UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

MAGDA VALÉRIA DA SILVA

A INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA EM CATALÃO/GOIÁS: Da Rede ao Circuito Espacial da Produção da MMC Automotores do Brasil S.A.

UBERLÂNDIA
2010

MAGDA VALÉRIA DA SILVA

A INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA EM CATALÃO/GOIÁS: Da rede ao Circuito Espacial da Produção da MMC Automotores do Brasil S.A.

Tese apresentada ao Programa Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Geografia.

Área de Concentração: Geografia e Gestão do Território.

Linha de Pesquisa: Planejamento e Gestão dos Espaços Rural e Urbano.

Orientador: Julio Cesar de Lima Ramires

Uberlândia
2010

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Sistema de Bibliotecas da UFU, MG, Brasil.

S586i Silva, Magda Valéria da, 1974-
A indústria automobilística em Catalão/Goiás [manuscrito]: da rede ao circuito espacial da produção da MMC Automotores do Brasil S.A. [manuscrito] / Magda Valéria da Silva. - 2011.
450 f.: il.

Orientador: Julio Cesar de Lima Ramires.
Tese (doutorado) - Universidade Federal de Uberlândia, Programa de Pós-Graduação em Geografia.
Inclui bibliografia.

1. Espaço em geografia – Catalão (GO) - Teses. 2. Geografia econômica - Produção industrial - Catalão (GO) - Teses. I. Ramires, Julio Cesar de Lima. II. Universidade Federal de Uberlândia. Programa de Pós-Graduação em Geografia. III. Título.

CDU: 911.6(817.3)

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

Programa de Pós-Graduação em Geografia

MAGDA VALÉRIA DA SILVA

A Indústria Automobilística em Catalão: da rede ao circuito espacial da MMC Automotores do Brasil S.A

Prof. Dr. Júlio César de Lima Ramires (Orientador) - UFU

Profa. Dra. Kelly Cristine Fernandes de Oliveira Bessa - UFT

Prof. Dr. Edir de Paiva Bueno - UFG

Profa. Dra. Beatriz Ribeiro Soares - UFU

Profa. Dra. Nágela Aparecida de Melo - FACIP

Data: 17/11 de 2010

Resultado: aprovado com louvor

Dedico este Trabalho,

Ao meu pai, José Arruda da Silva (*sempre presente*) e a minha mãe, Maria José Sucena que um dia sonharam e hoje compartilha este importante momento comigo.

AGRADECIMENTOS

A construção de um trabalho acadêmico é em muitas vezes uma tarefa solitária, egoísta e árdua, mas no seu desenvolvimento sempre tem o apoio de pessoas que reúnem esforços para sua realização. Dessa forma, não quero apenas agradecer, mas quero trazer para dentro do meu texto aqueles que contribuíram direta e indiretamente para sua consolidação.

Externo agradecimentos aos que me ajudaram efetivamente na construção desta Tese, àqueles que compartilharam comigo ideias, dividiram angústias, estimularam discussões espirituosas, que foram prontamente incorporadas nessa caminhada acadêmica. Àqueles que me ajudaram a ser uma pessoa melhor, mais observadora e humilde durante essa jornada. E àqueles que de alguma forma, no meu percurso nesses quase quatro anos, não me deixaram ser levada pela insegurança e, me permitiram seguir adiante com a escrita, sem perder a confiança e a alegria.

Assim, algumas pessoas merecem ser registradas aqui:

Externo agradecimentos, de forma particular, ao professor Julio Cesar de Lima Ramires, pela confiança, pela amizade, pela orientação e pelo apoio nos diversos momentos da construção deste trabalho. Como não encontro palavras exatas para expressar o tamanho da minha gratidão digo, simplesmente, obrigada!

Agradeço a Pró-reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa da Universidade Estadual de Goiás pela concessão de três anos de licença para realização dessa pós-graduação. Externo gratidão aos meus colegas de trabalho, especialmente os professores: Jean Torres (Diretor da Unidade Universitária de Morrinhos), Jaqueline Oliveira de Lima (Coordenadora do Curso de Geografia) e Lucineide Mendes Pires, pelo apoio.

Agradeço aos meus familiares, pelo estímulo e compreensão. Em especial à minha mãe, Maria José, pelo apoio incondicional durante essa trajetória e que foi também companheira em algumas das viagens de campo. Ao meu pai, José Arruda - *sempre presente* - que me deixou ensinamentos de perseverança, ética, moral e espírito de luta.

Aos meus irmãos Fleudeni e Fledson pelo compartilhamento de dificuldades e também pelos contatos com parte dos sujeitos entrevistados nas pesquisas de campo nas cidades circunvizinhas a Catalão. À minha irmã Mônica, pelo apoio eterno, nos momentos felizes e difíceis. Ao meu cunhado Nadim e minha cunhada Janaísa pelo companheirismo e torcida. Aos meus sobrinhos, minhas duas princesas Geovanna e Brunna e meu príncipe Erick, pelos momentos de alegria, farras, narração de histórias, que me fizeram retornar imaginariamente à minha infância em alguns momentos.

À Universidade Federal de Uberlândia e ao Programa de Pós-Graduação em Geografia, representada por seus professores e funcionários, agradeço pela oportunidade de estudar nesta instituição de ensino.

Aos professores que tive oportunidade de conhecer e de compartilhar momentos na pós-graduação, em especial professores Julio Cesar de Lima Ramires, Beatriz Ribeiro Soares, Vitor Ribeiro Filho, Rosselvelt José Santos, Vera Lúcia Salazar Pêssoa e Idelvone Ferreira Mendes pelas contribuições teórico-metodológicas nas disciplinas e cursos ministrados. Às secretárias Dilza e Cynara pela atenção e presteza no atendimento às dúvidas.

Aos meus colegas de pós-graduação, turma 2007, em especial: Patrícia Francisca, Jean Carlos Vieira, Marcos Esdras, Érica Vaz e Murilo Mendonça.

As minhas amigas que estiveram comigo nesse período tão conturbado, solitário e inseguro que é uma pós-graduação, mesmo assim compartilhamos dias e dias de felicidades, de dúvidas, angústias e de alegrias, me proporcionaram viver momentos de descontração, entre elas destaco eternas minhas amigas: Patrícia, Cláudia e Cyntia (amigas de vida, de

profissão e de estudos), Rosana, Sílvia (a Creo) e Luciana (Lu de Cumari) obrigada pelos momentos de diversões e descontração e a Suyane (amiga de todas as horas) agradeço eternamente a hospitalidade em sua residência na cidade de Uberlândia.

E especialmente, aos amigos Ronaldo, André, Aderbal e Ricardo Assis (colegas de pós-graduação UFU, UFU, ESALQ e UFG/Catalão, respectivamente).

E outras amigas que em momentos esporádicos também compartilharam minhas alegrias e apreensões, Maria Rita, Vânia, Priscila, Rosineyde, Simone, Rosileide, Carmen, Gisele, Françoise, Glaucinéia, Luciana Cravo, Joseane, Marina e Lucélia. E ainda a Divino, Ademar, Jean Carlo, Job, Otoniel, Roberto e Marcos.

Às famílias da dona Ana (mãe da Rosana), do seu Rosalvo e dona Rosinha (pais da Patrícia e Rosineide), do seu João Miguel e dona Aparecida (pais da Cyntia), do seu Nena e dona Nair (pais da Sílvia), Tatiane e Célio (primos residentes em Ouvidor), da Dilza e Isaías (amigos residentes em Nova Aurora), de Jaqueline Carneiro (amiga residente em Nova Aurora) e ao seu Gui (amigo em Goiandira), exponho minha gratidão por se envolverem com meus sonhos.

Aos meus ex-professores do Curso de Geografia da Universidade Federal de Goiás/Campus de Catalão, pelas contribuições iniciais na minha formação acadêmica. Aos professores João de Deus e Eguimar Felício do Instituto de Geografia da Universidade Federal de Goiás pelos ensinamentos ainda no Mestrado e pela amizade permanente.

Agradeço aos diretores e gerentes da MMCB (Ricardo José Tangary Ferraz de Camargo, Eduardo Zalamena e Ercílio Azevedo) pelas entrevistas e disponibilização de informações preciosas para tecer essa Tese.

Aos gerentes das empresas fornecedoras e prestadoras de serviços sediadas em Catalão MVC, RCM, Transzero/Sada, Fórmula R Indústria, Restaurante Pronutri, Prest John, DuPont, Unimed e Kata Líder pelas entrevistas. Aos responsáveis pelas empresas fornecedoras de

produtos sediadas em diversos lugares do Brasil: Metagal, Magneti Marelli, Isringhausen, Wiest Escapamentos e Automotiva Usiminas por responder os questionários. Aos gerentes das concessionárias: Grupos Maqnelson e Cotril; Ditrasa e Natsu pelas informações cedidas.

Aos funcionários da MMC Automotores do Brasil S.A. residentes nas cidades de Anhanguera, Cumari, Goiandira, Nova Aurora e Ouvidor, eternamente grata pelos ensinamentos para a vida toda, de luta, perseverança ao se deslocarem, diariamente, de suas cidades para trabalhar em Catalão em busca de melhor qualidade de vida para suas famílias.

Exponho minha gratidão aos membros da Banca de Qualificação Prof. Dra. Beatriz Ribeiro Soares, Prof. Dra. Nágela Aparecida de Melo e Prof. Dr. Edir de Paiva Bueno pelas diretrizes apontadas e pelas reflexões acerca do tema discutido neste trabalho. Agradeço à Banca Examinadora pelas últimas contribuições.

Agradeço: a Gisele Alves e Tianinha pelos trabalhos de correção ortográfica, a Lucélia Guimarães pela revisão final do texto, a Cláudia Adriana Bueno Fonseca pelos trabalhos cartográficos, a Cláudia Lúcia pelo Abstract e à Digicópias Papelaria, nas pessoas de Nadim e Mônica e demais funcionários, pelos trabalhos de formatação e impressões deste Trabalho aos domingos, sábados e feriados, inclusive no período noturno.

Enfim, como sempre corremos o risco de deixar pessoas importantes de serem referenciadas, minha gratidão eterna a todos com quem convivi durante o tempo da elaboração deste trabalho, e a todos os meus amigos e familiares.

Ao estudar as montadoras, seria interessante, além da reestruturação do espaço intra-regional, observar a leitura do território nacional feita pela empresa. Em geral, os investimentos das montadoras são gigantescos, passam muitas vezes de uma centena de milhões de dólares e têm vasta repercussão na cadeia produtiva, como autopeças e outros inúmeros serviços e a massa de impostos recolhidos. (SILVA, 2002, p. 128).

RESUMO

Este trabalho tem como objeto de estudo a montadora automobilística MMC Automotores do Brasil S.A. sediada em Catalão/Goiás desde 1998. Por ora, visa compreender o processo de estruturação e consolidação de seu circuito espacial da produção tendo em vista sua relevância na formação de redes com as empresas fornecedoras de mercadorias e produtos, rede de concessionárias, empresas prestadoras de serviços e terceirizadas. São enfocadas as relações e conexões numa perspectiva multiescalar, com destaque para as relações locais, regionais, nacionais e internacionais. Este estudo também tem como objetivos específicos analisar a configuração espacial da cadeia automobilística brasileira, o processo de descentralização industrial e suas repercussões no setor automotivo; compreender o processo de internacionalização do Grupo Mitsubishi, com destaque para as ações da Mitsubishi Motors Corporation no Brasil e a consequente instalação da unidade montadora em Goiás; entender a formação das redes que partem e que convergem para a MMC Automotores do Brasil S.A., levando em conta as concessionárias/distribuidores, fornecedores, prestadores de serviços, empresas terceirizadas etc.; analisar os aspectos e elementos que formam o circuito espacial da produção e que permitem a inserção de Catalão em um espaço de fluxos, reforçando assim sua dinâmica econômica; identificar os impactos sócioespaciais do circuito espacial da montadora no âmbito regional (microrregião de Catalão) e local (Catalão). No desenvolvimento da pesquisa, utilizaram-se como procedimentos metodológicos: pesquisas bibliográficas e leituras, pesquisas de campo pautadas nas aplicações de roteiros de entrevistas semi-estruturados e de questionários para aos diretores da montadora, das empresas fornecedoras e prestadoras de serviços e aos funcionários residentes nas cidades da microrregião de Catalão (Anhanguera, Cumari, Davinópolis, Goiandira, Nova Aurora, Ouvidor e Três Ranchos) e aos moradores de Catalão, utilizando o Discurso do Sujeito Coletivo. A propositura de elementos norteadores para a realização de estudos no âmbito da Geografia, através do uso do conceito circuito espacial da produção, perpassa por uma análise geográfica sobre as redes que são firmadas pela montadora, enfocando o estabelecimento de um espaço de fluxos materiais e imateriais, devido a presença de diversas variáveis e elementos econômicos, sociais, tecnológicos, políticos, culturais, entre outros, que possibilitam conexões diversas e empreendidas em escala internacional, nacional, regional e local. Entre outros aspectos, o trabalho aponta a complexidade, intensidade e dinamicidade que o circuito espacial da produção da montadora traz ao lugar, através de mudanças e metamorfoses espaciais, levando Catalão a integrar um espaço de fluxos em que o local e o global interagem para a reprodução capitalista, culminando na produção de um novo espaço. A rede da MMC Automotores do Brasil S.A., ao aglutinar parcelas territoriais, reforça seu poder transformador do lugar em que está instalada, possibilitando aumentar seu raio de ação para áreas longínquas, através da intensificação de fluxos e potencialização do seu poder financeiro. Tanto as redes provenientes de diversas direções como as que partem da montadora possuem intensidades diferentes, são condutoras de intencionalidades múltiplas e transportam insumos, informações, técnicas e tecnologias que, ao chegarem ao lugar modifica-o, lhe imprime novos conteúdos que se segmentam em formas, significados e processos inseparáveis que permitem a contiguidade e reprodução do sistema capitalista localmente. Por fim, propõe-se algumas diretrizes teórico-metodológicas divididas em quatro eixos para se pensar o circuito espacial da produção, como conceito analítico da Geografia.

Palavras-Chave: Circuito espacial da produção. Redes. Espaço de fluxos. Lugar.

ABSTRACT

This work aims to study the automaker MMC automobile Automotive SA in Brazil, headquartered in Catalão/Goiás since 1998. For now, seeks to understand the process of restructuring and consolidation of their spatial circle of production in view of its relevance in the formation of networks with companies that supply goods and products, dealer network, service providers and contractors. It focuses on the relationships and connections in a multiscale perspective, with emphasis on local relationships, regional, national and international. This study also aims to analyze the specific spatial configuration of the Brazilian automotive chain, the process of industrial decentralization and its impact on the automotive sector, understand the process of internationalization of the Mitsubishi Group, especially the shares of Mitsubishi Motors Corporation in Brazil and the consequent installation of the unit assembly plant in Goiás; understand the formation of networks that converge and depart for MMC Automotive S.A in Brazil, taking into account the dealers / distributors, suppliers, contractors, subcontractors, etc..; analyze the aspects and elements that form the circuit of production space and allow the inclusion of Catalão in a space of flows, thereby enhancing their economic dynamics, to identify the socio-spatial impacts of the circuit space of the automaker at the regional (micro-region in Catalão) and local (Catalão). During the research, were used as instruments: literature searches and readings, field research in applications of guided tours of semi-structured interviews and questionnaires to the directors of the assembler and supplier firms providing services to employees and residents cities of the region of Catalão (Anhanguera Cumari, Davinópolis, Goiandira, Nova Aurora, and Três Ranchos) and the residents of Catalão, using the Collective Subject Discourse. The proposition of the guiding elements for carrying out studies in the geography through the use of the term spatial circle of production, running through a geographical analysis of the networks that are signed by the automaker, focusing on the establishment of an area of material and immaterial flows due to the presence of several variables and economic, social, technological, political, cultural, among others, that allow various connections and undertaken at the international, national, regional and local levels. Among other things, this work shows the complexity, intensity and dynamics that the circuit space of the automaker's production brings the place through changes and transformations in space, leading the Catalão part of a space of flows in which the local and global interact to reproduction capitalist, culminating in the production of a new space. The network of MMC Automotive of Brazil SA, territorial parcels to unite, strengthen their power transformer that is installed in place, widening its reach to remote areas, through the intensification of flows and increase of its financial power. Both the networks from different directions as they leave the automaker have different strengths, are conducive to multiple intentions and transporting supplies, information, techniques and technologies that, when they reached the place changes it, gives it new content in ways that are segmented , inseparable meanings and processes that allow the contiguity and reproduction of the capitalist system locally. Finally, it proposes some theoretical and methodological guidelines distributed in four areas to think the circuit of production space, as an analytical concept of geography.

Keywords: Circuit of production space. Networks. Space of flows. Place.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABC	Representação do aglomerado urbano formado por Santo André, São Bernardo do Campo e São Caetano
ACIC	Associação Comercial de Catalão
ACP	Área de Concentração Populacional
ADEFA	Asociación Fabricas de Automotores de la Argentina
AGENFA	Agência Fazendária/Regional de Catalão
AGETOP	Agência Goiana de Transportes e Obras Públicas
ANEEL	Agência Nacional de Energia Elétrica
ANFAVEA	Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores
ATC	Asian Transmission Corporation.
BA	Bahia
BID	Banco Interamericano de Desenvolvimento
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
BTMU	The Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ, Ltd.
CAGED	Cadastro Geral de Empregados e Desempregados
CAOA	Carlos Alberto de Oliveira Andrade
CCC	Colt Car Company
CCL	Costa Container Lines
CCQ	Controle de Qualidade Total
CDI	Conselho de Desenvolvimento Industrial
CESVI	Centro de Experimentação e Segurança Viária
CFEM	Compensação Financeira por Exploração de Minerais
Co.	Companhia

COACAL	Cooperativa Agropecuária de Catalão
COFINS	Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social
CTBC	Companhia de Telecomunicações do Brasil Central
DENATRAN	Departamento Nacional de Trânsito
DIMIC	Distrito Mínero-Industrial de Catalão
DSC	Discurso do Sujeito Coletivo
DSM	Diamonds-Star Motors
EDI	Intercâmbio Eletrônico de Dados
EDM	Electrical Discharing Machinery
EPI	Equipamentos de Proteção Individual
FCA	Ferrovia Centro-Atlântica
FENABRAVE	Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores
FIAT	Fábrica Italiana de Automóveis Turim
FMI	Fundo Monetário Internacional
FNM	Fábrica Nacional de Motores
FOMENTAR	Fundo de Participação e Fomento à Industrialização do Estado de Goiás
FPM	Fundo de Participação Municipal
GEIA	Grupo Executivo da Indústria Automobilística
GM	General Motors Corporation
GMB	General Motors do Brasil
GO	Goiás
IBAMA	Instituto Brasileiro de Meio Ambiente
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMS	Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
IEDs	Investimentos Externos Diretos
IPARDES	Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social

IPI	Imposto sobre Produto Industrializado
IQA	Instituto da Qualidade Automotiva
IRI	Instituto de Reconstruzione Nacional
ISSQN	Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza
ITS	Sistema de Transporte Inteligente
JK	Juscelino Kubitscheck
JUCEG	Junta Comercial do Estado de Goiás
LPCDs	Linha Privativa de Comunicação de Dados
Ltda.	Limitada
MERCOSUL	Mercado Comum do Sul
MG	Minas Gerais
MHI	Mitsubishi Heavy Industries
MITSUBISHI	MITSU = três (em japonês); BISHI = diamantes (em japonês)
MMAL	Mitsubishi Motors Australia, Ltd.
MMC	Mitsubishi Motors Corporation
MMCA	Mitsubishi Motors Credit of America, Inc.
MMCB	Mitsubishi Motors Corporation Automotores do Brasil S.A.
MME	Mitsubishi Motors Européia
MMNA	Mitsubishi Motors North America, Inc.
MMNA-Mfg	Divisão de Manufatura da Mitsubishi Motors da América do Norte
MMNZ	Mitsubishi Motors New Zealand Ltd.
MMPC	Mitsubishi Motors Philippines Corp.
MMSC	Mitsubishi Motor Sales of Caribbean, Inc.
MMTh	Mitsubishi Motors (Thailand) Co.,Ltd.
MP	Medida Provisória
MRDA	Mitsubishi Motors R&D of America, Inc.

MRDE	Mitsubishi Motor R&D Europe GmbH.
MRP	Cálculo das Necessidades de Materiais
MRPII	Planejamento dos Recursos de Manufatura
OMC	Organização Mundial do Comércio
PB	Paraíba
PCHs	Pequenas Centrais Hidrelétricas
PCP	Planejamento e Controle de Produção
PDP	Processo de Desenvolvimento de Produtos
P&D	Pesquisa e Desenvolvimento
PDP	Processo de Desenvolvimento de Produtos
PIB	Produto Interno Bruto
PIS	Programa de Integração Social
PL	Participação nos Lucros
PMDB	Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PR	Paraná
PS	Central de Peças e Serviços
PTB	Partido Trabalhista Brasileiro
RAB	Regime Automotivo Brasileiro
RAE	Regime Automotivo Especial
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
REGIC	Regiões de Influências das Cidades
RJ	Rio de Janeiro
RENARO	Rede Nacional de Revendas Online
RS	Rio Grande do Sul
S.A	Sociedade Anônima
SCM	Supply Chain Management

SEBRAE	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEFAZ	Secretaria Estadual de Fazenda
SEPLAN	Secretaria Estadual de Planejamento
SIMECAT	Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e Material Elétrico de Catalão/Goiás
SINDIPEÇAS	Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores
SP	São Paulo
SUV	Veículos Utilitários Esportivos
TI	Tecnologia da Informação
USIMINAS	Usina Siderúrgica de Minas Gerais S.A.
VANS	Redes de Valor Agregado tradicionais
VEMAG	Veículos e Máquinas Agrícolas S.A.
VW	Volkswagen

LISTA DE FOTOS

Foto 1 - Vista aérea do *Site* da MMCB antes da construção da Central de Peças e Serviços, 2009 136

Foto 2 - Vista parcial da montadora CAOA em Anápolis/GO ainda em construção, 2007 140

Foto 3 - Terraplenagem e perfuração de valas para construção da MMC Automotores do Brasil S.A., 1997 159

Foto 4 - Estrutura predial da MMC Automotores do Brasil S.A. em construção, 1997.....160

Foto 5 - Vista Aérea da Magneti Marelli Automotivos Indústria e Comércio Ltda., unidade de Hortolândia/SP, 2010. 203

Foto 6 - Unidade da Metagal Indústria e Comércio Ltda. em Santa Rita do Sapucaí/MG, 2010 206

Foto 7 - Unidade da Metagal Indústria e Comércio Ltda. em Diadema/SP, 2010.....206

Foto 8 - Vista do pátio da filial Transzero Transportadora de Veículos Ltda./Sada Transportes Centro-Oeste Ltda. em Catalão/GO. (03 mar. 2010) 237

Foto 9 - Vista parcial de área de expansão do pátio da Transzero/Sada (em fase de construção) que fica ao lado do atual pátio. (03 mar. 2010) 238

Foto 10 - Presença de veículos da Ford e Volkswagen no pátio da filial da Transzero/Sada em Catalão. (03 mar. 2010).....240

Foto 11 - Vista frontal da Central de Peças e Serviços da MMC Automotores do Brasil S.A., sediado em Catalão/GO. (03 mar. 2010) 242
Foto 12 - Mercearia Cinco Irmãos em Goiandira, um dos estabelecimentos comerciais credenciados a Valecard. (12 set. 2010) 300
Foto 13 - Uma das Farmácias em Goiandira credenciadas a Valecard. (12 set. 2010) 301
Foto 14 - Vista frontal de mercearia com frutaria credenciada a Valecard na cidade de Cumari/GO. (12 set. 2010).....301
Foto 15 - Vista fachada da Casa Goiana, único estabelecimento comercial credenciado a Valecard em Nova Aurora/GO. (10 out. 2009).....302
Foto 16 - Vista interna da Casa Goiana em Nova Aurora/GO. (10 out. 2009).....303
Foto 17 - Vista interna da Casa Goiana em Nova Aurora/GO e a diversificação de produtos ofertados. (10 out. 2009) 303
Foto 18 - Farmácia São Pedro em Três Ranchos, a única crendenciada a Valecard, 2010 305
Foto 19 - Vista frontal do Supermercado Empório Siqueira em Três Ranchos, onde se encontra uma grande variedade de produtos, 2010.....306
Foto 20 - Ouvidor/GO: supermercado credenciado a Valecard, 2008.....310
Foto 21 - Posto de Autoatendimento do Banco Real com dois caixas eletrônicos em Goiandira/GO. (12 set. 2010).....312
Foto 22 - Vista frontal da sede da Fórmula R Indústria, localizada no DIMIC, próximo ao *Site* da Mitsubishi em Catalão. (03 mar. 2010).....337
Foto 23 - Nova sede da Transduarte, localizada no DIMIC, próximo a sede da MMCB. (03 mar. 2010) 342

Foto 24 - Em construção a estrutura que abrigará escritórios da nova sede da Transduarte, localizada no DIMIC, próximo a sede da MMCB. (03 mar. 2010) 342

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figuras

Figura 1 - Origem do Atual Slogan do Grupo Mitsubishi. 100

Figura 2 - Processo de Soldagem da Estrutura dos Assoalhos Dianteiro e Traseiro, Cofre do Motor e Churrasqueira - *Underbody* da Pajero TR4.....222

Figura 3 - Processo de Soldagem e Montagem da Carroceria no Chassi da Pajero Sport 223

Fluxogramas

Fluxograma 1 - Principais Processos inerentes ao Sistema de Organização da Produção da MMCB (2010) 176

Fluxograma 2 - Diferentes Níveis da Estruturação da Cadeia de Fornecedores da MMC Automotores do Brasil Ltda. (2010).....198

Fluxograma 3 - A MMCB influência seus Fornecedores de Primeiro Nível (Sistemistas) na escolha dos seus Subfornecedores? 200

Fluxograma 4 - Fluxos Polarizados pelo Município de Catalão/GO 394

Fluxograma 5 - Circuito Espacial da Produção da MMC Automotores do Brasil S.A 396

Gráficos

Gráfico 1 - Empregos Diretos Gerados pelas Empresas atraídas pela MMCB com filiais em Catalão/GO 333

Gráfico 2 - Empresas de Capital Local: empregos gerados devido parceria com a MMCB (2009) 345

Gráfico 3 - PIB do município de Catalão/GO: setores industrial, serviço e agropecuário - 1999 a 2007 - (R$ Mil).....362

Gráfico 4 - Saldo de Empregos em Catalão/GO: admitidos e demitidos (1999-2009).....370

Organogramas

Organograma 1 - Cronologia do Processo de Configuração da Cadeia Automobilística Brasileira (1891-1997).....77

Organograma 2 - Cronologia do Processo Estruturação do Grupo Mitsubishi (1870-1970).....107

Organograma 3 - Cronologia do Processo de Configuração do Grupo Mitsubishi no Brasil (1870-2009).....117

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 - Localização do município de Catalão/GO 32

Mapa 2 - Brasil: Localização das Unidades Industriais Automotivas (2009) 85

Mapa 3 - Espacialização do Grupo Mitsubishi na América Latina e Central (2009) 132

Mapa 4 - Localização de Montadoras em Goiás (2010) 142

Mapa 5 - Brasil: Localização das Cidades dos Fornecedores da MMC Automotores do Brasil S.A. (2009)..... 185

Mapa 6 - Da Ásia para Catalão/GO: Fluxo dos Componentes Importados pela MMCB (2010) 191

Mapa 7 - Fluxos de Materiais: Empresas Fornecedores que usam o Centro de Coleta (2009) 193

Mapa 8 - Localização da Rede de Concessionárias da Montadora MMC Automotores do Brasil S.A. (2009).....246

Mapa 9 - Microrregião de Catalão/GO: municípios fornecedores de mão-de-obra para a MMC Automotores do Brasil S.A. (2010) 277

Mapa 10 - Catalão/GO: Área Central, Subcentros e Eixos de Comerciais (2009)...375

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Projetos Automotivos Aprovados pelo GEIA (1956-57) 69

Quadro 2 - Origem e Localização de Unidades Industriais Automotivas no Brasil (2009) 86

Quadro 3 - Unidade montadoras da Volkswagen no Brasil (2010).....91

Quadro 4 - FORD: Comparativo da Produção entre o Complexo Ford São Bernardo do Campo e Complexo Ford Nordeste (2003-2009).....96

Quadro 5 - Modelos Fabricados pelo Grupo Mitsubishi ao longo de sua história de produção automotiva (1917 a 2010) 105

Quadro 6 - Empresas Subsidiárias do Grupo Mitsubishi no Brasil e Respectivas Localizações Geográficas (2010) 119

Quadro 7 - Subsidiárias da Mitsubishi Motors Corporation sediadas no Japão (2010). 128

Quadro 8 - As maiores subsidiárias da Mitsubishi Motors Corporation sediadas fora do Japão (2010) 130

Quadro 9 - Ações Atribuídas ao Estado de Goiás no Protocolo de Implantação da MMC Automotores do Brasil Ltda. em 1997 155

Quadro 10 - Ações Atribuídas ao Município de Catalão/GO no Protocolo de Implantação da MMC Automotores do Brasil Ltda. em 1997.....157

Quadro 11- Levantamento Parcial das Empresas Fornecedoras de Produtos e Componentes para a Linha de Produção da MMCB Automotores do Brasil S.A. (2010) 183

Quadro 12 - Fornecedores da MMC Automotores do Brasil S.A. localizados no Japão e Tailândia (2010) 189
Quadro 13- Atuação de alguns grupos empresariais regionais na rede de concessionárias da MMCB (2010).....248
Quadro 14 - Municípios da Microrregião de Catalão fornecedores de mão-de-obra para o setor automotivo em Catalão/Goiás 280
Quadro 15 - Estabelecimentos Comerciais Conveniados a Valecard em Cumari, Goiandira, Nova Aurora, Ouvidor e Três Ranchos (2010) 299
Quadro 16 - Materiais Indiretos: Levantamento Parcial dos Fornecedores de Capital Local sediados em Catalão/GO (2009).....346
Quadro 17 - As 500 empresas que mais arrecadam ICMS para o Estado de Goiás: posição ocupada pela MMCB (1999 a 2009).....363
Quadro 18 - Empresas do Setor Automotivo em Catalão entre as 500 maiores contribuintes do ICMS em Goiás (1998-2009).....364
Quadro 19 - As 100 maiores empresas contribuintes de ICMS para o Muncípio de Catalão/Goiás em 2009 366
Quadro 20 - Alguns exemplos de tipos de estabelecimentos comerciais presentes em Catalão (2010) 376
Quadro 21 - Representatividade e Importância da MMC Automotores do Brasil S.A. para Catalão/GO (2009) 383
Quadro 22 - O que mudou em Catalão/GO após a vinda da MMC Automotores do Brasil S.A. (2009) 385

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Produção de Comerciais Leves, segundo as montadoras (2006-2009) 213

Tabela 2- PIB *per capita* anual: segundo municípios (1999 a 2007).....289

Tabela 3 - Número de Empregos Formais: segundo municípios (1998 a 2008) 289

Tabela 4 - Arrecadação de ICMS: segundo os municípios (1998 a 2009) - R$ mil 290

Tabela 5 - Os Dez Municípios que mais contribuem para o Produto Interno Bruto em Goiás de 2002 a 2007 - a preços correntes - (R$ em Mil) 353

Tabela 6 - Estado de Goiás e Catalão: PIB *per Capita* (R$) - 1999 a 2007.....354

Tabela 7 - Goiás: os dez maiores municípios em relação ao PIB *per capita* (2002-2007).....355

Tabela 8 - Quantitativo de veículos montados pela MMCB (1999 a jul/2010) 357

Tabela 9 - Arrecadação do ICMS do município de Catalão/GO (1998 a 2009) e Repasse de ICMS ao Município (2001 a 2007) 360

Tabela 10 - Catalão/GO: Geração de Empregos de 1999 a 2009.....369

Tabela 11 - Catalão/GO: Contribuição do setor terciário na arrecadação de ICMS (2007-2009).....377

Tabela 12 - Catalão/GO: Quantitativo de estabelecimentos comerciais credenciados a Valecard (2010) 379

LISTAS DE SÍMBOLOS

%	Porcentagem
&	i comercial
CO2	Gás carbônico
Km	Quilômetro
Km/h	Quilômetro por hora
n°	Número
p.	Página
R$	Real
US$	Dólar

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 30

Aporte metodológico: os caminhos percorridos 36

Os capítulos: construções teóricas e empíricas 41

CAPÍTULO 1 - A DIMENSÃO ESPACIAL DA INDÚSTRIA AUTOMOTIVA..... 45

1.1 O enfoque geográfico na análise da indústria automotiva 46

1.2 Da chegada do primeiro automóvel à configuração da cadeia automobilística brasileira: de 1891 a 2010.....61

1.3 Nova configuração da cadeia automobilística brasileira 78

CAPÍTULO 2 - O PROCESSO ESTRUTURANTE DO GRUPO MITSUBISHI E A INTERNACIONALIZAÇÃO DA MITSUBISHI MOTORS CORPORATION: ASPECTOS DA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA EM GOIÁS 98

2.1 Conhecendo a história da Mitsubishi Corporation 99

2.1.1 A chegada do Grupo Mitsubishi ao Brasil 112

2.2 Grupo Mitsubishi: desdobramentos do setor automotivo e a criação da Mitsubishi Motors Corporation 120

2.2.1 Grupo Mitsubishi: atuação nas Américas Latina e Central 131

2.3 A emergência da atividade automobilística em Goiás 134

2.4 A implantação e consolidação da MMC Automotores do Brasil S.A. em Catalão/Goiás 144

CAPÍTULO 3 - DA REDE AO CIRCUITO ESPACIAL DE PRODUÇÃO DA MMC AUTOMOTORES DO BRASIL S.A.: dimensão espacial dos fornecedores 164

3.1 A incorporação do conceito de rede na Geografia 165

3.2 O relacionamento da MMCB com os fornecedores e as escalas espaciais 175

3.3 A cadeia de suprimentos da MMC Automotores do Brasil S.A. 196

CAPÍTULO 4 - DA FÁBRICA À REDE DE DISTRIBUIÇÃO DA MMC AUTOMOTORES DO BRASIL S.A.: análise espacial das concessionárias.....219

4.1 Chão de fábrica: o processo de produção na linha de montagem da MMCB 220

4.2 Rede de distribuição de veículos no Brasil: regulamentações e avaliações 230

4.3 A distribuição e consumo dos produtos automotivos da MMCB: a rede de concessionárias 235

4.4 O circuito espacial da produção da MMCB no Brasil e a dinâmica espacial.....258

CAPÍTULO 5 - DIMENSÕES REGIONAIS DO CIRCUITO ESPACIAL DA PRODUÇÃO DA MMC AUTOMOTORES DO BRASIL S.A. 268

5.1 Espaço de fluxos: um “novo lugar” a partir da lógica automobilística da MMC Automotores do Brasil S.A. 269

5.2 Aspectos econômicos da microrregião de Catalão: influências diretas e indiretas da MMC Automotores do Brasil S.A. 275

5.3 Os negócios da MMC Automotores do Brasil S.A. e suas repercussões sócioespaciais na microrregião de Catalão.....296

CAPÍTULO 6 - IMPACTOS DO CIRCUITO ESPACIAL DA PRODUÇÃO DA MMC AUTOMOTORES DO BRASIL S.A. NO MUNICÍPIO DE CATALÃO/GO 319

6.1 As relações da MMCB com os fornecedores e prestadores de serviços sediados em Catalão/GO. 320

6.2 O relacionamento da MMCB com prestadoras de serviços de capital local: adaptação ou desenvolvimento local? 335

6.3 MMC Automotores do Brasil S.A.: aspectos econômicos e simbólicos em Catalão/GO 351

6.3.1 Desenvolvimento e incremento econômico do setor terciário em Catalão/GO 371

6.4 A visão dos sujeitos sociais sobre a MMC Automotores do Brasil S.A. 380

CONSIDERAÇÕES FINIAIS: reflexões sobre os significados do circuito espacial da produção da MMC Automotores do Brasil S.A. 389

Apontamentos teóricos e uma agenda de futuras pesquisas 400

REFERÊNCIAS 408

GLOSSÁRIO 428

ANEXO 432

Anexo 1 - Regime Automotivo Especial (RAE) - Lei nº 9440 de 14 de março de 1997.

Anexo 2 - Indústrias e Companhias do Grupo Mitsubishi, segundo divisões setoriais (2009)

Anexo 3 - Decretos: n.º 6.687; nº 6.743 e nº 6.809.

Anexo 4 - Roteiro de Entrevista - Diretor da MMCB

Anexo 5 - Protocolo firmado em 1997 entre a MMCB, o município de Catalão e o Estado de Goiás.

Anexo 6 - Campanha Publicitária da Pajero TR4 Flex na Revista Veja

Anexo 7 - Roteiro de Entrevista - Setor de Compras Linha de Produção MMCB

Anexo 8 - Questionário - Fornecedores Enviado por *e-mail*

Anexo 9 - Roteiro de Entrevista - Empresas Prestadoras de Serviços para a MMCB

Anexo 10 - Roteiro de Entrevista - Fornecedores Locais

Anexo 11 - Roteiro de Entrevista - Gerente de TI da MMCB

Anexo 12 - Questionário - Concessionárias enviado por *e-mail*

Anexo 13 - Roteiro de Entrevista - Concessionárias

Anexo 14 - Relação Nominal das Concessionárias Localizadas no Brasil (2010)

Anexo 15 - Roteiro de Entrevista - Funcionários da MMCB residentes nas cidades da Microrregião de Catalão

Anexo 16 - Roteiro de Entrevista - Moradores de Catalão/GO

INTRODUÇÃO

A compreensão dos aspectos e fatores que marcam a indústria automotiva brasileira requer digressões teóricas acerca do seu processo de implantação, estruturação, consolidação e espacialização pelo país. Atentar para as relações que as montadoras mantêm com outros segmentos da economia é apenas focar alguns pontos de como elas transformam o espaço e os lugares através dos ditames capitalistas.

As montadoras em si podem ser consideradas símbolos do capitalismo, devido às mobilidades e metamorfoses que proporcionam aos lugares através dos fluxos materiais e imateriais que convergem para elas e divergem a partir delas, devido aos impactos socioeconômicos nas cidades em que estão sediadas e também circunvizinhas, ao volume de capitais, de mercadorias, informações, tecnologia movimentadas.

Balizados nesses pressupostos, vários estudos têm seus focos voltados para essa temática, principalmente aqueles que pretendem entender as influências da reestruturação produtiva do capital, o processo de descentralização industrial, as guerras fiscais na busca por empresas, as relações de produção, o processo de produtivo, entre outros, pleiteados por estudiosos reconhecidos como Glauco Arbix, Roberto Marx, Márcio Cataia, Adriano Botelho, Mário Sérgio Salerno, entre outros.

Todavia, estudos que visam compreender as realidades e as dinâmicas que as montadoras proporcionam aos lugares através do seu arranjo produtivo são raros, não apenas na teoria geográfica, mas também na economia, sociologia, engenharia de produção, administração e outras áreas que se preocupam em realizar abordagem sobre a indústria automotiva brasileira.

Nas ciências em geral e, em especial, nas humanas, são criadas palavras e expressões que visam dar sentido, conceitos, definições a temas e temáticas que são apropriados em buscas do entendimento de determinadas realidades. A Geografia não se furta desse processo, e acaba criando e até se apropriando de alguns termos como redes, circuito espacial da produção, círculos de cooperação, entre outros, tornando-os de uso comum em busca de compreender as relações empreendidas no espaço, a partir de um ponto de vista espacial e particular.

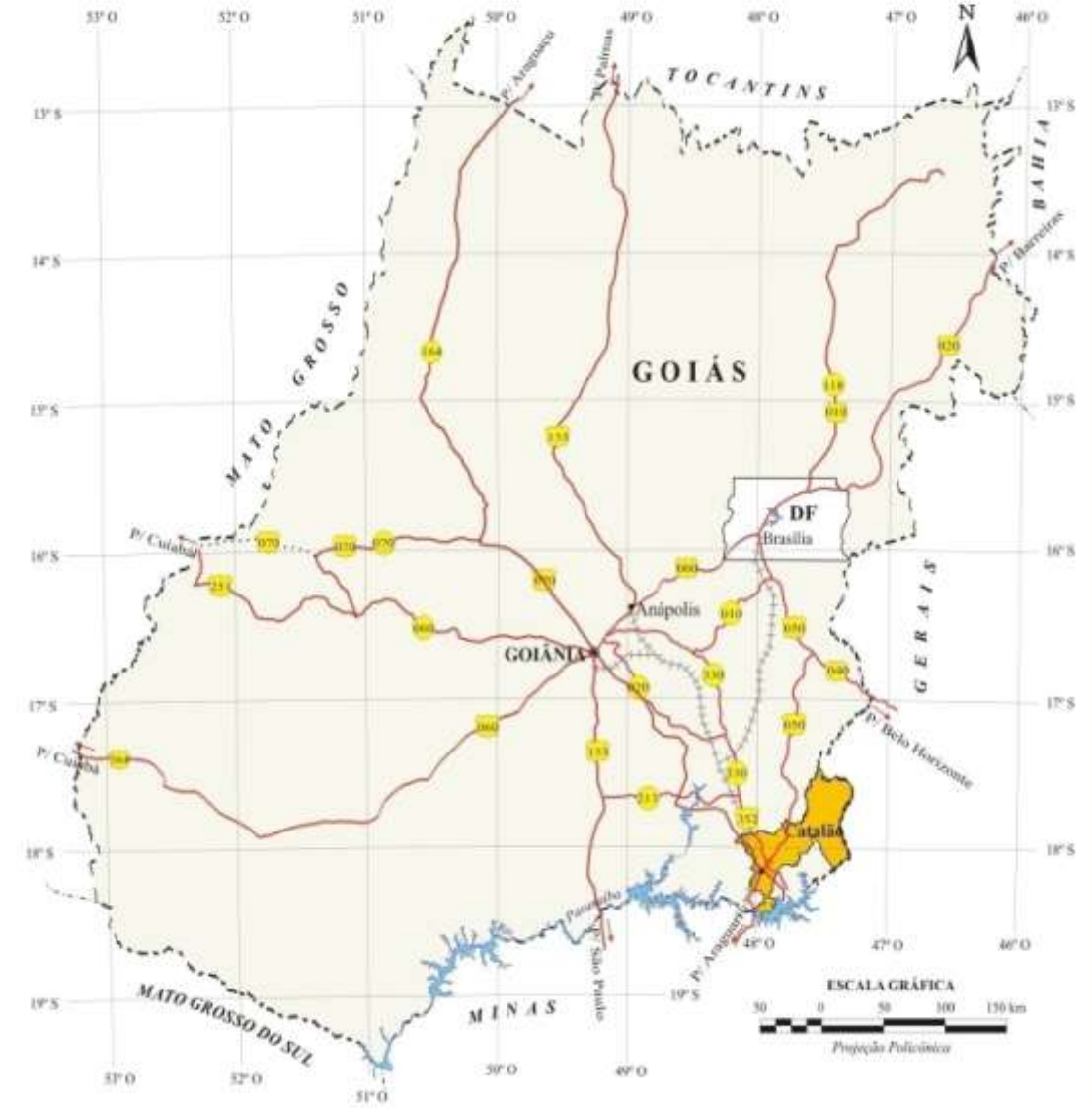
É nesse processo de criação que Milton Santos (1994) propõe o termo *circuito espacial da produção* que, postumamente, passa a ser difundido entre os geógrafos, através de estudo em diversas áreas da geografia, porém, com enfoque nas relações econômicas dos estudos agrários e urbanos.

Nesse escopo e com a responsabilidade de buscar uma nova perspectiva para a análise da cadeia automotiva no Brasil, apoderamo-nos do termo circuito espacial da produção para análise do objeto de estudo por ora escolhido, a montadora Mitsubishi Motors Corporation Automotores do Brasil S.A. (MMCB)[1], com sede em Catalão/Goiás.

