos pelas chamadas guerras de domínio.

O relatório de 2023 também indica o uso de tecnologia como fator intensificador para desigualdade entre nações, onde apenas aqueles com melhores condições econômicas utilizarão novas ferramentas. Outro risco relacionado a tecnologia é a crescente disseminação de falsas informações e os crimes cibernéticos, sendo este último responsável pelo uso indevido de informações, inclusive de Estados, levando a prejuízos em diversas esferas.

Por fim, na figura 02 é possível observar que a maior parte dos riscos ambientais se encontram em posição de relevância para a próxima década. Isso se dá porque apesar das constantes discussões e novas políticas em relação à pauta ambiental, o progresso não foi significativo por existir uma divergência entre o que é cientificamente necessário para conservação ambiental e o que é politicamente viável. Desta forma, o desgaste ambiental continua de forma acelerada e começa a ameaçar ofertas de alimento e energia, por exemplo. O fórum econômico mundial entende que a partir destes riscos, é possível que riscos policrises se fortaleçam. Por definição, um risco policrise é aquele formado por interação entre riscos diversos, aumentando assim o impacto dos mesmos.

Neste cenário, a indústria automobilística será impactada principalmente pelos riscos ambientais e geopolíticos. Em relação ao primeiro, com a crescente preocupação com as mudanças climáticas, os governos podem adotar políticas mais rígidas em relação às emissões de gases. Isso pode afetar a indústria automobilística, que é responsável por uma grande parte das emissões de gases de efeito estufa. Será afetada também pela escassez de recursos, aumentando os custos e tornando a produção mais difícil. Já o risco geopolítico, a partir de tensões políticas e conflitos em diferentes partes do mundo, podem interromper a cadeia de suprimentos e afetar a produção do ramo automotivo.

2.4 EXPLICAÇÃO TEÓRICA VANTAGENS COMPETITIVAS INTERNACIONAIS NO SETOR AUTOMOBILÍSTICO

A Globalização das atividades econômicas e a integração de mercados torna imprescindível a criação e o desenvolvimento de novas formas de tecnologia, para que sua força catalisadora seja um agente facilitador que viabilize, estrutural e geograficamente, melhores produtos e processos (SCHUMPETER, 1988). Alguns aspectos das mudanças tecnológicas, citados por Dicken (2010), influenciam na Globalização das atividades, sendo eles a mudança tecnológica e seu processo de evolução, as tecnologias de diminuição do ‘espaço-tempo’ de transporte e comunicação, as transformações nas tecnologias de produção e a geografia da inovação e do conhecimento.

As inovações incrementais e radicais e as mudanças do sistema tecnológico e no paradigma tecnoeconômico são os tipos gerais de mudanças tecnológicas, de acordo com Freeman e Perez (1988), que defendem a ideia de que o crescimento econômico juntamente a inovação surge através de ‘ondas’, tendo a mudança características de crescimento gradativas, porém extremamente importantes. O processo da mudança abrange a economia não somente de forma técnica, como também mudam produtos e processos industriais e cenários socioeconômicos. Com a ampla difusão do mundo digital de telecomunicações, a Tecnologia da Informação é o movimento tecnológico mais relevante nos últimos anos (DICKEN, 2010).

As tecnologias de diminuição de espaço-tempo auxiliaram na redução de processos econômico-geográficos, através do desenvolvimento de sistemas de transporte e comunicações. As tecnologias de transporte facilitaram a ampliação de mercados e a conexão entre diferentes regiões geográficas. As tecnologias de comunicação viabilizaram a possibilidade de controlar processos à distância. O rápido desenvolvimento de infraestruturas e aumento da utilização dessas inovações permitiu a transformação de todos os tipos de comunicação, fazendo com que a Internet se difundisse e substituísse métodos convencionais de comunicação, como o fax, para meios mais eficientes (DICKEN, 2010). Contudo, a disseminação da internet não é uniforme, deixando cerca de 2,7 bilhões de pessoas sem acesso à internet em 2022, de acordo com o relatório da União Internacional de Telecomunicações (ONU, 2022).

A inovação nas áreas de produto e processo são aspectos muito relevantes em um ambiente competitivo, visto que a inserção de novos produtos no mercado deve ser contínua, para que a parcela de competitividade da empresa no mercado seja relevante e gere lucro. Para que o produto não se torne obsoleto, a inovação e a mudança tecnológica são imprescindíveis (DICKEN, 2010). Com a mesma importância da inovação de produtos, o aperfeiçoamento dos processos deve ser desenvolvido para que a empresa produza seu produto do modo mais hábil e adequado possível, porém, com uma maior flexibilidade e modularidade, visto que essas inovações impactam as empresas, colaboradores e consumidores (DICKEN, 2010).

A geografia dos processos de inovação reflete sobre sua natureza e condições sociais. Ambientes mais desenvolvidos facilitam a disseminação de conhecimentos mais rapidamente, portanto, é necessário analisar os fatores socioeconômicos, políticos e geográficos em que essas informações são geradas. A relação entre os aspectos de *clusters* e *outsiders* devem ser consideradas, visto que são dados sensíveis às condições os quais foram desenvolvidos (DICKEN, 2010).

A inovação, como destacado por Dicken (2010), é crucial para as empresas que buscam se diferenciar e se adaptar às mudanças do mercado. A inovação pode levar à criação de novos produtos, processos e modelos de negócios, permitindo que as empresas atendam melhor às demandas dos clientes e se mantenham competitivas. Por sua vez, Cavusgil (2010) atrela, também, o conceito de internacionalização das empresas como fator crucial para o sucesso de uma empresa em um mercado inovador e globalizado.

Assim, a internacionalização, com base na combinação de tecnologia e conhecimento obtidos em mercados locais e estrangeiros, permite a expansão de inovações mais ambiciosas e eficientes, podendo ser vista como uma ferramenta crucial para o desenvolvimento de novos produtos e serviços, além de permitir que as empresas desenvolvam modelos de negócios e processos adaptados às diferentes realidades culturais e regulatórias dos países estrangeiros. (SCHMIELE, 2011).

Em busca de vantagem competitiva, os players do setor automotivo no Brasil adotam diversas estratégias para buscar diferencial no mercado, como eficiência operacional, customização, estratégias de marketing, expansão geográfica e inovação. Esta última surge como uma estratégia básica das organizações que visam a internacionalização, já que é preciso

inovar para obter vantagem competitiva e se destacar no mercado doméstico e assim ampliar o negócio para escala global, que por sua vez exercerá forte pressão através da concorrência e manterá a necessidade por inovação em alta. Neste cenário, a internacionalização também impacta a inovação das empresas ao tornar possível o acesso a novos conhecimentos e ferramentas. Cria-se então uma relação mútua entre internacionalização e inovação (RIBEIRO, 2016).

A teoria do Ciclo do Produto de Vernon (1966) sugere que as empresas inovadoras, geralmente localizadas nos países desenvolvidos, desenvolvem novos produtos e tecnologias em seus mercados domésticos, onde há maior demanda e maior capacidade de investimento. Esses produtos são, então, exportados para outros países, onde são produzidos localmente e, eventualmente, a concorrência estrangeira começa a produzir versões similares, reduzindo a competitividade da empresa inovadora no mercado internacional (VERNON, 1979).

No setor automotivo brasileiro, as vantagens competitivas internacionais podem estar relacionadas a fatores como recursos naturais (por exemplo, a presença de minério de ferro e aço), investimentos em tecnologia e inovação, capacidade produtiva, mão de obra qualificada e acesso a mercados estratégicos, como defende Navas López e Martín (2007). Além disso, o país tem uma história de proteção e incentivos fiscais à indústria automotiva, o que pode ter contribuído para a consolidação de algumas empresas no mercado nacional, tendo em vista a Lei nº 9.449/97, que discorre sobre a autorização da concessão de incentivos fiscais, no que tange a importação, às empresas que se dedicam à montagem e fabricação de veículos automotores para transporte de passageiros e de carga.

Podemos associar a teoria do Ciclo do Produto de Vernon com as vantagens competitivas internacionais no setor automotivo brasileiro, observando que muitas empresas automotivas internacionais, especialmente as que têm sua origem nos países desenvolvidos, usaram a estratégia de exportação de produtos inovadores para o mercado brasileiro (VERNON, 1979). No entanto, com o tempo, a produção desses produtos foi transferida para fábricas locais, aproveitando as vantagens competitivas do país, como a disponibilidade de matérias-primas, mão de obra qualificada e incentivos fiscais. Essa mudança na estratégia de produção pode ter permitido que essas empresas mantivessem sua competitividade no mercado internacional (SENHORAS, 2005).

Além disso, a política de incentivos fiscais e proteção à indústria automotiva, embora possa ter gerado críticas de alguns setores, também contribuiu para a formação de um cluster automotivo no país e para a consolidação de algumas empresas no mercado nacional, segundo Shapiro (2017). Vale mencionar também que tais políticas atraem um alto volume de investimento direto estrangeiro (IDE), que também é utilizado como estratégia para obter vantagem competitiva. Empresas do ramo automotivo podem se beneficiar de economias de escala, acesso a recursos e tecnologias e relações com fornecedores locais, o que pode contribuir para sua vantagem competitiva no mercado internacional.

2.5 CADEIA PRODUTIVA AUTOMOBILÍSTICA E PARTICIPANTES NOS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

Cavusgil (2010) caracteriza três participantes nos Negócios Internacionais, são eles: (1) A empresa focal, (2) um intermediário do canal de distribuição e (3) um facilitador. A empresa focal é a que origina sua expansão internacional através da criação, adequação e confecção de um produto destinado à comercialização mundial, podendo a empresa ser de iniciativa pública ou privada, bem como de grande, médio e pequeno porte. O intermediário do canal de

distribuição é o responsável por serviços de logística e marketing em nome das empresas focais, tanto no mercado doméstico quanto no mercado estrangeiro, atuando sob contrato. Facilitador é a empresa ou indivíduo que presta suporte à empresa focal, com atribuições específicas em áreas distintas, no ato das transferências internacionais.