Considerando o objeto de estudo, faz-se mister frisar que Catalão encontra-se localizada na microrregião de Catalão, pertencente a mesorregião Sul do Estado de Goiás (observar mapa 1). É considerado o quarto município mais competitivo do estado, devido à potencialidade de atrair investimentos, geração de empregos, divisas e impostos para Goiás e qualidade de vida. Possui localização geográfica de destaque que possibilita fortes ligações com cidades das regiões Sudeste, Norte e Nordeste. (SEPLAN, 2010j).

[1] Termos como MMC Automotores do Brasil S.A., Mitsubishi ou MMCB devem considerados como similares, pois todos referem-se à montadora localizada em Catalão.

MAPA 1 - LOCALIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE CATALÃO/GO



Fonte:
Dep.de Estradas de Rodagem de Goiás (DER-GO).
Mapa Rodoviário Estadual, escala 1:1.000.000, 1999.

Organização:
Magda Valéria da Silva

Cartografia Digital:
Cláudia Adriana Barreto da Fonseca

LEGENDA

- Limite municipal
- Via simples pavimentada
- Ferrovia
- Leito natural
- Drenagem
- Prefixo de estrada federal
- Prefixo de estrada estadual

No entanto, seu rumo vem sendo delineado principalmente a partir dos anos de 1970, quando passou a abrigar três grandes mineradoras (Fosfértil S.A., Mineração Catalão e Copebrás) e também por influência do processo de modernização agrícola que possibilitou novas dinâmicas para o município.

Porém, com o processo de descentralização industrial, o município atraiu duas grandes e novas empresas, a MMC Automotores do Brasil S.A. e a John Deere S.A., no fim dos anos de 1990, respectivamente, em 1998 e 1999. (DEUS, 2002a). Dessa forma, Catalão, desde 1998, sedia a única montadora pertencente à Companhia Mitsubishi Motors Corporation[2] (MMC) no Brasil.

Catalão enfrentou uma disputa acirrada provocada pela "guerra dos lugares" (SANTOS; SILVEIRA, 2001, p. 112), em outras palavras, em virtude da "guerra fiscal" (SANTOS; SILVEIRA, 2001, p. 115, destaque do autor) promovida por municípios através da concessão de redução e isenção de impostos, assim como a doação de terrenos, serviços e infraestruturas em busca de investimentos da montadora para seu território.

O processo de implantação da MMCB em Catalão já foi estudado por Silva (2002) em Dissertação de Mestrado. Entretanto, essa é uma temática que serve como base teórica e metodológica para a busca de novas perspectivas de análise e aprofundamentos de estudos sobre a permanência, estruturação e consolidação desta montadora no território nacional.

Reconhece-se a importância das contribuições de Silva (2002). Porém, na atualidade, elas não contemplam as dinâmicas que a montadora criou e possibilitou ao lugar onde está sediada. Nessa perspectiva, primeiramente, a proposta de análise para o objeto de estudo é compreender quais redes são formadas, tendo como base fixa a montadora. Desse modo, o tratamento teórico e o levantamento dos segmentos que formam as redes da MMCB tornam-se um caminho metodológico necessário, trabalhoso e instigante. Constata-se que elas são

[2] A MMC é uma das Companhias que pertecem ao Grupo Mitsubishi. Esse assunto será detalhado no capítulo 2.

formadas por fornecedores, distribuidores/concessionárias, prestadores de serviços, empresas terceirizadas, entre outros. Enfim, de relações diversas com empresas e lugares tanto próximos como distantes geograficamente.

O entendimento das relações, conexões, elos e ligações estabelecidas com esses segmentos serão enfocados na perspectiva da configuração de redes, que balizará teoricamente a compreensão de como se estrutura e se consolida o circuito espacial da produção da Mitsubishi com análises voltadas para a inserção da montadora no âmbito internacional, nacional, regional e local.

Concernente à questão central deste trabalho, adotam-se alguns objetivos norteadores para compreender sobre o processo de estruturação e consolidação do circuito espacial da produção da montadora automobilística MMC Automotores do Brasil S.A., tendo em vista sua relevância na formação de redes com mercados fornecedores, distribuidores/concessionárias, empresas parceiras e outros nos âmbitos regional, nacional e internacional, bem como suas implicações sócioespaciais em Catalão/Goiás. Sendo assim, esses objetivos deram origem às discussões e tratamentos apresentados nos capítulos deste trabalho científico.

Os objetivos que norteiam a discussão desta tese estão pautados na análise da emergência de novas dinâmicas econômicas regionais apresentadas por cidades não-metropolitanas, considerando seus elementos atrativos para o deslocamento espacial das indústrias automotivas. Assim sendo, pretende-se:

- Analisar a configuração espacial da cadeia automobilística brasileira, o processo de descentralização industrial e suas repercussões no setor automotivo;
- Compreender o processo de internacionalização do Grupo Mitsubishi, com destaque para as ações da MMC no Brasil e consequente instalação da unidade montadora em Goiás;

- Entender a formação das redes que partem e que convergem para a MMCB, como as das concessionárias/distribuidores, fornecedores, prestadores de serviços, empresas terceirizadas etc;
- Levantar e analisar os aspectos e elementos que formam o circuito espacial da produção e que permite a inserção de Catalão em um espaço de fluxos, reforçando assim sua dinâmica econômica local, regional, nacional e internacional;
- Identificar os impactos sócioespaciais do circuito espacial da montadora no âmbito regional (microrregião de Catalão) e local (Catalão).

A definição desses objetivos fez emergir alguns questionamentos que merecem destaque e reflexões no escopo deste trabalho: Os incentivos fiscais compensam os possíveis benefícios econômicos promovidos na escala local pelas montadoras? Todos os postos de trabalho gerados são ocupados por trabalhadores locais? Essas empresas possibilitam de fato um desenvolvimento econômico local e regional, mesmo buscando matéria-prima em outras localidades? Quais os possíveis impactos negativos da implantação de uma montadora em uma determinada cidade? Quantas, quais e que tipos de empresas a MMCB atraiu para Catalão? Qual o destino da produção da MMCB? De onde vêm os produtos e insumos usados na montagem dos automóveis? Como se estabelece essa relação com o mercado fornecedor, distribuidor, prestador de serviços e terceirizados? Como se dá a relação da Mitsubishi Motor Corporation com a MMC Automotores do Brasil S.A.? Como os agentes locais avaliam a presença da MMC na cidade de Catalão?

Para que essas questões fossem respondidas e/ou refletidas, foi necessária a adoção de alguns procedimentos metodológicos e estratégias de pesquisa, que estão expostos a seguir.

Aporte metodológico: os caminhos percorridos

Para atingir os objetivos propostos, privilegia-se o caminho metodológico e teórico da Pesquisa Qualitativa. A pesquisa qualitativa ganha destaque nas ciências humanas e sociais latino-americana a partir de 1970, através de abordagens sobre temas que abarcam a área educacional e a qualidade do ensino.

Juntamente com a emergência do "paradigma qualitativo", surgem as dificuldades em torno da delimitação das pesquisas, os caminhos a serem seguidos, os procedimentos metodológicos a serem adotados etc., pois percebe-se que a pesquisa qualitativa não é apenas oposição ao método positivista, mas ela precisa de um viés próprio para investigação científica. (ALVES-MAZZOTTI; GEWANDSZNAJDER, 2002, p. 130-132). Entre as dificuldades encontradas para entender a pesquisa qualitativa e a forma como ela pode ser aplicada, Triviños (1987, p. 120) menciona:

> Uma delas diz respeito à abrangência do conceito, à especificidade de sua ação, aos limites deste campo de investigação. [...]. A segunda dificuldade que surge na busca de uma concepção precisa da ideia de pesquisa qualitativa, [...], é muito mais complexa e emerge dos suportes teóricos fundamentais que a alimentam.

Com referência a essas dificuldades, elas também se aplicam ao objeto de estudo por ora analisado, envolvendo desde a escolha do objeto de estudo, a delimitação da área de estudo, a definição do que seria investigado, quais técnicas metodológicas deveriam ser aplicadas, qual(is) método(s) seria(m) usado(s), teorias e teóricos que contemplassem a discussão a ser feita sem perder o foco de que esta seria uma pesquisa qualitativa, mas que sua validade científica é comparável a qualquer outro método de investigação usado em outras ciências.

Considerando essas dificuldades, Silva e Ramires (2009, p. 339) descrevem:

> A pesquisa qualitativa constitui um viés teórico-metodológico não muito fácil de ser utilizado, pois as ciências humanas e sociais comportam uma grande riqueza

> epistemológica, com uma diversidade de teorias, conceitos e categorias, permitindo flexibilidades e diferentes abordagens para um mesmo tema.

Com base nessa variedade de abordagens, os procedimentos metodológicos selecionados para tratar cientificamente o objeto de estudo em questão são diversos e cada um se justifica em seu uso como forma de melhor compreender o processo de estruturação e consolidação do circuito espacial da produção da MMCB.

Cabe esclarecer que o quantitativo de questionários respondidos e entrevistas realizadas não interferem na análise dos dados e informações obtidas, devido à postura metodológica adotada neste trabalho, uma vez que o mesmo procura realizar análises qualitativas acerca da realidade apresentada pelos segmentos que formam o circuito espacial da produção da montadora em questão.

Essa situação vem ao encontro do que Triviños (1987, p. 129) afirma: "os pesquisadores qualitativos estão preocupados com o processo e não simplesmente com os resultados e o produto". Sendo assim, a pesquisa que se apresenta teve uma preocupação com os processos, etapas, momentos, fases, dificuldades, êxitos e outros que envolvem a consolidação do circuito espacial da produção da montadora Mitsubishi no território nacional.

Por conseguinte, os procedimentos metodológicos empregados para o desenvolvimento da tese consistiu no levantamento de dados sobre a atividade automobilística em Goiás, no Brasil e no mundo, por meio de *Pesquisas na Internet* (em sites especializados, revistas científicas eletrônicas, banco de teses e dissertações etc.); de *Levantamentos Bibliográficos*, assim como a discussão de conceitos, categorias e teorias geográficas para o entendimento da cadeia automotiva brasileira, bem como a emergência de Goiás no cenário automotivo nacional, após a instalação de duas montadoras e uma terceira em fase de definição.

Com destaque, as pesquisas realizadas na *internet* constitui-se um caminho diferente adotado para a construção das análises realizadas neste trabalho. Acredita-se que, sem as

informações levantadas - os artigos descobertos através de buscas em *sites* especializados, o acesso a dados oficiais de órgãos públicos, associações e entidades representativas do setor automotivo, portais da montadoras e empresas ligadas a MMCB etc. – esta pesquisa não teria chegado a resultados inéditos, interessantes e volumosos como os que estão expostos.

Particularmente, as pesquisas realizadas nos portais eletrônicos do Grupo Mitsubishi foram as mais trabalhosas, detalhadas e que demandaram dias e dias de pesquisas, devido ao fato de a grande maioria estar registrada na língua japonesa, sendo necessário, recorrer a tradutores *on-line*s para conversão ao inglês e deste ao português. A cada *link* acessado, novas descobertas surgiam. A surpresa e perplexidade devido ao tamanho patrimonial, a quantidade de informações e o processo de internacionalização do Grupo foi algo fascinante.

As pesquisas em *sites* de revistas especializadas, bibliotecas virtuais em busca de textos científicos proporcionaram um novo olhar para a pesquisa na *internet*, sendo possível encontrar virtualmente trabalhos robustos quanto os impressos que lotam as prateleiras das bibliotecas. *Sites*, como os de jornais nacionais e internacionais, e de informações diversas também foram fontes de pesquisas. Artigos e análises sobre o setor automotivo brasileiro e até mesmo sobre a MMCB também serviram de subsídidos para entender a complexidade do circuito espacial da produção desta montadora. Portanto, sem o acesso direto a essas informações, a presente tese não alcançaria as análises e discussões realizadas.

Assim, os procedimentos metodológicos usados para o desenvolvimento dos capítulos 1 e 2 consistiram no levantamento de dados via Pesquisas Documentais e de *Internet* sobre a atividade automobilística no mundo, no Brasil e em Goiás, além da consulta a arquivos públicos em busca de informações acerca da implantação da montadora MMCB, culminando na elaboração de quadros apontando as responsabilidades e atribuições da montadora, do Município de Catalão e do Estado de Goiás no processo de implantação e consequente consolidação da montadora em terras goianas.

No tocante aos fornecedores de componentes/produtos/insumos e à rede distribuidora da MMCB, adotou-se como procedimento metodológico a *Documentação Direta*, com a aplicação de Questionários para assegurar uma uniformidade das informações requeridas. A escolha do Questionário se explica pelo fato de a maioria dos fornecedores de produtos e insumos (autopeças, equipamentos etc.) e concessionárias se localizarem em diversas cidades do país e, em alguns casos, em outros países, sendo sobremaneira difícil um contato direto e pessoal. O contato foi realizado por telefone e, em seguida, foram enviados os Questionários específicos aos diretores de cada empresa fornecedora e de cada concessionária via correio eletrônico (*e-mail*). Portanto, as respostas também foram recebidas por *e-mail*. Optou-se também pela realização de Entrevistas Semi-estruturadas com alguns responsáveis por empresas fornecedoras e concessionárias.

Em busca de compreender a atuação da montadora na escala regional, assim como sua importância para as cidades circunvizinhas a Catalão, adotou-se como procedimento metodológico a seleção dos municípios pertencentes à Microrregião de Catalão onde residem funcionários da MMCB, sendo Anhanguera, Cumari, Davinópolis, Goiandira, Nova Aurora, Ouvidor e Três Ranchos.

Entretanto, optou-se por realizar Trabalhos de Campo somente nos municípios de Cumari, Goiandira, Nova Aurora e Ouvidor, onde foram entrevistados (Entrevista Semi-estruturada) funcionários e comerciantes locais, com o objetivo de averiguar quais influências a montadora exerce através da oferta de postos de trabalhos na economia e na melhoria da qualidade de vida destas cidades. Em contrapartida, nos municípios de Anhanguera, Davinópolis e Três Ranchos, por apresentarem poucos moradores que são funcionários da MMCB, não foram realizadas pesquisas *in locu*.

As Entrevistas Semi-estruturadas também foram realizadas com Diretores da MMCB (diretor industrial, diretor de TI; supervisor de compras da linha de produção); Diretores e

Gerentes de empresas fornecedoras (DuPont do Brasil S.A. e MVC Componentes Plásticos), prestadoras de serviços (Transportadora Tranzero/Sada, Fórmula R Indústria, Prest John, RCM, Kata Líder, Transduarte, Restaurante Pronutri e Unimed) sediadas em Catalão, funcionários da montadora residentes nos municípios de Anhanguera (1 funcionário), Ouvidor (8 funcionários), Cumari (3 funcionários), Goiandira (4 funcionários), Nova Aurora (4 funcionários e o único comerciante credenciado a Valecard) e 9 moradores de Catalão.

Além das entrevistas, foram enviados Questionários via e-mail para fornecedores da MMCB, obtendo respostas das seguintes empresas: Magneti Marelli Sistemas Automotivos; Metagal Indústria e Comércio; Wiest Escapamentos e Automotiva Usiminas. Enviou-se por *e-mail* questionários para as 141 concessionárias, obtendo resposta somente da Cotril (Goiânia/GO), Ditrasa (Pato de Minas/MG) e Natsu (Niterói/RJ), além de ter sido feita entrevista semi-estruturada com o gerente de vendas do Grupo Maqnelson (Uberaba, Uberlândia, Itumbiara e Catalão).

Ainda no caminho metodológico, usa-se o Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) cujo objetivo é verificar qual a visão que os moradores de Catalão, os empresários ligados a MMCB, os diretores dessa montadora, funcionários e outros, têm a respeito da cidade e de questões estruturais sobre o fato de a montadora estar sediada neste município.

A técnica do DSC foi desenvolvida por Lefèvre e Lefèvre (2003, 2005), cuja proposta baseia-se na organização e tabulação de dados qualitativos de natureza verbal, obtidos através de depoimentos de agentes/atores pesquisados.

Com base nesses pressupostos, Lefèvre, Crestana e Cornetta (2003, p. 70) afirmam que:

> O Discurso do Sujeito Coletivo é uma modalidade de apresentação de resultados de pesquisas qualitativas, que tem depoimentos como matéria- prima, sob a forma de um ou vários discursos-síntese escritos na primeira pessoa do singular, expediente que visa expressar o pensamento de uma coletividade, como se esta coletividade fosse o emissor de um discurso.

Esta técnica investigativa consiste em selecionar de cada resposta individual uma questão principal ou *Expressão-chave*, isto é, os trechos mais significativos de cada resposta. Assim, chega-se à *Ideia Central*, que é identificar o(s) cerne(s) principal(is) da resposta. Tal procedimento possibilita encontrar a *Ancoragem*, que é o conhecimento que o sujeito compartilha ao posicionar diante de um dado fenômeno social. Entretanto, nem todo depoimento apresenta uma ancoragem. (LEFÈVRE; LEFÈVRE, 2003; LEFÈVRE; LEFÈVRE; MARQUES, 2009).

Dois momentos são importantes na estruturação metodológica deste trabalho: o primeiro momento refere-se à instalação e implantação da MMCB em Catalão e o outro momento é concernente ao seu processo de consolidação no mercado nacional, cuja discussão contribui para compreender a estruturação do circuito espacial da produção da MMCB, principal foco de análise deste trabalho.

Para tanto, as discussões e informações estão apresentadas em seis capítulos, que apresentam reflexões sobre o processo de estruturação e consolidação da Mitsubishi no âmbito nacional, regional e local.

Os capítulos: construções teóricas e empíricas

A presente tese está estruturada em seis capítulos que apresentam análises, discussões e resultados pautados nos arcabouços teóricos da Geografia e ciências afins, além da introdução e considerações finais.

O capítulo 1 **- Dimensão Espacial da Indústria Automotiva -** faz um relato via enfoque geográfico sobre a análise das influências exercidas pelo desenvolvimento do capitalismo através da promoção de transformações sociais e econômicas nas relações de

produção, acirradas pelo processo de industrialização, com reflexos diretos sobre as relações de trabalho e a vida em sociedade.

Prima-se por tratar do processo de configuração espacial da indústria automobilística no Brasil, destacando o processo de descentralização industrial, as políticas públicas (Regime Automotivo Brasileiro e Regime Automotivo Especial), a "guerra fiscal" e a guerra dos lugares que possibilitam um novo arranjo espacial para a localização de montadoras no território nacional.

O capítulo 2 intitulado **Processo Estruturante do Grupo Mitsubishi e Internacionalização da Mitsubishi Motors Corporation: aspectos da indústria automobilística em Goiás -** aborda a origem do Grupo Mitsubishi e o seu processo de ascensão internacional, com destaque para os principais leques de atuação empresarial. Ressalta o processo de internacionalização da MMC, com destaque especial para a descentralização industrial no Brasil e o papel do Estado no processo de instalação da montadora MMCB em Goiás, apontando a importância dos incentivos fiscais, das políticas públicas e ações determinantes para atrair a montadora para Catalão.

No capítulo 3, denominado **Da Rede ao Circuito Espacial da Produção da MMC Automotores do Brasil S.A: dimensão espacial dos fornecedores -** faz-se uma discussão do ponto de vista da Geografia sobre as redes que são firmadas pela montadora, tanto as que convergem para ela, como as que partem dela. Nessa analogia sobre o conceito de rede, nota-se que a MMCB estabelece um espaço de fluxos materiais e imateriais devido à presença de diversas variáveis e elementos econômicos, sociais, tecnológicos, políticos, culturais, entre outros, possibilitando conexões diversas e empreendidas de mecanismos técnicos, tecnológicos e mercadológicos com os seus fornecedores em escala internacional, nacional, regional e local. As ligações e teias alinhavadas pelos fornecedores tornam-se elementos

fundamentais na compreensão do processo estruturante do circuito espacial da produção da montadora em questão.

O capítulo 4 traz uma abordagem sobre a rede distribuidora da MMCB, intitulado **Da Fábrica a Rede de Distribuição da MMC Automotores do Brasil S.A.: análise espacial das concessionárias -** realizando um enfoque para as questões que permeiam a relação da montadora com suas concessionárias, assim como dimensionar a espacialização da rede distribuidora pelo Brasil, destacando a formação de redes regionais de concessionárias de propriedade de grupos empresariais. Dessa forma, a discussão sobre a rede distribuidora torna-se um elemento importante na análise do circuito espacial da produção da MMCB no país.

A discussão realizada no capítulo 5 - **Dimensão Regional do Circuito Espacial da Produção da MMC Automotores do Brasil S.A. -** faz, em um primeiro momento, uma abordagem acerca da importância da montadora na escala regional em análise (microrregião de Catalão). Devido ao setor em que está inserida, possibilita a formação de um espaço de fluxos complexo, introduzindo novas formas de organização espacial, econômica e regional. Aborda a contratação de mão-de-obra por parte da montadora nos municípios circunvizinhos a Catalão e realiza abordagens sobre os impactos econômicos, sociais e culturais que a montadora exerce sobre eles, através de análise de dados como renda *per capita*, geração de empregos e empregos formais, entre outros.

O capítulo 6 realiza uma abordagem sobre **Impactos do Circuito Espacial de Produção da MMC Automotores do Brasil S.A. no município de Catalão/GO -** retratando a perspectiva local das relações da MMCB com os fornecedores e prestadores de serviços sediados em Catalão, apontando os efeitos das ações da montadora na dinamização e modificação do lugar através das relações que mantém com outros segmentos distantes, porém com impactos locais proeminentes. Dessa forma, usa-se o DSC com o fim de

identificar e refletir sobre duas questões principais: a primeira sobre a representatividade e importância da Mitsubishi para Catalão e a segunda referente às mudanças que Catalão teve após a instalação da montadora em questão.

Para tanto, a reflexão sobre o circuito espacial da produção da MMCB e as dificuldades encontradas quanto à falta de referencial bibliográfico levaram à possibilidade em apontar alguns elementos essenciais do ponto de vista teórico e metodológico para o entendimento de qual é a importância desse conceito para a Geografia. Em consonância a essa constatação, surge a necessidade de este trabalho contribuir não apenas com a análise do objeto de estudo proposto, mas de criar e contribuir para que outros textos científicos não encontrem os mesmos percalços e que os caminhos da pesquisa sejam mais claros e menos tortuosos. Desse modo, as considerações finais ousam indicar alguns elementos a serem considerados quando se optar pelo uso do conceito de circuito espacial da produção para análise científica no âmbito da ciência geográfica.

Portanto, os resultados da pesquisa documental e em *internet*, das entrevistas, dos questionários aplicados, das observações, das análises e das reflexões estão esboçados nesses seis capítulos e visam apontar novas perspectivas para a abordagem sobre a indústria automobilística na pesquisa geográfica, buscando compreendê-la no contexto de temas, categorias e conceitos preconizados por esta ciência que analisa a produção do espaço através de novas leituras e com descobertas surpreendentes quando a base teórica é eminentemente geográfica, como a proposta de estudo do circuito espacial da produção da MMCB.

CAPÍTULO 1

A DIMENSÃO ESPACIAL DA INDÚSTRIA AUTOMOTIVA

A análise da evolução recente e das estratégias competitivas implementadas pelas principais montadoras da indústria automobilística no Brasil não deve ser feita sem levar em conta o contexto de reestruturação, integração e modernização (associado em boa medida à globalização do setor automotivo) que marcou este setor da indústria brasileira, particularmente na segunda metade dos anos 90. Não se deve, por outro lado, esquecer que este processo teve, entretanto, a sua dinâmica determinada em grande medida pela evolução do próprio mercado local, pelo processo de integração regional e pela política econômica nacional. (CARVALHO, 2005, 126).

CAPÍTULO 1 - A DIMENSÃO ESPACIAL DA INDÚSTRIA AUTOMOTIVA

1.1 O enfoque geográfico na análise da indústria automotiva

Todas as mudanças no sistema capitalista culminam em transformações sociais e econômicas nas relações de produção que são acirradas com o processo de industrialização. Isto reflete, de forma direta, sobre as relações de trabalho e sobre a vida em sociedade. Dessa forma, o sistema produtivo nas indústrias, no comércio e nos serviços, enfim, em qualquer atividade econômica, sofre modificações ao longo do desenvolvimento capitalista.

O desenvolvimento do sistema capitalista é realizado através de transformações sócio-econômicas em que as relações de produção vão passando por alterações através de mudanças no sistema produtivo. O século XX é marcado por essas transformações, com repercussões nas relações de trabalho, nos hábitos de consumo, nas configurações geográficas e geopolíticas, nas práticas e poderes do Estado, ou seja, os reflexos são de caráter espacial, que abrange todas as esferas da vida em sociedade (economia, cultura, consumo, identidade).

Nota-se que as mudanças ocorridas e suas diversas reproduções espaciais na sociedade capitalista estão diretamente relacionadas às transformações estruturais e produtivas implementadas no século XX. Este foi marcado por uma série de eventos e adventos que possibilitaram um desenvolvimento técnico-científico irreversível, também ocorre o adestramento do ser humano através da disseminação de regras de padrão de consumo e de conduta, o que resultou na criação de um novo sujeito com uma nova identidade cultural.

No escopo dessas transformações, encontra-se a indústria automotiva como uma das pioneiras em relação ao ajustamento das inovações, das novas modalidades de produção e do desenvolvimento técnico-científico do sistema de produção capitalista. Sendo este tipo de

indústria que apresenta, de forma mais eficaz, tais mudanças, devido às suas adaptabilidades na linha de produção, destaca-se a Ford, que disseminou o fordismo; a Toyota e a General Motors Corporation (GM), respectivamente, através da *"produção enxuta"* ou *toyotismo* com produção baseadas nas técnicas *just in time* e *kanban,* e a automação como modalidades do processo de acumulação flexível.

No início do século XX, é implantado o sistema de produção fordista que, em pouco tempo, ganha espaço nas fábricas, indústrias, comércio e na vida social em diversos países. Preliminarmente, esclarece-se que o Fordismo é um conjunto de princípios desenvolvidos pelo empresário norte-americano Henry Ford, em sua fábrica de automóveis, localizada em Dearbon, Michigan (Estados Unidos), com o objetivo de racionalizar e aumentar a produção. Em 1909, Ford introduz uma inovação tecnológica revolucionária na linha de montagem. Porém, a data simbólica de implantação do fordismo é 1914. (FRANCA, 2007).

Nesse sistema, os componentes dos veículos são colocados numa esteira transportadora e passam de um operário para outro para que cada um faça uma etapa do trabalho, sem a necessidade do trabalhador deslocar continuamente entre o almoxarifado e o veículo em montagem. Portanto, na medida em que a esteira tinha paradas periódicas, os operários executavam suas tarefas em posição fixa. (FRANCA, 2007).

Com a automatização da linha de montagem de carros, cuja inovação tecnológica é um marco no sistema produtivo capitalista, Henry Ford adota também a jornada de trabalho de 8 horas diárias e mais 5 dólares como recompensa à atividade laboral executada pelos trabalhadores. Com base nessas diretrizes, o sistema de produção fordista sai das fábricas e ganha caráter cultural, ganha a sociedade e atinge-a em sua identidade, conforme alerta Harvey (1993), na obra A Condição Pós-Moderna:

> O que havia de especial em Ford [...] era a sua visão, seu reconhecimento explícito de que produção de massa significava consumo de massa, um novo sistema de reprodução da força de trabalho, uma nova política de controle e gerência do trabalho,

> uma nova estética e uma nova psicologia, em suma, um novo tipo de sociedade democrática, racionalizada, modernista e populista. (HARVEY, 1993, p. 121).

Dessa forma, o sistema atinge a sociedade como um todo através da produção em massa de bens de consumo duráveis e não-duráveis pelos trabalhadores fabris, cujo tempo de trabalho foi reduzido para 8 horas/dia acrescido de algum incentivo salarial. Com tempo para o lazer, esse trabalhador se transforma num consumidor em potencial, isto é, ele produz e consome, fazendo a economia expandir e os capitalistas a maximizar seus lucros.

Para Franca (2007, p. 26), as transformações são mais profundas no âmbito do sistema capitalista, pois "[...] a linha de produção acelerou o fluxo do trabalho, ao reduzir o tempo da produção, o que transformou, por sua vez, o próprio regime de acumulação capitalista".

Essas mudanças nos padrões de consumo da sociedade e no próprio desenvolver do sistema capitalista vão sendo engendradas aos poucos pelo mundo afora, possibilitando a emergência de um novo homem: disciplinado ao trabalho e ao consumo. Destarte, é importante dizer que a expressão fordismo virou sinônimo de produção em série e de consumo em massa.

O consumo de mercadorias emerge baseado nos pressupostos fordistas, conforme chama a atenção Jean Baudrillard, no livro "A Sociedade de Consumo", ao analisar as sociedades ocidentais contemporâneas, inclusive os Estados Unidos. O autor afirma que o consumo surge como modo ativo de relação (não só com os objetos, mas ainda com a coletividade e o mundo), como modo de atividade sistemática e de resposta global que serve de base a todo o nosso atual sistema cultural. Trata também como as grandes corporações influenciaram no avanço do sistema capitalista ligado aos desenvolvimentos tecnológicos e informacionais que possibilitaram o desenvolvimento e a criação de desejos imprimíveis na sociedade, fazendo-a desejar, querer objetos de consumo (entre eles, o automóvel) e, assim, romper com antigas diferenças sociais no que se refere à posse de mercadorias. (BAUDRILLARD, 1991).

Nesse panorama mundial, o fordismo atinge seu ápice no período entre guerras (de 1914 a 1945), com a disseminação em diversos pontos dos Estados Unidos, mas encontra dificuldades para se expandir pela Europa, conforme afirma Harvey (1993, p. 123):

> A tecnologia de linha de montagem para produção de massa, implantada em muitos pontos dos Estados Unidos, tinha um desenvolvimento muito fraco na Europa antes da metade dos anos 30, a indústria de automóveis européia, com exceção da fábrica da Fiat em Turim, permanecia em sua maior parte uma indústria artesanal de alta habilidade (embora organizada corporativamente), produzindo carros de luxo para consumidores de elite [...]. Foi preciso uma enorme revolução das relações de classe (uma revolução que começou nos anos 30, mas só deu frutos nos anos 50) para acomodar a disseminação do Fordismo à Europa.

Portanto, as dificuldades de expansão do fordismo pela Europa é um fato. Porém, no período pós-guerra, o fordismo se associa aos preceitos keynesianos[3] para manter o crescimento capitalista, mas, para isso, os atores capitalistas tiveram que redefinir e reposicionar-se diante de uma série de compromissos.

Nesse sentido, o Estado tem papel importante na manutenção da macroeconomia, agindo de forma a assumir novos papéis e construir novos poderes institucionais cujo capital corporativo também teve que se ajustar para conseguir uma lucratividade mais segura, assim como o trabalho organizado passa por reformulações relacionadas ao mercado de trabalho e processos de produção. (HARVEY, 1993).

Como os benefícios do fordismo não atingiram todos os países do mundo, mesmo em seu momento de apogeu, cabe ressaltar que, nos países considerados terceiros mundistas, tal insatisfação também se fez presente, conforme relata Harvey (1993, p. 133):

> Devem-se acrescentar a isso todos os insatisfeitos do Terceiro Mundo com um processo de modernização que prometia desenvolvimento, emancipação das necessidades e plena integração ao fordismo, mas que, na prática, promovia a destruição de culturas locais, muita opressão e numerosas formas de domínio capitalista em troca de ganhos bastante pífios em termos de padrão de vida e de serviços públicos (por exemplo, no campo da saúde), a não ser para uma elite nacional muito afluente que decidira colaborar ativamente com o capital internacional.

---

[3] John Maynard Keynes era um economista que tinha como objetivo chegar a um conjunto de estratégias administrativas e científicas e poderes estatais que estabilizassem o capitalismo, a ponto das nações-Estados realizarem arranjos políticos, institucionais e sociais que pudessem acomodar a incapacidade do capitalismo de regulamentar as condições essenciais a sua própria reprodução. (WIKIPEDIA, 2010).

O modelo fordista de produção que se encontrava em voga no processo de produção industrial acabou, por fim, cedendo espaço para o surgimento de novos modelos econômicos devido a essas insatisfações, a sua ineficácia ao se internacionalizar e abranger os demais países.

Faz-se mister ressaltar que, devido à essas brechas, a partir dos anos de 1970, constatam-se mudanças no sistema capitalista. Essas alterações no processo de (re) organização das formas de dominação social imposta a partir da crise de acumulação fordista/taylorista e da influência keynesiana aflorada nos fins dos anos de 1960 e início de 1970, demonstrou que o momento fordista do modo de produção deixou em partes de atender às necessidades do capital para fazer frente a uma nova forma de organização da economia, em face de sua rigidez operacional e de suas contradições internas.

Foi justamente nesse ponto de solapamento, a partir de 1973, devido principalmente à aguda recessão da economia mundial, que o sistema cede espaço para a emergência de uma nova modalidade de produção. Isto significa dizer que dentro do próprio modo de produção capitalista, eventualmente, as formas de regulação e acumulação sucedem umas as outras, isto é, cada uma responde aos desafios impostos no seu tempo em vigência.

As definições para esta nova fase emergente na economia mundial se distinguem devido à ênfase diferenciada dada, por parte de diversos estudiosos da temática em questão, aos aspectos materiais, espaço-temporais, sistemas técnicos, tecnológicos, científicos, ideológicos, históricos e cognitivos do planeta.

Dentre os estudiosos que tentam compreender as nuances que permeiam os fenômenos sócioeconômicos e culturais desenvolvidos em um mesmo período histórico - a considerar a partir de 1970 - e que fazem emergir diferentes denominações para esses fenômenos, formas de acumulação e fatos, destacam-se Castells (2000; 2007), que usa a denominação de *Paradigma Tecnológico da Informação*; Chesnais (1996), que denomina de *Mundialização do*

Capital; Santos e Silveira (2001), Santos (2002), que denominam de *Meio Técnico-científico-informacional*; Harvey (1993), que usa a terminologia *Acumulação Flexível*, entre outros.

Porém, em virtude de uma posição teórica, será adotado, no bojo deste trabalho, o termo *Meio Técnico-científico-informacional* em referência às transformações consolidadas pelo sistema capitalista no espaço mundial a partir da Segunda Guerra Mundial, através da junção de capital, técnica e tecnologia. No entanto, serão consideradas as contribuições teóricas, principalmente, de Manuel Castells (2007), David Harvey (1993), Georges Benko (2002) e Franca (2007) no sentido de complementar o entendimento desse contexto.

Tendo em vista a aceleração do processo industrial no contexto que sucede a Segunda Guerra Mundial, frente ao desenvolvimento tecnológico mundial e de vários outros eventos, verifica-se que ocorre uma revolução tecnológica concentrada principalmente na Tecnologia da Informação (TI). Estas, por sua vez, vêm sendo remodeladas à base material da sociedade capitalista em ritmo acelerado, marcadas pela interdependência das economias do mundo e a emergência de novas relações virtuais e sociais. Essa renovação e/ou transição em termos produtivos do capital provocaram transformações na economia-mundo, surgindo então a necessidade de um modelo de acumulação e regulamentação social que retomasse e impulsionasse a maximização de capitais. Assim, a rigidez fordista, gradualmente, cede lugar a um modo mais moderno de acumulação, a produção flexível.

Considerando a terminologia “acumulação flexível”, preconizada por Harvey, tem-se que esta é marcada por um embate com a rigidez do sistema fordista, o que vem se implementar de forma mais flexível e contrastante aos padrões massificantes do regime em crise. Assim,

> A *acumulação flexível*, como vou chamá-la, é marcada por um confronto direto com a rigidez do fordismo. Ela se apóia na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo. Caracteriza-se pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional. A acumulação

> flexível envolve rápidas mudanças dos padrões de desenvolvimento desigual, tanto entre setores como entre regiões geográficas, criando, por exemplo, um vasto movimento no emprego no chamado "setor de serviços", bem como conjuntos industriais completamente novos em regiões até então subdesenvolvidas [...]. (HARVEY, 1993, p. 140, destaque do autor).

Dessa forma, as décadas de 1970 e 1980 foram notadamente marcadas por uma "reestruturação no âmbito econômico e por reajustamento social e político". (HARVEY, 1993). Portanto, o espaço social é tomado por incertezas e oscilações, em que as novas experiências no domínio das organizações industrial, social e política começam a ser remodeladas e a tomar novas formas no espaço mundial.

No caso da acumulação flexível, nota-se que a ofensiva do capital na produção, cujas modificações na materialidade das relações sociais de trabalho engendradas pelo complexo desta reestruturação produtiva do capital, pode ser caracterizada por seu momento predominante, que é o *Toyotismo*.

Resumidamente, o Toyotismo é um modelo de produção e gerenciamento desenvolvido com base no fordismo, mas com adaptações, de início, à realidade japonesa e, posteriormente, estendidas ao mundo. Teve como idealizador o engenheiro Taiichi Ohno e se desenvolveu no Japão, na fábrica da Toyota Motor Co., a partir do fim da década de 1940, podendo ser periodicizado em quatro fases. A descrição de Oliveira (2006) apresenta as etapas em que o Toyotismo se assenta para se desenvolver:

> Primeiramente, integrou as técnicas de saber-fazer do ramo têxtil – setor tradicional de atividade da Toyota – que permitiam a um trabalhador operar várias máquinas, à produção da indústria automobilística (1947-1950). Em segundo lugar, a crise financeira - que determinou o enxugamento da empresa, seguido da greve de 1950, da demissão de 1.600 operários e da Guerra da Coréia – assinala o início da produção com um efetivo mínimo. Na terceira fase, ocorre a importação da técnica de gestão de estoques dos supermercados estadunidenses, que, aplicada à produção, da origem ao *kanban* (1950). Na quarta fase, ocorre a generalização do *kanban* para os fabricantes terceirizados e demais fornecedores. Passa por vários aperfeiçoamentos no período de 1962 a 1973, quando se generaliza como modelo de relações industriais no Japão. [...]. (OLIVEIRA, 2006, p. 22, destaque do autor).

Essas mudanças provocadas na produção industrial com base no desenvolvimento e aprimoramento de tecnologias e de técnicas precedidas pelo fordismo e toyotismo são as

bases para que ocorra uma reestruturação nos modelos produtivos adotados pelos grandes grupos empresariais. Castells (2007) também aponta como ocorre essa reestruturação:

> O próprio capitalismo passa por um processo de profunda reestruturação caracterizado por maior flexibilidade de gerenciamento; descentralização das empresas e sua organização em redes tanto internamente quanto em suas relações com outras empresas; considerável fortalecimento do papel do capital *vi-à-vis* o trabalho, com o declínio concomitante da influência dos movimentos de trabalhadores; individualização e diversificação cada vez maior das relações de trabalho; incorporação maciça das mulheres na força de trabalho remunerada, geralmente em condições discriminatórias; intervenção estatal para desregular os mercados de forma seletiva e desfazer o estado do bem estar social com diferentes intensidades e orientações, dependendo de natureza das forças e instituições políticas de cada sociedade; aumento da concorrência econômica global em um contexto de progressiva diferenciação dos cenários geográficos e culturais para a acumulação e a gestão de capital. (CASTELLS, 2007, p.39-40, destaque do autor).

Essas transformações no perfil industrial e mundial apontadas pelo autor vêm reforçar a emergência do paradigma tecnológico informacional ou meio técnico-científico-informacional e/ou ainda acumulação flexível no contexto global, com reflexos sobre as economias dos países desenvolvidos, em desenvolvimento e pobres, apontando para novos arranjos e localizações das indústrias, mudanças na gestão e organização do trabalho e a busca de estratégias organizacionais visando o aumento da produção e competitividade.

Posto isso, o meio técnico-científico-informacional estabelece-se a partir da Segunda Guerra Mundial, mas a sua afirmação, inclusive nos países em desenvolvimento, só se efetiva a partir de 1970. Esse é um período marcado, notadamente, pelo movimento de internacionalização do capital, através dos deslocamentos dos Investimentos Externos Diretos (IEDs); de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D); pelo uso massificante do marketing e propaganda; pelas inovações técnicas e tecnológicas; pela reorganização na gestão do trabalho, dos mercados e o capital financeiro, assim como o desenvolvimento de um novo padrão comercial e organizacional dentro das empresas. Essas características, conjuntamente, possibilitam o desenvolvimento desigual do espaço mundial, considerando que nem todas as regiões são atingidas pela acumulação flexível.

Especificamente, os deslocamentos dos IEDs se configuram através da busca encarniçada de corporações multinacionais por novos mercados, sendo esta uma ação comum na economia mundial. O Relatório do Fundo Monetário Internacional (FMI) (1977 apud Chesnais, 1996, p. 55) esclarece, de forma simplista, o significado IED: "designa um investimento que visa a adquirir um *interesse duradouro* em uma empresa cuja exploração se dá em outro país que não o do investidor, sendo o objetivo deste último influir efetivamente na gestão da empresa em questão". (destaque do autor).

No tangente aos deslocamentos de capitais industriais, Hill (1990, p. 170) afirma o seguinte:

> Umas poucas centenas de grandes empresas manufatureiras controlam grande parte dos recursos produtivos do mundo. Portanto, as estratégias que as empresas transnacionais adotam para organizar e localizar seus processos produtivos em várias partes do mundo são uma questão internacional decisiva. Mudanças na organização e localização das redes transnacionais de produção podem determinar o crescimento ou o declínio, a prosperidade ou a recessão de cidades, de regiões e mesmo de nações.

Dessa forma, IEDs tomam conta dos países latinos, com destaque para Argentina, Colômbia e Brasil. O Brasil, na década de 1970, passa por uma regressão desse tipo de investimento devido às crises do petróleo que, associadas a desequilíbrios macroeconômicos, culminaram em fuga expressiva de capitais. Os anos de 1980 ainda sentem os efeitos da crise, com a baixa captação de recursos externos, porém, é somente no início da década de 1990, que esse quadro começa a se reverter, de maneira tímida, devido à abertura econômica e ao processo de privatização estabelecido pelo governo de Fernando Collor de Mello. (ALVES; VELASCO, 2001).

As diversas filiais de multinacionais que se instalam no Brasil têm como propósito principal a consolidação de nichos de mercados. Nessa questão macroeconômica, encontra-se a escolha dos localização por parte destes investimentos em economias que lhes possam ser

rentáveis. Por isso, algumas áreas são eleitas para sediar filiais de tais grupos em detrimento de outras.

Associados IEDs, encontram-se os P&Ds, o uso do marketing e da propaganda como elos complementares à transferência de capitais dos países-sedes dos grupos multinacionais. Os P&Ds ganham notoriedade por estarem vinculados ao desenvolvimento de pesquisas e tecnologias que, de certo modo, vão influenciar na escolha locacional do IEDs para se instalar em determinado lugar. Como exemplos, existem universidades, institutos de pesquisas e empresas privadas que desenvolvem inovações que podem ser usadas pelos grupos multinacionais, por outro lado, esses grupos multinacionais também transferem técnicas e tecnologias de seus países de origem.

As estratégias do marketing estão relacionadas a pesquisas de mercados com o intuito de munir esses grupos empresariais de informações sobre quais e que tipos de produtos terão mais aceitação junto ao mercado consumidor; qual o poder aquisitivo da população; que estratégias devem tomar a respeito de alguns possíveis gargalos no mercado; o desenvolvimento de estratégias para inserção desses produtos no mercado, entre outras.

O marketing induz o consumo e, às vezes, cria na população uma necessidade irreal da posse de determinados objetos. A respeito disso, Braudillard (1991) afirma que o desejo e a vontade de ter certos tipos de mercadoria nem sempre estão associados à real necessidade do consumidor. Esse desejo é aviltado e criado pelo marketing e publicidade tão presente na sociedade contemporânea, em que mercadorias são vendidas imageticamente, criando assim o interesse no consumidor.

Nesse limiar, o homem no mundo moderno encontra-se rodeado por objetos. Dessa forma, “a necessidade encontra-se já finalizada pelos bens disponíveis e as preferências orientadas pela clivagem dos produtos oferecidos no mercado”. (BAUDRILLARD, 1991, p. 77). Assim, o consumidor, às vezes, nem necessita de determinada mercadoria, a sua

utilização nem será tão importante em seu cotidiano, mas o marketing, a publicidade e a imagem na TV o leva a uma escolha inconsciente e automática. Leva-o a aceitar um estilo de vida determinado pela sociedade produtora do consumo, em que a autonomia, a soberania e o poder de decisão são alterados para satisfazer os ditames do capital representado em suas diversas instâncias.