Para obter melhores resultados na inserção em mercados estrangeiros, as empresas focais desenvolvem estratégias de entrada nessas economias através de investimentos direto estrangeiro no caso de grandes empresas, e através de contratos como franquias e licenciamentos, no caso de pequenas e médias empresas com uma maior tendência à exportação, segundo Cavusgil (2010). Neste cenário, a indústria automobilística situa-se nos Negócios Internacionais através de empresas multinacionais, que por sua vez, são classificadas como empresas focais.

Apesar de se estabelecer de forma internacional desde o início do século XX por meio de filiais ao redor mundo, é principalmente a partir da década de 1990 que multinacionais do ramo automobilístico se expandem geograficamente utilizando uma produção globalmente integrada. Tal forma de produção só é possível através do crescente investimento direto estrangeiro (IDE) e acordos, por vezes com Estados, que visam o crescimento da produção na economia global. Desta forma, segundo Carvalho (2004), é criado um modelo de redes e arranjos com fornecedores, em paralelo a instauração de bases produtivas em países considerados atrativos (apud CÂNDIDO; CARIO; SHIMA, 2021).

Nessa indústria, tentativas de criação de barreiras para conter a entrada de novos players são feitas, visto que o mercado é altamente competitivo e composto por empresas de grande porte que investem em infra estruturas tecnológicas focadas em pesquisa e desenvolvimento (P&D) em inovação e times especializados em desenvolvimento de estratégias comerciais nos países sede, enquanto a linha de produção é alocada internacionalmente, geralmente em países periféricos (SENHORAS, 2005).

A Globalização da indústria automobilística na segunda metade da década de 90 marca a integração e modernização deste mercado no Brasil, tendo em vista a análise da evolução e estratégias competitivas implementadas pelas principais montadoras da indústria automobilística do país. No entanto, a dinâmica desse processo depende em grande parte do avanço do mercado local, dos processos de inserção e adaptação regional e das políticas econômicas nacionais, dada a criação dos incentivos fiscais para os carros “populares” (CARVALHO, 2003).

Os principais players da indústria automobilística no Brasil atualmente são: (1) Fiat Automóveis, (2) Volkswagen do Brasil, (3) General Motors do Brasil e (4) Ford do Brasil. A Fiat Automóveis, empresa italiana que se instalou no Brasil em 1976, tem uma longa história no mercado brasileiro e é conhecida por produzir carros de pequeno porte. A Volkswagen do Brasil, empresa alemã que começou a operar no Brasil em 1953, é conhecida por produzir veículos leves e pesados. A General Motors do Brasil, empresa americana que se estabeleceu no Brasil em 1925, é conhecida por produzir carros populares e leves no país. E a empresa Ford do Brasil, americana que começou a operar no Brasil em 1919, é conhecida por produzir carros modernos e tecnológicos (CARVALHO, 2003).

2.6 O SETOR AUTOMOTIVO INTERNACIONAL

Entre os diferentes setores da indústria, o setor automobilístico se destaca por sua longa trajetória de desenvolvimento tecnológico e grande impacto na economia global. É formado por grandes corporações transnacionais, desde montadoras de veículos até fabricantes de autopeças,

se apresentando como um oligopólio por concentrar a maior parte da sua produção em poucas empresas.

O setor é responsável pela produção de veículos de grande porte como ônibus e caminhões, e pela produção de carros e motocicletas, classificados como veículos de pequeno porte. Este último, segundo Daudt e Willcox (2018), é o principal responsável pela dinâmica de mercado do setor. Apenas no ano de 2022, foram produzidos 2.176.179 veículos leves no Brasil em comparação aos 193.480 veículos pesados produzidos no mesmo período (ANFAVEA). Além disso, a indústria automotiva também abrange a produção e comercialização de autopeças, que foi responsável por movimentar 233.763,5 milhões na economia brasileira em 2022 (SINDIPEÇAS). Em conjunto, a indústria automobilística se torna responsável por 22% do PIB industrial e 4% do PIB Bruto brasileiro.

A indústria automobilística também impacta a cadeia de suprimentos de outros setores da indústria, como o metalúrgico e de energia. O setor é classificado como um dos principais consumidores de aço, alumínio e outros metais e mais recentemente, com o desenvolvimento de veículos elétricos e leves, passa a impulsionar a produção de materiais mais leves como ligas de alumínio, e aços complexos de alta performance como os AHSS (USIMINAS). Já em relação a indústria de energia, o setor automobilístico demanda alta quantidade de combustíveis fósseis, como gasolina e diesel, e agora, com a transição para veículos elétricos, eleva o consumo de energia elétrica e exige mudanças na infraestrutura de carregamento.

Além disso, o setor automotivo, através das empresas multinacionais que o forma, se posiciona como constituinte importante do comércio internacional. Suas transações são feitas através de exportações e importações de veículos e componentes automotivos. Esse processo contribui diretamente para a economia de diferentes países, impulsionando o comércio e atraindo investimentos estrangeiros (DICKEN, 2010). Desta forma, a indústria automobilística reafirma seu local de importância tanto em relação aos aspectos econômicos mundiais, quanto em relação ao desenvolvimento tecnológico industrial.

2.7 EVOLUÇÃO DO PROCESSO PRODUTIVO

Desde seu início, o setor automobilístico é caracterizado por inovar os processos industriais. No início do século XX, Henry Ford transforma não só a produção automotiva como de todos os setores industriais ao incorporar à linha de montagem a esteira rolante ao modelo de produção. A partir desse momento a produção passa a ser padronizada e controlada, resultando em um aumento sem precedentes da produção de veículos, um veículo que antes levada um pouco mais de 5h para ser fabricado passa a ser fabricado em 1h30min (GOUNET, 2002) estimulando assim o consumo em massa da população. O modelo fordista apresentava limitações como a pouca variedade e acúmulo de estoque, o que estimula a criação de outro modelo produtivo, o Toyotismo.

Em um cenário de Japão pós Segunda Guerra, o Toyotismo foi pensado como alternativa ao modelo fordista de produção para que o país pudesse concorrer com a produção de montadoras americanas. A cadeia de produção é baseada no conceito de Just in time, que consiste na produção por demanda visando o menor custo de estocagem, transporte e controle de qualidade. Aqui, a produção passa a ser focada em demandas externas ao país.

Já na década de 90, a indústria automobilística adota um novo modelo de produção chamado consórcio modular. Neste modelo, fornecedores se instalam na planta das montadoras e são responsáveis por alguns elementos como cabine, pintura, suspensão, rodas e motor. Por sua vez, as montadoras serão responsáveis por controlar a qualidade dos produtos e fornecer os

materiais para os fornecedores modulistas (SACOMANO NETO, TRUZZI, 2009). A maior aproximação entre montadoras e fornecedores advém da busca por maior redução de custos e atuação em diferentes localidades (VIDEIRA, 2018). Em resumo, fornecedores passam a ser responsáveis pela montagem dos veículos e as montadoras agora se concentram nas vendas, técnicas de marketing, qualidade e na pesquisa e desenvolvimento dos veículos.

2.8 EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA DO SETOR AUTOMOTIVO

A tecnologia tem desempenhado um papel fundamental na transformação da forma de produção no setor automobilístico, desde o surgimento dos primeiros automóveis até os dias atuais, impulsionado melhorias significativas na eficiência, qualidade, flexibilidade e personalização na produção de veículos.

Quadro 01: Tecnologias que impulsionam o setor automotivo nos últimos anos

<p>A introdução de automação e robótica na produção automotiva tem permitido a realização de tarefas repetitivas e complexas de maneira mais eficiente. A automação robótica auxilia os fabricantes de automóveis na adaptação das metodologias e tecnologias de fabricação já estabelecidas às mudanças significativas que estão ocorrendo.</p>	<p>Fonte: International Federation of Robotics</p>
<p>O sistema de fabricação just-in-time (JIT) é uma abordagem que busca minimizar estoques e desperdícios, produzindo somente o necessário no momento certo. A tecnologia desempenha um papel fundamental na implementação do JIT, permitindo o rastreamento em tempo real da demanda, a comunicação eficiente com fornecedores e a sincronização dos processos de produção.</p>	<p>Fonte: The Toyota Production System</p>
<p>O uso de tecnologias de simulação e modelagem, como o design assistido por computador (CAD) e a análise de elementos finitos (FEA), tem permitido que os fabricantes testem e otimizem virtualmente projetos de veículos e processos de produção. Isso reduz o tempo e os custos de desenvolvimento, bem como aprimora a qualidade e o desempenho dos produtos finais.</p>	<p>Fonte: SAE International</p>
<p>A IoT e a conectividade estão se tornando cada vez mais presentes na produção automotiva. Sensores e dispositivos conectados são usados para coletar dados em tempo real sobre o desempenho das máquinas, o uso de materiais e os processos de fabricação. Esses dados podem ser analisados para identificar melhorias, reduzir falhas e otimizar a eficiência geral da produção.</p>	<p>Fonte: McKinsey & Company</p>
<p>A tecnologia de impressão 3D tem ganhado destaque na indústria automotiva, permitindo a fabricação rápida de peças e componentes personalizados. Isso reduz a necessidade de estoques, diminui o tempo de produção e permite maior flexibilidade no design e prototipagem.</p>	<p>Fonte: Society of Automotive Engineers (SAE)</p>

Fonte: Elaborado pelos autores com base no artigo

A exemplo do Quadro 01, essas são apenas algumas maneiras pelas quais a tecnologia tem impactado a forma de produção no setor automobilístico. A evolução tecnológica continua a moldar a indústria, com inovações como inteligência artificial, big data e automação avançada desempenhando papéis cada vez mais importantes na produção de veículos.

2.9 A DISPERSÃO DA INDÚSTRIA PELO MUNDO

A indústria automobilística se destaca globalmente, com presença significativa em diversos países ao redor do mundo. A dispersão dessa indústria teve início no final do século XIX e início do século XX, com a expansão das primeiras montadoras de automóveis. A partir desse período, ocorreram diferentes fatores que influenciaram o estabelecimento da indústria em determinados locais. Segundo Dicken (2010), destaca-se a produção automobilística dividida nas seguintes regiões: (1) Estados Unidos, (2) Europa, (3) Ásia, e (4) América do Sul.