Associar os impactos dos IEDs nos países receptores ao uso de P&D e ainda ao desenvolvimento de inovações técnicas e tecnológicas, bem como ao uso do marketing e da propaganda a serviço do processo de acumulação capitalista, no contexto pós-Segunda Guerra Mundial, é entender como o capital produtivo assume uma nova forma de agir e se reproduzir através da emergência de um novo padrão tecnológico, ressaltado por Manuel Castells (2007) e melhor analisado por Santos e Silveira (2001) e Santos (2002) ao enfocar as contradições econômicas e espaciais desse processo em curso.

Destarte, com base nos pressupostos de Castells (2007) pode-se dizer que a partir da constituição do paradigma tecnológico (ciência, tecnologia e mercado global) se forma o meio técnico-científico-informacional (SANTOS; SILVEIRA, 2001; SANTOS, 2002) que se apresenta para a sociedade. Esse momento é organizado com base na TI, que teve como berço os Estados Unidos (Vale do Silício, na Califórnia) e que se concretizou em um novo estilo de produção, comunicação, gerenciamento e vida, possibilitando também a interação da economia local com a economia global e a geopolítica mundial.

Esse novo paradigma foi gestado, primeiramente, em laboratórios através do processo de desenvolvimento de P&D e pôde se apresentar em duas categorias. Uma seria a “alta gama”, pautada na combinação de desenvolvimento científico ou tecnológico que abarca a maior parte das inovações, que são gestadas em universidades e institutos especializados dos grandes centros urbanos. A outra categoria seria a “baixa gama”, marcada por pesquisas que podem ser desenvolvidas de forma mais simples com menos uso de tecnologia de ponta cuja

aplicação e uso são acessíveis a qualquer empresa, independentemente de sua dimensão econômica e localização espacial. (BENKO, 2002, p. 170).

Com o fato do desenvolvimento técnico-científico, observa-se que no meio técnico-científico-informacional a economia global passar por diversas transformações sociais, culturais, econômicas e geopolíticas com dinâmicas ímpares em cada lugar. Desse modo, o pensamento de Santos (2002) a respeito das transformações marcadas, sobretudo, pela evolução das técnicas e desenvolvimento de tecnologias associadas ao capital e ao mercado, alerta que:

> Quanto ao meio *técnico-científico-informacional* é o meio geográfico do período atual, onde os objetos mais proeminentes são elaborados a partir dos mandamentos da ciência e se servem de uma técnica informacional da qual lhes vem o alto coeficiente de intencionalidade com que servem às diversas modalidades e às diversas etapas da produção. (SANTOS, 2002, p. 234-235, destaque do autor).

Considerando esse arcabouço de coisas com que o mundo capitalista passa a conviver devido à sua necessidade de reformulações tecnológicas, a teoria miltoniana indica que no meio técnico-científico-informacional, considerado como um novo meio geográfico emergente, as idéias de ciência, de tecnologia e de mercado global devem ser consideradas conjuntamente. Isso significa que à medida que a técnica evolui, os modelos de produção e trabalho são transformados, possibilitando novas divisões técnicas e sociais do trabalho com orientações diferentes voltadas, sobretudo, para sua flexibilização.

No caso específico das indústrias automotivas, essa flexibilidade pode ser marcada por alguns quesitos:

1- *Automação nas linhas de montagem através do uso intensivo da robótica e de computadores*, como ocorreu no caso da fábrica da GM de São José dos Campos/SP, onde, aproximadamente, “200 robôs” são utilizados na linha de produção, principalmente “nos setores de estamparia e funilaria”. (FRANCA, 2007, p. 31).

Portanto, mesmo nesses setores "a robotização é parcial e com diferentes níveis de desenvolvimento tecnológico". (FRANCA, 2007, p. 31).

2- *A Multifuncionalidade ou Polivalência do trabalhador*, em que o trabalhador, dentro da indústria automotiva, perpassa pelo desempenho de diversas tarefas, que "multiplicou-se para realizar, além das funções operacionais habituais, aquelas relacionadas à manutenção e ao controle de qualidade". (FRANCA, 2007, p. 48-49).

3- *Just-in-time*: é um sistema de gerenciamento do processo de produção que se baseia no princípio de todo o circuito produtivo, isto é, todas as fases da produção em perfeita sintonia, dentro e fora da fábrica. Segundo Franca (2007, p. 41):

> O funcionamento desse sistema é condicionado pelo mercado, isto é, o que será produzido (quantidade e modelo) é aquilo que o mercado demanda. Daí a idéia de que a produção é orientada inicialmente pelo consumo.

O sistema *Just-in-time* condensou na linha de montagem o abastecimento e o estoque (*Kanban* – sistema de alimentação de estoque, a empresa opera com estoque mínimo), assim como o Controle de Qualidade Total (CCQ) dentro da fábrica.

Com base nessas ordens, o Toyotismo se configura como um dos estágios do processo de acumulação flexível que se afirma como um novo modo de gerir e administrar, sendo implantado, primeiramente, nas cadeias automobilísticas e, posteriormente, nos demais tipos de empresas. Tais preceitos levam ao que Castells (2007) chama a atenção para a execução de um modelo com ausência de grandes rupturas no processo produtivo e de distribuição das empresas. Assim, o autor ressalta:

> Ou, em outras palavras, baseia-se na suposição dos "cinco zeros": nível zero de defeitos nas peças; dano zero nas máquinas; estoque zero; demora zero; burocracia zero. Esses desempenhos só poderão concretizar-se com base na ausência de interrupções de trabalho e controle total sobre os trabalhadores, fornecedores inteiramente confiáveis e adequada a previsão de mercados. (CASTELLS, 2007, p. 215-216, destaque do autor).

Considerando a questão da demora zero na entrega dos produtos, o caso da Mitsubishi não é um sucesso, pois a empresa opera com vendas programadas, isto é, o comprador pode

esperar até 90 dias pela entrega do seu veículo. Conforme aponta Castells (2007), realmente o estoque de carros montados e prontos para serem vendidos da Mitsubishi é zero, mas em compensação, o comprador precisa aguardar para usufruir o produto adquirido. Essa estratégia dos "cincos zeros" empreendida pelo toyotismo também é conhecido como "produção enxuta". (CASTELLS, 2007; OLIVEIRA, 2006).

No período compreendido como meio técnico-científico-informacional, os objetos são, ao mesmo tempo, técnicos e informacionais, ou seja, funcionam e servem como informação, como é o caso do uso de satélites, da internet e da intranet. Enfim, a comunicação virtual leva a transformações na ordem global muda a relação da sociedade com a natureza, produzindo um "novo" espaço. Nesse processo, a informação é o vetor principal do processo social e, dessa forma, os territórios são equipados para facilitar a circulação dos objetos e mercadorias de modo a reduzir custos com transportes. A lógica global se impõe a todos os territórios e a cada território como um todo, formando uma simbiose. Assim, o espaço geográfico do mundo atual pode ser considerado como meio técnico-científico-informacional.

Com a proeminência do meio técnico-científico-informacional, verifica-se que seu processo de consolidação é seletivo e "envolve rápidas mudanças dos padrões do desenvolvimento desigual, tanto entre setores como entre regiões geográficas". (HARVEY, 1993, p. 140). Portanto, no que se refere à dimensão espacial e à fluidez, o capital elege áreas/regiões, conforme afirmam Santos e Silveira (2001, p. 102):

> [...] é marcado, de um lado, por uma maior fluidez, com menos fricções e rugosidades e, de outro, pela fixidez, dada por objetos maciços e grandes e também pelos microobjetos da eletrônica e da informática, cujas localizações devem ser adequadas e precisas.

No meio técnico-científico-informacional os agentes capitalistas tendem a agir de forma a selecionar áreas, reforçando algumas regiões e enfraquecendo outras, perfazendo, desse modo, um movimento desigual e combinado com a criação de uma nova geografia, em que o espaço é caracterizado por pontos, manchas e nós, imbuídos de normas capitalistas.

No entanto, essa tendência recente de organização espacial e tecnológica está atrelada ao processo de desenvolvimento regional e se faz notar que o meio técnico-científico-informacional não se impõe igualmente sobre o território, mas ocupa interstícios deixados pelo processo espacial em tempos anteriores (meio natural e meio técnico) e aproveita destas brechas para transformar regiões e embebê-las dos mecanismos da globalização.

Nessa leitura, deve-se considerar que, por um lado, o lugar oferece uma estrutura que será modificada e ganhará novos conteúdos e formas. Por outro lado, é através das intencionalidades que o capitalismo realiza suas conversões/adaptações ao agir no lugar. Buscando compreender como o sistema capitalista se impõe nas regiões e nos lugares, Ianni (1996, p. 127) faz a seguinte reflexão:

> A globalização do capitalismo está sendo acompanhada da formação de vários sistemas econômicos regionais, nos quais as economias nacionais são integradas em todos mais amplos, criando-se assim condições diferentes para a organização e o desenvolvimento das atividades produtivas. Em lugar de ser um obstáculo à globalização, a regionalização pode ser vista como um processo por meio do qual a globalização recria a nação, de modo a conformá-la à dinâmica da economia transnacional.

Nesse sentido, a tendência da regionalização, especificamente a industrial, leva a reflexões sobre como essa atividade se desenvolve mais em algumas regiões do que em outras. Se a atividade industrial pode ser considerada como uma característica da sociedade moderna e como marca e reflexo do estágio de desenvolvimento alcançado por um país/região, o Brasil, no seu estágio de desenvolvimento industrial, pauta-se num processo de regionalização. Isto significa afirmar que algumas áreas foram/são eleitas para se industrializarem em detrimento de outras. Assim, as políticas de industrialização desenvolvidas no Brasil possuem uma tendência regional.

Portanto, buscando compreender em que condições ocorrem o processo de instalação, estruturação e consolidação da cadeia automobilística no Brasil, buscar-se-á permear questões

do âmbito internacional com as nacionais, de forma a enfocar historicamente esse processo até o momento atual.

1.2. Da chegada do primeiro automóvel à configuração da cadeia automobilística brasileira: de 1891 a 2010

Tendo em vista uma rica literatura no âmbito da história, da economia e da história econômica sobre a industrialização no Brasil[4] e o papel da indústria automotiva nesse contexto, optou-se por destacar os aspectos mais relevantes no sentido de contextualizar o recorte temático e espacial desta Tese. Para um aprofundamento do processo industrial automotivo, têm-se os trabalhos de Latini (2007); Castanheira (1987); Lopes (2005/2006); Botelho (2000); Santos e Burity (2008), entre outros.

A cadeia automobilística se configura no Brasil em meio a um cenário de incentivos a internalização industrial e também de atração de investimentos estrangeiros. Tal condição é permeada por aspectos que influenciaram e ainda influenciam a sua consolidação no país.

Como forma de ampliação de mercados e de capitais, a indústria automotiva é uma das pioneiras na transferência de capitais de seus países-sede para outras localidades, através da abertura de novas unidades industriais (filiais). Esse processo se torna conhecido como IEDs. No caso do Brasil, as primeiras montadoras automobilísticas a se instalar no país, no século XX, são oriundas de capitais estrangeiros, como será abordado a seguir.

No processo de industrialização brasileira, torna-se relevante pensar que as primeiras montadoras no país contribuíram para a industrialização em curso nos meados do século XX. As políticas públicas voltadas para o setor desempenharam papel primordial na consolidação

[4] Vide obras de Cano (2007), Prado Júnior (1980), Furtado (1982), Ianni (1986), entre outros.

do país como um importante fabricante de veículos no cenário mundial. É dado como certo que o primeiro automóvel - Peugeot, motor Daimler - a chegar no Brasil data de 1891, cujo proprietário era Alberto Santos Dumont (o pai da aviação), que o trouxe de navio da Europa. Nove anos depois, em 1900, eram apenas quatro automóveis no país. Até 1920, foram importados 30 mil veículos, entre caminhões e automóveis. Dez anos mais tarde, atinge a marca de 250 mil. Porém, a crise econômica de 1929 fez a frota cair para 160 mil. (LATINI, 2007).

Vale destacar que, no cenário internacional, a produção de automóveis encontra-se em evidência. O sistema fordista, conforme apontado anteriormente, contribuía para a elevação da produção assim como criava uma ideologia de que todos poderiam comprar e usufruir os benefícios de um carro, propagando um anseio consumista não apenas nos países ditos avançados, mas também nas economias em processo de desenvolvimento, como o Brasil. Cabe ressaltar que a firma Garagem Avenida, no Rio de Janeiro, fundada em 1915, "inicia a construção de luxuosos automóveis sobre velhos chassis e lança o primeiro automóvel montado no Brasil, na medida do possível, com matéria-prima nacional". (LATINI, 2007, p. 92). Possivelmente, o processo de montagem era artesanal e usava-se a figura do *mecânico faz tudo.* [expressão da autora].

Em 24 de abril 1919, a Ford Motors Company, em assembléia, decide criar a segunda montadora na América Latina (a primeira foi instalada na Argentina, em 1916), sendo símbolo de consolidação do fordismo nessa região. O capital inicial para a instalação da montadora no Brasil foi de 25 mil dólares e aumentado para 30 mil (111 contos de réis). Um ano depois, o presidente Epitácio Pessoa autoriza a Ford Motors Company do Brasil a funcionar no país para montagem de carros de passageiros e caminhões. Em seguida, a companhia passa a ter sua primeira linha de montagem na Rua Florêncio de Abreu, na cidade de São Paulo. Posteriormente, muda para um lugar próximo à Praça da República e, um ano

depois, se instala no bairro paulistano do Bom Retiro. Cinco anos mais tarde, a fábrica passa a vender 24.500 carros em todo o país. (LATINI, 2007).

Dessa forma, cabe lembrar que a Ford Motors do Brasil (1923) foi a primeira montadora de capital estrangeiro a adotar o sistema de produção fordista, desenvolvido nos Estados Unidos por Henry Ford, e a se instalar no Brasil. No caso da Ford Motors do Brasil, a esteira transportadora, considerada a grande inovação fordista, é usada para a montagem veicular. (BOTELHO, 2000).

Em 26 de janeiro de 1925, é fundada, em São Paulo, a Companhia Geral de Motores S.A., também conhecida como General Motors do Brasil (GMB), cujo capital inicial foi de 270 mil dólares, valor advindo integralmente da matriz norte-americana. Oito meses depois, é montado o primeiro Chevrolet no país. A produção inicia-se com 25 unidades diárias e, um ano após, passa para 40. Em 1929, a fábrica se transfere para São Caetano do Sul, passando a montar 100 veículos diários. São Paulo foi a cidade brasileira eleita para abrigar as atividades das duas primeiras montadoras automotiva do país. Tal escolha deve-se, possivelmente, ao fato desta melhor localizada, a mais sucedida economicamente, bem servida em termos de transporte, com um mercado consumidor e mão-de-obra bem desenvolvidos em relação ao restante do país. (BOTELHO, 2007; LATINI, 2007).

Nos anos de 1940, se instalam mais duas montadoras automotivas, sendo a Distribuidora de Automóveis Studebaker (1945) que passou ser denominada de Veículos e Máquinas Agrícolas S.A. (VEMAG) e a Fábrica Nacional de Motores (FNM) em 1949. Esta última foi criada como esforço de guerra para fabricar motores de aviões Wright licenciados pela empresa norte-americana Curtiss-Wright. Com o fim da Segunda Guerra Mundial, a fábrica foi obrigada a diversificar sua produção e licenciou a tecnologia da empresa italiana Isotta Fraschini Spa para a fabricação de caminhões da mesma marca. Assim, o primeiro

veículo montado pela FNM foi o Isotta Fraschini. A empresa italiana faliu em 1949. (PAIVA, 2004; LATINI, 2007).

Então, a FNM firmou acordo com a Alfa-Romeo, pertencente ao Instituto de Reconstruzione Nacional (IRI) para o desenvolvimento de um novo caminhão com motor e cabine criados no Brasil, o chamado *Fenemê*. Em 1968, a Alfa-Romeo foi incorporada pela Fábrica Italiana Automóveis Turim (FIAT) que, em 1985, tomou a decisão de encerrar as atividades da FNM. (PAIVA, 2004).

Com a Segunda Guerra Mundial em curso e após acordo com a Alfa-Romeo a FNM teve suas atividades direcionadas para o setor de autopeças automotivas devido à impossibilidade de importação destas pelas montadoras sediadas no país. E, logo em seguida, passou a atuar como fabricante de motor e montadora de caminhões, chegando inclusive a fabricar mais de 15.000 caminhões fenemês. (PAIVA, 2004).

Porém, a indústria de autopeças que subsidia as montadoras está presente no Brasil desde meados da década de 1930, cuja orientação se dava no quesito reposição de peças danificadas, geralmente, através de *kits* importados. (LOPES, 2005/2006). Com a Segunda Guerra Mundial, inicia-se, de forma precária, a fundição e fabricação de algumas peças no país voltadas para atender as demandas dos caminhões e ônibus, como é o caso da FNM, tendo em vista que eles não poderiam parar de funcionar, isto é, era necessário repor as peças danificadas ou gastas pelo uso.

De acordo com relatos de Latini (2007), na década de 1950, já existiam, aproximadamente, 122 fábricas de autopeças que deram origem ao Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores (SINDIPEÇAS). Devido ao crescimento na importação de veículos, o governo federal estabeleceu políticas que limitavam a importação de componentes já fabricados no país. Isso significou que, a cada ano, diminuía a quantidade de componentes automotivos importados.

Para Lopes (2005/2006, p.128), mesmo estando presente no país desde 1930 o segmento de autopeças só ganha corpo com “a política de substituição de importações na década de 50, como apêndice das montadoras multinacionais que se instalavam no Brasil”. Assim sendo, com o embargo das importações, há uma tendência para a nacionalização dos componentes e peças usados na montagem de veículos, assim como do uso de peças de reposição.

A indústria automotiva ganha corpo de fato no Brasil em 1950, no segundo governo do presidente Getúlio Vargas (1950-54), com a criação do Conselho de Desenvolvimento Industrial (CDI) subordinado ao Ministério da Fazenda e a Subcomissão de Jipes, Caminhões, Tratores e Automóveis, sendo esta última chefiada por Lúcio Meira. Até então, eram fábricas isoladas que não contavam com o apoio estatal. Importava a maioria dos componentes e peças usados na linha de montagem dos veículos. Essa Subcomissão teve como objetivo desenvolver trabalhos e apresentar algumas medidas que transformassem o panorama da economia nacional no que concerne ao setor de fabricação de veículos, principalmente veículos para transporte de carga. (BOTELHO, 2002; LATINI, 2007).

As duas principais incumbências dessa Subcomissão consistiam em realizar um levantamento sobre a existência de um mercado interno para a indústria automotiva e a definição de pré-requisitos para a implantação desse ramo industrial e suas condições de desenvolvimento. (LATINI, 2007). O relatório apontou que o mercado interno atingido pela indústria automotiva era insuficiente, mas não a ponto de negá-la; destacou o problema do transporte para o desenvolvimento do país; enfim, mostrou que o Brasil não cumpria os pré-requisitos necessários à implantação desse tipo de indústria, pois não tinha mão-de-obra especializada, técnicos e nem a matéria-prima exigida. (LATINI, 2007).

Com base nos estudos elaborados pela Subcomissão de Fabricação de Jipes, Tratores, Caminhões e Automóveis, foi elaborado e apresentado ao presidente Getúlio Vargas o Plano

Nacional de Estímulo à Produção de Automóveis e a Implantação Gradativa da Indústria Automobilística, relatando a realidade do setor, suas dificuldades e necessidades. Uma vez entregue ao governo federal, o plano foi aprovado. Logo, o despacho do presidente da República, em 1952, é considerado a "certidão de nascimento da indústria automobilística". (LATINI, 2007, p. 89).

Ao que se refere à história da indústria automotiva no Brasil, é importante frisar que, até o final da década de 1950, este setor não era figura importante na economia nacional e, muito menos, tinha algum peso no cenário internacional. Somente a partir desse período que o setor automotriz ganha novos contornos no cenário industrial nacional, conforme afirma Castanheira (1987, p. 137) "Hasta finales del año 1956, el Brasil no figuraba em las estadísticas mundiales entre las naciones productores de vehículos automotores".

Essa evidência só é possível após o processo de internacionalização do capital que impulsiona as multinacionais do setor automotivo a abrir filiais em diversos países do mundo, inclusive na América Latina, conforme já frisado anteriormente na discussão sobre os IEDs.

Com a reestruturação produtiva do capital e o apoio do governo brasileiro para a instalação desse tipo de indústria no país e com o intento de desenvolver o setor internamente, algumas medidas foram tomadas, dentre elas, a limitação na concessão de licença para importação de veículos, em 1952; a criação do Grupo Executivo da Indústria Automobilística (GEIA), em 1956[5], estabelecendo normas e incentivos para a implantação do setor no país. Nesse mesmo ano, estabeleceram-se normas para reduzir a importação de componentes estrangeiros, entre outras ações. (CASTANHEIRA, 1987).

Logo no início da década de 1950, devido a problemas cambiais, o governo federal impõe rígidas medidas para restringir a importação de veículos no Brasil, conforme afirma Botelho (2000, p. 63):

[5] O GEIA foi criado no mandato do presidente Juscelino Kubitscheck (1956-1961), no contexto de implantação do Plano de Metas, conforme afirma Lopes (2005/2006, p. 127), sendo portanto, " um dos grupos que compunha as ações setoriais determinadas pelo plano de metas".

> Em 1953, o governo brasileiro decidiu impor pesadas tarifas visando reduzir a importação de automóveis, justificadas por desequilíbrios na balança comercial. O item "automóveis e componentes" era a maior conta individual nas importações. Em seguida, o governo passou a preparar planos para um novo passo no processo de industrialização. O objetivo era a promoção de um grande surto de indústrias modernas relacionadas com a indústria automobilística. (destaque do autor).

Com as restrições impostas pelo governo brasileiro, associadas a um cenário econômico mundial favorável ao processo de internacionalização capitalista, diversas empresas aportaram no país e instalaram suas filiais montadoras. Portanto, a indústria automotiva nasce, de certa forma, em consequência de medidas governamentais tomadas no passado, como a restrição à importação de veículos; a criação de comissões institucionais para tratar e planejar o crescimento do setor; incentivo ao sistema de transporte rodoviário, entre outras.

Com o fim de coordenar a implantação da indústria automotiva, criou-se o GEIA, que apresentava um plano para a instalação de indústrias e a promoção de rápida fabricação de bens de consumo (carros de passeio) e bens de produção (veículos de carga), sendo este último responsável pela maior parte do transporte de cargas no Brasil. Além disso, objetivava definir normas e projetos de instalação, metas de produção e planos de nacionalização. Com esse intento, o governo federal estabelece incentivos de natureza cambial e fiscal, tais como a isenção de tarifas para importação de componentes destinados a automóveis e a concessão de cotas para importação de peças estrangeiras. Em consonância com essas medidas, somente os projetos aprovados pelo GEIA teriam direito a esses incentivos. (SANTOS; BURITY, 2008).

O governo era um grande incentivador da industrialização, pois enxergava que através da atividade industrial o país desenvolveria sua economia interna e externa. Assim, o Brasil atraiu empresas multinacionais que, em alguns casos, se associaram ao capital nacional, como foi o caso da "Volkswagen com o Grupo Monteiro Aranha". (BOTELHO, 2000, p. 63). Dessa forma, o plano automotivo do Governo de Juscelino Kubitscheck (JK) buscou também incentivar a nacionalização da produção de veículos, conforme atesta Lopes (2005/2006,

p. 127):

> Basicamente o plano automotivo do governo JK consistiu em fechar efetivamente o mercado para importação através da fixação de taxas de câmbio e do racionamento cambial para produtos automotivos. As empresas que cumprissem as metas de nacionalização estariam aptas a receberem uma série de incentivos financeiros. As metas de nacionalização a serem cumpridas pelas montadoras seriam elevadas anualmente até atingir um índice de nacionalização de 90% para caminhões e veículos utilitários, enquanto que para jipes e carros este índice deveria atingir o valor de 95%.

A produção de veículos leves está relacionada à idéia de produção de bens de consumo voltados para atender as necessidades da população e o ímpeto consumista criado pelo regime fordista. Já a de veículos de transporte de cargas está ligada a fabricação de bens de produção, cuja finalidade é subsidiar o desenvolvimento e o crescimento do país. Desse modo, diz o dito popular: “dinheiro atrai dinheiro”. A conversão “indústria atrai indústria” concretiza o ideário do caso da indústria automotiva que se instala no país a partir de 1950. Uma montadora atrai outra, conforme relatado anteriormente.

Além dessa questão, outra de caráter internacional se faz presente. Trata-se dos ditames ideológicos do sistema fordista, cujo objetivo consistia em possibilitar a produção em série e o consumo em massa, em que, entre os bens a ser consumido, estavam os veículos. A imposição imperialista dos Estados Unidos a diversos países da América Latina, como o Brasil e Argentina, contribui para o expansionismo do sistema através da instalação de montadoras nesses países, que fabricavam veículos para serem vendidos internamente.

Retomando a discussão, as ações governamentais culminaram na apresentação ao GEIA de 18 projetos de montadoras. Desse total, efetivou-se a instalação de 11 plantas industriais no país, a maioria, estrangeiras e pertencentes aos grandes grupos automotivos mundiais, como japoneses, alemães, norte-americanos e outros, conforme observa-se no quadro 1.

Montadora	Tipo de Veículos Produzidos	Situação Operacional
General Motors	Caminhões, utilitários e carros de passeio	Em operação
Ford Motor Co. Exports	Caminhões e carros de passeio	Em operação
Mercedes-Benz do Brasil	Caminhões e ônibus	Em operação
Volkswagem do Brasil	Utilitários e carros de passeio	Em operação
Toyota do Brasil	Jipes	Em operação
Vemag S.A. Veículos e Máquinas Agrícolas	Utilitário, jipe e carro de passeio	Em 1967 foi adquirida pela VW
Scania-Vabis do Brasil	Caminhão pesado	Em operação
Fábrica Nacional de Motores*	Caminhões e carros de passeio	Fechou em 1985
International Harvester Máquinas (CASE IH)	Caminhão pesado	Em operação
Willys-Overland*	Jipes e carros de passeio	Fechou em 1975
S.A. Indústria de Motores, Caminhões e Ônibus (Simca do Brasil)	Carros de passeio	Em 1967 foi adquirida pela Chrysler

Quadro 1 - Projetos Automotivos Aprovados pelo GEIA (1956-57).

Fonte: Santos e Burity (2008); Latini (2007). Org: SILVA, M. V. da. 2008.

***** Essas montadoras receberem respectivamente, Cr$ 150 milhões, Cr$ 690 milhões e Cr$ 350 milhões de incentivos para instalar plantas industriais no país, financiados pelo BNDS em 1959.

Até 1966, o setor sofreu com a política de aperto monetário e crédito restrito, as vendas caíram e o segmento operou com excesso de capacidade. Os caminhões foram mais afetados que os carros de passeio, tendo em vista que sua demanda estava associada ao desempenho da economia e à possibilidade de crescimento econômico. (SANTOS; BURITY, 2008).

O período do chamado “milagre econômico”, compreendido entre 1967 e 1974, segundo Lopes (2005/2006, p.131), estava:

> [...] ancorado na elevada concentração pessoal de renda e na concessão de crédito ao consumidor para a compra de bens de consumo duráveis, contribuiu decisivamente para o crescimento acelerado e consolidação da indústria automotiva brasileira.

Isto significa avaliar que esses créditos e incentivos oferecidos pelo governo federal levaram os consumidores a adquirirem automóveis, influenciando sobremaneira, o setor automotivo ao qual teve sua produção, especificamente, de carros de passeio aumentada. No

fim da década de 1970, a indústria automotiva chegou a produzir cerca de 1 milhão de unidades/ano.

O setor de autopeças acompanhou também essa evolução. Ainda na década de 1970, notadamente em 1976, instala-se no Brasil a montadora italiana FIAT Automóveis S.A., em Betim-MG, passando a dividir com a Ford, GMB e Volkswagen (VW) - conhecidas até então como as principais montadoras do país, isto é, as "três grandes". No mercado interno na produção de automóveis. (MICAELO, 2003, p. 24). Essa condição perdura até a década de 1990, quando surge uma nova realidade para o setor automotivo.

Até 1978, o Brasil, que figurava como um país importador de veículos, passa a ser o oitavo maior produtor mundial, conforme consta nos estudos realizados por Castanheira (1987, p.141):

> Uma vez cumplidos los planos de implantación y nacionalización (CL) fijados, en dos décadas el Brasil pasó de ser essencialmente importador de vehículos a octavo productor mundial, sobrepasando la cifra de un millón de unidades producidas, a partir de 1978.

Observa-se que o setor automotivo nacional sempre se caracterizou por empresas de grande porte, geralmente de capitais internacionais, disseminando inovações na produção e nos produtos que influenciaram no desenvolvimento de outros setores da economia, no modelo e no processo de produção, nos hábitos e costumes das pessoas, assim como na organização espacial de algumas localidades, assunto que será abordado no próximo tópico.

Nota-se que até o início da década de 1980, a trajetória da indústria automotiva no país se caracterizou por um crescimento contínuo, tanto em termos de instalação de novas plantas industriais, que possibilitaram diversificação e melhoria na qualidade dos veículos fabricados no Brasil, quanto no aumento do quantitativo de produção e de veículos vendidos no mercado interno e externo. Porém, o carro chefe da estabilidade da indústria automotiva se dá principalmente em função do consumo interno, tendo em vista que somente "10% da produção" total de veículos eram exportados. (LOPES, 2005/2006, p. 131).

A década de 1980 é marcada, inicialmente, por um período de desaceleração da economia nacional, ficando conhecida como a “década perdida”. Tal período é delineado pelo expressivo encolhimento do mercado consumidor caracterizado pela estagnação nas vendas internas, não só na indústria automotiva, mas em outros segmentos da economia. Há também uma redução no quantitativo de empréstimos ao consumidor e às empresas de autopeças e montadoras em geral.

Com base nos pressupostos de Lopes (2005/2006), na década de 1980, a indústria automotiva brasileira retroagiu, diminuindo os investimentos na modernização dos processos produtivos e no lançamento de novos modelos de veículos no mercado interno, acarretando atrasos tecnológicos e produtivos ao invés de reduzir custos e elevar a produtividade por meio do uso de tecnologias mais avançadas nas linhas de produção. A estagnação econômica que assolou o país nesse período foi impactante no setor automotivo, tanto no desenvolvimento tecnológico, quanto na queda da produção de veículos que está associada ao consumo interno.

Portanto, com base nesse contexto de estagnação dos investimentos, da tecnologia e da qualidade dos veículos fabricados no país, o pensamento de Micaelo (2003) sobre a década de 1980 reforça a reflexão de Lopes (2005/2006): “foi um período de vendas baixas, influenciadas pelo contexto político-econômico que o país atravessava”. (MICAELO, 2003, p. 27). Com as vendas em declínio, consequentemente, há uma forte queda na produção interna.

No caso do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), devido às restrições monetárias, os financiamentos concedidos a empresas ligadas ao setor automotivo, como fabricantes de chassis, carrocerias e equipamentos adaptáveis a essas peças reduziram nos anos de 1981, 1982 e 1988 em 50%. Já nos anos de 1983, 1987 e 1989, houve uma elevação no quantitativo de financiamentos adquiridos, chegando a atingir 80% e 90%.

Desse modo, os anos de 1980 são notadamente marcados por oscilações na economia que desencadearam no país um período financeiro delicado. (SANTOS; BURITY, 2008). Até

o início dos anos de 1990, o mercado brasileiro ainda estava fechado para a importação de veículos, o que criava internamente uma situação de monopólio.

Em 1991, o setor foi abalado com a abertura econômica para importação de veículos, realizada pelo então presidente Fernando Collor de Mello. Somente neste ano entraram no mercado nacional 19.843 veículos importados, sendo que a maioria era de marcas que não atuavam no Brasil.

Nesse caminhar, as montadoras passaram também a importar veículos, sendo que, em 1995, já circulava pelo país 369.017 veículos importados. Porém, devido a problemas na balança comercial, isto é, o país estava importando mais do que exportando, o próprio governo Collor elevou as taxas de importações para 70% do valor do veículo, tornando assim, difícil a importação de veículos que não possuíam fábricas no país. Tal medida visou resguardar a exportação de veículos produzidos nacionalmente, tendo em vista que essas marcas não davam sua contrapartida exportando veículos nacionais, pois não possuíam montadoras no país. (MICAELO, 2003).

Além das dificuldades na balança comercial, houve restrições nos financiamentos de longo prazo, proibição da abertura de novos consórcios, reajustes de preços dos veículos, queda nas vendas e na produção interna, o que levou ao agravamento da crise no setor automotivo e ao medo que pairava em torno da possibilidade real de sucateamento produtivo. Diante desse quadro e com o intento de reverter a situação, é criada, em 1992, a Câmara Setorial através de um esforço conjunto entre governo federal, montadoras e trabalhadores.

A criação das Câmaras Setoriais, de 1992 e 1993 foi uma tentativa de modernizar, recuperar e desenvolver o setor automotivo, portanto as medidas tomadas resultaram na redução da carga tributária e também nas margens de lucro das montadoras. O acordo firmado em 1993 apresentava uma tributação especial para veículos de até 1.000 cilindradas, manutenção do nível de emprego, redução das margens de lucros em 5% e aumento salarial

dos trabalhadores em 20%. (MICAELO, 2003; SANTOS; BURITY, 2008).

Ainda com as vendas em baixa, a indústria automotiva nacional continua em crise entre 1993 e 1994 e só se reverte após estímulos oriundos do governo federal que levaram a várias mudanças, como a abertura do mercado para a importação de automóveis, a criação de carros populares, isto é, veículos mais baratos postos no mercado nacional. A abertura do mercado para importações provocou no consumidor interno exigências em termos qualitativos, de modo que a indústria automotiva nacional teve que se adequar paulatinamente aos padrões de qualidade e segurança.

Após essa retração na produção e nas vendas no mercado interno e a busca de soluções para os problemas enfrentados por parte dos setores interessados (estado, montadoras e trabalhadores), a indústria automotiva enfrentou, na primeira metade dos anos de 1990, um processo de integração ao mercado mundial, sendo necessário adequar seu sistema produtivo devido às fortes pressões e redução de custos de produção, isto é, adaptar-se ao modelo de produção enxuta. (OLIVEIRA, 2006). O sistema toyotista, já tratado anteriormente, e só chega ao Brasil na década de 1990 com a instalação da segunda Fábrica da Toyota no Brasil, em Indaiatuba/SP, que passa a adotar esse modelo na linha de produção. (OLIVEIRA, 2006). No caso do Brasil, esse movimento de reestruturação teve reflexos significativos sobre as relações de trabalho nas montadoras e, a grosso modo, significou a:

> [...] introdução de novas técnicas (Just-in-time, kanban, kaisen, andon, terceirização), novas formas de gestão (trabalho em equipe, polivalência, CCQ, envolvimento implicado sindicato-empresa), inovação tecnológica, no já conturbado mundo do trabalho, consegue aprofundar a exploração demasiada do trabalho, a captura da subjetividade operária e a inserção subordinada do país no concerto das nações, enquanto base para renovação da relação de subordinação capital-trabalho. (OLIVEIRA, 2006, p. 75).

Os anos de 1990 é assoaldo pela retração nas vendas e na produção de veículos. Observa-se que, perante as diversas dificuldades do setor, o governo federal toma outras medidas visando alavancar a produção de veículos, assim como a instalação de novas

montadoras no país, através da criação do Regime Automotivo Brasileiro (RAB), instituído pela Medida Provisória (MP) n.° 1.235 e regulamentado pelo Decreto n.° 1761, em 1995. (REGUEIRA, 2003).

O RAB em tese assinala para a ampliação dos investimentos por parte das montadoras (devido aos incentivos fiscais) e sinaliza para a desconcentração espacial das montadoras (localizadas, prioritariamente, na região Sudeste).

O RAB provocou muita polêmica no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC) e também no Mercado Comum do Sul (MERCOSUL), devido às disputas provocadas entre os governos estaduais brasileiros e até entre outros países da América do Sul em sediar novas plantas industriais automobilísticas. Em consonância a essa discussão, Regueira (2003, p. 71-72) alerta que:

> A discussão entre Brasil e Argentina em torno do setor modificou a alocação de alguns investimentos, que estavam sendo direcionados para a Argentina graças aos incentivos, na ausência de um acordo entre os dois países, criou-se uma distorção no processo alocativo.
> Para não ser prejudicado, correndo o risco de se tornar um mero importador de automóveis do país vizinho, o Brasil tomou medidas para atrair novos investimentos no setor automobilístico. Entre outras medidas acertadas, procurava-se evitar que um país obtivesse consideráveis superávits em relação ao outro no setor, o que obrigava as montadoras a se estabelecerem em ambos os países.

Com base nesses argumentos, caberia então às multinacionais do setor automotivo escolher, após decisão de se instalar no MERCOSUL, onde construir sua fábrica: no Brasil ou na Argentina. Além desse aspecto, o país também concorria com outros países quanto à possibilidade de receber os investimentos dos IEDs. (VEIGA, 2002).

O RAB provocou no setor automobilístico uma disputa em termos internos e externos. O mesmo foi modificado nos seus artigos 48 e 49, em dezembro de 1996 através da MP 1.532 que criou incentivos especiais para as firmas que se instalarem nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do país no ano seguinte foi transformado na Lei n.° 9.440, de 14 de março de 1997, que ficou conhecida, vulgarmente, como Regime Automotivo Regional ou Especial. (NEGRI, 1999). O teor desta lei consistia em mudar o prazo de adesão das montadoras de

veículos ao RAB para as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste. O prazo estava limitado em 31 de março de 1998 e passou para 31 de dezembro de 1999. Houve também a ampliação do desconto sobre o Programa de Integração Social (PIS), a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS) e o Imposto sobre Produto Industrializado (IPI) para as montadoras. (LIMA et al., 2002).

Em referência a esses preceitos, o Regime Automotivo Especial (RAE) (anexo 1) destina-se a criar mecanismos e políticas de atração às indústrias automotivas para essas regiões (Norte, Nordeste e Centro-Oeste), através de alíquotas de impostos específicas. Tal situação contribuiu para que no âmbito empresarial ocorresse a chamada "guerra dos lugares", provocada pela "guerra fiscal" entre os estados.

A "guerra dos lugares" seria representada por disputas entre estados e municípios em busca de sediar empresas, conforme afirmam Santos e Silveira (2001, p. 113) "Desse modo, e em função da política territorial de uma empresa e da promessa de objetos modernas que chegarão [sic], os lugares entram em guerra".

Para Cataia (2003) essas promessas levam a um mecanismo que se torna um instrumento jurídico devido a normatização e concessão de incentivos a empresas, nesse sentido:

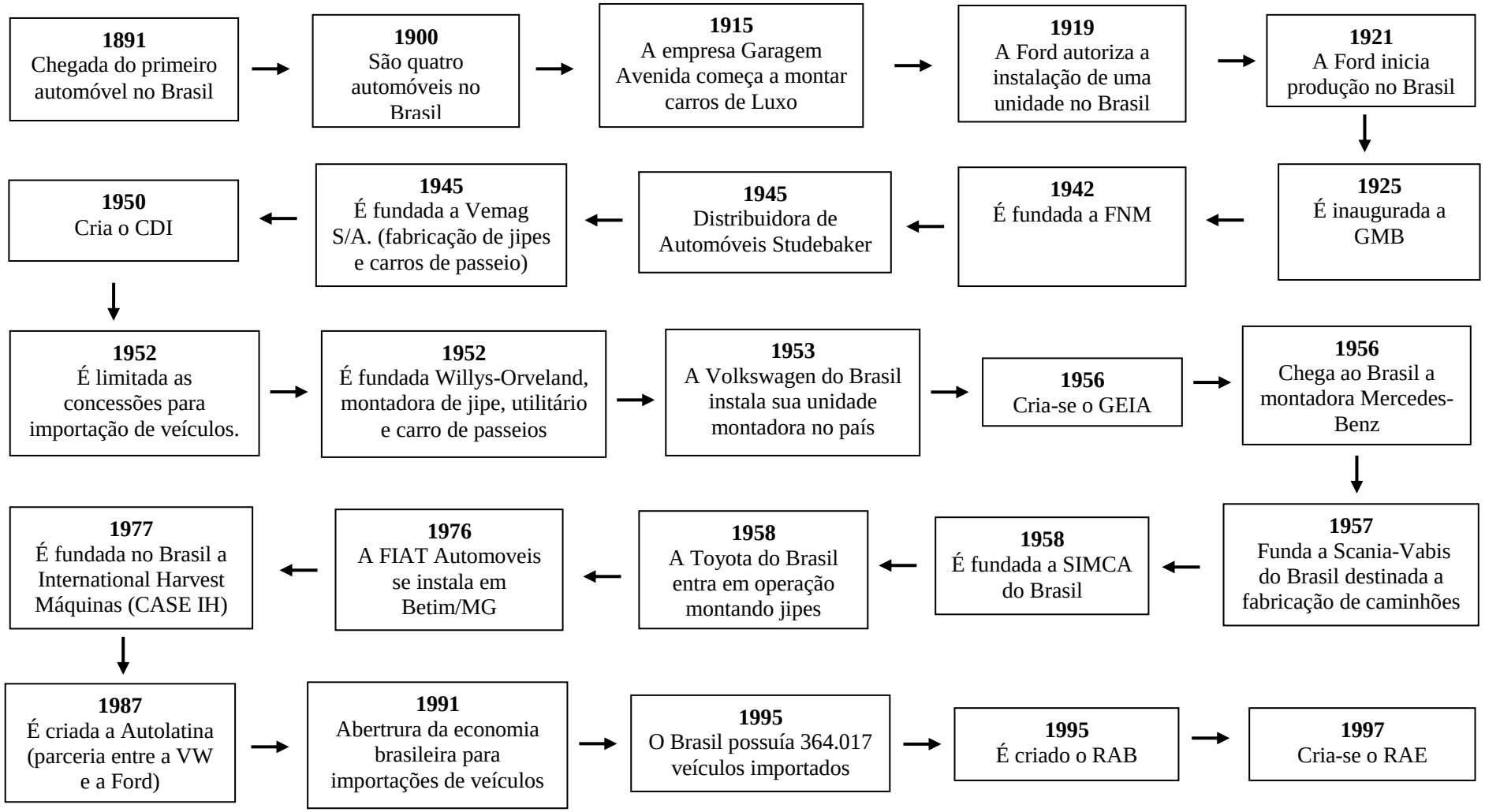
> A "guerra fiscal" é um instrumento jurídico de uso difundido por todo território brasileiro [...] como os municípios e estados valendo-se desse instrumento jurídico, normatizam seu território além de produzir obras de infra-estrutura que servem, também, como uma forma de repasse de recursos públicos para as empresas que detém a possibilidade de transitar por todo o território nacional. (CATAIA, 2003, p. 397).

Dessa forma, a "guerra fiscal" entre estados em busca de sediar montadoras tornou-se um dos aspectos mais salientes do RAE. Porém, muitas vantagens para a instalação dessas montadoras foram oferecidas pelo Estado e não estão contempladas no RAE. As vantagens seriam a instalação de energia, água, saneamento, terrenos, terraplenagens, isenções de impostos estaduais e outros serviços. No âmbito municipal, a "guerra fiscal" também se faz

presente. Trata-se de concessões diversas por parte dos municípios que se interessam em abrigar uma montadora. Tal assunto será abordado posteriormente, quando for tratado o processo de instalação da MMCB em Catalão.

Objetivando mensurar todas as informações apontadas durante o processo de estruturação da cadeia automobilística brasileira de 1891 até a aprovação do RAE (1997), apresenta-se o organograma 1.

Organograma 1 - Cronologia do Processo de Configuração da Cadeia Automobilística Brasileira (1891-1997).