Os Estados Unidos desempenharam um papel central no desenvolvimento da indústria automobilística pois possuíam recursos como minério de ferro, aço e petróleo, essenciais para a fabricação de veículos, o que inviabilizou a fundação de montadoras como Ford, General Motors e Chrysler. O mercado consumidor dos Estados Unidos era grande e em expansão, proporcionando uma base sólida para o crescimento da indústria e, após a criação da linha de montagem por Henry Ford, deu-se início a produção em massa e fabricação em larga escala. A cidade de Detroit, conhecida como "Motor City", era o epicentro da indústria automobilística dos EUA (CITY OF DETROIT).

Marcas icônicas como BMW, Mercedes-Benz, Renault, Volkswagen, Fiat e Rolls-Royce têm suas raízes nesses países. Destacando os países de sua origem, bem como os avanços tecnológicos como pioneiros. A exemplo disso, Hoyer (2008) cita a região da Europa como pioneira em avanços tecnológicos automotivos, como os primeiros motores a combustão interna e as primeiras inovações em design e engenharia de automóveis.

Estabelecidas há décadas, a tradicional indústria automotiva na Alemanha, França, Itália e Reino Unido possuíam expertise na fabricação de veículos. No entanto, ao longo do tempo, a indústria automobilística se espalhou para outras regiões, como Ásia e América do Sul. Devido a, por exemplo, dois fatores: (1) crescimento econômico e (2) mão de obra qualificada.

Países como Japão, Coreia do Sul e China experimentaram um rápido crescimento econômico, o que impulsionou a demanda por veículos e atraiu investimentos da indústria automobilística. A Ásia se tornou um dos principais pólos automotivos do mundo. Além do Japão, países como Coreia do Sul e China têm uma presença significativa na indústria automobilística com empresas como Toyota, Honda e Nissan. O crescimento recente na China reflete uma tendência de longo prazo na indústria automotiva, em que países em processo de industrialização cada vez mais possuem capacidades de produção local, em vez de depender da importação de veículos do mundo desenvolvido (HOLWEG, 2005).

Como em muitos outros setores, China, Índia e América Latina são consideradas importantes oportunidades de mercado consumidores de veículos, incentivando a instalação de fábricas de montadoras para atender à demanda local de seu mercado emergente, fortalecendo a presença global dos fabricantes de veículos na indústria (HOLWEG, 2005) No Brasil, destacam-se a Volkswagen AG, Fiat Chrysler Automobiles (FCA) e General Motors do Brasil, como empresas com grandes montadoras e presença significativa no mercado automotivo brasileiro.

No ano de 2020, a montadora Ford Motor Company, primeira indústria automobilística a se instalar no Brasil, em 1919, comunicou sua decisão de encerrar as operações de produção no Brasil, mantendo apenas as atividades administrativas, o Centro de Desenvolvimento de Produtos e o Campo de Provas no país. A montadora justificou essa decisão com base no contexto nacional, que inclui a crise sanitária de COVID 19, e na necessidade de melhorar os indicadores financeiros relacionados à produção (DIEESE, 2021).

2.10 O SETOR AUTOMOTIVO: INCENTIVOS E TENDÊNCIAS.

O setor automotivo tem grande importância para a economia global e para as economias regionais, pelo seu efeito multiplicativo nas cadeias produtivas. O segmento é formado por diversos conglomerados, que possuem força para gerar grande alavancagem em outros setores, expressar renda em vendas e aguçar investimentos, principalmente com a formação de organizações de alianças por meio das joint ventures, e grande poder de negociação com governos nacionais, seja de forma colaborativa ou forma questionadora (DICKEN, 2010).

Nesse sentido, a crise financeira de 2008 levou à adoção de políticas públicas setoriais anticíclicas em diversos países. E no Brasil, por exemplo, a redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) foi uma prática no setor automotivo como instrumentalização à recuperação do setor diante da forte queda da demanda verificada em 2008, devido à perda de poder de compra e as incertezas do momento.

Além disso, a indústria automotiva é fortemente incentivada pelo governo devido à sua agregação de valor para a economia e pela alta geração de empregos. Essa segmentação recebe incentivos em nível regional, com isenções fiscais por exemplo. Enquanto na esfera mundial um dos pontos principais é a redução dos impostos de importação de veículos menos poluentes, como híbridos e elétricos, com proposições de projeto de lei para eliminar os impostos de importação e os impostos sobre produtos industriais em vários países, haja visto a busca por melhorar o desempenho ambiental devido às exigências do processo de internacionalização econômica (UNGARETTI, 2021).

É importante enfatizar os impactos ambientais das diferentes etapas, levando em consideração os vínculos com a perspectiva adotada pela Convenção sobre Atividades Industriais Internacionais. Para um produto tão complexo como um automóvel, é claro que as preocupações ambientais não devem reduzir-se a um produto, e sim adotar um principal objetivo, o da redução de gases poluentes, e começar pelas preocupações ambientais do automóvel desde a sua concepção “a eco-concepção se caracteriza por uma visão global: é uma abordagem multicritério” (JOUNOT APUD MEDINA, 2007, p.21).