Fonte: Latini (2007); Paiva (2004); Lopes (2005/2006); Castanheira (1987)

Org. SILVA, M. V. da. 2009.

1.3 Nova configuração da cadeia automobilística brasileira

O setor automobilístico no Brasil está em expansão espacial através da instalação de novas plantas industriais e reestruturação das já existentes, assim como a implantação de unidades ainda não existentes no país. Portanto, essa questão é algo presente no contexto da reestruturação produtiva no Brasil a partir de 1990.

Desse modo, a economia brasileira, a partir deste período, passa por um processo de abertura e de reestruturação que afetará a indústria automotiva de forma direta, devido ao fato de este setor ser um dos que mais se beneficiou com as políticas industriais executadas a partir de 1950 (GEIA, Câmaras Setoriais, RAB, RAE e as políticas públicas estatais e incentivos municipais etc.). No entanto, ao avaliar esse conjunto de medidas tomadas pela política econômica nacional, é válido frisar que, de fato, o setor automobilístico brasileiro passou por um processo de reestruturação em suas bases, pois tais medidas tiveram reflexos no sistema produtivo, nas relações de trabalho, na qualidade do produto, na popularização dos automóveis, na expansão do setor, na espacialização, entre outros.

A nova configuração que a cadeia automobilística assume no Brasil a partir da implantação do RAE é entrelaçada com o oferecimento de políticas públicas, de estratégias empresariais, pelas vantagens oferecidas pelos governos estadual e municipal em busca de uma montadora de automóveis para se instalar em determinados municípios, isto é, deve-se refletir sobre seu processo espacial no país.

A instalação de uma montadora representa, no âmbito político, representa o poder de articulação, a busca de recursos e investimentos e a força das elites locais, assim como representa a pujança econômica do município devido às articulações diversas e ao volume de capital que uma empresa desse porte pode possibilitar ao local. Em termos sociais, a montadora - símbolo do capital - é representada pela capacidade de gerar empregos diretos e

indiretos. No imaginário da população, a indústria possui a representação do moderno, da inovação e do desenvolvimento. Segundo Vasconcelos e Teixeira (1998, p. 3):

> Ao criar regras claras, o regime teria garantido um aumento dos investimentos no setor, transformando as importações num complemento, e estimulando a especialização da produção do país em carro popular, melhorando, assim a produtividade da indústria.

Dessa forma, a instituição do RAB possibilitou mudanças no quadro do setor automobilístico no país, pois diversos planos de investimento foram anunciados. Entre eles, destacam-se:

- Modernização das unidades existentes em São Paulo e implantação das fábricas da Honda (Sumaré), da Toyota (Indaiatuba) e da fábrica de motores da Volkswagen (São Carlos);
- Em Minas Gerais, houve expansão do parque industrial da FIAT (Betim) e instalação de fábricas da DaimlerChrysler e Iveco;
- No Paraná, instalou-se a Volkswagen/Audi, Renault e DaimlerChrysler ;
- No Rio de Janeiro, ocorreu a instalação da Volkswagen (Rezende) e Peugeot;
- No Rio Grande do Sul, instalou-se a General Motors;
- Na Bahia, instalou-se uma fábrica da Ford (Camaçari);
- Em Goiás, instalou-se a Mitsubishi Motors (Catalão) que, segundo informações do Protocolo entre a Mitsubishi, Governo do Estado de Goiás e Prefeitura Municipal de Catalão, não obteve incentivos do RAB e nem do RAE.

Botelho (2002, p. 59) chama a atenção para a concentração da indústria automotiva no país em que “as unidades produtivas do setor automobilístico caracterizavam-se por sua forte concentração espacial, sobretudo na área metropolitana de São Paulo”. Com base nos pressupostos de Botelho (2002) e dados de 2007 da Associação Nacional de Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA), inicialmente, a indústria automotiva elegeu ABC paulista - zona industrial formada no auge do período fordista - como território para se instalar

e sediar as primeiras montadoras. No entanto, os anos passaram e a década de 1990 é marcada por uma nova dinâmica para o setor automotivo, cujas indústrias buscam novas áreas para se estabelecerem.

Nesse contexto, Silva (2002) faz a seguinte reflexão e diz que o processo de desconcentração da indústria automotiva está relacionado a aspectos trabalhistas, assim como a deseconomia:

> É importante apontar os aspectos da excessiva concentração industrial que geram deseconomia, pois ela é uma das principais causas apontadas pelas indústrias automobilísticas para saírem do Estado de São Paulo, especificamente do ABC - St°. André, São Bernardo do Campo e São Caetano. As antigas zonas de industrialização fordistas passaram a contar com milhares de trabalhadores sindicalizados e experientes na luta por reivindicações salariais e outros direitos, [...]. Um dos fatores da atual desconcentração industrial é a busca por áreas onde os trabalhadores sejam desorganizados sindicalmente e mais flexibilizados, de modo que os salários sejam significativamente mais baixos. (SILVA, 2002, p. 32).

Com o deslocamento das plantas industriais para outras regiões do país, nota-se que há uma nova configuração do setor no território nacional, que vai construindo novos arranjos espaciais, inserindo os municípios-sedes numa nova geografia econômica e espacial, conforme será enfocado a seguir.

Mesmo com a abertura da economia brasileira e sua reestruturação induzida, a partir de 1990, o mercado automobilístico que se encontrava até então com baixa produtividade, com defasagem de modelos, de níveis de produção, com problemas sindicais etc., começa a viver uma nova fase. De acordo com os pressupostos de Botelho (2002), essa tendência locacional reflete o processo de desconcentração espacial da indústria a partir dos anos de 1970, quando as atividades industriais concentradas, sobretudo, em São Paulo, passam a buscar novas fontes de recursos, novos municípios. Desse modo, chega a década de 1990 e ocorre, de fato, uma reestruturação industrial devido às transformações na política econômica, baseadas na flexibilização da produção e do trabalho.

Segundo dados obtidos de uma publicação da ANFAVEA o Brasil conta com 24 diferentes montadoras abastecidas por mais de 500 empresas de autopeças. Trata-se de um

complexo industrial com capacidade para produzir 3,5 milhões de veículos e 98 mil máquinas agrícolas/ano - produtos que são comercializados por uma rede de 3,6 mil concessionárias espalhadas por todo o território nacional. Em 2007, a produção automotiva no Brasil foi de 2.970.818 veículos (incluí-se: todas as montadoras, todos os tipos – automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus – e com uso de combustíveis diversos - álcool, gasolina e diesel). (ANFAVEA, 2008a).

Cumpre observar que a Argentina, concorrente direta do Brasil na América Latina, possui uma capacidade de produzir, aproximadamente, 600 mil veículos anuais. Segundo informações do Anuário Estatístico da Asociación Fabricas de Automotores de la Argentina (ADEFA) este país registrou, em 2007, um recorde histórico na produção de automóveis em comparação aos outros anos anteriores, alcançando 544.647 unidades, a maior cifra desde o término da instalação das primeiras montadoras no país na década de 1950. Todavia, a produção de 2008 já superou a de 2007, sendo que de janeiro a dezembro/2008, foi registrado pelas 10 montadoras instaladas no país uma produção de 597.086 automóveis de diversos tipos. No período compreendido de 1951 a 2008, a Argentina fabricou 11.918.844 entre automóveis comerciais leves, utilitários, de passageiros e de cargas. (ADEFA, 2009).

Diante desses dados, nota-se que o Brasil tornou o principal parque automotivo da América Latina, tradição esta que vem sendo firmada desde 1950 devido às políticas estatais criadas pelo governo federal visando o desenvolvimento e ampliação do setor automobilístico do país. Tais medidas serviram de sustentação para uma política mais recente desenvolvida a partir de 1990 que se refere ao processo de descentralização das montadoras de veículos para fora do Sudeste brasileiro e à adoção de novas estratégias locacionais apoiadas pelo Regime Automotivo e Regime Especial do governo federal. Vasconcelos e Teixeira (1998, p. 8), ao refletirem sobre as estratégias locacionais das montadoras, afirmam:

> Sem dúvida que a lógica da escolha da localização adequada para construir uma fábrica tem determinações múltiplas. Não se pode deixar de considerar as estratégias

> mundiais das montadoras, as condições do mercado local, ou os incentivos de quaisquer natureza. [...]. Caberia questionar até que ponto as escolhas entre os estados da Federação, especialmente entre as regiões com diferentes níveis de desenvolvimento, seguem o critério de existência de mercado local.

Portanto, além da questão abordada por Silva (2002), ao que se refere à fraca sindicalização dos trabalhadores e aos baixos salários, outros fatores como mercados locais e incentivos são determinantes para as montadoras na escolha de um município para se instalar, principalmente aquelas que ainda não possuem sedes no país, pois ao escolher uma determinada localização, estariam desenvolvendo um plano estratégico para consolidação de investimentos que, em sua maioria, visam segurança para as empresas.

Com mudanças na estratégia locacional das montadoras apoiadas pelas diretrizes do Regime Automotivo, nota-se que a indústria automotiva no Brasil passa por um processo de desconcentração em que empresas que se dirigiam, prioritariamente, para o ABC paulista passam a deslocar investimentos para outras regiões do próprio estado, para o Paraná e até para outros estados mais distantes. Esse processo de busca por novas localidades por parte das indústrias fica, de um modo geral, conhecido como desconcentração industrial.

No âmbito automotivo, a desconcentração industrial acontece justamente quando ocorre a instalação de plantas industriais em áreas ou regiões que não fazem parte da "região concentrada"[6]. (SANTOS; SILVEIRA, 2001, p. 269). Juntamente com o deslocamento destas indústrias, há também perdas significativas de postos de trabalho das regiões ditas tradicionalmente industrializadas, enquanto as receptoras (Norte, Nordeste e Centro-Oeste) desses novos investimentos aumentam a oferta de postos de trabalhos com a inserção de novos grupos sociais, como: engenheiros, técnicos em informática, administradores etc.

Outros pontos são importantes para análise da questão da descentralização industrial referem-se ao número de estabelecimentos, ao valor de transformação industrial, aos

---

[6] Segundo Santos e Silveira (2001, p. 269) "A Região Concentrada, abrangendo São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, caracteriza-se pela implantação mais consolidada dos dados da ciência, da técnica e da informação".

incentivos fiscais, à própria guerra fiscal, conforme afirma Sabóia (2001, p. 36-37):

> A dinâmica do processo de descentralização industrial ocorrido ao longo da década de noventa pode ser resumido da seguinte forma estilizada. Ao mesmo tempo em que a indústria se modernizava, havia pouco crescimento econômico no país, acarretando forte redução do emprego, especialmente na região Sudeste, onde a indústria é mais desenvolvida. Os diferenciais salariais, a guerra fiscal, a implantação do Mercosul e o próprio nível de infraestrutura e desenvolvimento local serviram de atrativo para que o emprego se deslocasse para a região Sul, em especial para o Paraná, não apenas em setores industriais modernos, mas também nos tradicionais. O deslocamento do emprego beneficiou ainda a região Nordeste em setores tradicionais, com ênfase no estado do Ceará, onde a guerra fiscal foi muito acirrada, resultando na instalação e deslocamento de empresas em busca de menores salários e maiores benefícios fiscais. Finalmente, também a região Centro-Oeste recebeu parcela do emprego, em segmentos tradicionais e de baixo nível de desenvolvimento que se implantaram após o deslocamento da fronteira agrícola, beneficiados pelo aumento da oferta de matérias-primas e pelos baixos salários.

Dessa forma, os incentivos fiscais oferecidos pelos estados e municípios, as diretrizes do Regime Automotivo e os planos estratégicos das montadoras permitem falar também em descentralização da indústria automotiva no Brasil. Isto por que os estados que, antes não possuíam nenhuma montadora, passam a buscar investimentos neste setor, assim como as montadoras automobilísticas também procuram se instalar nessas localidades.

A respeito dessa questão, Santos e Silveira (2001, p. 112) afirmam que “A política territorial das corporações automobilísticas, que até recentemente buscava as benesses das localizações metropolitanas, a estas acrescenta hoje ações de descentralização industrial e coloniza novas porções do território”.

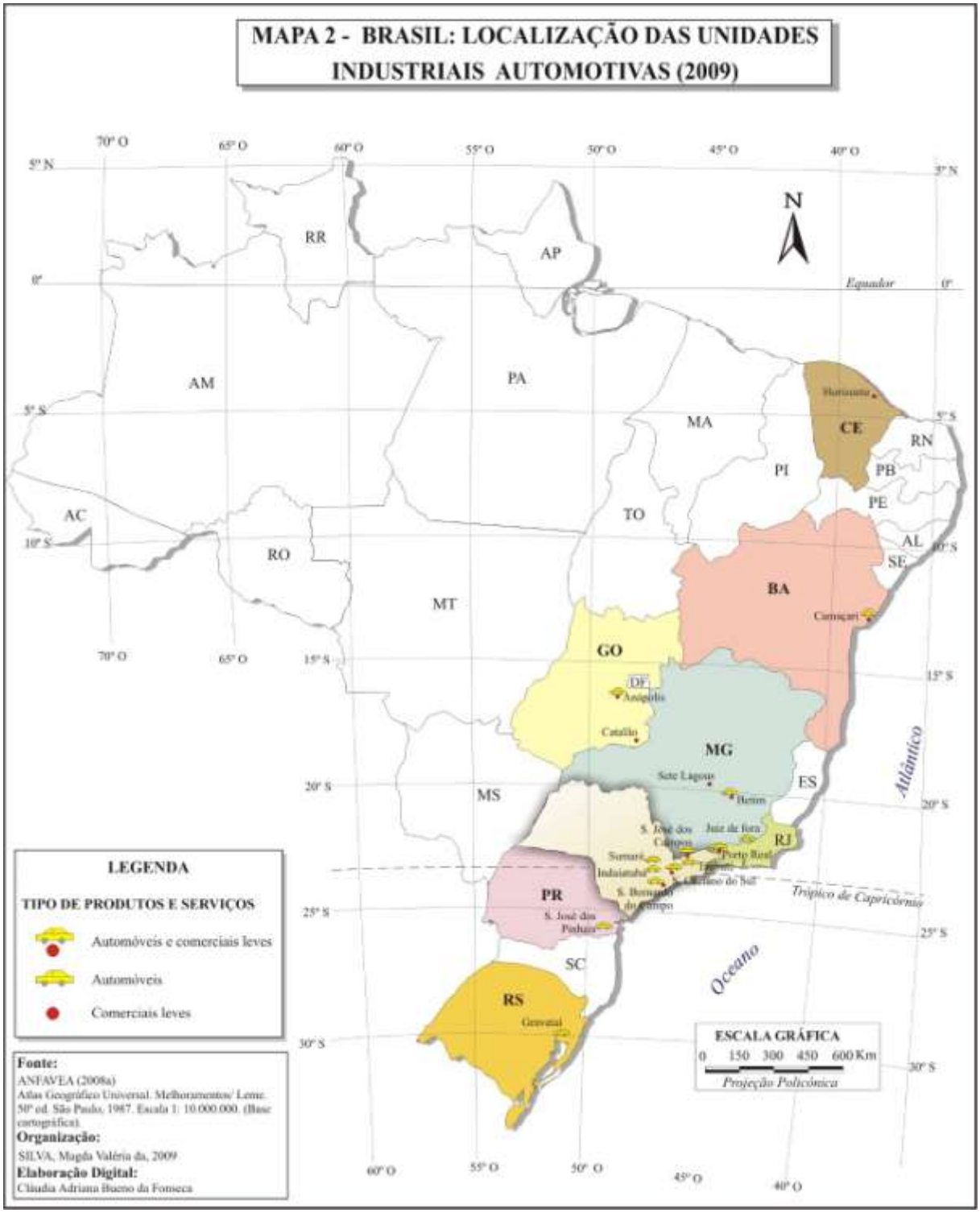
Nesse sentido, Lopes (2005/2006, p. 135) diz que uma “nova onda de investimentos da indústria automotiva no Brasil desencadeou intensa “guerra fiscal” entre os estados brasileiros, que disputaram estes investimentos”. Dessa forma, os Estados abrem mão de impostos, liberam créditos e financiamentos, além de outros favorecimentos com o objetivo de atrair mais recursos. O discurso político de tantas concessões sempre é permeado pela geração de empregos e em prol do desenvolvimento econômico local e regional. A respeito dessa preocupação, Lopes (2005/2006, p. 136) alerta que “alguns estados concederam uma série de vantagens, que acabaram financiando o custo de estabelecimento das novas plantas e

até em alguns casos dividiram o risco do investimento com as montadoras". Como exemplo, o autor cita o caso da montadora francesa Renault, que se instalou em São José dos Pinhais/PR.

Observa-se que as empresas automobilísticas instaladas no Brasil são oriundas de países centrais e chegam pregando a ideologia de dinamização econômica. Conforme Bastos (2001, p. 511-512), "A transferência de recursos (capital, tecnologia e trabalho qualificado) das regiões desenvolvidas (centro) para as áreas atrasadas (periferia) é vista como fator fundamental para viabilizar o crescimento das economias locais estagnadas".

Verifica-se que nem sempre as políticas de atração e empresariais são bem-sucedidas, pois os resultados são incertos quanto a sua implementação. No caso da fábrica de ônibus e caminhões da Volkswagen, localizada em Rezende/RJ, os postos de trabalhos calculados não foram gerados e a cidade passou por problemas de ordem econômico-político-social, pois viu sua população crescer (migrantes), necessitando, cada vez mais, de infraestrutura como emprego, educação, serviços de saúde e lazer. (BASTOS, 2001).

Numa visão generalizada sobre a origem do capital das plantas das montadoras de veículos no Brasil, observa-se que estas estão dispersas pelo território de acordo com as vantagens fiscais ou locacionais que cada lugar oferece. Dessa forma, o mapa 2 apresenta onde estão localizadas as unidades industriais automotivas e quais tipos de veículos automotores fabricados no território nacional. Em uma análise mais acurada, o quadro 2 traz algumas informações adicionais às apresentadas no mapa 2, como a origem do capital das montadoras, com destaque para o capital internacional representado pelos Estados Unidos, Alemanha, Itália, Japão, França e Coréia do Sul e os respectivos nomes das unidades automotivas sediadas no Brasil.


MAPA 2 - BRASIL: LOCALIZAÇÃO DAS UNIDADES INDUSTRIAIS AUTOMOTIVAS (2009)
N
RR
AP
AM
PA
MA
CE
RN
PB
PE
AL
SE
PI
AC
RO
TO
BA
MT
GO
DF
MG
ES
MS
RJ
PR
SC
RS
Equador
Trópico de Capricórnio
Atlântico
Oceano
LEGENDA
TIPO DE PRODUTOS E SERVIÇOS
Automóveis e comerciais leves
Automóveis
Comerciais leves
ESCALA GRÁFICA
0 150 300 450 600 Km
Projeção Policônica
Fonte:
ANFAVEA (2008a)
Atlas Geográfico Universal. Melhoramentos/ Lemc. 50ª ed. São Paulo, 1987. Escala 1: 10.000.000. (Base cartográfica).
Organização:
SILVA, Magda Valéria da, 2009
Elaboração Digital:
Cláudia Adriana Bueno da Fonseca

País de Origem	Empresa	Unidades Industriais	Estado	Produtos e serviços
Itália	Fiat	Betim	MG	Montagem de automóveis e comerciais leves
		Sete Lagoas	MG	Comerciais leves (Fiat/Iveco)*
Estados Unidos	Ford	Camaçari	BA	Montagem de automóveis e comerciais leves
		Horizonte	CE	Comerciais leves (antiga Troller)
		São Bernardo do Campo	SP	Montagem de automóveis e comerciais leves
		Tatuí	SP	Campo de Provas
		Taubaté	SP	Fábrica de motores, transmissão e componentes automotivos
Estados Unidos	General Motors	São Caetano do Sul	SP	Montagem de automóveis e comerciais leves
		São José dos Campos	SP	Montagem de automóveis, comerciais leves etc.
		Gravataí	RS	Montagem de automóveis
		Mogi das Cruzes	SP	Produção de componentes estampados em aço
		Sorocaba	SP	Centro distribuidor de peças
		Indaiatuba	SP	Campo de provas
Japão	Honda	Sumaré	SP	Montagem de automóveis
Coréia do Sul	Hyundai	Anápolis	GO	Montagem de automóveis e comerciais leves
Itália	Iveco	Sete Lagoas	MG	Comerciais leves (Fiat/Iveco)*
Alemanha/ Itália	Karmann-Ghia	São Bernardo do Campo	SP	Montagem de autoveículos, Ferramentaria e estamparia
Alemanha	Mercedes-Benz	Juiz de Fora	MG	Automóveis (antiga Daimler/Chrysler)
		São Bernardo do Campo	SP	Montagem de caminhões e ônibus, produção de motores, estamparias, pinturas e laboratórios
		Campinas	SP	Centro de distribuidor de peças e assistência técnica
Japão	Mitsubishi	Catalão	GO	Montagem de comerciais leves, campo de provas e centro de distribuidor de peças e acessórios
Japão	Nissan	São José dos Pinhais	PR	Montagem de comerciais leves
França	Peugeot Citröen	Porto Real	RJ	Montagem de automóveis e comerciais leves
França	Renault	São José dos Pinhais	PR	Montagem de comerciais leves (Nissan/Renault)*
		São José dos Pinhais	PR	Automóveis
		Curitiba	PR	Centro distribuidor de peças
		Jundiaí	SP	Centro distribuidor de peças
Japão	Toyota	Indaiatuba	SP	Automóveis
Alemanha	Volkswagen	São Bernardo do Campo	SP	Automóveis e comerciais leves
		Taubaté	SP	Automóveis
		São José dos Pinhais	PR	Automóveis e comerciais leves (Volkswagen/Audi)*
		São Carlos	SP	Fábrica de motores
		Resende	RJ	Fabrica de caminhões e ônibus

Quadro 2 - Origem e Localização de Unidades Industriais Automotivas no Brasil (2009).

Fonte: ANFAVEA (2008b). Org. SILVA, M. V. da. 2009. * Mesma unidade industrial

Contudo, o estado de São Paulo possui o maior número de indústrias automotivas, concentradas no ABC (Santo André, São Bernardo do Campo e São Caetano do Sul) paulista, porém, algumas se espalham pelo interior. O pioneirismo paulista na atividade relaciona-se à melhores condições de acessibilidade, infraestruturas, mercado consumidor propício etc. Os estados de Minas Gerais e Paraná também abrigam uma diversidade de montadoras devido às condições favoráveis semelhantes às de São Paulo, além de contar com investimentos estatais.

O processo de espacialização da atividade automotiva no Brasil está associado à questão locacional, isto é, o lugar onde se encontram instaladas. Esse fato reflete a forma como os mercados fornecedores e consumidores são distribuídos pelo país. A tendência é que o município que sedia uma empresa do setor automotivo passa a sediar empresas satélites em seu entorno. Essas últimas garantiriam o funcionamento e manutenção da empresa automobilística nessa localidade. (DIAS; CASTILLO, 2004, p.3).

Conforme apresenta o quadro 2, ressalta-se que apenas quatro indústrias automotivas estão localizadas fora das regiões sul e sudeste, sendo duas em Goiás, uma na Bahia e outra no Ceará. Essa condição pode está associada à questões como: mercado consumidor e logística no processo fornecimento de insumos.

Dessa forma, o setor automotivo não existe por si só. Ele angaria investimentos diversos ao município no qual se encontra, possibilitando transformações diversas em outros setores da economia, associadas a metamorfoses espaciais. Para Dias e Castillo (2004), essa situação é fruto do porte destas empresas e do capital desprendido na manutenção dessa atividade, como afirmam:

> O setor automobilístico sempre se caracterizou por empresas de grande porte, disseminando inovações na produção e nos produtos, que influenciaram muitos setores da economia e a organização dos espaços [...]. Agora, com o amplo capital empregado em inovações e adaptações informacionais, é um dos setores da economia mais característico do meio técnico-científico-informacional (com o Toyotismo-Just-in-time), exibindo sua potencialidade. (DIAS; CASTILLO, 2004, p. 3).

A questão da abrangência e dos impactos sobre os aspectos econômico, territorial e de regulação que o circuito produtivo dessas montadoras ou fábricas automobilísticas provocam nos municípios-sedes e em seu entorno tornou-se um fato concreto. A título de exemplos brasileiros, têm-se alguns casos, tais como: FIAT em Betim/MG; Ford em Camaçari/BA e várias outras espalhadas pelo país.

A fábrica da FIAT foi instalada em 1974, mantém sua relação hierárquica e de poder com seus fornecedores de autopeças, sendo que 70% destes estão em território mineiro. Suas concessionárias possuem um sistema de comunicação com a fábrica de forma que podem programar sua linha de montagem de acordo com a demanda do mercado, além da busca por sistemas de logística e transportes eficientes, visando redução de custos. Esse circuito foi sendo desenhado com o aparato do Estado, que forneceu as condições necessárias para sua consolidação no país. (DIAS; CASTILLO, 2004).

Recentemente, a FIAT, em parceria com o estado de Minas Gerais, elaborou o programa denominado “mineirização dos fornecedores de autopeças”. (DIAS; CASTILLO, 2004, p. 4). Graças a este programa, a empresa atraiu, através dos incentivos fiscais e doação de infraestruturas pelo Estado, a instalação de fornecedores de autopeças que foram se espalhando por diversas cidades mineiras com o fim de evitar a aglomeração de fluxos de mercadorias e ação do sindicato ao redor da montadora em Betim. (DIAS; CASTILLO, 2004).

Nos anos de 1990, a FIAT tornou-se uma das grandes beneficiárias da expansão do mercado interno para carros de pequeno porte, o que resultou em estímulos para a produção de carros populares a partir de 1993. Os estímulos se deram através de intervenções na plataforma de produção, introdução de novos modelos como Marea/Bravo, ampliação da

capacidade produtiva da fábrica em Betim, lançamento do projeto 178[7] e, depois, o lançamento do Fiat Stilo (modelo fabricado em Turim, com motor GM). (CARVALHO, 2005).

Todas essas ações levaram a montadora FIAT a disputar as primeiras posições como maior montadora do Brasil nos últimos anos. Em 2007, possuía 453 concessionárias espalhadas pelo país. Com uma única unidade montadora em território nacional, a empresa se espacializou através da rede de concessionárias e tal condição levou a marca a ocupar o terceiro lugar, em 2005, na produção de automóveis, registrando 503.105 veículos fabricados. No ano de 2006, a marca ocupou o segundo lugar no cenário nacional, montando 562.531 automóveis e, em 2007, voltou ao terceiro lugar na produção nacional, fabricando 423.663 automóveis. (ANFAVEA, 2008a).

As posições alcançadas no mercado nacional devem ao projeto 178, que promoveu o desenvolvimento de tecnologias que possibilitassem a fabricação de carros a preços mais acessíveis e com motores de baixa potência, como os *fire*, motor presente no modelo Palio.

Nesse sentido, em Betim, a FIAT possui toda a infraestrutura técnica e tecnológica necessária para operar no país, desde a linha de montagem, passando pela fabricação de motores, corte das carrocerias dos veículos, desenvolvimento de tecnologias para os câmbios, pistas de testes, até o Pólo de Desenvolvimento FIAT. Este pólo é composto por seis áreas de engenharia e capacita a montadora a deter toda a tecnologia necessária para projetar um automóvel, do design até a construção dos protótipos. Assim, é dotado de laboratórios com recursos de última geração, capazes de simulações e testes dinâmicos em escala real. (FIAT, 2008).

Conforme informações obtidas no site da montadora FIAT, ela se encaixa na filosofia do Toyotismo, ou seja, trabalha com estoques reduzidos, cujas peças armazenadas estão

[7] "Linha de modelos desenvolvida no Brasil em parceria com a matriz em Turim-Itália, especificamente para atender as necessidades dos mercados emergentes e ser equipada com motores de baixa potência". (CARVALHO, 2005, p. 127).

determinadas para suas respectivas carrocerias e podem permanecer estocadas por, no máximo, dois dias. Tal condição, segundo as informações obtidas, visa obter uma melhor negociação do valor do aço, produto com grandes oscilações de mercado e que pode influenciar no preço final do produto, isto é, do veículo. (FIAT, 2008).

Outro caso que merece destaque é o da indústria automobilística paranaense que também vem construindo história em termos de impactos econômicos e territoriais. A indústria automotiva paranaense contou com incentivos oriundos da entrada do estado na "guerra fiscal" nacional em busca de investimentos. O estado do Paraná, atualmente, possui diversas fábricas e montadoras automobilísticas (Volvo, Renault, Audi/Volkswagem) que atrai, gradativamente, investimentos e fornecedores que vão se concentrando nos arredores das cidades-sedes. Devido ao montante de recursos financeiros angariados, as perspectivas são de transformar o Paraná em um dos principais pólos automobilísticos do MERCOSUL, tanto pelo volume como pelo grau de modernidade dos produtos elaborados. (MEINERS, 1998; SESSO FILHO et al, 2004).

As indústrias automotivas sediadas no estado do Paraná tem sido foco de estudos através de novas leituras sobre a dinâmica espacial, conforme discute Firkowski et al (2005, p. 5251):

> Considerando-se o movimento recente de instalação da indústria automobilística no Paraná e sua localização predominante no Aglomerado Metropolitano de Curitiba, é possível afirmar que duas dimensões importantes têm destaque: a da constituição de novos territórios da indústria, materializados nos complexos de produção flexíveis; e a da constituição de novas relações espaciais entre as montadoras e seus fornecedores, ao que se denomina novas territorialidades da indústria.

A instalação das montadoras de automóveis (Renault e Audi/Volkswagen), refletiu na diversificação da economia paranaense no tocante ao setor de material de transporte, além de trazer consigo uma nova configuração e territorialização ao espaço industrial. As relações estabelecidas pelas montadoras/fábricas produzem novos territórios e novas territorialidades, isto é, trazem uma nova realidade ao espaço. A Volkswagen chegou ao Brasil em 1953 e

possui, atualmente, quatro montadoras no país, conforme retrata o quadro 3

O ano de 1987 foi marcado por uma forte queda do mercado automotivo. Portanto, com o objetivo de reduzir os custos e melhor aproveitar os recursos disponíveis, a Volkswagen e a Ford decidiram unir e criar a Autolatina Brasil para enfrentar as dificuldades que o mercado nacional passou nos anos de 1980. Durante sete anos, a Autolatina colocou no mercado vários carros híbridos (com tecnologia das duas indústrias), como Escort, Apolo, Quantum e Santana (lançado em 1984) da Volkswagen, e os automóveis Verona, Royale e Versailles, da Ford. (SANTANA, 2003).

Cidades	Descrição	Automóveis	Produção Diária
São Bernardo do Campo/SP	Conhecida como fábrica Anchieta	Gol, Polo, Polo Sedan, Fox Exportação, Saveiro e Kombi	Produção diária 1.300 unidades
Taubaté/SP	No ano de 2005, atingiu a marca de 4 milhões de veículos produzidos no país. E comemorou 25 anos de produção do Gol, o carro mais vendido no Brasil há 20 anos.	Gol e da Parati	Produz 1.000 carros/dia
São Carlos/SP	Produz 16 tipos motores alimentados por gasolina, álcool e diesel, além dos motores flex, destinados as fábricas Anchieta, Taubaté e São José dos Pinhais e, Espanha e África do Sul.	____	____
São José dos Pinhais/PR	Em janeiro de 1999, com investimentos de R$ 1,2 bilhão, a empresa inaugurou uma fábrica em São José dos Pinhais, com produção de automóveis em parceria com a Audi	Golf, Audi A3* Fox, Fox Exportação e o CrossFox	Produz 810 veículos/dia
Resende/RJ	Fabrica ônibus e caminhões para exportação para mais de 40 países, como os latino-americanos e outros como Costa do Marfim, Nigéria e Arábia Saudita.	____	____

Quadro 3 – Unidade montadoras da Volkswagen no Brasil (2010).

Fonte: VOLKSWAGEN (2010a, 2010b, 2010c, 2010d). Org.: SILVA, M. V. da 2010.

* Em outubro de 2006, o Audi A3 deixou de ser produzido no Brasil.

Com a abertura da economia brasileira para a importação de veículos e com o aquecimento das vendas internas, a indústria automotiva passou a viver um novo cenário. Em

1995, as duas marcas notaram que precisariam competir em todos os segmentos e que, para isso, deveriam oferecer produtos individualizados, isto é, cada uma montar seus automóveis e assim implantar estratégias comerciais independentes. Com tudo isso, a Autolatina chega ao fim. (SANTANA, 2003).

A Volkswagen, atualmente, possui várias unidades produtivas no país. A infraestrutura e a localização estratégica dessas unidades possibilitaram que a montadora tivesse, no ano de 2007, 416 concessionárias espalhadas pelo país, passando desse modo, a disputar o mercado diretamente com a GM, FIAT e Ford em busca de posições no ranking nacional para se tornar a marca número um no país. Tal fato fez a Volkswagen ocupar, nos últimos três anos (2005, 2006 e 2007), o primeiro lugar com as seguintes produções: 727.301; 766.055, sendo que 4.475 veículos foram fabricados em parceria com a Audi. Por fim, atingiu a marca recorde de 796.961 automóveis. (ANFAVEA, 2008a).

A montadora GM é uma grande empresa que fabrica automóveis por todo o mundo. Em 1925, chegou ao Brasil como subsidiária do grupo, sendo denominada de General Motors do Brasil, se instalou em galpões no Ipiranga, em São Paulo, alcançou diversos marcos e se tornou referência como uma das maiores fabricantes de veículos neste país. Inicialmente, a empresa montava no país veículos importados dos Estados Unidos. (CHEVROLET, 2008).

Após cinco anos, a GMB inaugurava, oficialmente em 1930, sua primeira fábrica em São Caetano do Sul/SP. Em 1959, começou a operar a segunda fábrica em São José dos Campos/SP. Com a tomada de decisão em ampliar sua linha de produtos, a GMB lançou, em 1968, o primeiro automóvel da marca Chevrolet no país, o Opala. Foi colocado no mercado mais de 1 milhão de unidades. Em 1993, a montadora lançou o Vectra e, um ano depois, em 1994, lançou o Corsa, primeiro veículo popular com injeção eletrônica de combustível no país. (CARVALHO, 2005).

No período compreendido entre 1995 e 1999, estima-se que a GM investiu, aproximadamente, US$ 2,8 bilhões no país. Tais investimentos foram aplicados nas plantas existentes (São Caetano do Sul e São José dos Campos), mas também na abertura da terceira unidade produtiva em Gravataí/RS. Nota-se que, nos anos de 1990, a GMB adotou uma política agressiva com uma estratégia de lançar praticamente um novo modelo de veículo por ano. Começou o ano 2000 e os planos da maior montadora automotiva do mundo para o Brasil inicia com a abertura da unidade de Gravataí e, também, com a produção de um veículo compacto, o Celta. No mesmo ano, relançou novas versões dos modelos Astra e Vectra. No ano seguinte, a GM coloca no mercado brasileiro o Zafira, uma espécie de mini *van*, baseada na plataforma do Astra. Em 2002, apresentou novas versões para o Corsa *hatch* e *sedan*, além de lançar o Meriva. (CARVALHO, 2005).

O modelo Celta tornou-se pioneiro no comércio eletrônico, sendo o mais vendido do mundo pela internet. Atualmente, a GMB comercializa toda a linha Corsa, a pick-up Montana e o Meriva via internet. Depois disso, outros modelos foram lançados como o Prisma, o Classic, as novas versões do Vectra e do Ômega.

Portanto, com base na política da montadora no país, inicia-se seu processo de espacialização através da instalação de unidades de apoio em diversas cidades, como: o Campo de Provas em Indaiatuba/SP, o Centro Distribuidor de Peças em Sorocaba/SP e o Complexo Industrial e Comercial de Mogi das Cruzes/SP. Há 83 anos operando no Brasil, tornou-se a maior subsidiária da Corporação na América do Sul e a segunda maior operação fora dos Estados Unidos.

Dessa forma, a montadora se espacializa através do desdobramento de seis complexos automotivos no Brasil, cada um com suas especificidades produtivas, conforme descreve: **1 -** Complexo Industrial Automotivo de São Caetano do Sul: Produção da linha Astra, Vectra e Corsa Classic; **2 -** Complexo Industrial Automotivo de São José dos Campos: Produção da

linha Corsa, Meriva, pick-ups S10 e Montana, Blazer, Zafira; **3 -** Complexo Industrial Automotivo de Gravataí: Produção da linha Celta; **4 -** Campo de Provas da Cruz Alta em Indaiatuba: As pistas e os laboratórios são os mais modernos da América Latina; **5 -** Centro Distribuidor de Peças em Sorocaba: A unidade foi criada para receber, embalar, separar e despachar peças produzidas pelos fornecedores da GMB; **6 -** Complexo Industrial e Comercial de Mogi das Cruzes*:* Produção de componentes estampados em aço. (CHEVROLET, 2008).

No ano de 2009, a GMB produziu 598.773 entre automóveis e comerciais leves (inclui-se camionetes de uso misto e de carga), ocupando o terceiro lugar na produção de veículos no país. (ANFAVEA, 2010b).

A Ford Company do Brasil iniciou sua produção no Brasil, em maio de 1919. Foi a primeira montadora de capital estrangeiro a se instalar no país, cujo investimento inicial foi de US$ 25 milhões de dólares. Após 89 anos de instalação no país, a empresa ampliou sua base, iniciada no centro de São Paulo (Praça da República), depois foi para o Bom Retiro e em seguida (1967) se deslocou para o ABC - berço da indústria automobilística brasileira - onde implantou Conjunto Industrial da Ford São Bernardo do Campo.

O Conjunto Industrial Ford é a unidade em operação mais antiga da empresa no Brasil e também onde se localiza sua sede administrativa. Ele abriga duas fábricas: uma de carros que, hoje, produz o Novo Ka e a pick-up Courier, e a fábrica de caminhões Ford, que funcionava no bairro do Ipiranga e a qual foi integrada ao complexo em janeiro de 2001. (FORD, 2008).

Porém, a Ford ampliou suas bases e outras empresas suporte e unidades produtivas se instalaram no país com o objetivo de ampliar a produção e inserir novos modelos de veículos no mercado. Portanto, a espacialização da empresa é algo consolidado, tendo no país um Campo de Provas localizado em Tatuí/SP. É considerado um dos mais modernos do mundo,

funcionando desde 1978 com instalações completas para o desenvolvimento e teste de automóveis, utilitários e caminhões fabricados no Brasil. Além do Campo de Provas, a empresa possui uma fábrica de motores, transmissões e componentes automotivos localizada em Taubaté/SP. Essa fábrica tem capacidade anual para a produção de 280 mil motores, 500 mil transmissões e cerca de 2,5 milhões de peças e componentes automotivos, utilizando os mais modernos processos de fundição, usinagem e montagem. (FORD, 2008).

Com tal intento, os investimentos da Ford, entre os anos de 1995 e 1999, foram de, aproximadamente, 2,5 bilhões de dólares. Portanto, para instalar em Camaçari/BA seu mais novo complexo automotivo, foi realizado um investimento que gira "entre US$ 1,2 e 1,6 bilhão". (CARVALHO, 2005, p. 128). A fábrica foi inaugurada em 2001 e é conhecida como Complexo Industrial Ford Nordeste. A partir do ano seguinte, o complexo de Camaçari passou a ser a base produtiva do modelo Fiesta, que foi lançado em 1996. Com o Fiesta, a Ford alavancou sua participação no mercado interno e aumentou as exportações, logo, o modelo passou a ser o carro-chefe da produção automotiva da empresa com variações no modelo e na potência do motor.

O Complexo Industrial Ford Nordeste possui capacidade para produzir 250 mil veículos por ano e reúne sob o mesmo teto a Ford e mais 27 parceiros que fornecem sistemas para os veículos diretamente na linha de montagem. Nela, são produzidos veículos de grande sucesso como o Fiesta Hatch, o Fiesta Sedan e o EcoSport. (FORD, 2010).

Antes da inauguração do complexo de Camaçari, a Ford produziu, em 2000, 80.946 automóveis (Fiesta e Ka) e 26.902 comerciais leves (Courier e F-250). Após sua inauguração no final de 2001, a produção no ano de 2002, alavancou consideravelmente, passando para 122.956 automóveis (Fiesta e Ka) e a produção de comerciais leves diminuiu para 21.807. Desse modo, nota-se a importância deste complexo na expansão da produção do grupo Ford no Brasil. (FORD, 2008).

O quadro 4 traz um comparativo entre a produção do Complexo Ford São Bernardo do Campo e o Complexo Ford Nordeste e através dos dados apresentados é notável que o complexo automotivo da Ford no Brasil encontra-se concentrado, principalmente, no estado de São Paulo, porém a sua principal base produtiva localiza-se na Bahia.

COMPLEXO FORD SÃO BERNARDO DO CAMPO/SP			**COMPLEXO FORD NORDESTE (CAMAÇARI/BA)**	
Ano	***Automóveis***	***Produção***	***Automóveis***	***Produção***
2003	- Ka gasolina - Courier diesel e gasolina - F-250 diesel e gasolina	42.989 automóveis 16.113 comerciais leves	- Fiesta diesel, gasolina; - EcoSport diesel e gasolina	144.632 automóveis
2004	- Ka gasolina; - Courier diesel e gasolina; - F-250 diesel e gasolina	38.818 automóveis 20.259 comerciais leves	- Fiesta *sedan* flex, diesel e gasolina; - Fiesta flex, diesel e gasolina; - EcoSport flex, diesel e gasolina	197.406 automóveis
2005	- Ka gasolina - Courier diesel, gasolina; - F-250 diesel e gasolina	26.639 automóveis 22.016 comerciais leves	- Fiesta gasolina; - Fiesta *new* álcool, diesel, flex e gasoline; - *New* Fiesta *sedan* alcool, diesel, gasolina e flex; - EcoSport álcool, diesel, gasolina e flex	253.340 automóveis
2006	- Ka gasolina; - Courier diesel; - F-250 diesel e gasolina	32.141 automóveis 21.363 comerciais leves	Fiesta gasolina; - *New* Fiesta *hatch* diesel, flex, gasolina; - *New* Fiesta *sedan* diesel, flex, gasolina; - EcoSport diesel, flex e gasolina	245.351 automóveis
2007	- Ka gasolina; - *New* Ka flex; - Courier diesel, gasolina e flexfuel; - Ford-250 diesel	61.285 Automóveis e comerciais leves	- EcoSport diesel, gasolina e flexfuel; - *New* Fiesta *hatch* diesel, gasolina e flex; - *New* Fiesta s*edan* diesel, gasolina e flex.	224.832 automóveis
2008	- Ka gasolina - *New* Ka flex; - Courier gasolina e flex; - F-250 diesel	76.422 automóveis 18.071 comerciais leves	EcoSport diesel, gasolina e flex; - *New* Fiesta *hatch* diesel, gasolina e flex; - *New* Fiesta s*edan* diesel, gasolina e flex.	266.155 automóveis
2009	- Ka gasolina - *New* Ka flex; - Courier gasolina e flex; - F-250 diesel	101.327 automóveis 15.517 comerciais leves	EcoSport diesel, gasolina e flex; - *New* Fiesta *hatch* diesel, gasolina e flex; - *New* Fiesta s*edan* diesel, gasolina e flex.	205.382 automóveis

Quadro 4 - FORD: Comparativo da Produção entre o Complexo Ford São Bernardo do Campo e Complexo Ford Nordeste (2003-2009).

Fonte: ANFAVEA (2010b). Org.: SILVA, M. V. da. 2010.

Dessa forma, a Ford Company do Brasil ocupou, em 2009, a quarta posição no mercado interno na fabricação de automóveis e comerciais, atingindo 347.519 mil veículos entre automóveis, comerciais leves e caminhões. (ANFAVEA, 2010b).

Em prol do discurso de modernização, de desenvolvimento e de crescimento da economia regional, políticas de atração são empreendidas por parte do Estado em busca de investimentos como estes do setor automotivo assim como outros. No entanto, as políticas de atração de investimentos estão vulneráveis a resultados incertos no curso do seu processo de implantação. No caso do setor automotivo, o sucesso pode depender de uma série de condições e fatores internos e externos ao processo como, por exemplo, a aceitação do veículo produzido pelo consumidor e/ou ainda o dinamismo da economia mundial.

Os casos das montadoras FIAT, Volkswagen e Ford são marcados por sucessos, pois conseguiram se inserir no mercado nacional e espacializarem através do estabelecimento de uma rede de distribuidores considerável. No caso das Volkswagen e Ford, as montadoras possuem unidades espalhadas por diversas cidades do Sudeste e Sul brasileiro, com execção do Complexo Ford Nordeste que se localiza na Bahia.

Contudo, os anos de 1990 é notadamente marcado por novos rumos referente a localização da indústria automotiva brasileira, através do processo de descentralização industrial, o setor busca novos locais fora do eixo sul-sudeste, possibilitando assim, um novo mapa de localização para as montadoras. No contexto da descentralização industrial, do RAE e da “guerra fiscal”, o estado de Goiás recebe a MMC Automotores do Brasil S.A., representante no país da Mitsubishi Motors Corporation, companhia pertencente ao Grupo Mitsubishi.

Concernete a esta questão, o capítulo 2 traz uma leitura do processo de implantação, consolidação e estruturação dessa montadora em solo goiano.

CAPÍTULO 2

PROCESSO ESTRUTURANTE DO GRUPO MITSUBISHI E A INTERNACIONALIZAÇÃO DA MITSUBISHI MOTORS CORPORATION: aspectos da indústria automobilística em Goiás

A tendência de implantar unidades de produção em áreas não-tradicionais da indústria automobilística tem por efeito espacial a ampliação de rede de transações no território, na medida em que tais fábricas necessitam, para a fabricação dos automóveis, de componentes importados do exterior ou provenientes, em sua maioria, das fábricas da Grande São Paulo. (BOTELHO, 2002, p. 62).

CAPÍTULO 2 – POLÍTICAS DA MITSUBISHI MOTORS CORPORATION: ASPECTOS DA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA EM GOIÁS

2.1 Conhecendo a história da Mitsubishi Corporation

A história da Mitsubishi é a história do japonês Yataro Iwasaki. Tudo teve início no Japão, localizado no continente asiático, cujo regime econômico e político era o feudal. Em 1854, um homem chamado Yatoro Iwasaki**,** filho de um agricultor provinciano, cujo avô vendeu o *status* familiar de Samurai[8] para liquidar algumas dívidas, começou sua carreira com dificuldades. (MITSUBISHI MOTORS, 2008).

Aos 19 anos, foi chamado em casa enquanto estudava numa escola local, sendo comunicado que seu pai foi ferido em uma disputa com o líder da aldeia. Iwasaki procurou um magistrado local para ouvi-lo sobre o caso. O magistrado recusou ouví-lo e Iwasaki o acusou de corrupto. Por determinação do juiz, foi preso imediatamente e ficou durante sete meses em reclusão. (MITSUBISHI MOTORS, 2008).

Yataro Iwasaki trocou sua aldeia natal pela cidade de Osaka, onde se tornou um perspicaz negociante de arroz. Com o tempo, os rumos de suas atividades mudaram, sendo que, em 1868, estava trabalhando para o clã Tosa quando, na Era Meiji[9], aboliu-se o sistema feudal japonês. Em 1870, adquiriu a Tsukumo Shokai do clã Tosa, que era uma empresa de navegação marítima comercial, com apenas três barcos". A frota de três barcos cresceu e

---

[8] O nome "samurai"significa, em japonês, "aquele que serve". Portanto, sua maior função era servir, com total lealdade e empenho, os *daimyo* (senhores feudais) que os contratavam. Em troca disso, recebiam privilégios terras e/ou pagamentos que, geralmente, eram efetuados em arroz, numa medida denominada *koku* (200 litros). (WIKIPEDIA, 2009a, destaque da autoria).

[9] O Período Meiji ou Era Meiji constitui-se do período de quarenta e cinco anos do reinado do Imperador Meiji do Japão, que se estendeu de 8 de setembro de 1868 a 30 de julho de 1912. Nessa fase, o Japão conheceu uma acelerada modernização, vindo a constituir-se em uma potência mundial. (WIKIPÉDIA, 2009b).

rapidamente atingiu a marca de 30, tornando-se a maior companhia marítima do Japão. (MITSUBISHI MOTORS, 2008).

Três anos depois, o nome da empresa foi alterado para Mitsubishi, cujo significado é “três diamantes” (MITSU = três; BISHI = diamantes, ambos na língua japonesa). O logotipo da Mitsubishi foi uma combinação dos brasões da família Iwasaki, composta por três diamantes empilhados com as três folhas de carvalho do brasão do Clã Tosa. A marca definitiva da Mitsubishi (figura 1) passa a ser os três diamantes, sendo registrada como símbolo da empresa, que passou por modificações de design até chegar ao logotipo atual. (MITSUBISHI MOTORS, 2008; WEINBERGIA, 2008).

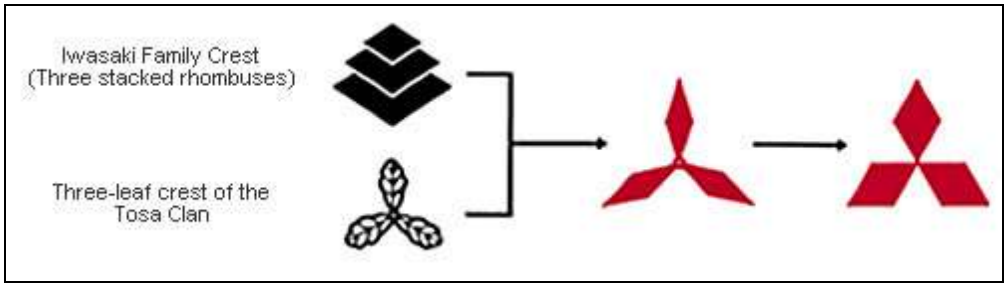


Figura 1 - Origem do Atual Slogan do Grupo Mitsubishi.

Fonte: WEINBERGIA (2008)

Por volta de 1880, foi constituída por Yataro Iwasaki uma casa de câmbio monetário, o Mitsubishi Exchange Office. Em 1895, o Mitsubishi Exchange Office foi sucedido pela Divisão Bancária do Mitsubishi Goshi Kaisha, a controladora da Mitsubishi, que começou suas atividades no final do século XIX, voltadas ao transporte marítimo e ao comércio. (MITSUBISHI CORPORATION DO BRASIL, 2008a).

A direção dos negócios sempre ficou nas mãos da família Iwasaki. Mas, na quarta geração, Yataro Iwasaki assumiu a presidência da Mitsubishi no ano de 1916, transformando

em uma corporadora gigantesca. A Mitsubishi[10] diversificou suas atividades em extração de carvão, construção naval, banco, seguros, varejo e comércio. Mais tarde, a diversificação levou a organização aos setores de papel, aço, vidro, equipamentos elétricos, aviação, petróleo, fábrica de automóveis etc. Em 1917, o Grupo inicia sua produção automobilística, fabricando o primeiro automóvel japonês, Mitsubishi Model A, sob licença da FIAT com produção em série. (PEREIRA, 2008).

Nas próximas duas décadas, 1920 e 1930, o Grupo Mitsubishi se consolidou com inovações no setor automotivo, sendo que, em 1921, com a criação da Mitsubishi Electric, começa a produzir ventiladores. A história da Mitsubishi Electric Corporation está associada à história do desenvolvimento do Japão moderno, iniciando a produção com ventiladores elétricos. Na década de 1940, inicia-se a produção de rádios e, nos anos de 1950, é produzido o primeiro televisor elétrico do país. (MITSUBISHI ELECTRIC CORPORATION, 2009a).

Os avanços foram tantos e as áreas de abrangência de atuação da Mitsubishi Electric se tornaram diversificadas contemplando desde a produção de eletro-eletrônicos até o desenvolvimento de sistemas de comunicação e informação dos mais modernos do mundo (como satélites, identificação pessoal pela íris dos olhos e impressão digital). Nota-se, também, a atuação do Grupo na fabricação de produtos elétricos automotivos como alternadores, acionadores de partida de motores, unidades de controle do motor, sistemas de áudio, sistemas de navegação, sistemas de segurança (freios ABS e Air Bag) e muito mais. (MITSUBISHI ELECTRIC CORPORATION, 2009a).

No contexto recente, a Mitsubishi Electric Corporation é uma gigante global, com operação em cerca de 40 países e em todos os continentes, gerando mais de 100.000 empregos e com vendas líquidas consolidadas em mais de US$ 32 bilhões. A Mitsubishi Electric atua no Brasil através de cinco representações oficiais, sendo Melco-Tec, Representação Comercial e

[10] A partir desse momento, tratar-se-á o conjunto de empresas formado pela Mitsubishi como um Grupo, devido ao fato de ser um conglomerado econômico composto por várias empresas e companhias com atividades desenvolvidas em diversos lugares do mundo e, que partilham a marca Mitsubishi.

Assessoria Técnica Ltda. (no Rio de Janeiro/RJ); São Paulo Branch (em São Paulo/SP); Melco Automotivos do Brasil Ltda. (Barueri/SP) e Automotion[11] (Boituva/SP). (MITSUBISHI ELECTRIC CORPORATION, 2009b; AUTOMOTION, 2009).

Em 1932, a Mitsubishi desenvolve o primeiro ônibus de tamanho grande, introduzido no mercado em 1932. Dois anos depois, são lançados o primeiro veículo japonês com tração nas quatro rodas e o primeiro caminhão com motor diesel. Em 1934, o Grupo cria sua primeira ramificação para abrigar uma gama de tipos e segmentos produtivos da empresa, entre eles: energético, aéreo, aeroespacial, marítimo, transporte, indústria de bens de produção, armamentos e defesa, equipamentos automotivos, etc., denominada de Mitsubishi Heavy Industries (MHI).

Os idos de 1940 é marcado pelo fornecimento de armas durante a Segunda Guerra Mundial e, também, pela fabricação dos aviões-caça Zero, cuja designação era A6M que foi sendo aperfeiçoada até a versão A6M8. Tais aeronaves revelaram o aprimoramento tecnológico desenvolvido pela empresa nesse período. Esse caça participou de batalhas em defesa dos interesses nipônicos na Segunda Guerra Mundial (1941-45)[12], mas, devido à captura de um avião pelas tropas americanas, foi superado em combate ainda no curso da guerra. (TYSON, 2009).

Em 1946, a Mitsubishi[13] se inovou ao apresentar um ônibus que poderia utilizar formas alternativas de combustíveis, introduzindo, no ano seguinte, o ônibus elétrico. O desenvolvimento é tão significativo na área de transporte que acaba culminando no

---

11 A Automotion foi nomeada em 1999 pela Mitsubishi Electric, como seu exclusivo Service Center Autorizado para o Brasil e MERCOSUL, para manutenção de seus controladores numéricos, serviço de acionamentos e de motores, aplicados às máquinas operatrizes. A Automotion assumiu, recentemente, a comercialização e manutenção das linhas de produtos ligados aos sistemas de automação industrial como controladores de movimento, PLC's, servo sistemas, softwares e interfaces. Essa empresa possui representantes/integradores em todos os estados brasileiros. (AUTOMOTION, 2009).

[12] Os aviões de caça Zero dominaram o ataque a Pearl Harbor, atingindo navios e campos aéreos com metralhadoras. Devido ao fator surpresa do ataque, foram pouquíssimos os aviões americanos que chegaram a sair do solo, sendo que a maioria dos aviões americanos parados em Pearl Harbor era do tipo Curtiss P-36 Hawks e Curtiss P-40 Warhawks. (TYSON, 2009).

[13]Até final da década de 1940, a Mitsubishi Corporation era formada pelas companhias Mitsubishi Eletric, Mitsubishi Oil e Mitsubishi Heavy Industries.

desenvolvimento de linhas ferroviárias e de trens de alta velocidade. Ainda nessa época, o Grupo apresentou outras inovações como o primeiro caminhão equipado com sistema de suspensão a ar e também a fabricação de uma *scooter* "Silver Pigeon" - C-10. (BLOG, 2009).

Em momentos políticos e econômicos marcantes para o Japão como no caso do pós-Segunda Guerra Mundial grandes indústrias japonesas foram desmanteladas pelas forças aliadas, porém a Mitsubishi Corporation mostrou seu peso através de atuação nos setores aeronáutico e industrial.

Os anos 50 do século XX também são marcados pela criação da Mitsubishi Corporation (*trading*). É a maior companhia de negócios diversos do Japão, atuando, com aproximadamente, 200 bases de operações, estando presente em cerca de 80 países, inclusive no Brasil. A presença dessa companhia no Brasil será tratada no próximo tópico. (MITSUBISHI CORPORATION, 2009b).

A Mitsubishi Corporation tem sido acoplada, há muito tempo, em negócios com clientes em torno do mundo, atuando em setores diferenciados como desenvolvimento de novos negócios, investimentos em TI, comunicação e segurança. Atua na exportação, marketing e distribuição de uma ampla variedade de produtos químicos e no mercado agrícola. A história da Mitsubishi Corporation é marcada por uma profunda experiência e *know-how* no desenvolvimento de uma de ampla gama de produtos, serviços e modelos de negócios para a identificação de oportunidades lucrativas de investimentos para o Grupo japonês. (MITSUBISHI CORPORATION, 2009a).

Concernente a produção automotiva do Grupo Mitsubishi que estava sob a responsabilidade da MHI desde 1934. Diante da expansão produtiva, em 1953 é criado o Departamento Automobilístico. Desde então, esse departamento passou a gerir e controlar a produção de automóveis do Grupo. (BLOG, 2009). No período pós-guerra, a economia passa a crescer em um ritmo acelerado, a produção de veículos comerciais também ganha atenção

especial, culminando com a introdução do Mitsubishi 500 no mercado. No entanto, foi a partir de 1960 que vários modelos de sucesso foram sendo introduzidos no mercado, conforme mostra a quadro 5.

Contudo, o setor automotivo até então pertencente a MHI, devido ao ganho de destaque com o aumento da produção de tipos de automóveis conforme apontado no quadro 5, culmina na criação da Mitsubishi Motors Corporation (MMC), que passa a desempenhar papel importante na produção automotiva mundial.

Por uma questão metodológica e organizacional deste Trabalho opta-se por tratar as questões e acontecimentos que envolvem o setor automotivo do Grupo Mitsubishi a partir de 1970, em tópico separado, com o fim de evitar o entrelaçamento de informações diversas que envolvem outros setores produtivos deste conglomerado empresarial. (MITSUBISHI MOTORS, 2008).

ANO	MODELO	DESCRIÇÃO
1917	MODEL A	Primeiro veículo montado Mitsubishi em parceria com a FIAT - produção em série.
1961	MITSUBISHI MINICA	O primeiro carro compacto da montadora. O modelo já está em sua oitava geração.
1962	MITSUBISHI COLT	Um automóvel compacto equipado com motor de 600cc que fez enorme sucesso durante décadas.
1966	MITSUBISHI MINICAB	Caminhonete de pequeno porte com tração nas quatro rodas.
1968	MITSUBISHI SPACE GEAR	Uma caminhonete utilitária especificamente desenvolvida para trabalhos pesados.
1969	MITSUBISHI GALANT	Modelo de porte médio-grande, transformou-se no primeiro sucesso internacional da empresa.
1973	MITSUBISHI LANCER	Um sedan de porte médio, lançado e doze versões diferentes, desde o básico 1200cc até o GSR de 1600cc.
1979	MITSUBISHI L-200	Conhecida em alguns países como Triton, é uma das caminhonetes cabine dupla de maior sucesso no mundo.
1982	MITSUBISHI SHOGUN	Conhecido como Pajero ou Montero em outras partes do mundo, SUV de maior sucesso da montadora. O novo automóvel era uma mistura de van com um jipe 4x4.
1989	MITSUBISHI ECLIPSE	Lançamento do esportivo em parceria com a montadora americana Chrysler, que se tornou um dos ícones de esportividade/preço baixo, principalmente nos Estados Unidos.
1990	MITSUBISHI DIAMOND	Um sedan de porte médio. Sua produção foi encerrada em 2004.
1992	MITSUBISHI LANCER EVOLUTION	Um dos veículos de maior sucesso da montadora. O modelo que surgiu nas pistas de competição do Campeonato Mundial de Rali (WRC) se popularizou e ganhou as ruas no ano seguinte.
1994	MITSUBISHI PAJERO MINI	Versão mais compacta do famoso utilitário esportivo.
1995	CARISMA	É um modelo compacto desenvolvido em parceria da Mitsubishi Motors com a Volvo Cars disponibilizado no mercado europeu, construído na fábrica da NedCar na Holanda.
	L-200 STRADA	É lançada pela fábrica da Tailândia pela MSC.
1996	MITSUBISHI PAJERO SPORT	O modelo não está disponível nos mercados americano e japonês. Foi substituído pelo ENDEAVOR, mas continua sendo vendido na Europa, Austrália, México, América do Sul e China.
1998	MITSUBISHI PAJERO PININ	No Brasil, é chamado de TR4, nas versões três e cinco portas.
1998	MITSUBISHI SPACE STAR	Foi introduzida no mercado em 1998,encerrando sua produção em 2005.
2001	MITSUBISHI AIRTREK	Atualmente, conhecido como Outlander, um veículo utilitário esportivo de luxo.
2003	MITSUBISHI GRANDIS	Uma mini-van de sete lugares.
2006	MITSUBISHI RAIDER	Caminhonete de porte médio.
	MITSUBISHI i	Mini-carro desenvolvido para grandes metrópoles, onde a falta de espaço é um problema constante.
2010	MITSUBISHI i MiEV	Carro elétrico. Trocou-se o motor a gasolina, o câmbio e o tanque de combustível por um motor elétrico, um pacote de baterias e um sistema de recarga.

Quadro 5 - Modelos de Automóveis Fabricados pelo Grupo Mitsubishi ao longo de sua história de produção automotiva (1917 a 2010).

Fonte: BLOG (2009); WIKIPEDIA (2009c; 2009d) Org. SILVA, M. V. da. 2010.

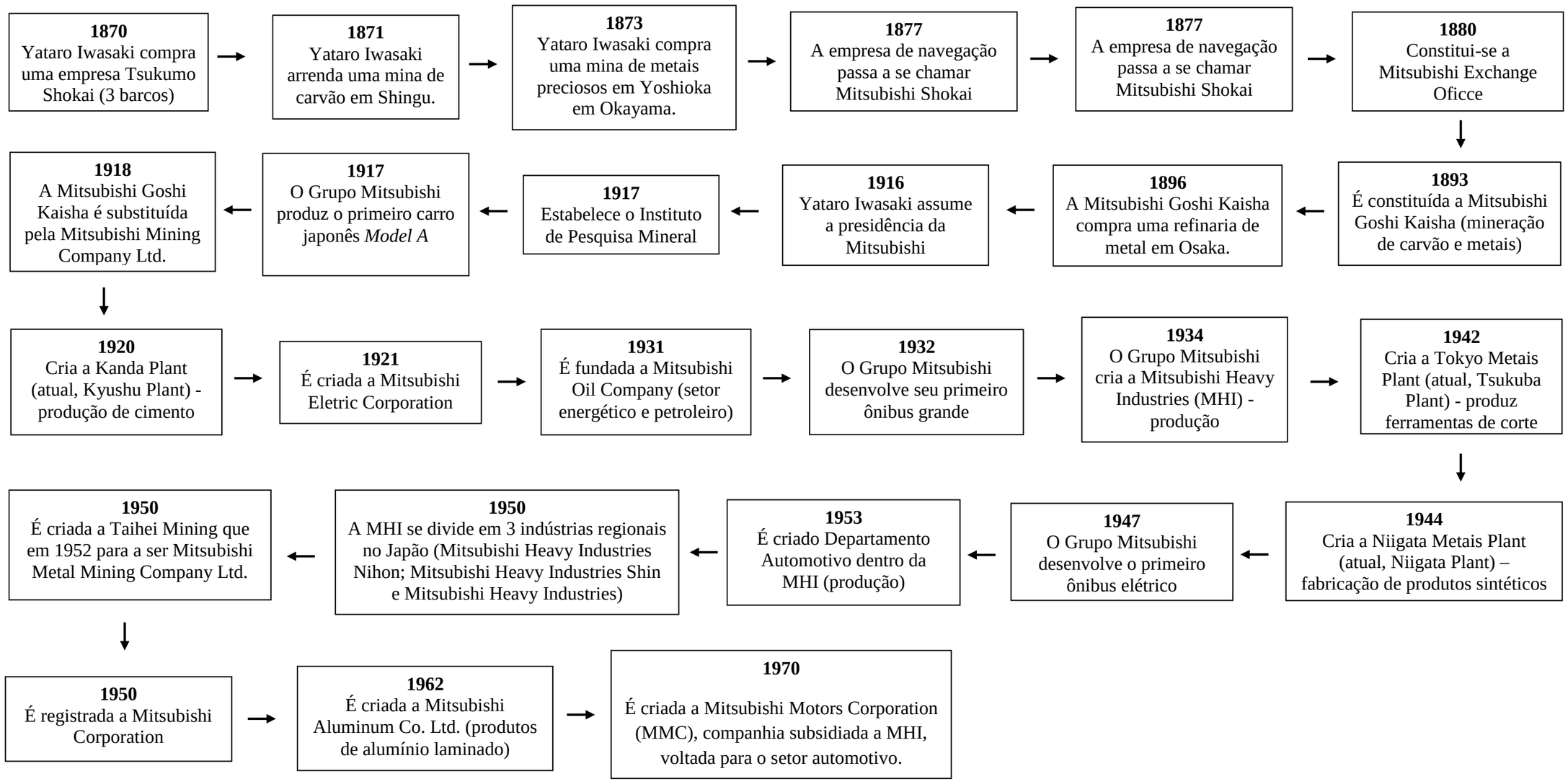
Entretanto, a MHI foi dividida em 1950 em três indústrias regionais (Mitsubishi Heavy Industries Nihon – Leste do Japão; Mitsubishi Heavy Industries Shin – Centro do Japão e Mitsubishi Heavy Industries - Oeste do Japão), que estavam envolvidas com o desenvolvimento de veículos motores. (MITSUBISHI HEAVY INDUSTRIES, 2009).

Em 1964 a junção destas três indústrias regionais dá origem a MHI (*produção*) passando a atuar especificamente no setor de produção. Atualmente, a MHI atua em escala mundial, fazendo *jus* ao seu caráter multinacional. Em 2009, somente no Japão possui mais de 130 companhias; no Continente Americano, são 30 empresas; na Europa, são 11 firmas e três escritórios representativos; na Oceania, são 130 empresas. (MITSUBISHI HEAVY INDUSTRIES, 2009).

A década de 1960 é marcada por desenvolvimento de tecnologias nuclear, espacial e de comunicação. O Grupo Mitsubishi passa a desenvolver equipamentos como satélites, estações metereológicas, geradores nucleares e o primeiro televisor colorido da marca. Os anos de 1970 são delineados por investimentos no setor de TI, com o desenvolvimento de computadores e de troca de dados informacionais instataneas e criação de empresas que passam a atuar na fabricação de combustíveis nucleares e produção e mineração de cimento, além da separação do setor automotivo da MHI. (MITSUBIHI ELECTRIC CORPORATION, 2009a).

Portanto, como forma entender e mensurar o processo de expansão e desdobramentos que a Mitsubishi galgou no Japão e no mundo, o organograma 2 traz uma cronologia das principais informações sobre as ações, fusões e decisões do referido Grupo no período de 1870 a 1970.

Organograma 2 - Cronologia do Processo Estruturação do Grupo Mitsubishi (1870-1970).



Fonte: MITSUBISHI CORPORATION DO BRASIL (2008a); MITSUBISHI MOTORS (2008); PEREIRA (2008); WEINBERGIA (2008); BLOG (2009); MITSUBISHI CORPORATION (2009a, 2009b); MITSUBISHI ELECTRIC CORPORATION (2009a, 2009b); MITSUBISHI HEAVY INDUSTRIES (2009); TYSON (2009).

Org.: SILVA, M. V. da. 2010.

Todavia, a década de 1980 a Mitsubishi passa atuar também nas bolsas de valores de Londres e Paris, no desenvolvimento de escadas rolante em espiral, de chips, de DVD, dos softwares para controle dos edifícios inteligentes, além de fabricar a TV de 37 polegadas a cores.

Os idos de 1990 são, notadamente, marcados pela fusão entre a Mitsubishi Mining and Cement e Misubishi Metal que culmina na criação da Mitsubishi Materials Corporation. Outra ação de grande importância para o Grupo acontece em 1996, quando é constituido o The Bank of Tokyo-Mitsubishi, Ltd. através da fusão entre The Mitsubishi Bank, Ltd. e o The Bank of Tokyo, Ltd. (MITSUBIHI ELECTRIC CORPORATION, 2009a; BANCO DE TOKYO-MITSUBISHI UFJ BRASIL, 2009).

Continuando as fusões no setor financeiro, em 1º de janeiro de 2006, o Banco de Tokyo-Mitsubishi UFJ foi constituído em decorrência da fusão de capitais, ocorrida em Tokyo, Japão, do The Bank of Tokyo-Mitsubishi, Ltd. e o UFJ Bank, Ltd. Atualmente, o The Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ, Ltd. (BTMU) está presente em mais de 40 países, sendo um dos maiores bancos do mundo em ativos totais e em número de agências domésticas. O Banco de Tokyo-Mitsubishi UFJ Ltd. é o único banco comercial de todas as empresas que compõem a Mitsubishi UFJ Financial Group, Inc., uma *holding* pertencente a Mitsubishi com sede no Japão, que supervisiona as operações de todas as companhias do Grupo no que diz respeito aos setores financeiro e econômico. (BANCO DE TOKYO-MITSUBISHI UFJ BRASIL, 2009).

Em relação à discussão sobre Mitsubishi enquanto um grupo empresarial, nota-se que, em virtude da expansão e diversificação de atividades, seu centro decisório viu a necessidade de realizar a setorização das atividades em diversas estruturas administrativas, porém, resguardando o aglutinamento das atividades sob um único motor. Essa situação se processou através da criação de empresas independentes dentro da própria Mitsubishi, que se dividiu e

se sustenta em três grandes segmentos: Finanças, Produção e *Trading*. Em 1919, é criado pelo grupo o Mitsubishi Bank *(finanças),* que passa a representar os investimentos no setor financeiro; em 1934, é criada a Mitsubishi Heavy Industries *(produção),* que engloba a produção de navios, trens, empilhadeiras, peças aeroespaciais, veículos, entre outros; em 1950, é fundada a Mitsubishi Corporation *(trading),* a maior empresa de comércio geral do Japão, inclusive com atuação no Brasil, através da Mitsubishi Corporation do Brasil. (WEINBERGIA, 2008).

O tamanho patrimonial da Mitsubishi é gigantesco, sendo composto de algumas centenas de empresas espalhadas pelo mundo[14], sendo mais de 538 empresas. Assim sendo, o Grupo se estrutura numa plataforma administrativa de operações apoiada no tripé *trading*, produção e finanças. Algumas fusões foram importantes no sentido de fortalecer cada um desses três segmentos e possibilitou o Grupo se tornar em um conglomerado empresarial com atuação mundial. Como forma de ilustrar o atual complexo empresarial formado pelo Grupo Mitsubishi no mundo, cumpre observar o Anexo 2.

Conforme aponta a história da Mitsubishi, suas atividades apresentam uma variedade de segmentos aeroespaciais, equipamentos de defesa, equipamentos automotivos, explorações minerais, indústrias petroleiras, químicas e automotivas, tecnologias informacionais e comunicacionais, entre outros. Assim como a diversificação na área de atuação, as áreas de localização também variam. Portanto, o Grupo possui empresas localizadas em diversas partes do mundo, agindo, dessa forma, em escala global.

Cabe esclarecer que, desde o início deste trabalho, esta empresa é tratada como Grupo industrial. Porém, tal denominação respalda-se na diversidade de atividades empreendidas pela empresa, na sua atuação em escala global e no volume de capitais movimentado pelo

[14] Ver MITSUBISHI CORPORATION (2009c); MITSUBISHI HEAVY INDUSTRIES (2009); MITSUBISHI MOTORS (2009).

mundo afora, a sua forma de organização administrativa, suas parcerias, entre outros. Nesse sentido, entende-se por Grupo o que Morin (1974 apud SERFATI, 1998, p. 143-144) diz:

> O conjunto formado por uma sociedade-mãe (chamada normalmente de *holding* do grupo) e as sociedades filiais que estão sob seu controle. Assim, a sociedade-mãe é acima de tudo um centro de decisão financeira; enquanto as sociedades sob seu controle não passam, na maior parte das vezes, de sociedades exploradas. O papel essencial de uma sociedade-mãe é a arbitragem permanente das participações financeiras que ela detém, em função da rentabilidade dos capitais envolvidos. É a função de arbitragem da sociedade-mãe que confere ao grupo seu caráter financeiro.

Essa estruturação em torno de um centro financeiro que mantém conexões com um conjunto diversificado de sociedades, possibilitando a concentração de capital e o poderio econômico é algo presente no sistema capitalista. Conforme os quesitos apontados por Morin (1974 apud SERFATI, 1998, p. 143-144), a empresa atua em escala global, com segmentações nos diversos países dos cinco continentes, formando um entrelaçamento de informações e capitais que são comuns em empresas multinacionais.

O termo multinacional é usado por autores que tratam de temas e assuntos econômicos e é compreendido num contexto do capitalismo industrial, pois, é a partir do século XIX, que algumas empresas ou grupos devem ser entendidos como “organizações capitalistas modernas”, devido a sua condição de atuação em escala global. (MARTINEZ, 1997, p. 9). Desse modo, esse tipo de organização econômica emerge no contexto mundial e possuem características de empresas que atuam em limites territoriais delimitados, além de envolver interesses do Estado e do poderio econômico dos países, principalmente aqueles países subdesenvolvidos e em desenvolvimento. Assim, o autor diz que:

> O nome vem da atuação simultânea dessas organizações em dois ou mais países, partindo de um centro matriz decisório. E, tomadas em conjunto, as multinacionais, mais que um sistema predominante, são força dominante. A essa força têm-se submetido não somente os países subdesenvolvidos como também os próprios estados de origem, cujas decisões são, mais e mais, subordinadas aos interesses das multinacionais. (MARTINEZ, 1997, p. 7).

Assim, o Grupo Mitsubishi pode ser compreendido como um grupo multinacional, pois as decisões, geralmente, são tomadas pelo comando central localizado no seu país de origem, Japão.

Em um contexto geral, os grupos industriais assumem papel importante no seio da economia mundial. O caso do Grupo Mitsubishi não é isolado. Para Serfati (1998, p. 141), "é inegável o papel fundamental dos grandes grupos no seio da economia mundial", pois desempenham fluxos comerciais e de investimentos que surtem reflexo nos sistemas produtivos e no emprego. Esse Grupo tem papel importante na economia globalizada e desempenha com primor decisões financeiras e econômicas que visam resguardar seu patrimônio.

A história do Grupo Mitsubishi mostra a importância econômica desse conglomerado empresarial para o Japão, que se consolidou aos poucos pelo mundo e se tornou um empreendimento de sucesso, aproveitando de momentos econômicos críticos, como o período da Segunda Guerra Mundial e o pós-guerra, que lhe possibilitou a inserção em uma teia de fluxos e relações.

Conforme apontado anteriormente, após a Segunda Guerra Mundial, as *holdings* da Mitsubishi foram divididas em empresas independentes. Entretanto, muitas dessas empresas mantêm o nome Mitsubishi, dando continuidade às tradições de liderança e princípios corporativos. Outras não preservaram o nome. O Grupo realiza parcerias com diversas empresas, demonstrando que, em momentos oportunos, a associação de capitais é importante para seu fortalecimento no mercado internacional na atual conjuntura. (WEINBERGIA, 2008). Um exemplo próximo é o caso da associação do Grupo japonês com os empresários brasileiros que, por fim, possibilitou a instalação da montadora em Catalão. Outro exemplo é a associação a grupos locais para manter representação oficial e rede de distribuição de automóveis, como é o caso do Peru.

2.1.1 A chegada do Grupo Mitsubishi ao Brasil

O Grupo Mitsubishi possui diversas empresas espalhadas pelo mundo, assim como pela América Latina e Central. O Brasil em virtude de suas dimensões econômicas, desde a década de 1920 configurou-se como palco de várias subsidiárias ligadas ao grupo japonês. Dentre as subsidiárias, destacam-se a Mitsubishi Indústrias Pesadas do Brasil Ltda., a MMC Automotores do Brasil S.A., a NYK Line do Brasil, a Tókio Marine Seguradora S.A., o Banco de Tokyo-Mitsubishi Brasil S.A., a Mitsubishi Corporation do Brasil S.A., entre diversas outras.

A história do Grupo Mitsubishi no Brasil começou em 1926, na cidade paulista de Campinas, através da compra de duas fazendas pelo Barão Hisaya Iwasaki, o terceiro presidente do Grupo. As atividades de uma das fazendas eram voltadas para o cultivo do café, que ficou conhecida como Tozan. Com o desenvolvimento acentuado da atividade cafeeira no Brasil, a Fazenda Tozan passou a exportar o produto, propiciando a criação, em Santos, de um estabelecimento bancário para dar suporte aos negócios. Então, surgiu a Casa Tozan. (BANCO DE TOKYO-MITSUBISHI UFJ BRASIL, 2008).

Atendendo as reivindicações da comunidade nipo-brasileira no Brasil, no ano de 1933, a Casa Tozan transformou-se em Casa Bancária Tozan Ltda. Que, em 1954, teve a denominação alterada para Tozan S.A.. A partir de 1959, o Mitsubishi Bank Ltda. passou a ter participação acionária do Banco Tozan S.A.. (BANCO DE TOKYO-MITSUBISHI UFJ BRASIL, 2008).

Com a expansão dos negócios no Brasil e o crescente prestígio que o Grupo Mitsubishi alcançava no mercado internacional, a razão social do Banco Tozan S.A. foi modificada para Banco Mitsubishi Brasileiro S.A.. (BANCO DE TOKYO-MITSUBISHI UFJ BRASIL, 2008). Com a formação do BTMU em 2006, a unidade financeira no Brasil passou

a ser denominada de Banco de Tokyo-Mitsubishi UFJ Brasil S.A. (BANCO DE TOKYO-MITSUBISHI UFJ BRASIL, 2008).

Outro segmento ligado ao Grupo Mitsubishi é a Mitsubishi Corporation do Brasil S.A., uma das várias empresas independentes que também possui uma representação no país. Esta foi fundada em 07 de dezembro de 1955, em São Paulo. A empresa foi, primeiramente, denominada de "Mitsubishi Shoji do Brasil Importadora e Exportadora Ltda." A primeira filial foi sediada na cidade do Rio de Janeiro em 1956, seguida pelas filiais de Santos/SP e de Apucarana/PR em 1969. (MITSUBISHI CORPORATION DO BRASIL, 2008a).

O primeiro corpo diretivo da "Mitsubishi Shoji do Brasil Importadora e Exportadora Ltda." era composto por cinco sócios, que em conjunto detinham a totalidade do capital social da empresa. (MITSUBISHI CORPORATION DO BRASIL, 2008a). Dentre as empresas ligadas à "Mitsubishi Shoji do Brasil Importadora e Exportadora Ltda." e que atuava no ramo de importação e exportação de grãos, encontra-se a MC Coffee do Brasil Ltda., instalada no Brasil desde 1969, mas sob outra razão social. (MITSUBISHI CORPORATION DO BRASIL, 2008a).

Em 1972, a "Mitsubishi Shoji do Brasil Importadora e Exportadora Ltda." passa por uma reorganização societária e a Mitsubishi Corporation tornou-se sócia majoritária. Tal condição proporcionou, ao mesmo tempo, o aumento de seu capital social e a expansão de seus negócios pelo país. (MITSUBISHI CORPORATION DO BRASIL, 2008a). Em 1973, transformou-se em Sociedade Anônima (S.A.), passando a ser denominada de Mitsubishi Shoji do Brasil S.A.. Seis anos mais tarde, exatamente em 1979, sua razão é novamente alterada para a atual denominação de Mitsubishi Corporation do Brasil S.A. (MITSUBISHI CORPORATION DO BRASIL, 2008a).

Após várias mudanças no nome de sua razão social, os negócios da subsidiária do Grupo japonês no Brasil - Mitsubishi Corporation do Brasil S.A. - já eram extensos. Além

disso, se expandiram ainda mais e passaram a atuar em áreas mais diversificadas, que serão descritas resumidamente a seguir. Portanto, entre os negócios empreendidos pela Mitsubishi Corporation do Brasil S.A. no território nacional, destacam-se as seguintes empresas: MC Coffee do Brasil Ltda.; Metal One do Brasil Representações Comerciais Produtos Siderúrgicos Ltda.; AccesStage Sistemas S.A.; MC Development do Brasil Ltda.; MC Machinery System do Brasil Ltda.; MC1 Tecnologia de Informação Ltda., entre outras. (MITSUBISHI CORPORATION DO BRASIL, 2008b).

Nesse processo, a década de 1980 segue sem grandes novidades para a Mitsubishi Corporation do Brasil S.A. no país. No decorrer dos anos 90 do século passado, exatamente em 1996, as atividades relacionadas à comercialização do café foram transferidas para a nova empresa que foi constituída para esse fim, a MC Coffee do Brasil Ltda. Seguindo o mesmo caminho da comercialização de café, o setor de comercialização de produtos siderúrgicos cria, em 2004, o Metal One do Brasil Representações Comerciais Produtos Siderúrgicos Ltda., que passa a gerir as atividades relacionadas à comercialização de produtos siderúrgicos nos mercados nacional e internacional. (MITSUBISHI CORPORATION DO BRASIL, 2008b).

Além das atividades relacionadas à comercialização de *commodities* diversos, a Mitsubishi Corporation do Brasil S.A. também atua no setor de transmissão eletrônica de dados através da AccesStage Sistemas S.A. Criada em 2002, é uma *joint-venture* entre as gigantes Mitsubishi (detém 41,4% do capital) e Intec. Portanto, foi a primeira empresa a disponibilizar para o mercado brasileiro um serviço de Intercâmbio Eletrônico de Dados (EDI), conectando empresas em tempo real. (MITSUBISHI CORPORATION DO BRASIL, 2008b).

Os serviços estão baseados na ampla utilização da internet nas atividades rotineiras de uma dada empresa, desde as mais simples até as mais complexas, possibilitando dessa forma, uma integração da mesma com seus fornecedores, distribuidores, representantes comerciais,

bancos e outros parceiros, de forma simples, ágil e segura. Entre seus clientes, estão a Companhia de Telecomunicações do Brasil Central (CTBC), os bancos Bradesco, Itaú, HSBC e Santander etc. (ACCESSTAGE SISTEMAS, 2009).

A AccesStage Sistemas S.A. posicionou-se como uma alternativa de alta qualidade em relação às Redes de Valor Agregado Tradicionais (VANS), com soluções que garantem o tráfego seguro de informações e documentos. (ACCESSTAGE SISTEMAS, 2009).

A MC1 Tecnologia de Informação Ltda., fundada em 2004, oferece softwares de aplicações móveis para o mercado corporativo, incluindo automação da força de vendas, corretagem de seguros e administração hospitalar, com o objetivo de proporcionar agilidade, mobilidade, segurança, precisão e confiabilidade no resultado dos negócios e investimentos de sua clientela (Sadia, Nestlé, Vallé, Monsanto, Honda, Sabesp, Bunge, Basf, Porto Seguro, Faber Castel, Grupo Abril, entre outras). A Mitsubishi Corporation do Brasil detém 29,63% do capital dessa empresa. (MITSUBISHI CORPORATION DO BRASIL, 2008b).

A MC Development do Brasil Ltda. é outra empresa ligada à Mitsubishi Corporation do Brasil S.A. É uma investidora que apresenta interesses nas áreas de recursos minerais e companhias siderúrgicas. Atualmente, é acionista da Usina Siderúrgica de Minas Gerais S.A. (USIMINAS). O capital da MC Development do Brasil é 100% da Mitsubishi Corporation do Brasil S.A. (MITSUBISHI CORPORATION DO BRASIL, 2008b).

A MC Machinery System do Brasil Ltda., a mais recente empresa subsidiária da Mitsubishi Corporation do Brasil S.A. no país, fundada em 2009, passa a oferecer serviços de manutenção para Electrical Discharing Machinery (EDM) e também equipamentos para usinas de geração de energia, óleo e gás, petroquímica, energias de fontes renováveis e equipamentos para siderúrgica, instalações para mineração, portos, equipamentos de manuseio de materiais, navios novos e reformados, equipamentos marítimos, implementos

agrícolas, máquinas operatrizes e peças automotivas. Esta empresa é 100% da Mitsubishi Corporation do Brasil S.A. (MITSUBISHI CORPORATION DO BRASIL, 2008b).

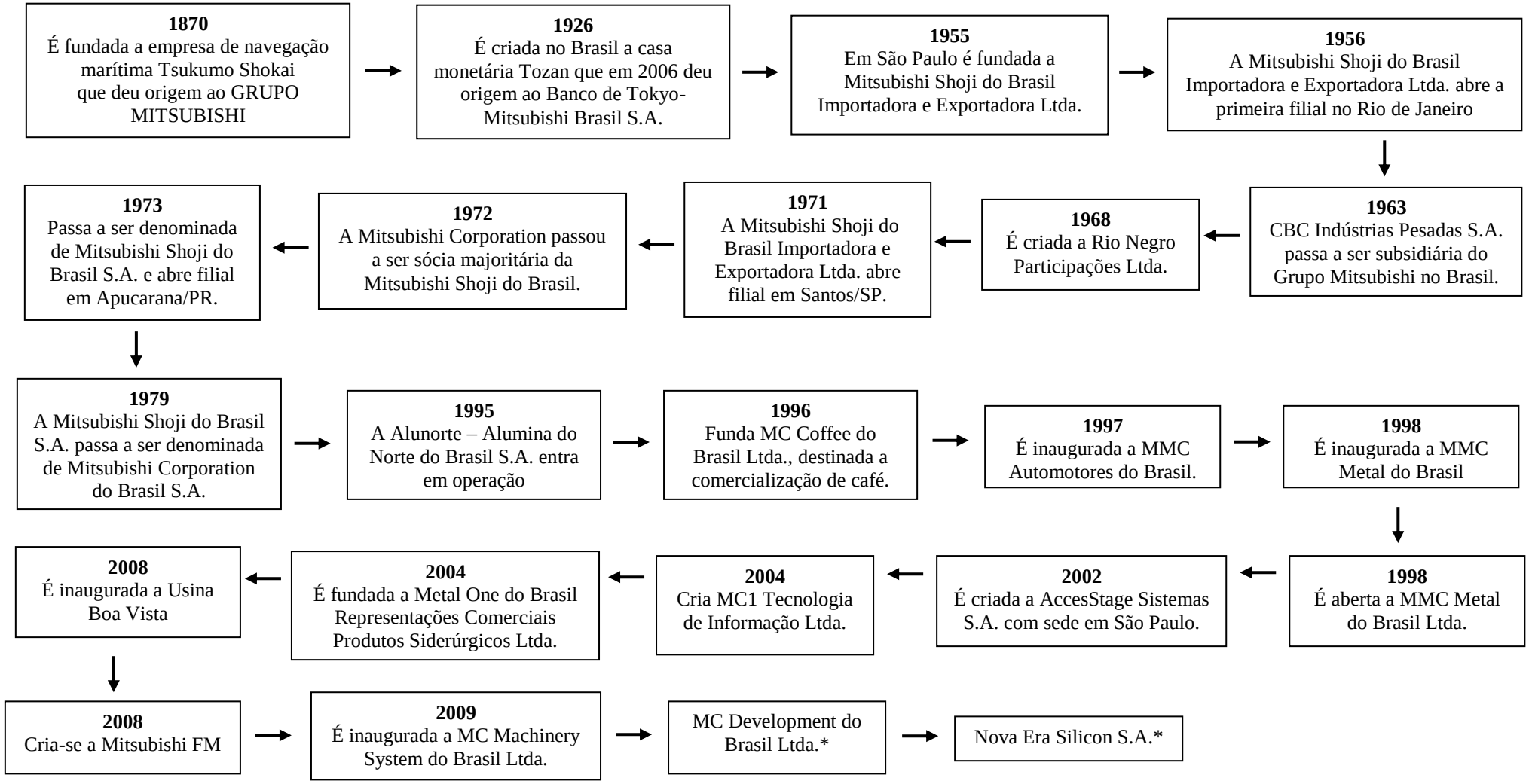
Além das empresas pertencentes a MMC do Brasil, a MC1 Tecnologia de Informação Ltda., a MC Machinery System do Brasil Ltda., a MC Development do Brasil Ltda., s AccesStage Sistemas S.A., existem outras que atuam no país, sendo algumas com 100% do capital do Grupo japonês e outras de capital misto, sendo necessária a realização de parcerias. Entre as empresas de capital misto, estão a Rio Negro Participações Ltda.; a MCE-Comércio e Serviços Produção e Geração de Energia Ltda.; a Nova Era Silicon S.A.; a Mita S.A.; a Metal One do Brasil Representação de Produtos Siderúrgicos Ltda.; a Pará Pigmentos S.A.; a Alunorte – Alumina do Norte do Brasil S.A.; a MMC Automotores do Brasil; a CBC Indústrias Pesadas S.A.[15], entre outras. (CADE, 2009).