Como resultado, alguns governos introduziram regulamentações para reduzir esses gases. Desta forma, promovem-se cada vez mais fontes alternativas de energia, regulamentações e incentivos para substituir estes veículos por veículos menos poluentes, como carros elétricos e bicicletas. Não apenas isso, mas alguns governos estão incentivando a compra de veículos elétricos na tentativa de reduzir as emissões nocivas nas ruas, Antunes (2004) aborda sobre a gestão de recursos ser a base do desenvolvimento nesse sentido.

Em geral, a indústria automotiva depende fortemente de inovações de marca, como novos motores e novas tecnologias de automação. Portanto, espera-se que algumas taxas sejam incorridas, além de uma maior depreciação devido ao maior capital físico. Portanto, as empresas do setor automotivo não possuem vantagem competitiva sustentável, pois sempre correm o risco de serem ultrapassadas por outra inovação tecnológica. Hoje, porém, as empresas estão contornando essa questão da competitividade criando conglomerados, onde a tecnologia é

compartilhada por meio da fusão de várias empresas, dando assim entendimento “como a introdução de produtos/serviços ou processos produtivos tecnologicamente novos e melhorias significativas em produtos e processos existentes” (FUCK, VILLHA, 2011-2012, p. 8).

Fusões e aquisições na indústria automotiva estão se tornando uma prática cada vez mais comum e inevitável. Isso porque na crescente reestruturação do setor, baseada na implantação de novas tecnologias e modais de transporte, os contratos de são utilizados como uma espécie de atalho para a inovação e o crescimento. Dessa forma, a empresa não é dona da outra, mas são sócias porque possuem as ações uma da outra e podem influenciar as decisões que forem tomadas mesmo que a ideia da fusão tenha sido rejeitada. As empresas compartilham armazéns, contêineres, caixas de carga, transatlânticos e processamento alfandegário, o que segundo Cano (2002) são processos típicos da competição capitalista.

Ademais, com a introdução de carros autônomos e a transição do móvel para o serviço e as mudanças, a forma como a indústria funciona e a receita das empresas que trabalham nela mudará drasticamente. Como tal, as principais montadoras e fornecedores estão expostos a entidades novas e bem financiadas, como gigantes da tecnologia, empresas de capital de risco e investidores. E com a chegada do Covid-19, houve a necessidade de mudar os diversos hábitos e tendências da população frente ao panorama global. A ascensão do home office e a preferência por recursos compartilhados afetaram também a indústria automotiva - como paradas em várias etapas da cadeia produtiva e dificuldades na importação de peças - e o trânsito urbano em geral, o que é reiterado por Leite (2003) novas condições de sensibilidade ecológica vão se refletir em novos posicionamentos estratégicos nas organizações, instinto de conservação ou espírito proativo.

Além, das tendências de desenvolvimento mais sustentável que antecederam a pandemia no setor, estão sendo promovidas novas formas de locomoção, como ciclovias e patinetes, além da produção de carros elétricos. Nesse sentido, os clientes estão pensando cada vez mais em segurança e baixo risco de contágio, além de canais mais sustentáveis e tecnológicos relacionados ao uso de veículos, que até agora representaram sucesso em um setor concentrado e abrem a possibilidade de um negócio completamente diferente um negócio do futuro em termos de mobilidade, inserindo a ideia de Kotler (1998.p.480) “... O marketing verde, um movimento das empresas para criarem e colocarem no mercado produtos responsáveis com relação ao meio ambiente”.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A indústria automotiva é influenciada por uma ampla gama de fatores, incluindo os principais players e flutuações nos preços das commodities. Atualmente, o setor passa por transformações significativas que têm o potencial de revolucionar o conceito de mobilidade. Essas transformações incluem o surgimento de carros elétricos e veículos autônomos, que ampliam as opções de transporte. Tradicionalmente, a maioria dos carros é movida a combustíveis fósseis, principalmente a gasolina. No entanto, prevê-se que, mesmo com as modificações, os automóveis continuarão a ser um meio de transporte crucial na sociedade devido ao seu papel essencial no funcionamento social contemporâneo. Apesar dos avanços, o futuro ainda guarda inúmeras possibilidades e significa uma longa jornada pela frente.

Em um cenário de internacionalização dos negócios, o setor automotivo se apresenta como uma indústria global. Sua presença se dá por meio de empresas transnacionais através de uma ampla rede de montadoras e fornecedores de diversas regiões. O processo de global sourcing, no qual empresas buscam fornecedores de diferentes países que oferecem condições

vantajosas, está presente desde seu início, mas se intensifica após o setor adotar o consórcio modular como modelo de produção. O mapa mundial do setor se altera ao longo do tempo. Inicialmente concentrada em países como Japão, Estados Unidos e países da Europa, hoje visando acompanhar as necessidades de consumo e diminuir custos, as empresas do ramo investem em pólos de desenvolvimento nos chamados países emergentes. Tal processo permite que novos produtos sejam criados atendendo demandas cada vez mais específicas, além de impactar diretamente a economia desses países.