Como forma de visualizar as ações das empresas subsidiárias, tanto as que possuem capitais integrais do Grupo como aquelas sustentadas por capitais mistos, isto é, as que se encontram ligadas direta ou indiretamente ao Grupo Mitsubishi no Brasil, observa-se o organograma 3.

Conforme apresenta o organograma 3, é possível notar que a atuação do Grupo Mitsubishi no Brasil é grande, tendo destaque na área de *commodities* (grãos e siderurgia), assim como na área de informática e desenvolvimento de *softwares* que possibilitam ganho de tempo e maximização de lucros para sua clientela. Isto significa pensar que o Grupo evoluiu tecnologicamente e que tais avanços possibilitam, cada vez mais, a conexão de suas subsidiárias com diversas empresas espalhadas pelo mundo.

[15] Empresa subsidiária da Mitsubishi Heavy Industries, Ltd. no Brasil e ligada à Mitsubishi Indústrias Pesadas do Brasil Ltda.

Organograma 3 - Cronologia do Processo de Configuração do Grupo Mitsubishi no Brasil (1870-2009).



Fonte: CADE (2009); CBC (2009); MITSUBISHI CARBIDE (2009); MITSUBISHI CORPORATION DO BRASIL (2008a, 2008b). Org. SILVA, M. V. da. 2009.
* Não obteve informações sobre data de fundação destas empresas.

Continuando o processo de consolidação do Grupo Mitsubishi no Brasil, no que se refere à atuação da MMC em escala mundial, o país também recebeu uma unidade montadora, cujo objetivo consistiu em produzir veículos para abastecer o mercado nacional e o latino americano. É dentro dessa lógica que Catalão, cidade goiana, recebeu, em 1998, a MMCB - empresa ligada a MMC e voltada à produção, distribuição e revenda dos veículos da marca no país. É a primeira montadora de veículos do Centro-Oeste e, evidentemente, do estado de Goiás.

Contudo, assuntos, fatos e acontecimentos concernentes ao processo de implantação e consolidação da unidade montadora em Goiás serão melhores detalhados no último tópico deste capítulo. Porém, cabe salutar que a montadora optou por se instalar em Catalão/GO tendo em vista as potencialidades de sua localização geográfica, das redes de transportes, da infraestrutura, dos incentivos fiscais e dos acordos firmados entre o município, o Estado e a montadora. Essas condições foram e continuam sendo essenciais para a permanência e consolidação da MMCB no município goiano.

Para melhor compreensão da localização dessas empresas no Brasil, observa-se o quadro 6, que apresenta o ramo de atividades desenvolvidas pelas razões sociais ligadas ao Grupo Mitsubishi no Brasil, tipificando a origem de seu capital. No sentido de complementar essas informações, o quadro 6 apresenta o índice populacional das cidades onde essas empresas se localizam.

NOME	FUNDAÇÃO	ÁREA DE ATUAÇÃO	ORIGEM DO CAPITAL	LOCALIZAÇÃO	POPULAÇÃO
MC1 Tecnologia de Informação Ltda.	2004	Oferece softwares de aplicações móveis para o mercado corporativo, incluindo automação da força de vendas, corretagem de seguros e administração hospitalar.	Mitsubishi Corporation do Brasil S.A. detém 29,63% da MC1. AmazonTech Group detém 70,37%	São Paulo/SP	10.886.518
MC Machinery System do Brasil Ltda.	2009	Oferece serviços de manutenção para EDM.	100% do capital é da Mitsubishi Corporation do Brasil S.A.	São Paulo/SP	10.886.518
MC Development do Brasil Ltda.	*	É uma empresa investidora que tem interesses nas áreas de recursos minerais e companhias siderúrgicas.	100% do capital é da Mitsubishi Corporation do Brasil	São Paulo/SP	10.886.518
AccesStage Sistemas S.A.	2002	Foi a primeira empresa a disponibilizar para o mercado brasileiro um serviço de EDI, conectando empresas em tempo real.	41% do capital é da Mitsubishi Corporation do Brasil S.A	São Paulo/SP	10.886.518
Metal One do Brasil Rep. Com. Prod. Sid. Ltda.	2004	As atividades relacionadas à comercialização de produtos siderúrgicos foram transferidas para essa empresa.	60% da Mitsubishi Corporation e 40% da Sojitz Corporation	Rio de Janeiro/RJ	6.093.472
Rio Negro Participações Ltda.	1968	É principal empresa de distribuição de aço do país, atuando também no processamento, beneficiamento e manuseio do produto no Brasil e no exterior.	40% do capital é a Mitsubishi (1972) e 60% da Usiminas (1994)	Guarulhos/SP Taubaté/SP	Guarulhos/SP (1.236.192) Taubaté/SP (265.514)
Usina Boa Vista	2008	Usina destinada a produção de álcool e etanol.	90% do capital é do Grupo São Martinho e 10% da Mitsubishi Corporation	Quirinópolis/GO	38.064
Nova Era Silicon S.A.	*	É uma *joint venture* e produz ferro silício para as principais siderúrgicas do país e do mundo.	Vale do Rio Doce (49%), Kawasaki Steel Corporation (25,5%) e Mitsubishi Corporation (25,5%).	Nova Era/MG	17.932
Pará Pigmentos S.A.	1992	É uma empresa brasileira produtora de pigmentos à base de caulim, de alta qualidade e desempenho, principalmente para a indústria mundial de papel.	Companhia Vale do Rio Doce 82%; Mitsubishi 14%; International Finance Corporation 4%	Ipixuna do Pará/PA	39.563
Mita S.A.	1999	Foi constituída em 1999 com a finalidade de produzir e exportar woodchips (cavacos de madeira) para produção de celulose no Japão.	A empresa é uma Joint Venture entre SETA S.A., Mitsubishi Corporation e Mitsubishi Corporation Brasil tem 20% do capital.	Porto Alegre/RS. Taquari/RS e Rio Grande/RS	Porto Alegre (1.420.667) Taquari (25.768) Rio Grande (194.351)
Alunorte – Alumina do Norte do Brasil S.A.	1995	A empresa ganhou destaque no cenário internacional e passou a figurar como a maior refinaria da América Latina e a quarta do mundo. A Alunorte passou a ser responsável por 7% da produção mundial de alumina.	(Brasil: Vale do Rio Doce - 57% Companhia Brasileira do Alumínio – 3,62%); (Noruega**:** Norsk Hydro - 34,03%**);** (Japão: NAAC - 2,43%; Jaic – 0,77%; Mitsui – 1,47% e Mitsubishi – 0,64%**).**	Barcarena/PA	84.560
MC Coffee do Brasil Ltda.	1996	Compra café no mercado interno voltado para o mercado internacional. Tem capacidade de produção anual de 850.000 sacas de café em silos localizados no Estado de Minas Gerais.	20% do capital é Mitsubishi Corporation do Brasil S.A.	Sede em Santos/SP, mas possui filial em Varginha/MG e escritório em Patrocínio/MG	Santos (418.288) Varginha (116.093) Patrocínio (81.584)
MMC Automotores do Brasil S.A.	1998	Inaugurada a montadora de veículos – MMC Automotores do Brasil S.A.	Capital 100% dos empresários Eduardo Souza Ramos e Paulo Ferraz (possuem autorização para fabricar veículos com a marca MMC).	Catalão/GO	75.623
MMC Metal do Brasil Ltda.	1998	Subsidiária da Mitsubishi Materials Corporation possui uma ampla rede de distribuidores e representantes autorizados por todo o território brasileiro e uma equipe técnica altamente capacitada a atender todos os tipos de clientes.	100% da Mitsubishi Materials Corporation	São Paulo/SP	10.886.518
CBC Indústrias Pesadas S.A.	1963	Fabricante de caldeiras aquatubulares de alta pressão e temperatura, bem como trocadores de calor, vasos de pressão, reatores, colunas e torres de processo, precipitadores eletrostáticos e outros equipamentos industriais, incluindo peças e componentes	99,999%do capital é Mitsubishi Jyukogyo Kabushiki Kaisha (Mitsubishi Heavy Industries, Ltd) e 0, 001% Mitsubishi Indústrias Pesadas do Brasil Ltda.	Jundiaí/SP (Fábrica) São Paulo/SP (escritório)	Jundiaí (342.983) São Paulo (10.886.518)
Mitsubishi FM (conhecida como Mit FM)	2008	Uma emissora de rádio brasileira em FM.	É uma emissora controlada pela Rede Mundial de Comunicações e operada pelo Grupo Bandeirantes de Comunicação em parceria com a Mitsubishi Motors	São Paulo/SP	10.886.518

Quadro 6 - Empresas Subsidiárias do Grupo Mitsubishi no Brasil e Respectivas Localizações Geográficas (2010).

Fonte: CADE (2009); CBC (2009); IBGE (2009a, 2009b); MITSUBISHI CARBIDE (2009); MITSUBISHI CORPORATION DO BRASIL (2008a, 2008b). Org.: SILVA, M. V. da. 2010.

* Não obteve informações sobre data de criação destas empresas.

2.2 Grupo Mitsubishi: desdobramentos do setor automotivo e a criação da Mitsubishi Motors Corporation

Com o crescimento da produção de veículos comerciais, a MHI decidiu que deveria criar uma única operação para centralizar a indústria automotiva. Então, é na década de 1970, especificamente no dia 22 de abril, que foi fundada oficialmente a MMC. Isso significa que o setor automobilístico, que estava subordinado tecnológica, financeira e administrativamente a MHI, passaria a ter operação independente no mercado. A partir desse momento, inicia-se o programa de expansão mundial da MMC, através do processo de internacionalização de suas atividades para diversos países. Uma das primeiras medidas tomadas foi em 1971, quando a MMC firma um acordo com a montadora americana Chrysler para vender os modelos Galant e Colt nos Estados Unidos da América. (MITSUBISHI MOTORS, 2008).

Seguindo essa tendência, em 1974, outro acordo é firmado com uma empresa inglesa Colt Car Company (CCC), o que possibilitou o início da distribuição de seus veículos no Reino Unido, começando assim, uma enorme expansão pelo continente europeu. Em 1977, inaugura-se uma série de concessionárias que possibilitou a venda direta de seus veículos. Até hoje, a CCC é responsável pela importação e distribuição dos veículos Mitsubishi no Reino Unido, sendo uma empresa de capital privado. Além de vender os veículos, atua na área de tecnologia de informação, financiamentos, venda de peças e acessórios automotivos, atendimento ao cliente, entre outros. A empresa possui, atualmente, 130 franquias espalhadas pelo Reino Unido que lhes prestam serviços e mais de 450 funcionários permanentes. (MITSBUBISHI CARS, 2009).

Em 1981, a MMC ingressa oficialmente no mercado norte-americano através de uma parceria com a Chrysler, dando origem a Diamonds-Star Motors (DSM)[16]. Dessa forma, os

[16] A Divisão de Manufatura da MMNA começou com a Diamond-Star Motors um empreendimento misto com 50% para cada corporação (MMC e Chrysler Corporation – agora DaimlerChrysler). Em 1991, a MMC

japoneses apresentam aos americanos, pela primeira vez, sua marca automotiva. Em 1982, três modelos da marca (o sedan Tredia, o Cordia e o cupê Strarion) foram vendidos nos Estados Unidos através de uma rede de 70 concessionárias espalhadas por 22 estados. (BLOG, 2009; MMNA, 2009).

Nessa mesma década, surgiu o modelo de maior sucesso de vendas na história da montadora: o veículo utilitário esportivo Pajero ou Shogun. Em 1985[17], a montadora se instala, de fato, na cidade de Normal, no Estado de Illinois, ficando conhecida como Divisão de Manufatura da Mitsubishi Motors da América do Norte (MMNA-Mfg). Robotiza parte de sua linha de produção através da implantação de 600 robôs que passam a auxiliar os 1.900 trabalhadores a montar os modelos Galant, Eclipse Sport e Spyder Conversível e Endeavor Sport. (MMNA-Mfg, 2009).

Em 1988, é fabricado o primeiro carro da marca Mitsubishi nos Estados Unidos. A partir desse ano, até 2005 especificamente, a empresa fabricou 2.752.854 automóveis, sendo grande parte exportada para 26 países, entre eles Espanha, México, Argentina, Rússia, Alemanha, Taiwan, Itália, Brasil e o próprio Japão. Atualmente, a empresa possui cerca de 500 concessionárias de propriedade e operação independentes sediadas em 50 estados norte-americanos. (MMNA-Mfg, 2009).

No fim da década de 1980, a MMC abre outra empresa em solo norte-americano. É o Centro de Pesquisa e Designer, na cidade de Cypress, na Califórnia, cuja finalidade é atuar na pesquisa e no desenvolvimento de novos modelos de automóveis e aperfeiçoamento de designer de modelos já conhecidos do mercado local. O centro californiano é responsável pelo design dos modelos de automóveis fabricados nos Estados Unidos como o Eclipse, Eclipse

---

comprou a parte da Chrysler e a planta transformou-se numa subsidiária americana da MMC. Em janeiro de 2001, todas as operações norte-americanas do Grupo Mitsubishi foram juntadas na MMNA. A fábrica em Normal (Illinois) representa a produção de carros de passeios na América do Norte. (MMNA, 2009).

[17] A MMNA e a Chrysler chegam a um acordo para rescindir e cancelar o contrato básico entre as montadoras.

Spyder, Endeavor e Galant, voltados basicamente para o mercado norte-americano[18]. (MMNA, 2009).

Em 1989, a Mitsubishi Motors Portugal é fundada como distribuidora oficial da marca com escritórios em Portugal. Antes disso, a Univex era a empresa responsável pela importação dos automóveis da montadora para Portugal, sendo atualmente, a mais antiga concessionária da rede Mitsubishi Motors Portugal e a principal responsável pela implementação dos escritórios da marca no país. A Mitsubishi Motors Portugal é uma rede de distribuição composta por 62 concessionárias. (MITSUBISHI MOTORS PORTUGAL, 2010).

A Netherlands Car B.V., ou simplesmente NedCar, é a única montadora de veículos de grande escala da Holanda. Esse complexo se localiza no encontro dos municípios de Sittard, Geleen e Born, na província de Limburg, no sul da Holanda e completa 42 anos de produção em 2010[19]. (NEDCAR, 2009).

Em agosto de 1992 é firmado um acordo entre a MMC , o governo holandês e a Volvo Suécia que concluem um plano de produção, formando uma *joint-venture* para a fabricação de automóveis de passageiros, no qual o Grupo japonês passa a ser co-proprietário da Nedcar. Isto levou a uma instalação de produção original, onde as marcas e modelos diferentes de carros são construídos ao mesmo tempo sobre a mesma linha de produção, inclusive os da Volvo e da DaimlerChrysler[20].

Vários veículos foram produzidos na Nedcar após esse acordo, entre eles o Carisma (de 1995 a 2004, partilha o chassis da primeira geração do Volvo S40) e o Mitsubishi Space Star (de 1998 a 2005**,** partilha a sua plataforma com o Mitsubishi Carisma e com o Volvo

---

[18] O Centro de Pesquisa e Designer da Mitsubishi, localizado em Cypress, na Califórnia, é fechado em 09 de março de 2009, devido à crise econômica mundial. (MMNA, 2009).

[19] Na verdade, a NedCar foi inaugurada em 1968 pela rainha holandesa Juliana, com o propósito de incrementar a produção de veículos de passageiros. Em 1975 através de parceria entre Volvo Car Corporation e DAF Car BV, deu origem a marca holandesa Volvo Car BV. (MITSBUBISHI CARS, 2009; NEDCAR, 2009).

[20] A Volvo operou nesta unidade até 2001, quando a MMC passa a ser proprietária única da Nedcar. E a DaimlerChrysler até junho de 2006, através de uma parceria para produzir o Mitsubishi Colt. (NEDCAR, 2009).

S40/V40), além de outros que se encontram no mercado, como o Mitsubishi Colt[21] e o Mitsubishi Colt CZ3. (MITSBUBISHI CARS, 2009; NEDCAR, 2009).

A partir da década de 90 do século XX, é marcada pelo sucesso dos veículos da marca em competições e na rua, como também por inovações tecnológicas aplicadas no desenvolvimento do motor. Dessa forma, entrou em cena o brilho dos modelos Pajero, no tradicional rali Dakar, cujo sucesso se tornou notícia em todo o mundo. Outro fator de sucesso para a montadora foi o desenvolvimento, em 1995, do motor com injeção direta de gasolina. Com o brilho do modelo Pajero, a montadora resolveu investir pesado no segmento de Veículos Utilitários Esportivos (SUV), se tornando uma das melhores e mais desenvolvidas neste segmento. (BLOG, 2009).

Nota-se que concernente à atuação do setor automobilístico brasileiro, a década de 1990 é marcada, num primeiro momento, pela abertura do mercado nacional para a importação de veículos, medida implementada pelo Governo de Fernando Collor de Melo no início de 1990. Por meio dessa possibilidade, o empresário Eduardo de Souza Ramos firma acordo com a companhia MMC e adquire o direito de importar veículos e revender para todo o país, dando início a uma parceria que culminou na formalização de um acordo para instalar uma montadora no Brasil. O segundo momento ocorre em 1997, quando é lançada a pedra fundamental para a construção da fábrica em Catalão, no interior do estado de Goiás e sua respectiva implantação (1998), consolidação e perspectivas de expansão produtiva.

Entra o século XXI e a empresa avança em termos de pesquisa, desenvolvimento tecnológico, conquistas de novos mercados e aumento de produção. Concomitante ao crescimento do mercado nacional e aos avanços da montadora, o cenário internacional é

[21] Hoje, é um modelo compacto construído usando a mesma plataforma que o seu irmão já descontinuado Smart ForFour. A Mitsubishi tem utilizado o nome em dois modos. Primeiro, usava como a marca das séries kei-car e dos sub-compactos na década de 1960. Em seguida, como a exportação da versão do Mitsubishi Mirage HatchBack. A Chrysler Corporation também utilizou este nome em parceria com a Mitsubishi na década de 1970, quando recebe a segunda geração do Mitsubishi Colt Galant, como a Dodge e Plymounth Colt, com importação para o mercado dos Estados Unidos. (MITSBUBISHI CARS, 2009).

marcado por acontecimentos que influenciam em decisões tomadas na unidade montadora no Brasil. O ano de 2001 inicia com um plano da MMC para a construção de uma fábrica de motores em conjunto com a DaimlerChrysler na Alemanha. Os setores de caminhão e ônibus eram separados até 2002. Já em 2003, houve uma cisão entre duas empresas fabricantes de caminhões e ônibus e foi formada a Mitsubishi Fuso Truck & Bus Corporation.

O ano de 2008 se anuncia como um ano próspero para as grandes montadoras automotivas do mundo. Até o mês de julho/08, as produções e vendas batem recordes. Mas, a partir de agosto de 2008, a situação econômica mundial sofre um revés, pois o primeiro setor a sentir a crise econômica foi o automotivo. A partir desse momento, a história de progresso, o aumento de produção, os investimentos em aperfeiçoamento tecnológico, o desenvolvimento de novos modelos de automóveis e a geração de novos postos de trabalhos é deixada de lado e uma nova realidade emerge para o setor em termos globais.

Nos últimos meses de 2008 e primeiros de 2009, as notícias que rondaam a imprensa é que grupos tradicionais na produção automotiva como GM, Ford, Fiat, Toyota, Honda, DaimlerChrysler, Hyundai, entre tantas outras, enfrentam sérios problemas financeiros, inclusive com o fechamento de montadoras em diversas partes do mundo, demissões em massa, concessão de férias coletivas, incentivos a demissão voluntária e aposentadoria parcial, entre outras ações que vêm sendo tomadas individualmente pelas indústrias montadoras. Em contrapartida, os governantes adotam pacotes econômicos e oferecem incentivos a fim de evitar o fechamento das montadoras e o desemprego em massa.

No Brasil, o Governo Federal institui lei de incentivo ao setor automotivo, com o anúncio da promulgação do Decreto n.° 6.687, de 12 de dezembro de 2008, em que reduz o IPI para veículos. O objetivo do decreto consiste em alavancar as vendas de automóveis estocados nas concessionárias. O primeiro decreto instituiu que o IPI sobre os carros populares, com motor de até 1.000 cilindradas, caísse de 7% para zero %. Os veículos médios,

com motor entre 1.000 e 2.000 cilindradas, tiveram a tributação cortada de 13% para 6,5% no modelos a gasolina e de 11% para 5,5% nos modelos flex e álcool. As *pick-ups*, de até 1000 cilindradas, reduziram de 8% para 1%; e as de 1000 a 2000, de 8% para 4%. A redução das alíquotas deste decreto vigorou até o dia 31 de março de 2009.

O segundo decreto, de n.º 6.743, de 15 de janeiro de 2009, contempla os veículos *off-road*, ou seja, aqueles destinados a percorrer caminhos mais difíceis, como estradas de terra. Essa categoria de veículos não havia sido contemplada com as políticas de incentivos do Decreto n.° 6.687 e, agora, tiveram a alíquota do IPI reduzido de 15% para 7,5% a. A vigência do segundo Decreto foi até 31 de março de 2009.

Chegado ao fim do mês de março de 2009, o Governo Federal prorrogou a vigência dos Decretos n.° 6.687 e 6.743, instituindo um novo, o Decreto n.º 6.809, de 30 de março de 2009, com vigência até 30 de junho de 2009. Além de abarcar o setor automotivo, este último contempla o setor de construção civil, conforme se observa no Anexo 3.

Vale ressaltar que as políticas de incentivos fiscais promulgadas em forma de Decretos pela Presidência da República do Brasil abrangem somente veículos de produção nacional, isto é, os automóveis importados mantêm suas alíquotas de IPI inalteradas em 35%.

Retornando à questão internacional de crise econômica no setor automotivo, cabe salutar que, no caso específico da MMC, a crise econômica também lhe atinge, inclusive com o fechamento do Centro de Pesquisa e Designer nos Estados Unidos, o que provocou a demissão de, aproximadamente, 60 funcionários com alto padrão técnico e científico na produção de novos modelos de veículos para o mercado da América do Norte e desenvolvimento de novas tecnologias. Numa tentativa de conter gastos, o Grupo anunciou que não participaria do Rally Dakar, do Salão Internacional de Frankfurt e nem do Salão de Detroit. Estes são eventos tradicionais no setor automobilístico. No *rally*, a montadora mostra o desempenho de sua linha *competition* em relação às demais marcas, sendo recordista de

vitórias por anos consecutivos. Os salões de automóveis são lugares onde as marcas automotivas de todo o mundo apresentam novos lançamentos e modelos de automóveis cada vez mais desenvolvidos tecnologicamente. A MMC foi a primeira montadora a anunciar a desistência do Salão de Frankfurt, alegando os mesmos motivos para desistir de Detroit: falta de novidades para exibir aos participantes e corte de gastos em busca de contornar a crise econômica que assola o setor. (VIVAS, 2009b).

Ainda como reflexo da crise de 2008/2009 sobre a atuação da Mitsubishi Motors Européia (MME), a MMC toma também a decisão de "fechar seus escritórios comerciais localizados na Holanda e transferir os principais empregados, executivos e designers para a matriz no Japão". (VIVAS, 2009a). Nesse caso, os demais segmentos automotivos localizados na Europa, como a filial inglesa da marca e sua rede de concessionárias, não deverão ser afetados, pelo menos em curto prazo. E a fábrica holandesa de NedCar continuará produzindo normalmente, assim como o Centro de Distribuição de Peças localizado na Alemanha continuará operando no mercado europeu. (VIVAS, 2009a).

Em relação à crise econômica mundial que tem atingido em massa o setor automobilístico, outra medida tomada pela MMC consistiu na decisão de transferir parte da produção automotiva do Japão e de outras partes do mundo para o Brasil, especificamente para a montadora em Catalão/GO. Há tempos, essa iniciativa vem sendo estudada, mas a crise acabou por adiantar as medidas e, a própria MMCB já confirma a transferência, em que serão produzidos mais três novos modelos de veículos que serão destinados ao mercado interno, a América Latina, ao México e ao Caribe[22]. (FERREIRA, 2009; VIVAS, 2009c).

Entre os modelos mais cotados para a produção na montadora de Catalão, estavam o "SUV Pajero Full, o crossover Outlander e o sedan Lancer. Desses três modelos, "[...]

[22] A decisão da montadora japonesa tem o objetivo de reduzir o impacto do fortalecimento do *iene* (a moeda japonesa) em seus custos de produção. Além disso, quer aproveitar para distribuir os carros para toda a América Latina pelo fato de as exportações brasileiras contarem com tarifas privilegiadas na região, graças ao MERCOSUL e ao pacto comercial brasileiro com o México. (FERREIRA, 2009).

somente o Lancer não é vendido atualmente no país". (TOBIAS, 2009). Porém, segundo informações veiculadas pela imprensa especializada, a produção da Pajero Full em Goiás iniciará, possivelmente, a partir de abril/2009. Os demais modelos ainda não têm data marcada para o início da produção. Isso depende de estudos de mercado.

Com a crise o projeto foi paralizado, sendo retomando em março de 2010, como o anúncio oficial pela MMCB de que o utilitário-esportivo Pajero Dakar, importado do Japão, será montado no Brasil a partir do primeiro semestre de 2011. A montagem do segundo modelo é para o fim de 2012, cuja produção será de um automóvel da linha Lancer, provavelmente um sedã, marcando a entrada da empresa brasileira no segmento de carros de passeio. (SILVA, C., 2010)[23]. Constata-se que as especulações acerca dos tipos de modelos a serem produzidos no Brasil não eram totalmente seguras, haja vista, que no anúncio oficial apresentou-se outros modelos.

As empresas que compõem a companhia Mitsubishi Motors Corporation atuam diretamente no setor automotivo e subsidiam a produção automotiva do Grupo Mitsubishi, conforme mostra o quadro 7. Ao todo, são, aproximadamente, 50 empresas subsidiárias a MMC, sendo 21 sediadas no Japão, enquanto o restante se e localizam em diversos países do mundo (quadro 8). No entanto, a relação de empresas não apresenta a MMCB como empresa subsidiária. Credita-se tal fato ao tipo de parceria que a montadora brasileira mantém com a

[23] No dia 16 de março de 2010, a MMC Automotores do Brasil S.A., reuniu os responsáveis pela rede de concessionárias e a imprensa especializada e realizou o anúncio de que no início do mês, a Mitsubishi firmou parceria com o banco de investimentos BTG Pactual, que passou a ser sócio minoritário da montadora. Eduardo de Souza Ramos não divulgou os valores e porcentual de ações nem a participação do banco no novo investimento. Na mesma data foi anunciado também que "A Mitsubishi do Brasil vai promover a primeira grande ampliação da fábrica de Catalão (GO) desde sua inauguração, em 1998. O grupo liderado pelo empresário brasileiro Eduardo de Souza Ramos vai investir R$ 800 milhões até 2015 para dobrar a capacidade da linha de montagem e produzir dois novos veículos. O valor é quase o mesmo gasto nos últimos 12 anos, que somou R$ 800 milhões, sempre com recursos próprios. O primeiro projeto é do utilitário-esportivo Pajero Dakar, hoje importado do Japão, e que será nacionalizado a partir do primeiro semestre de 2011. O modelo custa R$ 140 mil. O segundo, para o fim de 2012, é um automóvel da linha Lancer, provavelmente um sedã, marcando a entrada da empresa brasileira no segmento de carros de passeio. Até agora, a fábrica local atuou apenas no segmento de utilitários e picapes". (SILVA, C., 2010).

MMC, sendo uma representante. (MITSUBISHI MOTORS, 2009; MITSUBISHI MOTORS, 2010).

Subsidiárias
Hokkaido Mitsubishi Motors Sales Co., Ltd.
Higashi Nihon Mitsubishi Motors Sales Co., Ltd.
Kanto Mitsubishi Motors Sales Co., Ltd.
Chubu Mitsubishi Motors Sales Co., Ltd.
Mitsubishi Motors Parts Sales Co., Ltd.
Higashi Kanto MMC Parts Sales Co., Ltd.
Shikoku MMC Parts Sales Co., Ltd.
Nishi Nihon Mitsubishi Motors Sales Co., Ltd.
Pajero Manufacturing Co., Ltd.
Mitsubishi Automotive Accessories & Products Co., Ltd.
Mitsubishi Automotive Logistics Technology Co., Ltd.
Mitsubishi Automotive Engineering Co., Ltd.
Suiryo Plastics Co., Ltd.
Hakodate Mitsubishi Motors Sales Co., Ltd.
Tokachi Mitsubishi Motors Sales Co., Ltd.
Ibaraki Mitsubishi Motors Sales Co., Ltd.
Meihoku Mitsubishi Motors Sales Co., Ltd.
Mie Mitsubishi Motors Sales Co., Ltd.
Kagawa Mitsubishi Motors Sales Co., Ltd.
Miyazaki Mitsubishi Motors Sales Co., Ltd.
MMC Diamond Finance Corp.
Muroran Mitsubishi Motors Sales Co., Ltd.

Quadro 7 - Subsidiárias da Mitsubishi Motors Corporation sediadas no Japão (2010).

Fonte**:** MITSUBISHI MOTORS (2010). Org. SILVA, M. V. da. 2010.

Vale relembrar que o setor automotivo estava diretamente associado, até a década de 1960, a MHI, vindo somente a romper com essa hierarquia a partir de 1970, com a divisão/desmembramento do setor. Tal ruptura culmina na criação da Mitsubishi Motors Corporation, que se torna um segmento independente em termos administrativos. Sua finalidade consiste em gerir a produção automotiva do Grupo pelo mundo. Dessa maneira, a MMC ressalta sua política de expansão internacional, instalando unidades montadoras em vários países, inclusive com expansão para a América Latina e Central, conforme será tratado a seguir. Numa dessas tentativas, faz parceria com o grupo empresarial brasileiro chefiado por

Eduardo de Souza Ramos[24] e Paulo Ferraz que, desde 1991, detinham direitos de revenda de veículos importados da marca Mitsubishi no Brasil[25] e que em 1998 consolida-se na instalação de unidade montadora em Goiás.

[24] O administrador de empresas teve a sua incursão no mundo automobilístico em 1967, como revendedor da Volkswagen e, depois, da Ford. Em 1991, tornou-se importador oficial da Mitsubishi.

[25] É somente a partir de 1997 que a dupla de empresários brasileiros passa a ser parceira da MMC no país, culminando na construção da montadora em Catalão, com capital próprio.

Empresas	Função	País
Mitsubishi Motors North America, Inc. (MMNA)	Administrativo	Estados Unidos (Cypress, Califórnia)
Mitsubishi Motors North America, Inc. (MMNA)	Montadora dos modelos Galant, Eclipse, Endeavor, Chrysler Sebring, Stratus Coupe	Estados Unidos (Normal, Illinois)
Mitsubishi Motors R&D of America, Inc. (MRDA)	Experimentação e investigação sobre automóveis	Estados Unidos (Ann Arbor, Michigan)
Mitsubishi Motors R&D of America, Inc. (MRDA)	Experimentação e investigação sobre automóveis	Estados Unidos (Cypress, Califórnia)
Mitsubishi Motor Sales of Canada, Inc.	Distribuidor	Canadá (Mississauga)
Mitsubishi Motors Credit of America, Inc. (MMCA)	Financeira	Estados Unidos
Mitsubishi Motor Sales of Caribbean, Inc. (MMSC)	Distribuidor	Porto Rico (San Juan)
Mitsubishi Motors Europe B.V. (MME)	Distribuidor	Holanda (Amsterdam)
Mitsubishi Motor R&D Europe GmbH (MRDE)	Experimentação e investigação sobre automóveis	Alemanha
Mitsubishi Motor Sales Netherlands B.V.	Distribuidor	Holanda (Amsterdam)
Mitsubishi Motors Deutschland GmbH	Distribuidor (veículos, roupas, bicicletas, ...)	Alemanha (Hattersheim)
Mitsubishi Motors France S.A.S	Distribuidor	França (Cergy-Pontoise)
Mitsubishi Motors Belgium nv	Distribuidor	Bélgica (Kontich)
MMC International Finance (Netherlands) B.V.	Financeira	Holanda
Netherlands Car B.V. (NedCar)	Montadora do modelo Colt	Holanda (Born)
Mitsubishi Motors Australia, Ltd. (MMAL)	Distribuidor	Austrália (Sydney)
Mitsubishi Motors New Zealand Ltd. (MMNZ)	Montadora	Nova Zelândia (Porirua)
Mitsubishi Motors (Thailand) Co.,Ltd. (MMTh)	Montadora da L200 Strada e Lancer	Tailândia (Phathumthanee)
MMTh Engine Co., Ltd.	Fábrica de Motores	Tailândia (Cholbori)
Mitsubishi Motors Philippines Corp. (MMPC)	Distribuidor	Filipinas (Manila)
Asian Transmission Corp. (ATC)	Fábrica de Autopeças	Filipinas (Laguna)
Mitsubishi Motor Parts Sales of Gulf FZE	Fábrica de Autopeças	Emirados Árabes (Dubai)
Mitsubishi Motors do Portugal S.A.	Distribuidor	Portugal (Lisboa)
Vina Star Motors Corp.	Distribuidor	Vietnã (Ho Chin Minh)

Quadro 8 - As maiores subsidiárias da Mitsubishi Motors Corporation sediadas fora do Japão (2010).

Fonte: MITSUBISHI MOTORS (2010). Org. SILVA, M. V. da. 2010.

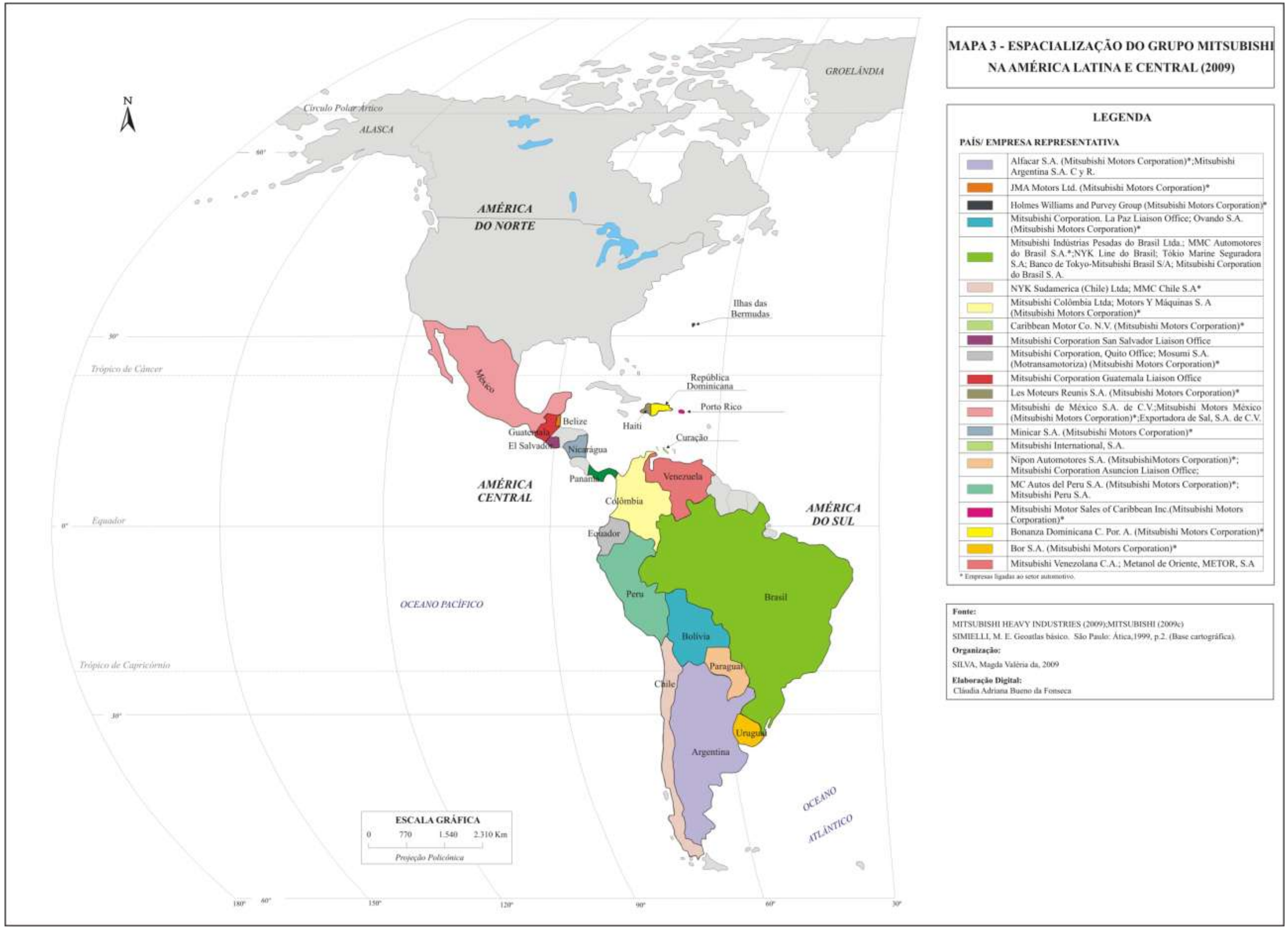
2.2.1 Grupo Mitsubishi: atuação nas Américas Latina e Central

Diante da complexidade organizacional do Grupo Mitsubishi, os três setores (produção, *trading* e finanças) independentes também se dividiram em áreas mais especializadas, passando a ter suas representações por diversos países do mundo. Segundo dados obtidos endereço eletrônico oficial do Grupo em 2009, referente às atividades desenvolvidas nas Américas Latina e Central, nota-se a presença da Mitsubishi em quase todos os países atuando sistematicamente nos setores automotivo, minerador, alimentício, tecnológico, entre outros, conforme mostra o mapa 3. Os *websites* (endereços eletrônicos) das empresas ligadas ao Grupo nas Américas Latina e Central não disponibilizam a data de instalação dessas subsidiárias nos países americanos.

De acordo com o mapa 3, os segmentos de produção, *trading* e finanças do Grupo Mitsubishi estão representados nas Américas Latina e Central. No entanto, o setor automotivo, merece destaque especial através de uma análise mais pormenorizada realizada via *websites*, nos quais foram levantadas as representações comerciais e rede de concessionárias representantes da MMC.

Especificamente, a MMC possui representações comerciais e rede distribuidora em 42 países da América Latina e Central, mas somente o Brasil possui uma unidade montadora dos veículos da marca. As demais são distribuidoras que possuem uma rede de concessionárias que vendem e distribuem veículos da marca, inclusive os fabricados em Catalão.

Numa análise mais pormenorizada do mercado latino-americano e da América Central, sobre a atuação da MMC, pode-se dizer que, em alguns países, há uma vasta rede de concessionárias e revendas autorizadas independentemente de a montadora ter uma fábrica no local, como é o caso do Peru, do Chile, da Argentina e do Porto Rico.


MAPA 3 - ESPACIALIZAÇÃO DO GRUPO MITSUBISHI NA AMÉRICA LATINA E CENTRAL (2009)
LEGENDA
PAÍS/ EMPRESA REPRESENTATIVA
Alfacar S.A. (Mitsubishi Motors Corporation)*;Mitsubishi Argentina S.A. C y R.
JMA Motors Ltd. (Mitsubishi Motors Corporation)*
Holmes Williams and Purvey Group (Mitsubishi Motors Corporation)*
Mitsubishi Corporation. La Paz Liaison Office; Ovando S.A. (Mitsubishi Motors Corporation)*
Mitsubishi Indústrias Pesadas do Brasil Ltda.; MMC Automotores do Brasil S.A.*;NYK Line do Brasil; Tókio Marine Seguradora S.A; Banco de Tokyo-Mitsubishi Brasil S/A; Mitsubishi Corporation do Brasil S. A.
NYK Sudamerica (Chile) Ltda; MMC Chile S.A*
Mitsubishi Colômbia Ltda; Motors Y Máquinas S. A (Mitsubishi Motors Corporation)*
Caribbean Motor Co. N.V. (Mitsubishi Motors Corporation)*
Mitsubishi Corporation San Salvador Liaison Office
Mitsubishi Corporation, Quito Office; Mosumi S.A. (Motransamotoriza) (Mitsubishi Motors Corporation)*
Mitsubishi Corporation Guatemala Liaison Office
Les Moteurs Reunis S.A. (Mitsubishi Motors Corporation)*
Mitsubishi de México S.A. de C.V.;Mitsubishi Motors México (Mitsubishi Motors Corporation)*;Exportadora de Sal, S.A. de C.V.
Minicar S.A. (Mitsubishi Motors Corporation)*
Mitsubishi International, S.A.
Nipon Automotores S.A. (MitsubishiMotors Corporation)*; Mitsubishi Corporation Asuncion Liaison Office;
MC Autos del Peru S.A. (Mitsubishi Motors Corporation)*; Mitsubishi Peru S.A.
Mitsubishi Motor Sales of Caribbean Inc.(Mitsubishi Motors Corporation)*
Bonanza Dominicana C. Por. A. (Mitsubishi Motors Corporation)*
Bor S.A. (Mitsubishi Motors Corporation)*
Mitsubishi Venezolana C.A.; Metanol de Oriente, METOR, S.A
* Empresas ligadas ao setor automotivo.
Fonte:
MITSUBISHI HEAVY INDUSTRIES (2009);MITSUBISHI (2009c)
SIMIELLI, M. E. Geoatlas básico. São Paulo: Ática,1999, p.2. (Base cartográfica).
Organização:
SILVA, Magda Valéria da, 2009
Elaboração Digital:
Cláudia Adriana Bueno da Fonseca
N
GROELÂNDIA
Círculo Polar Ártico
ALASCA
AMÉRICA DO NORTE
Ilhas das Bermudas
Trópico de Câncer
México
República Dominicana
Porto Rico
Haiti
Belize
Guatemala
El Salvador
Nicarágua
Curação
Panamá
Venezuela
AMÉRICA CENTRAL
Colômbia
AMÉRICA DO SUL
Equador
Equador
Peru
Brasil
OCEANO PACÍFICO
Bolívia
Trópico de Capricórnio
Paraguai
Chile
Uruguai
Argentina
OCEANO ATLÂNTICO
ESCALA GRÁFICA
0 770 1.540 2.310 Km
Projeção Policônica
180° 150° 120° 90° 60° 30°

No Peru, a empresa denomina-se MC Autos del Perú S.A., sendo de capital misto. Desse montante, a Mitsubishi Motors Corporation possui 70% do capital e o Grupo Romero, um grupo local, detém os 30% restante. A empresa foi fundada em setembro de 1999 e possui, atualmente, três filiais: Mitsubishi Perú - Tienda San Isidro; Mitsubishi Perú - Tiendra Surco; Mitsubishi Perú - Tienda Jockei Plaza e mais 26 concessionárias autorizadas a revender os veículos Mitsubishi em terras peruanas. (MITSUBISHI MOTORS PERU, 2009).