No setor automobilístico, as empresas buscam se internacionalizar com o objetivo de alcançar maiores lucros, expandir seus conhecimentos para melhorar a eficiência e eficácia organizacional, atender melhor a clientes que também se internacionalizaram, estabelecer proximidade com as fontes de suprimento, aproveitar as vantagens do global sourcing e obter flexibilidade no fornecimento de suprimentos. Além disso, a internacionalização permite o acesso a fatores de produção com menor custo ou maior valor, o desenvolvimento de economias de escala em diferentes áreas como suprimentos, produção e P&D, a efetivação da competição internacional e a frustração do crescimento da concorrência no mercado doméstico. Ainda, investir em parcerias com empresas estrangeiras pode proporcionar benefícios potenciais. No entanto, é importante ressaltar que a internacionalização também traz consigo riscos que as empresas devem enfrentar e gerenciar de forma adequada.

O setor automobilístico, ao se internacionalizar, está diretamente relacionado à Tríade Global, que compreende as três principais regiões econômicas do mundo: América do Norte, Europa Ocidental e Ásia Oriental. As empresas automobilísticas expandem suas operações para essas regiões em busca de oportunidades de mercado e vantagens competitivas. Elas estabelecem presença em mercados emergentes, como os países da Ásia Oriental, devido à mão de obra mais barata e ao potencial de crescimento do mercado consumidor. Ao mesmo tempo, também mantêm uma forte presença nos mercados já desenvolvidos da América do Norte e Europa Ocidental, onde a demanda por veículos é alta. Portanto, a internacionalização do setor automobilístico está intrinsecamente ligada à Tríade Global, pois busca aproveitar as vantagens e oportunidades oferecidas por essas regiões economicamente poderosas.

Estas premissas ajudam ao pesquisador do tema de Negócios Internacionais a compreender a temática com base em dois autores principais utilizados neste estudo, Cavusgil e Dicken, os dois autores expoentes norteiam a compreensão do mundo dos Negócios internacionais, e seus desdobramentos.

Como este estudo é um estudo exploratório, com base na literatura, com a contribuição de alguns artigos atuais, há limitações nas considerações finais. Isso faz com que as premissas sejam apenas indicativas de pontos que os autores deste trabalho chegam ao fim desta leitura. Dessa forma, como estudos futuros sugere-se pesquisas em empresas específicas que operam no setor e o fenômeno da fuga de capital estrangeiro, muito evidenciado e citado neste estudo pelo caso da Ford Brasil.

REFERÊNCIAS

ANFAVEA. **Dados Estatísticos 2022**. 2022.

ANTUNES, P. **Objetivos ambientais e sustentabilidade**. In: Seminário Energia e Ambiente - Metas e Políticas. Associação Portuguesa de Energia, 2004.

- BANSI, A. C.; DE ANDRADE, A. M. F.; GALINA, S. V. **A Relação entre Internacionalização e Inovação nas Multinacionais de Países Emergentes**. Internext, 2021.
- BARTLETT, C. A.; GHOSHAL, S. **Managing across borders: the transnational solution**. Harvard Business School Press, 1998.
- BRANDÃO, C. A. **Território e Desenvolvimento: as múltiplas escalas entre o local e o global**. Editora da Unicamp, 2007.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Senado Federal, 2016.
- CANO, M. **O recente processo de fusões e aquisições na economia brasileira**. 164 f. Dissertação de Mestrado em Economia, Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2002.
- CAMPOS, Luís; CANAVEZES, Sara. **Introdução à Globalização**. Instituto Bento. Jesus Caraca, 2007.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Paz e terra, 2005.
- CAVUSGIL, S. T.; KNIGHT, G.; RIESENBERGER, J. R. **Negócios Internacionais: estratégia, gestão e novas realidades**. Pearson, 2010.
- CONCEIÇÃO, CS., and FARIA, LA. **Padrões históricos da mudança tecnológica e ondas longas do desenvolvimento capitalista**. In: DATHEIN, R., org. *Desenvolvimentismo: o conceito, as bases teóricas e as políticas*. Editora da UFRGS, 2003.
- CHESNAIS, François. **A Mundialização do Capital**. Xamã, 1996.
- CITY OF DETROIT. **Detroit History**. 2023.
- DAUDT, Gabriel Marino; WILLCOX, Luiz Daniel. **Indústria automotiva**. 2018.
- DICKEN, Peter. **Mudança Global: Mapeando as Novas Fronteiras Da Economia Mundial**. Bookman, 2010.
- DIEESE. **Algumas informações sobre a presença da Ford no Brasil e o potencial impacto do encerramento das atividades da montadora no país**. 2023.
- DUNNING, J. **Perspectives on international business research: a professional autobiography fifty years researching and teaching international business**. Journal of International Business Studies, 2002.
- DYMSZA, William A. **Multinational Business Strategy** - McGraw-Hill Inc. 1972.
- FREEMAN, C; PEREZ, C. **Structural crisis of adjustment: business cycles and investment behavior..** Technical change and economic theory. Pinter Publisher, 1988.

FUCK, M. P; VILHA, A. M. **Inovação Tecnológica: da definição à ação.** Revista Contemporâneos, n. 9, São Paulo, p. 1-16, 2011-2012.