No Chile, há uma empresa distribuidora denominada MMC Chile S.A. Ao todo, são 58 concessionárias localizadas em diversas regiões do país. A matriz, denominada Comasa, se localiza em Quilicura, uma das cidades que forma a região metropolitana de Santiago. (MITSUBISHI MOTORS CHILE, 2009).

Em junho de 1991, na Argentina, a MMC elegeu a Alfacar S.A. como representante oficial e exclusiva na distribuição de automotores e veículos comerciais. Desde então, a marca vem conquistando o mercado argentino, que conta, atualmente, com 27 concessionárias distribuídas por suas 23 províncias, todas ligadas diretamente a Alfacar. Em 16 anos de funcionamento no país, as concessionárias já venderam, aproximadamente, 27 mil automóveis. (MITSUBISHI MOTORS ARGENTINA, 2009).

No caso da Mitsubishi Motor Sales of Caribbean, Inc., localizada em San Juan, Porto Rico é representante da MMC desde 1972. Mas, somente no ano de 1989, tornou-se distribuidor oficial da companhia para a América Central, sendo, atualmente, responsável por colocar os veículos da marca em circulação nos países como Aruba, Belize, Curaçao, Barbados, Bahamas, Guiana Francesa e nas ilhas de Santa Lúcia, São Cristóvão, Saint Maarten, Tortola e São Tomás. (MITSUBISHI MOTORS CARIBBEAN, 2010).

Dessa forma acerca das ações da MMC no mercado internacional e de suas ramificações para os países da América Latina e Central possibilita a Companhia acoplar mais fluxo de capitais, tecnologia, expansão de mercado, aumento do volume de negócios ao

Grupo Mitsubishi. No caso da América Latina e Central, o setor automotivo está bem consolidado, haja vista, que quase todos os países possuem representantes oficiais, que por sua vez, se desdobram na abertura de diversas concessionárias como os casos da Argentina, Peru, México, entre outros.

Contudo, a MMC desempenha um papel importante nos países latino-americanos e da América Central, estando presente nas maiores cidades através de rede de concessionárias que disponibilizam ao mercado os modelos montados em diversos países onde a Compnhia possuem montadora, reforçando dessa forma sua expansão internacional. Nesse viés abordar em seguida sobre a implantação e consolidação da única unidade montadora subsidiária da MMC nas Américas Latina e Central se torrna algo relevante do ponto de vista geográfico.

2.3 A emergência da atividade automobilística em Goiás

Desde a chegada da indústria automotiva no Brasil, muita coisa mudou, como o aumento da quantidade de plantas industriais, a quantidade de automóveis produzidos, a diversificação, o aumento e os avanços tecnológicos, os empregos gerados etc. Ao longo dos anos, várias indústrias automotivas foram se desconcentrando da Região Sudeste (pioneira) em busca de novos rumos, de novos lugares para se instalarem. Foi nesse processo que o estado de Goiás e a cidade de Catalão se tornaram pioneiros ao receber a primeira montadora de automóveis da Região Centro-Oeste.

Atualmente, o estado possui duas montadoras consolidadas, a MMCB - objeto de estudo deste trabalho - e a Carlos Alberto de Oliveira Andrade (CAOA) representante oficial da montadora sul-coreana Hyundai Motor Company no Brasil, porém, Catalão abriga provisoriamente representante oficial da montadora japonesa Suzuki, na qual são

nacionalizados alguns modelos de veículos importados. É no contexto das políticas públicas e decisões empresariais que Goiás se insere nacionalmente como um estado em franco desenvolvimento no setor automotivo.

A atividade automotiva e outras subsidiárias tiveram início em Goiás através da implantação da MMC Automotores Brasil S.A. na cidade de Catalão. O contexto que trouxe a montadora para terras goianas é permeado por diversos fatores que vão desde o poder das elites políticas locais até os incentivos fiscais concedidos pelo Estado com objetivos de atrair montadoras automobilísticas para a região Centro-Oeste. Sendo assim, tratar-se-á, sucintamente, quais são os fatores e seus significados no processo de implantação da MMCB em Catalão/GO. Cumpre considerar que este trabalho já foi realizado com categoria por Silva (2001).

Foi no panorama do processo de desconcentração industrial e no estabelecimento de políticas estatais que Goiás atraiu a MMCB para se instalar em Catalão (ver foto 1). Em 06 de junho de 1997, foi assinado o Protocolo de Implantação de Indústria Montadora de Veículos Mitsubishi entre o Governo do Estado de Goiás (Governador Luiz Alberto Maguito Vilela), a Prefeitura Municipal de Catalão (Prefeito Eurípedes Pereira Ferreira) e a MMCB (Diretor Eduardo de Souza Ramos). No documento, prevê-se a concessão de benefícios, incentivos e vantagens para a instalação da empresa em Catalão. Dessa forma, o protocolo está dividido entre as atribuições do Estado, do Município e da montadora. As atribuições que o Estado e o Município tomaram para viabilizar a instalação da MMCB serão discutidas na sequência, devido à densidade das informações levantadas.

Foto 1 – Vista aérea do *Site* da MMCB antes da construção da Central de Peças e Serviços, 2009.

Autor: Paiva (2009).

Catalão foi o município escolhido para sediar a MMCB. Desse modo, a Mitsubishi se instalou no município goiano devido à chamada “guerra dos lugares”, processo em que saiu vitorioso em relação à disputa com outras localidades. A “guerra dos lugares” é conhecida, popularmente, como uma disputa entre municípios em busca de investimentos de grandes grupos empresariais.

É com base nas vantagens oferecidas por estados e municípios que as empresas decidem onde instalar suas plantas industriais. Em geral, são concedidas através de acordo de intenções/protocolos firmados entre as partes interessadas. Os acordos envolvem grandes somas em dinheiros, isenções de tributos e investimentos na busca de atrair capital aos municípios. Geralmente, a “guerra fiscal” se transforma em uma “guerra dos lugares” devido às concessões, aos incentivos e até aos perdões fiscais que são concedidos pelos estados e municípios, demonstrando uma briga exacerbada pelo capital e desenvolvimento econômico regional. Segundo Vasconcelos e Teixeira (1998, p. 3-4):

> Essas concessões, porém, nem sempre são divulgadas ao público. Uma das batalhas mais importantes pela localização da usina da Renault foi disputada pelos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo, Minas Gerais e Paraná, tendo sido ganha por este último à custa de muitos incentivos.

Destarte, “a guerra fiscal” acaba tornando um instrumento jurídico que envolve altas cifras monetárias em busca do desenvolvimento econômico regional, mas nem sempre os altos investimentos feitos pelo Estado têm retornos sociais garantidos. Nesse sentido, Santos e Silveira (2001, p. 112) assinalam que:

> As mudanças de localização de atividades industriais são às vezes precedidas de uma acirrada competição entre Estados e municípios pela instalação de novas fábricas e, mesmo, pela transferência das já existentes. A indústria do automóvel e das peças é emblemática de tal situação.

Até o final da década de 1980, as montadoras automobilísticas buscavam se instalar nas áreas metropolitanas, próximas aos grandes centros comerciais, financeiros e de maior circulação de capitais. Mas, a partir de 1990, houve uma tendência para uma nova localização

da indústria automotiva no país, proporcionada, principalmente, pela desconcentração industrial e pela criação do RAB e do RAE, por parte do governo federal, que impulsionaram a disputa entre as cidades. O RAE alavancou o processo de desconcentração da indústria automobilística para as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do país, através da regulamentação de incentivos diversos, conforme aponta Lima et al. (2002). Esse assunto já foi tratado no capítulo 1.

Com base no processo de desconcentração da indústria automotiva brasileira, é possível observar que se desenha uma nova configuração espacial da indústria automotiva no país, através da instalação de plantas industriais em regiões não-tradicionais no setor, como o Nordeste, Centro-Oeste e Norte. Com base nessa configuração espacial emergente, Santos e Silveira (2001, p. 209) sustentam que:

> Podemos imaginar que, nos próximos decênios, o "custo" relativo das grandes cidades vai baixar e não aumentar, uma vez que muitas indústrias hegemônicas já estão se localizando nas periferias das megalópoles, das metrópoles e mesmo das cidades médias. (destaque dos autores).

Vê-se que os autores chamam a atenção para as cidades médias como uma preferência da propagação de capitais. Nesse limiar, Ramalho e Santana (2005, p. 1), ao refletirem sobre o processo de reestruturação das atividades industriais no país, discutem que:

> O processo de reestruturação das atividades industriais dos últimos anos atingiu de forma substantiva o setor automotivo mundial e brasileiro. A partir de uma política de abertura de mercado no início dos anos 1990, as montadoras multinacionais não só investiram mais na construção de novas fábricas como também saíram em busca de novos territórios fora das áreas geográficas tradicionais de produção de veículos.

Assim sendo, a indústria automotiva, no mundo e no Brasil, acaba sendo pioneira no processo de reestruturação tecnológica e produtiva, devido, principalmente, aos avanços no processo produtivo com o uso de equipamentos modernos, visando o aumento da produtividade. Essa tendência é impulsionada pela abertura do mercado nacional para a importação de veículos, sendo que a marca Mitsubishi só chega ao país neste contexto através de uma empresa importadora de veículos de Eduardo de Souza Ramos, acionista majoritário

da MMCB.

Portanto, foi com base nessas medidas estatais (RAE), que Goiás recebeu, em 1998, a primeira montadora de veículos do Centro-Oeste: a Mitsubishi. Sua implantação está envolta de diversas concessões e incentivos, tanto por parte do Estado, como por parte do município de Catalão. Tanto o processo de implantação como o de consolidação da MMCB em Goiás serão tratados a seguir por questões metodológicas e organizacionais da Tese.

Os planos de transformar Goiás em um pólo automotivo não cessaram, ou seja, as atividades iniciadas em 1997 teve prosseguimento dentro das instituições do Estado. Em meio a uma "guerra fiscal" e visando novos investimentos, Goiás entrou em uma disputa com a Bahia e acabou tirando deste estado a fábrica da Hyundai Motor Company. A disputa pela Hyundai teve início em 1997, cujas pretensões iniciais era de se instalar na Bahia, segundo dados de Vasconcelos e Teixeira (1998), mas só veio se confirmar em 2006, após decisão da empresa em instalar sua unidade montadora no município de Anápolis.

A história da Hyundai no Brasil lembra a da Mitsubishi no país (será contada a seguir). O Grupo CAOA iniciou suas atividades em 1979, quando o médico Carlos Alberto de Oliveira Andrade (fundador e atual presidente do Grupo) adquiriu uma revenda Ford em Campina Grande/PB, como forma de receber o pagamento da compra de um Landau feita na concessionária que faliu antes da entrega do veículo. Desde então, ele passou a ser sócio na concessionária e, em menos de seis anos, a CAOA tornou-se a maior revendedora Ford em toda a América Latina, permanecendo assim até 2006. (CAOA, 2008; HYUNDAI, 2008a).

Em 1992, o governo federal liberou a importação de veículos, até então proibida. Neste mesmo ano, a CAOA tornou-se a importadora oficial e exclusiva da marca Renault até a vinda da montadora para o país, que adquiriu os direitos de importação. Porém, o grupo CAOA deixou de representá-la anos depois. Em 1993, a marca caiu para o nono lugar em vendas. (CAOA, 2008; HYUNDAI, 2008a). Em 1998 o Grupo CAOA se tornou o importador

oficial da marca Subaru. As vendas da marca, antes representada por outro importador, triplicaram em menos de um ano. Em 1999, foi a vez da Hyundai, que já havia sido representada por dois outros distribuidores, sem grandes sucessos. Com a CAOA, a marca Hyundai tornou-se líder no mercado de importados com o modelo Tucson e, em abril de 2007, foi inaugurada a primeira montadora Hyundai no Brasil, na cidade de Anápolis/GO com investimentos de R$ 300 milhões. Observar a foto 2. (CAOA, 2008; HYUNDAI, 2008a).

Foto 2 - Vista parcial da montadora CAOA em Anápolis/GO ainda em construção, 2007.

Fonte: Medabil (2010).

O capital da montadora, assim como o da Mitsubishi, é 100% nacional e os sul-coreanos recebem apenas *royalties* pela transferência de tecnologia. (CAOA, 2008; HYUNDAI, 2008a).

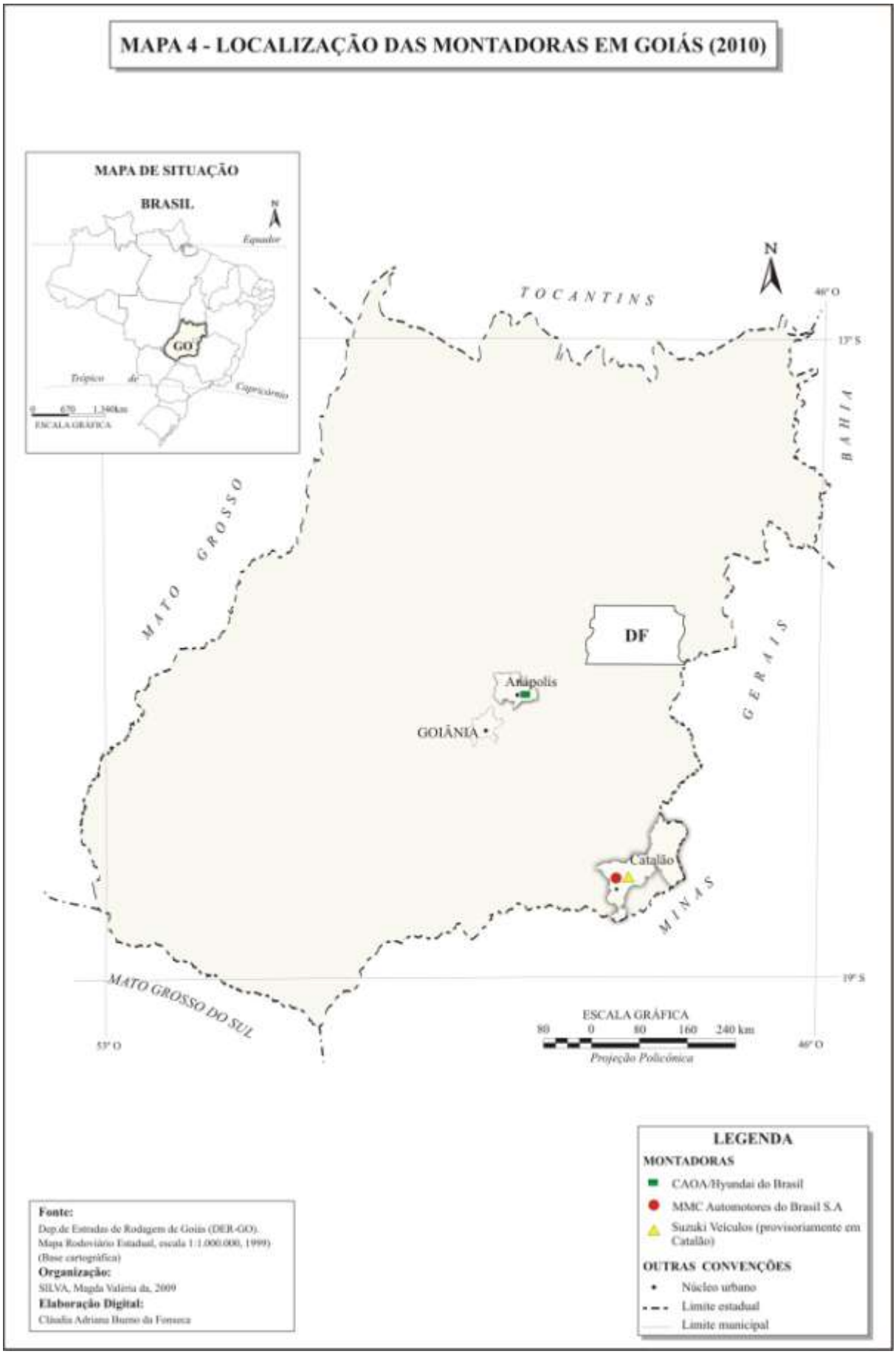
Em 2007, iniciou-se as atividades da montadora com a produção do modelo de caminhão leve HR, com motor a diesel, desenvolvido para transporte urbano e no ano de 2009 passou a montar o SUV Tucson, além de alavancar as vendas de importados, como: Azera, i30, Santa Fé e Vera Cruz. (HYUNDAI, 2008b). Porém, o modelo Tucson passou a ser montado na unidade brasileira, devido à boa aceitação no mercado nacional. Segundo

informações obtidas em julho de 2010 no site da montadora, esta já possui 175 concessionárias/distribuidoras em pouco mais de três anos após instalação no país. (HYUNDAI, 2010).

Essa espacialização se deve à consolidação e ao tamanho do Grupo CAOA que atua no mercado automotivo nacional desde o final da década de 1970. A montadora possui uma estrutura capaz de abrigar cinco linhas de montagens de veículos e anuncia que, em breve, montará outros modelos, com as cinco linhas em operação os investimentos podem chegar até a R$ 1,2 bilhão[26].

Dessa forma, nota-se que Goiás possui duas montadoras de origem asiática em operação - Mitsubishi (Japão) e Hyundai (Coréia do Sul) - e com negociações avançadas para a instalação de uma terceira, a SVB Automotores do Brasil S.A. (Suzuki Veículos), também de origem japonesa. O mapa 4 traz uma melhor visualização dos locais onde estão instaladas as montadoras de Goiás.

[26] No mês de setembro de 2008, a Hyundai anunciou a instalação de uma segunda montadora no Brasil, na cidade de Piracicaba/SP para 2010, cujo investimento pode chegar a US$ 600 milhões e projeta uma capacidade produtiva de 100 mil veículos por ano.


MAPA 4 - LOCALIZAÇÃO DAS MONTADORAS EM GOIÁS (2010)
MAPA DE SITUAÇÃO
BRASIL
N
Equador
GO
Trópico de Capricórnio
0 670 1.340km
ESCALA GRÁFICA
N
TOCANTINS
46° O
13° S
BAHIA
MATO GROSSO
DF
Anápolis
GOIÂNIA
GERAIS
Catalão
MINAS
19° S
MATO GROSSO DO SUL
53° O
46° O
ESCALA GRÁFICA
80 0 80 160 240 km
Projeção Policônica
LEGENDA
MONTADORAS
CAOA/Hyundai do Brasil
MMC Automotores do Brasil S.A
Suzuki Veículos (provisoriamente em Catalão)
OUTRAS CONVENÇÕES
Núcleo urbano
Limite estadual
Limite municipal
Fonte:
Dep.de Estradas de Rodagem de Goiás (DER-GO).
Mapa Rodoviário Estadual, escala 1:1.000.000, 1999)
(Base cartográfica)
Organização:
SILVA, Magda Valéria da, 2009
Elaboração Digital:
Cláudia Adriana Bueno da Fonseca

A montadora Suzuki Veículos com sede provisória em Catalão, cuja concessão também pertence ao grupo empresarial de Eduardo de Souza Ramos, já assinou protocolo de concessões fiscais com o Governo do Estado de Goiás no ano de 2007, mas ainda não se decidiu em qual município goiano aportará. Apesar de, desde 2008, está em estrutura improvisada no Distrito Mínero-Industrial de Catalão (DIMIC), local onde, sediava uma ex-empresa terceirizada da MMCB (HPE), estão sendo nacionalizados os veículos importados da marca, sendo: Grand Vitara, Jimny, Grand Vitara V6, Sx4. Conforme levantamento realizado em março de 2010, a Suzuki Veículos possui 23 concessionárias autorizadas espalhadas pelo território brasileiro. (SUZUKI, 2010).

Do ponto de vista do capital, tal fato não é muito relevante, porque ainda não houve uma decisão oficial por parte da Suzuki Veículos em relação ao lugar onde fincará suas bases. As cidades goianas de Senador Canedo, Itumbiara e Catalão estão no páreo para sediar a mais nova montadora, demonstrando mais uma vez, a presença da "guerra dos lugares". Mas, essa infraestrutura prévia de Catalão não significa a definição pelo município para sediar a montadora, pois há muitas outras questões de interesse do Estado, dos municípios e da própria empresa envolvidas.

A possibilidade da Suzuki Veículos ficar em Catalão faz parte do imaginário popular local, porém, questões técnicas e políticas devem ser consideradas para que a mesma se instale definitivamente na cidade. A respeito disso, o diretor da MMCB, o Senhor Ricardo José Tangary Ferraz de Camargo[27], em entrevista (Anexo 4), foi questionado sobre a possibilidade real da Suzuki Veículos instalar sua unidade montadora em Catalão. O mesmo disse que, dentro de suas limitações e pelo fato de não poder responder pela Suzuki, mas devido a sua experiência e às dificuldades que a própria Mitsubishi enfrenta, acredita que Catalão, no momento atual, não tem estrutura suficiente para suportar outra montadora. Sendo

[27] É Diretor Industrial da MMC Automotores do Brasil S.A. desde 2005, concedeu entrevista para esta Tese de Doutoramento no dia 04 de junho de 2009, na sede da montadora em Catalão.

portantano, necessário que a cidade se desenvolva mais e que qualifique melhor sua mão-de-obra.

Ressalta-se que até setembro de 2010, a Suzuki Veículos ainda não havia anunciado oficialmente em qual município se instalaria, mas, especulações em Catalão já davam conta que essa decisão já havia sido tomada, cuja cidade escolhida seria Itumbiara, localizada no Sul Goiano. Porém, os motivos pela provável decisão ainda são desconhecidos.

Essa "guerra de lugares" em busca da planta industrial da Suzuki Veículos já se tornou notícia na imprensa regional e até fez parte de programas do horário eleitoral de 2008, em Catalão, o que culminou em acusações diversas entre o atual prefeito e seu opositor. Este último alegou má fé da atual administração em negociar o terreno que a empresa requer para se instalar no município.

Catalão, diante do desenvolvimento que chegou nos últimos anos, sofre transformações constantes que são reproduzidas no lugar de formas diversas. A montadora MMCB assume papel importante nesse novo rumo pleiteado pela cidade, respaldado na reprodução do capital automotivo através do processo de consolidação da montadora em Goiás. Essa questão e outras que desdobram a partir do capital automotivo serão abordadas no capítulo a seguir.

2.4 A implantação e consolidação da MMC Automotores do Brasil S.A. em Catalão/Goiás

Neste tópico do capítulo 2, o recorte temporal se faz necessário devido à gama de informações sobre a indústria automobilística brasileira ao longo do processo de industrialização do país. Enfoca-se-á, especificamente, o período compreendido entre 1990 e

anos 2000 por dois motivos: a década de 1990 é marcada pela desconcentração industrial e reestruturação produtiva do capital automotivo no Brasil, pela criação, por parte do Governo Federal, do RAE e pela chegada da Mitsubishi a Catalão/Goiás. Os anos 2000 é o momento em que ocorre, de fato, o processo de consolidação da MMC Automotores do Brasil S.A. em Goiás.

Para fundamentar este recorte temporal aponta-se alguns elementos que possibilitam o movimento dialético da ação do capital e o papel do Estado no processo de implantação e consolidação da MMCB no município goiano. Os anos 1990 é um período marcado por diversos fatores que contribuíram para a localização industrial no Brasil, valendo ressaltar que a decisão por uma localidade se torna fator importante para os grandes grupos empresariais. Nessa opção, encontra-se, de um lado, o capital através de seus representantes, no caso a MMCB; e, de outro, o Estado em suas hierarquias nacional, estadual e municipal.

Com o advento da era informacional, os fixos e fluxos culminaram em um mundo mais rápido, ágil e dinâmico, em que a fluidez se faz presente para a sociedade através dos fluxos e circulação de bens materiais e imateriais, tem-se que as transformações imediatas e instantâneas chegam aos lugares e impõem sua carga ideológica capitalista. Na medida em que o mundo moderno é tecnológica e/ou ideologicamente modificado pelos avanços técnicos e científicos, o sentimento de pertencimento à aldeia global é potencializado nos lugares. Esse pertencimento se faz presente no cotidiano da população brasileira, assim como no caso de Catalão.

Nesse sentido, os lugares se distinguem segundo a lógica capitalista, em que uns podem ganhar mais destaque em relação à outros. Nesse processo, está embutida uma série de variáveis que fazem a diferença ao sobressair no território. A respeito disso, o conhecimento das porções do território torna-se algo imprescindível do ponto de vista do capital, sendo então, um recurso a serviço do sistema capitalista e de suas representações. Para Santos (2002,

p. 242), conhece-lo é uma premissa importante do ponto de vista do capital:

> Pode-se, de um modo geral, dizer que as porções do território assim instrumentalizadas oferecem possibilidades mais amplas de êxito que outras zonas igualmente dotadas de um ponto de vista natural, mas que não dispõem de recursos de conhecimento. Imaginando duas regiões com as mesmas virtualidades físicas, aquela mais bem equipada cientificamente será capaz de oferecer uma melhor relação entre investimento e produto, graças ao *just-in-time* dos recursos materiais e humanos.

Conhecer os recursos econômicos, educacionaise e sociais e saber sobre as potencialidades informacionais, técnicas e tecnológicas de um lugar são elementos fundamentais para o sistema produtivo, pois é com base nesses conhecimentos que grupos empresariais tomam iniciativas ao deslocar capitais para este ou aquele lugar.

Esse processo de decisão envolve questões relacionadas à dinâmica capitalista, em que alguns lugares estão mais aptos a servir ao capital, como diz Santos (2002, p. 243):

> É possível imaginar que tal seletividade espacial e socioeconômica conduza a mudanças rápidas na divisão territorial do trabalho, com as firmas mais dotadas do ponto de vista técnico e financeiro tendendo a buscar uma localização onde o lucro potencial será mais forte, deixando o resto do território, ainda que com virtualidades naturais semelhantes, as firmas menos potentes.

Essas zonas/áreas são as mais bem servidas do ponto de vista dos meios de conhecimento e de informações, pois os grupos empresariais apoderam-se destas informações técnico-científicas e da dinâmica adquirida ao longo do tempo para escolher onde investir. Goiás é palco deste tipo de acontecimentos, com destaque para o centro-sul, onde os municípios criam estruturas atrativas (incentivos fiscais) para captar investimentos, com destaque, para Rio Verde, Jataí, Anápolis, Itumbiara e Catalão.

Ressalta-se que “os atores hegemônicos, armados com uma informação adequada, servem-se de todas as redes e se utilizam de todos os territórios” (SANTOS, 2002, p. 243) para se auto-promover. Porém, os atores hegemônicos, cuja origem de capitais e de recursos técnico-científicos é estrangeira, acabam por modificar os lugares em que se localizam e se consolidam, conforme afirma Santos (2002, p. 244):

> Eis por que os territórios nacionais se transformam num *espaço nacional da economia internacional* e os sistemas de engenharia mais modernos, criados em cada país, são mais bem utilizados por firmas transnacionais que pela própria sociedade nacional. (destaque do autor).

Dessa forma, a escolha de um local por parte de uma empresa envolve ganhos e perdas, maiores ou menores investimentos, logística, tecnologias, estratégias para o grupo empresarial. As estratégias consistem em encontrar um local para a empresa se instalar, além de certas questões como o papel do Estado através de concessão de incentivos fiscais e melhoria na infraestrutura (rodovias, aeroportos, terrenos etc.), mão-de-obra local, sindicalização, condição socioeconômica da população, entre outros. Ao refletir sobre a localização e a produção industrial, Silva (2002, p. 19) chama a atenção ao dizer que:

> Encontrar uma localização ideal para a implantação de uma indústria implicaria conseguir harmonizar, em um único lugar, uma grande quantidade de variáveis que maximizariam os ganhos e minimizariam os problemas de produção à venda dos produtos.

É pensando, principalmente, na maximização de lucros e na minimização de perdas que os grupos empresariais escolhem as referidas localidades para instalar suas plantas industriais. Aspectos como mão-de-obra qualificada e especialização em segmentos industriais podem ficar em segundo plano do ponto de vista do capital. Nesse intento, no sentido da acumulação capitalista, os sistemas de transporte e comunicação são necessários para o desenvolvimento do capitalismo, na busca desenfreada para romper as barreiras espaciais e fazer propagar a circulação de bens materiais e imateriais. A questão referente à circulação de capital pode ser atribuída a dois aspectos, conforme afirma Harvey (2006, p. 49):

> A circulação possui dois aspectos: o movimento físico real de mercadorias do lugar de produção ao lugar de consumo, e o custo real ou implícito ligado ao tempo consumido e as mediações sociais (a cadeia de atacadistas, varejistas, operações bancárias etc.) necessárias para que a mercadoria produzida encontre seu usuário final.

Essa citação remete à idéia de redes, assunto que será tratado no capítulo 3. Porém, o

que está implícito na questão é a localização industrial, fator determinante para a diminuição ou aumento de custos com transportes e circulação de mercadorias. Esses custos refletem no valor do produto para o consumidor final, assim como será um fator fundamental na diminuição do tempo dispensando a essas transações.

Na atual lógica capitalista, se a produção acontece de forma rápida, ela agiliza para a criação de novos espaços através do rompimento das barreiras espaciais. Dessa forma, são espaços sobrepondo espaços, em que sistemas de objetos e sistemas de ações interagem simultaneamente, possibilitando compreender o mundo da matéria, dos objetos, das técnicas, das formas e o mundo da sociedade e dos fatos sociais, formando o chamado "espaço híbrido" defendido por Santos (2002)[28].

No contexto do meio técnico-científico-informacional, as barreiras espaciais são rompidas pelas estratégias capitalistas, cujas contribuições dos grupos empresariais e das corporações são fundamentais. Nesse sentido, o tempo e o espaço se associam através do uso de tecnologias, das estratégias capitalistas (escolhas de localidades), da ciência e da técnica em prol da maximização de lucros e minimização das perdas, isto é, em virtude dos ditames da economia global.

Nesse contexto, ao buscar compreender essa realidade de rompimento de barreiras espaciais, Harvey (1993) faz referência à associação entre tempo e espaço como uma condição real para o desenvolvimento das forças produtivas, através da criação do conceito "compressão tempo-espaço" e o explica dizendo:

> À medida que o espaço parece encolher numa "aldeia global" de telecomunicações e numa "espaçonave terra" de interdependências ecológicas e econômicas - para usar apenas duas imagens conhecidas e corriqueiras -, e que os horizontes temporais se reduzem ao um ponto em que só existe o presente (o mundo do esquizofrênico), temos de aprender a lidar com um avassalador sentido de *compressão* dos nossos mundos espacial e temporal. (HARVEY, 1993, p. 219, destaque do autor).

[28] "A idéia de forma-conteúdo une o processo e o resultado, a função e a forma, o passado e o futuro, o objeto e o sujeito, o natural e o social. Essa idéia também supõe o tratamento analítico do espaço como conjunto inseparável de sistemas de objetos e sistemas de ações". (SANTOS, 2002, p. 103).

Portanto, a supressão das barreiras espaço-temporais está condicionada ao ritmo do desenvolvimento econômico e à dinâmica assumida. Nesse processo de compressão dos mundos espacial e temporal, emergem duas questões importantes, uma concernente ao planejamento geoestratégico[29], que é importante no conjunto das atividades produtivas, e a outra ligada à perda da identidade cultural do lugar em detrimento do desenvolvimento econômico. Esta última está relacionada a sobreposições e rompimento de barreiras espaciais que acabam por exterminar antigas práticas sociais e formas produtivas realizadas no lugar para ceder espaços a novas práticas produtivas e a novos conceitos sociais que proporcionam o soerguimento de novos lugares carregados de uma dinâmica capitalista mais recente.

Dessa forma, o planejamento geoestratégico se torna importante, no sentido da concentração da economia regional, isto é, as empresas elegem/definem/escolhem localidades para se instalar de acordo com suas necessidades e também com interesses de difusão de seus fluxos. Logo, Vieira e Vieira (2007, p. 26) alertam que:

> Corporações multinacionais implantam unidades montadoras de configuração transregional para atender as demandas dos mercados intra e inter-regionais e intercontinentais, redimensionando a geoestratégia aos espaços logísticos dos lugares globais.

A escolha de localidades para a instalação de indústrias, como por exemplo, as montadoras automobilísticas, leva a uma valorização econômica dos lugares. E a dimensão global disso se faz através do que Santos (2002, p. 248) chama de "produtividade espacial ou produtividade geográfica", cuja noção advém do conjunto de atividades desenvolvidas no lugar.

---

[29] A ideia de planejamento geoestratégico advém da definição de geoestratégia dos espaços apresentada por Vieira e Vieira (2007, p. 70) que afirmam "A geoestratégia dos espaços econômicos é, por definição, o conjunto de circunstâncias formadoras de cenário próprio onde se articulam a importância do lugar, o local da ação e a manifestação de poder. O espaço, criado ou em redefinição, portador de atributos logísticos, identifica um lugar econômico onde se produzem as conexões entre a ação e o poder. Portanto, a natureza do lugar, sua representatividade econômica, sua inserção em estratégias globais de produção e consumo, e a conexão em redes mundiais configuram o complexo de circunstâncias que definem uma categoria geoestratégica para os espaços econômicos". Dessa forma, o planejamento geoestratégico leva em consideração os atributos logísticos, a natureza do lugar, sua representatividade econômica e sua possibilidade de conexões. Esses elementos são importantes para as decisões empresariais, assim como para o sucesso das atividades produtivas.

A produtividade espacial leva à ideia do que seja a dimensão do sistema capitalista no lugar, pois os lugares se distinguem pela “diferente capacidade de oferecer rentabilidade aos investimentos”. (SANTOS, 2002, p. 247). Portanto, para que essa rentabilidade seja maior ou menor, vai depender “das condições locais de ordem técnica (equipamentos, infra-estrutura, acessibilidade) e organizacional (leis locais, impostos, relações trabalhistas, tradição laboral)”, segundo Santos (2002, p. 247).

No processo de implantação da MMCB em Catalão, as ordens técnica e organizacional, preconizadas por Santos (2002), se fizeram presentes através de esforços empreendidos pelo Estado e também pela própria empresa. No caso da ordem técnica, no quesito infraestrutura e acessibilidade, se destacam terraplanagem, eletrificação, água e esgoto, sistema de telefonia e internet, jardinagem e vias de acesso à empresa. Todas essas obras foram realizadas pelo Estado, tendo como representantes o estado de Goiás e a Prefeitura Municipal de Catalão. (PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO/ESTADO DE GOIÁS/MITSUBISHI, 1997).

A ordem organizacional também é possível ser visualizada no processo de implantação da montadora em Goiás, através da criação de leis municipais, realização de acordos e assinatura de protocolos, concessão de incentivos fiscais (abatimento e carência de impostos estaduais e municipais), fatores estes que foram decisivos na implantação da montadora, e continuam sendo, pois a empresa ainda se beneficia das vantagens conquistadas 13 anos atrás. Isso é possível de ser observado no Anexo 5.

No entanto, a escolha de um lugar por uma empresa para se instalar, varia de empresa para empresa, deve-se considerar seu ramo de atividade, uso de tecnologias, volume de capital, incentivos fiscais e outros. No caso da indústria automobilística, entre os aparatos que lhe dão suporte para sua instalação, consideram-se: localização privilegiada, condição socioeconômica da população, incentivos fiscais, distância em relação a fornecedores e

distribuidores, as condições infraestruturais da cidade, entre outros.

Nesse processo, conforme já foi ressaltado no capítulo 1, o Estado é interpretado enquanto instância pública que assume papel importante no processo de industrialização no país, assim como na instalação de montadoras automobilísticas. Em termos mais recentes, esse papel passou a ser evidenciando de forma mais decisiva, a ponto de intermediar e influenciar em decisões de grupos empresariais em se instalar nesta, naquela ou noutra localidade.

Os segmentos que compõem a estrutura administrativa e política do Estado (secretarias, superintendências, agências, órgãos de fomento etc.) na sociedade capitalista, no contexto atual, se tornaram um meio que viabiliza o desenvolvimento e crescimento dos lugares, além de se relacionarem, intimamente, com os segmentos da produção e do consumo, formando uma simbiose paternalista através de políticas públicas, tributárias, concessão de incentivos e benesses em prol do crescimento e desenvolvimento econômicos.

A respeito disso Engels e Marx (1989, p. 98) apontam:

> Como o Estado é a forma na qual os indivíduos de uma classe dominante fazem valer seus interesses comuns e na qual se resume toda a sociedade civil de uma época, segue-se que todas as instituições comuns são mediadas pelo Estado e adquirem através dele uma forma política.

A partir dessa forma política das instituições estatais é importante ressaltar que o Estado passou por uma mudança política, o qual passa a proteger os interesses daqueles que acumulam, este serve como mediador ao processo de acumulação capitalista.

Se o Estado se torna um agente importante no desenvolvimento de políticas destinadas aos aspectos da produção e do consumo, suas ações passam a ser direcionadas segundo as exigências e necessidades dos setores produtivos, servindo, em muitos casos, a interesses de uma determinada classe social, se tornando, um meio de dominação e alienação política. A respeito disso, Harvey (2006, p. 80) discute que “O uso do Estado como instrumento de dominação de classe cria uma contradição adicional: a classe dirigente tem de exercer seu

poder em seu próprio interesse de classe, enquanto afirma que suas ações são para o bem de todos".

Nesse caso, o agente político, imbuído do poder que lhe é designado, toma a seu favor poderes e artimanhas para divulgar o que beneficia politicamente a classe social a que pertence ou a qual que manter vínculos, sendo, muitas vezes, tomado por um discurso de socialização em que as conquistas do Estado são para todos.

Em busca da atração industrial, o discurso do agente político é permeado pela geração de empregos, aumento das divisas, melhoria na pujança econômica do município etc. Dessa forma, "os interesses de classes são capazes de ser transformados num "interesse geral ilusório", pois a classe dirigente pode com sucesso universalizar suas "idéias dominantes"". (HARVEY, 2006, p. 81, destaques do autor).

No discurso ideológico do Estado, os grandes beneficiados pela chegada desta ou daquela empresa será a população local. Mas, verdade seja dita: quem de fato se beneficia com as políticas empreendidas pelo Estado são os capitalistas e a elite política regional que apoderam de um discurso progressista e de prestígio público e político junto à determinadas classes sociais.

Em geral, essas idéias dominantes ganham aceitação popular. E o Estado avança na sua luta em romper com barreiras espaciais e ideológicas para a consolidação do capital em certos lugares. Uma das formas para se fazer isso consiste na criação de políticas que amparem o empreendimento capitalista no local como incentivos à construção de plantas industriais, incentivos a créditos públicos para financiamentos, melhorias infraestruturais, entre outras. De acordo com esse intento, Harvey (2006, p. 85) afirma que:

> O Estado também deve desempenhar um papel importante no provimento de "bens públicos" e infra-estruturas sociais e físicas; pré-requisitos necessários para a produção e troca capitalista, mas os quais nenhum capitalista individual acharia possível de prover com lucro. Além disso, o Estado, inevitavelmente, envolve-se na administração de crises e age contra a tendência de queda na margem de lucro. Em todos esses aspectos, a intervenção do Estado é necessária, pois um sistema com

> base no interesse próprio e na competição não é capaz de expressar o interesse de classe coletivo. (destaque do autor).

Conforme pode ser observado, de fato, o Estado é um provedor de bens públicos e de infraestruturas físicas e sociais necessários à produção capitalista, pois é justamente com esse intuito que o Estado age para a instalação da MMCB em Catalão, na segunda metade dos anos de 1990.

Em virtude da abertura do mercado nacional para importação de veículos, no início da década de 1990, inaugurou-se a primeira empresa distribuidora de automóveis da marca Mitsubishi no país - Concessionária Brabus. A atitude governamental atrai a instalação de indústrias automobilísticas com capital originário de diversos países do mundo. A implantação da unidade montadora da Mitsubishi Motors Corporation em Catalão/Goiás é, notadamente, marcada por diversos fatores. Porém, a mesma só é inaugurada em Catalão em 15 de julho de 1998, cujo processo está envolvido em uma série de variáveis, que foram parcialmente analisadas por Silva (2002). No entanto, há outros aspectos que merecem destaque e aprofundamento.

Um dos aspectos refere-se ao papel do Estado na implantação e consolidação da Mitsubishi em Catalão. Portanto, para compreender as ações que o Estado tomou para a instalação dessa montadora, necessário se faz recorrer a uma análise do Protocolo de Implantação de Indústria Montadora de Veículos Mitsubishi, em que apontam as atribuições do Estado e do município, enquanto instância pública, para garantir a permanência da montadora neste município. (PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO/ESTADO DE GOIÁS/MITSUBISHI, 1997).

As atribuições designadas ao estado de Goiás para a implantação da MMC Automotores do Brasil S.A. podem ser observadas no quadro 9. Nota-se que somente o Estado (via Secretaria Estadual da Fazenda, Banco do Estado de Goiás, hoje Itaú/Unibanco) empreendeu diversas ações públicas para a instalação da montadora, como a concessão de

financiamentos com prazos para quitação esticados; a redução de impostos no caso do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) em até 50% e prazos longínquos para pagamentos.

Além disso, as Secretarias de Estado (de Indústria, Comércio e Turismo; de Transportes e Obras Públicas; do Trabalho e Conselho Estadual de Desenvolvimento Econômico) também empreenderam ações diversas, como instalação de redes de água, esgoto, elétrica, ampliação do aeroporto, comprometimento de construção de terminal ferroviário e luta pela criação de um entreposto aduaneiro (esses dois ainda não se concretizaram).

ÓRGÃO ESTADUAL	ATRIBUIÇÕES
FOMENTAR/PRODUZIR	Conceder financiamento, com abertura de crédito, pelo prazo de 20 anos.
Banco do Estado de Goiás (atual Banco Itaú/Unibanco)	Conceder empréstimo-ponte no valor de R$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais) para financiar a implantação e instalação da montadora no estado. A liberação foi feita em 08 parcelas mensais e sucessivas, com carência de 12 meses e amortização de 24 meses a contar de cada liberação, e com apenas os encargos correspondentes a Taxa Referencial (TR) e juros não capitalizáveis de 6% ao ano.
Conselho de Desenvolvimento Estadual e Banco do Brasil	Aprovar carta-consulta da MMC, enquadrando-a como projeto de alta relevância para proporcionar financiamento por meio do Banco do Brasil S.A. destinado a instalação da montadora, no limite anual de 1.600.000,00, para o presente ano e ano subsequente.
Poder Legislativo	Adequar se necessário a legislação estadual e conceder financiamento, em caso a MMC queira importar e comercializar veículos, em função do volume de veículos e aumento do capital de giro do estabelecimento.
Receita Federal	Envidar esforços junto a Coordenação Geral do Sistema de Controle Aduaneiro da Receita Federal para obter autorização para instalação de um Entreposto Aduaneiro no município.
Governo Federal	Apoiar a MMC junto ao Governo Federal para fins de obter aprovação para o enquadramento da empresa no regime automotivo (Lei n. 9.440/97, regulamentada pelo Decreto n. 2.179/97).
Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo (Via Goiasindustrial)	Transferir a MMC mediante compra e venda de uma área de aproximadamente 500.000 m², incluídas as obras de infraestrutura do DIMIC, cujo valor foi R$ 0,25 o m². Além disso, assegurar o fornecimento de 10 m3 por hora de água, podendo este volume ser dimensionado; assegurar sem ônus para a montadora a instalação da rede de água e de esgoto e ainda execução de fossa séptica.
Agência Goiana de Transportes e Obras Públicas (AGETOP)	Construir ramal ferroviário específico com extensão não superior a 500 m lineares e também garantir adequação do aeroporto local com equipamentos e edificações para vôos comerciais de porte médio, com decolagens e pousos diurnos e noturnos.
Secretaria da Fazenda	Conceder 90 dias para o pagamento do ICMS devido nas saídas dos produtos resultantes deste estabelecimento; conceder redução de 50% do ICMS a recolher pela montadora, relativo à parcela não fomentada limitada a redução no montante de R$ 5 milhões; promover ações necessárias junto a Assembléia Legislativa a concessão de tributação específica ao setor automotivo; garantir o enquadramento das operações de importação de bens, insumos e outras matérias-primas empreendidas pela MMC as regras estabelecidas pela Lei n. 11.660/1991.
Secretaria de Minas, Energia e Telecomunicações	Garantir a extensão da rede elétrica de alta tensão até a área da montadora e de acordos com seus padrões técnicos; desenvolver gestões junto a Telecomunicações de Goiás S.A. (privatizada, passando a ser BRASILTELECOM e recentemente adquirida pela OI) para a instalação de até 40 terminais telefônicos, 0800 e LPCDs para a montadora.
Secretaria do Trabalho	Promover gestões junto a Universidade Federal de Goiás e Centro de Ensino Superior de Catalão para a celebração de convênios para qualificação de mão-de-obra de seus empregados; empenhar junto ao SESI, SENAI, SENAC, Escola Técnica Federal e SEBRAE para oferecimento de cursos de especialização, qualificação e aperfeiçoamento profissional

Quadro 9 - Ações Atribuídas ao Estado de Goiás no Protocolo de Implantação da MMC Automotores do Brasil Ltda. em 1997.