GODINHO, Wagner Botelho; MACIOSKI, Juliana Maria Klüppel. **Estilos de negociação: a maneira pessoal de realizar Negócios Internacionais.** Ciência Opinião, 2005.

GONÇALVES, R.; BAUMANN, R. PRADO, L. C. D.; CANUTO, O. **A nova economia internacional: uma perspectiva brasileira.** Campus, 1998.

GOUNET, Thomas. **Fordismo e toyotismo na civilização do automóvel.** Boitempo, 1999.

GUEDES, Ana Lucia. **Negócios internacionais: Estratégias de investimentos no contexto Luso-Brasileiro.** Comportamento organizacional e gestão, 2008.

HIRATA, Anabela Cristina; FACHIN, Zulmar. **Globalização seletiva e aumento da exclusão social na sociedade em rede: reflexões a partir de Manuel Castells.** Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias, 2021.

HOLWEG, Matthias; LUO, Jtanxi; OLIVER, Nick. **The past, present and future of China's automotive industry: A Value chain perspective.** University of Cambridge, 2005.

HØYER, Karl Georg. **The history of alternative fuels in transportation: The case of electric and hybrid cars.** Utilities Policy, 2008.

IANNI, Octavio. **A sociedade global. 10.** Civilização Brasileira, 2002.

IFR (International Federation of Robotics) (2023). **One Million Robots Work in Car Industry Worldwide – New Record.** 2023.

IMF (International Monetary Fund) (2022). **GDP based on PPP, share of world.** 2023.

JESSOP, Robert Douglas. **Dinâmica do regionalismo e do globalismo: uma perspectiva de economia política crítica.** 2018.

JESSOP, B.; SUM, N-L. **Beyond the regulation approach: putting capitalist economies in their place.** Edward Elgar, 2006.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing.** São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LEITE, Paulo Roberto. **Logística Reversa: Meio Ambiente e Competitividade.** São Paulo: Prentice Hall, 2003.

LUNARDI, Ângelo Luiz. **Condições internacionais de compra e venda INCOTERMS.** Aduaneiras, 2010.

MEDINA, H. V. de.; GOMES, D. E. B. **Reciclagem de automóveis: estratégias, práticas e perspectivas.** CETEM, 2003.

MIRANDA, J. C. **A dinâmica financeira da crise asiática.** Revista Política Externa, 1998.

MOURA, Rafael Shoenmann de. **A ascensão geoeconômica do leste asiático na segunda metade do século xx: méritos e incompletudes das interpretações analíticas | The geoeconomic rise of east asia in the second half of the xxth century: merits and incompleteness of analytical interpretations.** Mural Internacional, 2023.

ONU News. **Crescimento da internet desacelera e 2,7 bilhões ficam fora da rede.** 2022.

PORTER, E. Michael. **Competição – Estratégias competitivas essenciais**, 13ª Edição, Editora Campus, 1999.

SACOMANO NETO, Mário; TRUZZI, Oswaldo Mário Serra. **Posicionamento estrutural e relacional em redes de empresas: uma análise do consórcio modular da indústria automobilística.** Gestão & Produção, 2009.

SADER, Emir. **Hegemonia e contra-hegemonia.** In: *Hegemonias e emancipações no século XXI.* Ceceña, Ana Esther. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2005.

SANDRONI, Paulo. **Novíssimo dicionário de economia: a mais completa obra sobre o assunto já publicada no Brasil.** Best Seller, 2002.

SCHMIELE, A. **Drivers for international innovation activities in developed and emerging countries.** Journal of Technology Transfer, 2011.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e democracia.** Editora Fundo de Cultura, 1961.

SINDIPEÇAS. **Anuário Sindipeças 2023.** 2023

SILVA, Ana Carolina Francisco. **Diplomacia empresarial: conceito e inserção dos multinacionais nas relações internacionais.** 2016. 61 f. Monografia (Graduação). Faculdade de Ciências Jurídicas e Ciências Sociais. Centro Universitário de Brasília, 2016.

STAL, E.; CAMPANARIO, M. A. **Países em desenvolvimento e a atração de centros de pesquisa e desenvolvimento de empresas multinacionais.** In: FLEURY, A.; FLEURY, M. T. L. (orgs.). *Internacionalização e os países emergentes.* Atlas, 2007.

TOYOTA GLOBAL. **A production system based on the philosophy of achieving the complete elimination of all waste in pursuit of the most efficient methods.** 2023

UNGARETTI, CARLOS RENATO, CHAGAS, G. F. . **O 14º Plano Quinquenal (2021-2025) da China em Perspectiva Doméstica e Internacional: Economia, inovação e meio-ambiente.** NEBRICS, 2021.

USIMINAS. **Novos aços e produtos para o setor automotivo.** 2022.

VIEIRA, D. G.; AMARAL, R. S. M.; CARVALHO, Ítalo B. **Internationalization of companies in emerging countries and investment in the research center.** 2023.

VIDEIRA, Isabel de Assis Pacheco. **Análise da relação entre montadora e fornecedor na indústria de autopeças: um estudo de caso da Honda e seus fornecedores.** Tese de doutorado, 2018.