Fonte: PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO/ESTADO DE GOIÁS/MITSUBISHI (1997). Org. SILVA, M. V.da. 2009.

Além dessas medidas, outras foram tomadas pelo Município, via Prefeitura Municipal de Catalão, de forma a complementar a contrapartida do estado de Goiás em busca do empreendimento capitalista. Entre as medidas, destacam-se as constantes no quadro 10.

As ações viabilizadas pela Prefeitura Municipal de Catalão, para a implantação da Mitsubishi, ficaram mais no plano estrutural, envolvendo ações básicas relacionadas a construções de asfalto, criação de infraestrutura na cidade, como postos de saúde, posto do corpo de bombeiros, vagas em creches etc. Algo que despertou a atenção foi o sistema escalonado de redução do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN), sendo que se inicia em um décimo por cento até atingir meio por cento. Portanto, conforme foi assinado no Protocolo de Implantação de Indústria Montadora de Veículos Mitsubishi, a empresa, enquanto estiver em Catalão, nunca pagará ISSQN integral aos cofres públicos. Tal medida, tomada num passado não muito distante, terá repercussões nos cofres públicos enquanto a empresa permanecer no município, deixando de arrecadar quantias consideráveis.

ORGÃOS MUNICIPAIS	ATRIBUIÇÕES
Secretaria Municipal de Obras	Executar obra de asfaltamento nos acessos ao terreno da montadora, inclusive vias internas, locais de cargas e descargas, estacionamentos; Executar serviços de terraplanagem e drenagem de águas pluviais, com ônus total a Prefeitura de Catalão.
	Execução de projeto paisagístico e arborização da área; coleta diária do lixo produzido pela montadora.
	Instalar nas vias de acesso e área circundante sistema de iluminação; fornecer transporte de todo material básico a implantação da montadora, como: areia, saibro, brita etc.; construir cerco do tipo alambrado delimitando a área do terreno destinado a montadora, bem como os passeios.
Secretarias Municipais da Educação e de Saúde	Disponibilizar vagas em creches públicas com pré-escola aos empregados da montadora; manter posto de saúde nas imediações do parque industrial da montadora.
Secretaria Municipal de Finanças	Conceder a MMC pelo mesmo prazo de fruição do financiamento, isto é, por 20 anos, a redução da alíquota do ISSQN, conforme a Lei Municipal n. 1609/1997, conforme especifica: para os 5 primeiros anos, alíquota correspondente a 0,1% (um décimo por cento); do sexto ao décimo ano, alíquota de 0,2% (dois décimos por cento); do décimo primeiro ao décimo quinto ano, alíquota de 0,3% (três décimos por cento); do décimo sexto ao vigésimo ano, alíquota de 0,4% (quatro décimos por cento); a partir do vigésimo primeiro ano e enquanto a montadora estiver em funcionamento, alíquota de 0,5% (meio por cento).
	Conceder isenção dos impostos municipais incidentes sobre o imóvel onde será instalada a montadora, durante todo o período de fruição do financiamento.
Prefeitura Municipal de Catalão	Editar atos administrativos a fim de atender os compromissos firmados pelo protocolo estabelecido com a montadora.
	Por meio das empresas concessionárias do transporte público municipal, promover a reestruturação do sistema de transporte para atender as demandas da empresa.
	Doação de terreno de 2,5 hectares destinado a Associação dos Funcionários da montadora; criar e manter posto de bombeiros nas proximidades da montadora.
Câmara Municipal de Catalão	Aprovar leis e decretos destinados ao processo de instalação da montadora no município.

Quadro 10 - Ações Atribuídas ao Município de Catalão/GO no Protocolo de Implantação da MMC Automotores do Brasil Ltda. em 1997.

Fonte: PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO/ESTADO DE GOIÁS/MITSUBISHI (1997). Org. SILVA, M. V. da. 2009.

Nessa história, tanto o prefeito quanto o secretário assumiram que a MMCB se instalou na cidade devido às gestões políticas de ambos, isto é, o Senhor Haley dizia que a montadora veio para o município devido à sua gestão de Secretário de Estado; em contrapartida, o Senhor Eurípedes declarava que a empresa se veio porque ele, enquanto prefeito, não mediu esforços para atrair tal empreendimento. Enfim, esse impasse ainda permanece e, independentemente de quem realizou maiores ou menores esforços para a consolidação MMCB em terras catalana, a mesma encontra-se em pleno processo produtivo.

Diante desse impasse, Paiva (2009, p. 20) em conversa com Eduardo de Souza Ramos publicada pela MIT Revista On-line, aponta o que o empresário informa sobre esse fato: "Certo dia, o telefone toca. Era Maguito Vilela. O governador de um estado eminentemente agrícola como Goiás queria saber: era verdade que a Mitsubishi procurava um lugar pra se instalar no Brasil? Em caso afirmativo, ele tinha o lugar certo".

Nessa disputa entre os dois líderes políticos locais - Eurípedes e Haley - os partidos políticos, vereadores, deputados e outras lideranças assumiram lados, cada um defendendo seu líder. Mas, pelo visto, a atitude do Governador do Estado de Goiás em ligar para o empresário Eduardo de Souza Ramos e dizer que tinha o lugar certo - Catalão – para a instalação da montadora foi decisiva para o grupo empresarial brasileiro (Eduardo de Souza Ramos e Paulo Ferraz) decidir o local em que iria se aportar.

No entanto, a Câmara Municipal de Catalão teve papel importante no desenrolar do processo de implantação da MMCB, pois, através do pleito legislativo, os projetos de lei originados do Executivo Municipal foram aprovados em benefício da instalação da montadora. O lançamento da pedra fundamental da montadora em 06 de junho de 1997 também foi coroado como um ato político de grande importância para a cidade, conforme conta, poeticamente, Paiva (2009, p. 18):

> 06 de junho de 1997. No lugar onde se ergue hoje os 98.500 metros quadrados de área industrial construída, há apenas um imenso pasto. No meio do capinzal, sob o

> friozinho do outono, um palanque improvisado. Aboletados em cima do estrado, o então governador de Goiás, Maguito Vilela, deputados da região, o prefeito e os vereadores da cidade, entre dezenas de pessoas. Uma data da qual o empresário Eduardo de Souza Ramos não se esquece: o dia de lançamento da pedra fundamental da fábrica da Mitsubishi em Catalão.

Esse ato tornou-se um acontecimento político para a cidade, pois a esperança da instalação da primeira montadora de veículos no Centro-Oeste estava prestes a se concretizar. Logo, deu-se prosseguimento a construção dos prédios para abrigá-la, conforme mostram as fotos 3 e 4, sendo possível visualizar a terraplenagem e as perfuração de valas que deram origem a estrutura armada da MMCB e, por fim, a construção dos prédios mostrado na foto 1 deu origem a fábrica que foi inaugurada em 15 de julho de 1998, com a produção da primeira L 200 branca, cabine dupla, motor a diesel e tração nas quatro rodas. (NASSER, 2010).

Foto 3 - Terraplenagem e perfuração de valas para construção da MMC Automotores do Brasil S.A., 1997.

Fonte: Paiva (2009).

Foto 4 - Estrutura predial da MMC Automotores do Brasil S.A. em construção, 1997.

Fonte: Paiva (2009).

Dessa forma, o processo de instalação da MMCB foi sendo desenhado em volta de acontecimentos políticos, gestões públicas, especulações diversas e fatos concretos. Muito se falou e muito ainda se fala, mas a realidade é que a empresa completou 13 anos de operação no município e aponta para a expansão da produção nos próximos anos.

Nota-se que o Protocolo firmado entre a montadora Mitsubishi, a Prefeitura de Catalão e o Estado de Goiás não é uma ação isolada. Outras unidades federativas do país também firmaram acordos e convênios com indústrias automotivas no intuito de instalar unidades montadoras, haja vista que esses acordos com concessão de incentivos estão amparados pelo Regime Automotivo Especial, instituído em 1997. Entre eles, destacamos o Projeto Amazon da Ford e o Protocolo da Mitsubishi, ambos de 1997. Essa prática, em geral, é legitimada pela ideologia do crescimento, considerando que:

> [...] a prática da modernização cria, no território como um todo e em particular nas

> cidades os equipamentos, mas também as normas indispensáveis à operação racional vitoriosa das grandes firmas em detrimento das empresas menores e da população como um todo. (SANTOS, 2005a, p. 114).

Observa-se que, junto a esse processo interno, há também um processo internacional dos países considerados "emergentes", como o Brasil, a Argentina e o México, que passaram a receber unidades industriais das montadoras Renault, Mercedes-Benz, PSA-Peugeot/Citroën, Honda, Toyota e Mitsubishi. (SALERNO et al, 2002, p. 3-4).

Portanto, a partir de 1990, com a abertura da economia brasileira e sua reestruturação induzida através de ações do Estado, o mercado automobilístico, que se encontrava até então com baixa produtividade e defasagem de modelos, de níveis de produção, problemas sindicais etc., começa a viver uma nova fase e as montadoras passam a ter uma nova configuração geográfica locacional.

Essa nova fase emergente – reestruturação tecnológica - é marcada pelo fato de a indústria automobilística no Brasil ser pioneira no processo de reestruturação tecnológica e produtiva, devido, principalmente, aos avanços no processo produtivo com o uso de equipamentos modernos, visando o aumento da produtividade e criação de novos modelos para o mercado.

Os municípios do interior do país que receberam montadoras, no período pós-1990, como Catalão e Anápolis (GO), Camaçari (BA), Gravataí (RS) e Sete Lagoas (MG), ainda dependem de uma intensa relação com os grandes centros urbanos e/ou áreas industrializadas, pois a maior parte dos bens utilizados na produção de veículos automotores advém destes locais e até do exterior, isto é, apresentam uma dependência de ordem técnica significante permeada por relações multivariadas. Nesse limiar, Botelho (2002, p. 62) argumenta que:

> A tendência de implementar unidades de produção em áreas não-tradicionais da indústria automobilística tem por efeito a ampliação da rede de transações no território, na medida em que tais fábricas necessitam, para a fabricação dos automóveis, de componentes importados do exterior ou provenientes, em sua maioria, das fábricas da Grande São Paulo. [...]. Isso revela que muitas unidades produtivas desconcentradas dependem ainda da ligação com as áreas mais industrializadas, verdadeiros "postos avançados" das empresas, com pouca

autonomia de crescimento. (destaque do autor).

A MMCB apresenta uma grande dependência de bens e equipamentos que são provenientes de diversos lugares do país, assim como do exterior, configurando uma dependência local de ordem técnica.

Com a consolidação do processo de implantação desta empresa, nota-se que o momento de euforia política que tomou conta da cidade e da região, de certo modo, amenizou. O *boom* econômico, o crescimento e expansão urbanos, a geração de postos de trabalhos esperados e as especulações sobre a permanência da empresa na cidade eram questões discutidas pela população e elite intelectual local. Mas, o início de 2009 é tomado novamente por uma inquietação política e popular devido ao anúncio de transferência de parte da produção do Japão para a cidade, mas devido a crise da economia, segundo senhor Ricardo José Tangary de Ferraz Camargo, diretor industrial da MMCB os projetos tiveram que ser paralisados, porém, já foram retomados em março de 2010. Contudo, cabe às elites intelectual e política locais refletir e analisar quais os impactos econômicos e sociais que tal medida provocará no município a curto, médio e longo prazo.

Portanto, com base em questões e características próprias do sistema capitalista, os vínculos entre os segmentos da economia e da sociedade é algo essencial para a consolidação e reprodução do capital no espaço mundial. Tendo em vista essa premissa, a ciência geográfica retrata a reprodução do espaço e sua fragmentação como algo pertinente e que possibilita a reprodução capitalista. Considerando o objeto de estudo do presente trabalho, a categoria da Geografia rede expressa, em partes, como ocorrem os vínculos e ligações entre os segmentos da economia e da sociedade, que se tornaram tão importantes na atualidade.

Porém, a categoria circuito espacial da produção possibilitará uma leitura mais abrangente a respeito das ligações e conexões que a MMCB realiza no território nacional e internacional, pois, em seu arcabouço teórico, retrata questões de ordem econômica, política,

social, tecnológica e cultural, de forma que a montadora não estabelece simples elos entre segmentos que lhe dão suporte no processo produtivo, mas conexões complexas que envolvem diversos atores e negociações com reflexos diretos sobre o espaço e, sobretudo, no lugar.

Desse modo, algumas dessas reflexões serão realizadas no próximo capítulo com o objetivo de desvendar a complexidade de relações que a montadora sediada na cidade de Catalão firma com lugares distantes e longínquos numa ação escalar de totalidade que envolve territórios, agentes econômicos e valores diferentes com reflexos no lugar, através de metamorfoses diversas sobre a cidade goiana.

CAPÍTULO 3

DA REDE AO CIRCUITO ESPACIAL DE PRODUÇÃO DA MMC AUTOMOTORES DO BRASIL S.A.:

dimensão espacial dos fornecedores

Essa nova estrutura do capitalismo é global, por conta da organicidade das empresas que se conectam de forma mundial, já que suas atividades - produção, consumo e circulação - estão interligadas, em nível global, por redes ligadas aos variados tipos de agentes econômicos. (DEUS, 2002, p. 152).

CAPÍTULO 3 - DA REDE AO CIRCUITO ESPACIAL DE PRODUÇÃO DA MMC AUTOMOTORES DO BRASIL S.A.: dimensão espacial dos fornecedores

3.1. A incorporação do conceito de rede na Geografia

Conforme apontado nos capítulos 1 e 2, o cenário do setor automobilístico mundial e brasileiro é desenhado através da reprodução do capital, do uso de inovações tecnológicas e de transformações espaciais que se configuram ao longo do tempo em seu processo de espacialização, trazendo repercussões para a indústria, as relações de trabalho, a economia, a política e a sociedade.

Concomitante ao processo de desenvolvimento e expansão capitalista, a indústria automotiva é uma das primeiras a adotar inovações no sistema produtivo através do uso de P&D tecnológico e de novas formas de pensar a produção voltada para o mercado (fordismo, toyotismo, acumulação flexível) com reflexos diretos na linha de montagem, no aumento de produtos postos no mercado e na criação do desejo pelo marketing e propaganda voltada ao consumo cada vez maior de bens não tão necessários assim.

Paralelo a esse processo, o desenvolvimento técnico-científico vai se alastrando e torna-se essencial à reprodução do capital em escala mundial, com mudanças nos padrões culturais, econômicos e tecnológicos até então em voga. Nesse contexto, o Brasil é palco na atração de IEDs, que contribuem sistematicamente para a consolidação de grupos automotivos estrangeiros no território nacional.

Os anos de 1990 são marcados por uma nova configuração da cadeia automotiva, cuja localização industrial passa por transformações econômicas e políticas, culminando no processo de descentralização industrial através da instalação de montadoras em estados fora do eixo sul-sudeste, como o caso de Goiás e Bahia.

Esse arranjo industrial que emerge nos anos de 1990 só se torna possível através do fortalecimento dos laços entre os setores econômicos e a indústria automotiva, culminando na organização das empresas em redes e fazendo jus aos preceitos do meio técnico-científico-informacional.

O setor automobilístico é complexo devido o volume de capitais, mercadorias, intencionalidades e externalidades que mobilizam a quantidade de empresas que o subsidiam através do fornecimento de produtos, do volume de produção, da relação com o mercado consumidor intermediada pelas concessionárias, enfim, do montante de fluxos que entrelaçam com a unidade montadora, num sistema único e múltiplo ao mesmo tempo, com reflexos diretos nas escalas regional e local.

As conexões, os elos, as ligações, as linhas, os traços e os nós visíveis e invisíveis formados por uma montadora levam ao entendimento empírico de rede. Portanto, sua análise geográfica dar-se-á a partir da MMCB, com sede no município goiano de Catalão. Pautado na contribuição teórica do conceito de rede e na forma como este pode ser analisado através de sua empiricização, fragmentação, espacialização e governança, será abordado o modo como as redes contribuem para a formação do circuito espacial da produção da MMCB.

Contudo, para entender como o conceito de rede pode ser abordado no contexto histórico-geográfico, recorre-se a uma literatura pautada nas bases do desenvolvimento capitalista com ênfase em leituras sobre a geografia da realidade espacial posta para compreender a essência e importância das redes no contexto atual.

No que se refere às bases do sistema capitalista, lhe é inerente a tendência à expansão. A respeito disso, Engels e Marx (2000), ainda no século XIX, em seu Manifesto Comunista, alertavam sobre as evidências dessas características que marcam o processo capitalista, dizendo da necessidade da conquista de novos mercados e de criação de vínculos:

> Impelida pela necessidade de mercados sempre novos, a burguesia invade todo o globo. Necessita estabelecer-se em toda parte, explorar em toda parte, criar

> vínculos em toda parte. Pela exploração do mercado mundial a burguesia imprime um caráter cosmopolita à produção e ao consumo em todos os países. Para desespero dos reacionários, ela retirou à indústria sua base nacional. (ENGELS; MARX, 2000, p. 26)

As palavras dos autores expressam um contexto ainda bastante atual, caracterizando a expansão desenfreada do sistema capitalista, cuja face tornou-se marcada pelos postulados do neoliberalismo. Concomitante com a expansão e as novas necessidades do mercado, a sociedade contemporânea passa a testemunhar uma gradual evolução das tecnologias da informação.

Balizados por questões e características inerentes ao capitalismo, os vínculos entre os segmentos econômicos e sociais tornaram-se algo essencial para a consolidação do sistema em termos mundiais. Dessa forma, a categoria da Geografia rede expressa como ocorrem esses vínculos entre os segmentos da economia e da sociedade, que se tornaram tão importantes na atualidade.

A palavra rede provém da palavra em latim *retis*. Surge no século XII para designar o conjunto de fios entrelaçados, linhas e nós. No Dicionário de Língua Portuguesa, o significado é semelhante, aparecendo como o "[...] conjunto de estradas, de vias férreas, de linhas telegráficas, de canos de água ou de gás etc., que se entroncam uns nos outros; [...]". (FERNANDES; LUFT; GUIMARÃES, 1991).

Para compreender o que é uma rede e como ocorrem sua formação, estruturação, ligações e características, precisa-se analisar como foi sua configuração no tempo e no espaço. Descartes (1648) e Diderot (1769) consideravam o corpo humano como um sistema reticular que funciona em rede, através das ligações entre seus sistemas sanguíneo (veias e vasos), nervoso (cérebro), órgãos e tecidos. (DIAS, 2007).

O rompimento com a noção de redes relacionada ao entendimento de corpo humano e como ele funciona vem sendo executado na medida em que há o desenvolvimento da

sociedade, da economia e da produção, culminado com a assumência de novas funções pelo sistema monetário. Nesse pensamento:

> A grande ruptura que introduz novo conceito de rede acontece na segunda metade do século XVIII e se caracteriza pela 'saída' do corpo. Representações geométricas do território se multiplicam graças à triangulação do espaço em rede. Engenheiros cartógrafos, freqüentemente militares, empregam o termo rede no sentido moderno de comunicação e representam o território como um plano de linhas imaginárias ordenadas em rede, para matematizá-lo e construir o mapa. (DIAS, 2007, p. 15, destaque da autora).

Porém, a contribuição de Engels e Marx (1989), na obra "A Ideologia Alemã", contradiz, em termos cronológicos, as afirmações de Dias (2007), quando se referem ao desenvolvimento da divisão do trabalho e apontam que, em termos econômicos, houve a separação entre a produção e o comércio em período anterior, isto é, ainda na Idade Média (século V a XV). Tal separação possibilitou a criação de novas classes sociais, entre elas, a dos comerciantes que, devido à sua atividade e forma de trabalho (compra e venda de produtos), possibilitou uma maior dispersão de capitais, mercadorias e informações pelas cidades existentes, dando-se então início ao processo de formação das redes. Os autores afirmam que:

> [...] a constituição de uma classe especial ligada ao comércio, com a extensão do comércio através dos comerciantes para além das vizinhanças mais próximas da cidade, surgiu logo uma ação recíproca entre a produção e o comércio. As cidades entram em relação *umas com outras*, novas ferramentas são levadas de uma cidade para outra e a separação entre a produção não tarda a suscitar uma nova divisão da produção entre as diversas cidades, cada uma das quais logo explorará predominantemente um ramo industrial. A limitação inicial à localidade, começa, pouco a pouco, a desaparecer. (ENGELS; MARX, 1989, p. 82, destaque dos autores).

Para Santos (2002), há pelo menos três momentos na produção e vida das redes: período pré-mecânico; período mecânico intermediário e a fase atual (período técnico-científico-informacional). O início das redes apontadas por Engels e Marx (1989) se refere ao período pré-mecânic*o* em que "[...] as redes existentes serviam a uma pequena vida de relações [...] as sociedade locais tinham suas necessidades localmente satisfeitas". (SANTOS,

2002, p. 265). Nota-se que as relações, as trocas comerciais e a circulação de mercadorias eram pouco frequentes, marcando uma época em que o tempo lento prevalecia.

Com o passar do tempo, emerge o período mecânico intermediário, que é marcado pelo desenvolvimento das técnicas, cujo consumo se amplia moderadamente e o comércio passa a ser controlado direta ou indiretamente pelo Estado, tendo sua expansão limitada a alguns fins. Assim, "O "mercado mundial" é a soma dos mercados coloniais [...]". (SANTOS, 2002, p. 265, destaque do autor).

Esse período pode ser compreendido no contexto do Renascimento, do aprimoramento do transporte marítimo (que se concretizou nas grandes navegações e nas descobertas do "Novo Mundo" e de outras terras e suas efetivas ocupações pelos países europeus) e do desenvolvimento das comunicações promovido pela Primeira Revolução Industrial.

Especificamente, a Primeira e Segunda Revolução Industrial proporcionaram uma maior interação entre os mercados coloniais e as cidades européias, principalmente, as que já tinham certa autonomia econômica e política. Essa interação tomou um caráter intenso e permanente, se dando através da troca de mercadorias, capitais, costumes e informações entre os países e os continentes. Essas relações provocaram o surgimento do espaço mecanizado e o homem começou a fabricar um novo tempo no trabalho, nas relações comerciais e no lar. Ocorre também a consequente transformação econômica e industrial que o Japão e a Europa sofreram em virtude desse novo tempo que se formava alicerçado na tecnologia. Todas essas incursões foram tuteladas e mantidas pela soberania do Estado, principalmente o império europeu.

Ao explicar a influência do capitalismo na definição de um conceito de rede mais preciso que abarca uma visão holística da sociedade do século XIX, Silva, M. V. da., (2005), com base em diversos autores[30], afirma:

---

[30] Ver Corrêa (2001b); Engels e Marx (1989); Laplantine (2000); Moreira (2001); Santos (2002).

> Portanto, o conceito rede nasce com o próprio capitalismo, porém, os primeiros pesquisadores que utilizamos como referencial teórico e até mesmo como forma de explicar o processo civilizatório[31] só aparecem no século XIX, quando tentam explicar as formas espaciais, sociais e culturais disseminadas pelas redes de transportes marítimos, e até pelas de bonde e de água e esgoto, que possibilitam o surgimento de um novo sistema de circulação de capital, informações, objetos, ações, mercadorias e culturas. (SILVA, M. V. da., 2005, p. 82).

Com a soberania dos preceitos do capitalismo na economia-mundo, as redes assumem formas mais incisivas, se direcionam para lugares antes não entrelaçados, conquistam novos pontos e alinhavam-se por todos os continentes. Elas ao serem efetivadas consideraram os papéis da produção e do consumo.

É justamente no terceiro momento da produção e da vida das redes, o chamado período técnico-científico-informacional (fase atual), proposto por Santos (2002, p. 264), que as redes ganham novos sentidos:

> Os suportes das redes encontram-se, agora, parcialmente no território, nas forças naturais dominadas pelo homem (o espectro eletromagnético) e parcialmente nas forças recentemente elaboradas pela inteligência e contidas nos objetos técnicos (por exemplo, o computador ...). Desse modo, quando o fenômeno de rede se torna absoluto, é abusivamente que ele conserva o nome. Na realidade, nem há mais propriamente redes; seus suportes são pontos.

Desse modo, a analogia do conceito de rede vai ganhando corpo teórico e constitui-se, no período técnico-científico-informacional, numa agenda de pesquisas que reúne propostas, significados e abordagens disciplinares diversas. Portanto, conhecer a história desse conceito é lançar luz sobre as principais representações nas Ciências Humanas e, especialmente, na Geografia.

As abordagens desse conceito na Geografia, no contexto recente, têm-se tornado abrangente, entretanto, ganha maior repercussão ao ser tratado por Milton Santos, devido à diversidade de variáveis que o autor usa ao mostrar sua complexidade. Na obra "A Natureza

---

[31] Denomina-se de processo civilizatório o que Laplantine (2000, p. 63-74) afirma, "quando um mundo está terminado, um outro está nascendo. Se o final do século XVIII começava a sentir essas transformações, ele regia o enigma colocado pela existência de uma sociedade que tinha permanecido fora dos progressos da civilização [...]. Ora, no século XIX, o contexto geopolítico é totalmente novo: é o período da conquista colonial [...]. É no movimento dessa conquista que os pesquisadores (antropólogos, geógrafos, historiadores, sociólogos) começam a fazer grandes reflexões sobre a evolução da sociedade (Teoria da Evolução das Espécies de Charles Darwin)".

do Espaço", Santos (2002, p. 262) já expõe a dificuldade de tratar esse conceito ao afirmar que "as definições e conceituações se multiplicam, mas pode-se admitir que se enquadram em duas grandes matrizes": sendo que uma considera a realidade material dessa rede e outra que leva em conta o seu dado social.

Do ponto de vista da realidade material, as redes são vistas e entendidas como um processo em que o tempo, a história, o movimento da sociedade são primordiais para entender a evolução das técnicas, diversificação e dinamismo que as redes adquirem ao longo dos tempos. Assim "[...] cada fase do processo pode ser vista como uma situação; e cada situação pode ser vista como um corte num movimento que é desigual, segundo levemos em conta este ou aquele elemento". (SANTOS, 2002, p. 264).

Essa realidade material pode ser entendida como um momento em que há um desenvolvimento e maior aprimoramento das técnicas visando a competitividade e o imperativo da fluidez. Nesse caso, a rede contribui para o aprimoramento da densidade técnica, funcional e informacional do espaço, possibilitando a criação, por parte do aparelho estatal e do meio privado, de objetos, condições, lugares, infraestruturas, normas e ordens para atender as exigências da fluidez.

Abstraindo essa questão para o caso da MMCB, nota-se que em seu processo de implantação foram criadas condições, lugares foram modernizados, infraestruturas foram readequadas, o comércio refuncionalizou suas atividades para que a empresa se instalasse em Catalão. (PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO/ESTADO DE GOIÁS/MITSUBISHI, 1997).

Tendo em voga a realidade material, a fluidez torna-se uma das características e exigência do mundo atual, cujo tempo é rápido. Nesse limiar, a realidade material é desigual, pois no tempo rápido ela não atinge homogeneamente os lugares. Assim,

> [...] o tempo rápido não cobre a totalidade do território nem abrange a sociedade inteira. Em cada área, são múltiplos os graus e as modalidades de combinações. Mas, graças à globalização e seus efeitos locais, os tempos lentos são referidos ao tempo rápido mesmo quando este não se exerce diretamente sobre os lugares ou grupos sociais. (SANTOS, 2002, p. 267).

Devido ao fato de a condição diacrônica das redes que ao atingir os lugares fazem emergir a questão do dado social preconizada por Santos (2002, p. 262), pois elas são avaliadas através das relações que mantêm com a presente vida social, em todos os aspectos, sendo um suporte corpóreo do cotidiano, isto é, a vida cotidiana, em seu movimento, necessita da fluidez que as redes proporcionam ao espaço.

Porém, conforme já adiantado, "mediante as redes, há uma criação paralela e eficaz da ordem e da desordem no território, já que as redes integram e desintegram, destroem velhos recortes espaciais e criam outros". (SANTOS, 2002, p. 279).

Assim sendo, os agente que controlam as redes têm o poder social de incluir e excluir segmentos da sociedade. Aqueles que interagem com as técnicas e condições criadas no desenvolver do meio técnico-científico-informacional podem se beneficiar de algumas condições e favorecimentos. Mas, aqueles que ainda estão no tempo lento, não.

O conceito de rede também perpassa pelo que Bakis (1993, p. 06-07) afirma sobre as redes e seus jogos sociais no contexto atual:

> On prend conscience cepedant de l'organisation en reséau dans de multiples domains de la vie social. On reconnaîte bien volantiers que la planete est devenue dans sa globalité, l'échelle de référence de grandes interprises ou d'organisations internacionales, pour lesquelles les techniques informationnelles (télécommunication, informatique) permetent Le développment d'une struture de reséaux. L'amplification dês interdependances maque lês societés contemporaines el n'est pas sans rapport de cause à effets avec de développment dês réseaux d'informations. Systémique et systémique sociale tentent de rendre compte de cette complexité.

Porém, a complexidade em que essas redes ocorrem marca a realidade do mundo contemporâneo. A conexão entre empresas, o aperfeiçoamento das técnicas informacionais e o cruzamento de informações é algo corriqueiro. No desenrolar das relações entre empresas-

empresas, se formam os nós da rede. Para Castells (2000, p. 498), isso se resume da seguinte forma:

> Rede é um conjunto de nós interconectados. [...]. Concretamente, o que um nó é depende do tipo de redes concretas de que falamos. São mercados de bolsas de valores e suas centrais de serviços auxiliares avançadas na rede dos fluxos financeiros globais. São conselhos nacionais de ministros e comissionários europeus da rede política que governa a União Européia. São os campos de coca e de papoula, laboratórios clandestinos, pistas de aterrissagem secreta, gangues de ruas e instituições financeiras para lavagem de dinheiro [...].

Outro conceito de rede que nos interessa, por se assemelhar ao de Castells quando exemplifica os tipos de redes, é defendido por Corrêa (2001):

> Por redes geográficas entendemos "um conjunto de localizações geográficas interconectadas" entre si "por um certo número de ligações". Este conjunto pode ser constituído tanto por uma sede de cooperativa de produtores rurais e as fazendas a ela associadas, como pelas ligações materiais e imateriais que conectam a sede de uma grande empresa, seu centro de pesquisa e de desenvolvimento, suas fábricas, depósitos e filiais de venda [...]. Há, na realidade, inúmeras e variadas redes que recobrem, de modo visível ou não, a superfície terrestre. (CORRÊA, 2001, p. 107, destaque do autor).

Considerando os conceitos de rede apresentados por Santos (2002), Bakis (1993), Castells (2000) e Corrêa (2001), cabe ressaltar que são complementares e apontam a complexidade do conceito e a de compreensão para uma abstração em materializá-lo como categoria de estudo na Geografia. Este último é devido às variáveis que formam a rede e como estas se portam materialmente e socialmente no espaço, no território e no lugar.

Nos conceitos apresentados, podem-se distinguir duas dimensões: uma econômica, devido à sua materialidade e à possibilidade do fluxo de objetos, ações e informações pelo território, e outra sociopolítica, por tratar do conteúdo, da essência, dos valores e da intencionalidade que é impregnada nos lugares onde passam e onde localizam seus nós.

A dimensão econômica pode ser mensurada pela fluidez, seja de mercadorias, de arrecadação de impostos, de geração de postos de trabalhos, pelo fluxo de capital e atividade financeira, pela abrangência e importância da rede no âmbito internacional, nacional, regional e local.

Considerando que as montadoras sediadas no Brasil exercem influências, transformações e metamorfoses diversas sobre os lugares onde estão instaladas, é importante ressaltar que elas estabelecem e formam redes complexas com abrangência escalar ultrapassando os limites locais, conforme já abordado no capítulo 1, quando retratou-se do quantitativo de filias da montadora da Ford (Horizonte/CE, São Bernardo do Campo, Tatuí e Taubaté/SP), da Volkswagen (São Bernardo do Campo, Taubaté, São Carlos/SP, São José dos Pinhais/PR, Resende/RJ) e da General Motors (São Caetano do Sul, São José dos Campos, Mogi das Cruzes, Sorocaba e Indaiatuba/SP, Gravataí/RS). Somente a Volkswagen, em 2007, tinha 416 concessionárias e a Fiat, 453 concessionárias.

Todo esse emaranhando de relações com concessionárias, fornecedores de produtos, empresas prestadoras de serviços emana fluxos materiais e imateriais em diversos lugares do país, criando sinergias diversas nos locais.

Tendo em vista o entendimento de redes, observa-se que a história da Mitsubishi Motors Corporation é marcada, no pós-1970, pelo processo de expansão mundial através da instalação de unidades montadoras em diversos países. O seu processo de consolidação é permeado por parcerias, inclusive com outras montadoras, como o caso da Chrysler, que possibilitou sua inserção no mercado norte-americano, e da Volvo na Holanda, cujo objetivo consistiu em fabricar veículos de passageiros.

No entanto, a expansão mundial da MMC e a abertura de unidades montadoras ou escritórios representativos em diversos países ganha corpo nas décadas finais do século XX. No entanto, o Brasil recebe a primeira unidade montadora da Mitsubishi das Américas Latina e Central através de uma parceria entre a MMC e um grupo empresarial brasileiro[32], dando origem à MMCB, que começa a delinear seu papel na cadeia automotiva brasileira através da perspectiva de relações, conexões e interações que as redes permitem e que culminam na

[32] Essa parceria consiste em um acordo firmado entre as partes referente a definição de quais veículos e produtos a serem produzidos no Brasil, licença e cessão de tecnologia da MMC para produção veicular no país. (NASSER, 2010).

consolidação de seu circuito espacial da produção com atuação multiescalar, tanto em nível local, regional, nacional, quanto internacional, conforme é retratado neste capítulo.

3.2. O relacionamento da MMCB com os fornecedores e as escalas espaciais

Para compreender o processo de estruturação das redes que convergem para a MMCB e as que partem da montadora, faz-se necessário salientar suas abrangências e repercussões espaciais, assim como materializações da lógica produtiva do capital e de intencionalidades. Esse é um processo que deve ser abordado em partes, devido a sua complexidade. Porém, se deve ignorar que essas partes compõem um todo que, em seu processo de totalização, funciona de maneira articulada - circuito espacial da produção e círculo de cooperação - categorias usadas para compreender o complexo de redes diversificadas da MMCB.

Com esse fim, o sistema de organização da produção de uma montadora pode estar dividida, a grosso modo, em três grandes etapas/processos/momentos, autodenominados como: processo a montante; processo de produção e processo a jusante. Portanto, é com base nesses processos que propõe-se compreender as redes e o circuito espacial da produção da MMCB.

O primeiro processo é caracterizado através do relacionamento que a montadora mantém com fornecedores, prestadores de serviços e empresas terceirizadas, relações para o desenvolvimento de produtos, as escolhas de tecnologias a serem usadas nos veículos, as pesquisas de mercados, entre outras. Este é conhecido como processo a montante.

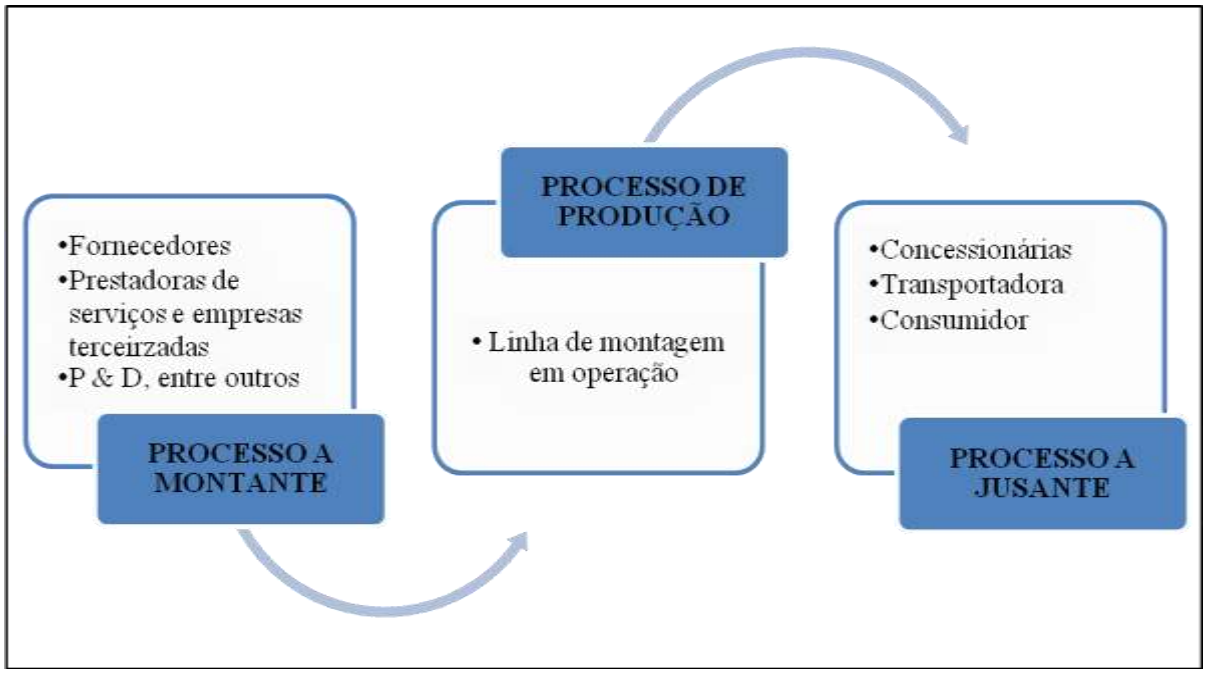
A segunda etapa refere-se à produção, propriamente dita, que ocorre dentro da unidade montadora. Esse pode ser analisado como o local onde acontece processo produtivo, envolvendo aparatos locais entre trabalhadores que, através de sua força de trabalho, fazem a

linha de produção funcionar e executam a montagem dos veículos. Todavia, esta fase é denominada de processo de produção.

O terceiro momento refere-se a ações de demandas *posteriori* a linha de montagem, podendo ser caracterizado por ações que envolvem as redes de transportes, de concessionárias, o consumidor final, entre outros. Portanto, este é o processo a jusante.

Essas três grandes etapas estão articuladas a partir da lógica capitalista que impera sobre os lugares ligando espaços distantes através de fluxos materiais e imateriais. Portanto, os itens a seguir tentarão mostrar como essas etapas e/ou processos se articulam e se conectam para formar o circuito espacial da produção da referida montadora. O fluxograma 1 mostra o processo de articulação de capitais, mandos e comandos existentes na produção automotiva.

Fluxograma 1 - Principais Processos inerentes ao Sistema de Organização da Produção da MMCB (2010).



Fonte: PESQUISA DE CAMPO (2009a, 2009b, 2009c, 2009d, 2009e, 2009f, 2009g, 2009h, 2009 i, 2009j, 2009l, 2009m, 2009n, 2009o, 2009p).
Org.: SILVA, M. V. da. 2010.

Através de uma visão holística das relações que a montadora MMCB mantém com diversos segmentos econômicos que lhe subsidiam no quesito técnico e material, é possível avaliar que as conexões e interações que a empresa realiza são complexas. Isto por que envolvem diversas variáveis, empresas de diversos portes e localizações, com diferentes formas de atuação no mercado e pertencentes a vários segmentos da economia. Sendo assim, permite a inserção de Catalão em um espaço de fluxos complexos, reforçando suas dinâmicas econômicas no escopo local, regional, nacional e até internacional.

Santos (2002, p. 269), ao abordar essas questões relacionais no âmbito da Geografia através de um entendimento a partir da concepção de redes no contexto mundial recente, aponta que, "graças aos progressos técnicos e as formas atuais de realização da vida econômica, cada vez mais as redes são globais: redes produtivas, de comércio, de transporte, de informação".

Considerando a premissa de redes globais, tem-se uma discussão mais abrangente em que outras variáveis permitem a compreensão da complexidade espacial que é apresentada no contexto recente. Essa perpassa pelo entendimento da noção de totalidade e sua relação com o espaço, permitindo, desse modo, conhecer a realidade. Seguindo essa linha de pensamento, Santos (2002, p. 120) diz que:

> O todo somente pode ser conhecido através do conhecimento das partes e as partes somente podem ser conhecidas através do conhecimento do todo. Essas duas verdades são, porém, parciais. Para alcançar a verdade total, é necessário reconhecer o movimento conjunto do todo e das partes, através do processo de totalização.

No que concerne ao objeto de pesquisa deste trabalho, pode-se notar que, primeiramente, é necessário conhecer os segmentos (empresas fornecedoras, prestadoras de serviços, terceirizadas, a rede virtual do PeopleSoft) que o compõem para, posteriormente, compreendê-lo em sua totalidade, ou seja, o circuito espacial de produção da MMCB.

Todavia, isso não perfaz em uma tarefa fácil devido às mudanças econômicas, estratégias de mercado, transformações culturais, velocidade dos fluxos materiais e imateriais, governança e à gama de ações possibilitadas pelo desenvolvimento do meio técnico-científico-informacional no contexto atual.

Essa complexidade do fenômeno espacial da MMCB é algo que remete à realidade da sociedade atual por sofrer transformações contínuas devido às mudanças das técnicas, da ciência, da informação e do mercado. Estes fatores chegam aos lugares por via da globalização, possibilitando o surgimento de novas realidades, novas condições de vida, novos jeitos de pensar, enfim, um pensamento único e universal sobre a realidade. (SANTOS, 2003).

Dessa forma, a compreensão da totalidade não é apenas conhecer as partes que a formam através de uma simples junção. É ir além. Cujo desafio perfaz em captar a subjetividade dessas partes e do todo, é assimilar as aparências e essências que o sistema capitalista apresenta de forma nebulosa, é buscar meandros ainda não explorados.

Para isso, é preciso compreender que "[...] a noção de totalidade subentende a noção de tempo porque a realidade é um estado, mas é também uma totalização em marcha. É uma situação, e uma situação em mudança". (SANTOS, 2008, p. 219).

A noção de totalidade é inseparável da de tempo. Isso remete a idéia de que essa totalidade é mutável e inconstante e, dessa forma, a realidade captada no trabalho de campo realizado para compreender as relações estabelecidas pela MMCB é um momento específico, com características específicas que, em um curto intervalo de tempo, podem ser alteradas.

Dessa forma, o trabalho de campo realizado com o segmento fornecedor de suprimentos à MMCB visa captar uma realidade que permite fazer análises e avaliações que possibilitem construir um entendimento dessa relação que, *a priori*, é complexa, através de uma leitura geográfica.

Conforme ressaltado, a relação montadora e fornecedor é complexa, pois envolve uma série de interconexões entre as partes envolvidas, partindo de um sistema de governança da cadeia produtiva em que a montadora conduz e organiza todo o processo produtivo.

Primeiramente, a escolha desta ou daquela empresa para ser fornecedora de uma montadora está balizada em uma série de exigências às quais o fornecedor necessita se adequar para atender o cliente. A respeito disso, Firkowski e Biliski (2008, p. 8), ao analisar o contexto de atuação da montadora Renault na cidade francesa Douai (Norte da França) e na cidade de Curitiba (Paraná), alertam que:

> A escolha do fornecedor se baseia em rígidos critérios de adequação dos fornecedores as demandas da montadora, dentre as quais a qualidade tem destaque, além da capacidade para participar do desenvolvimento técnico, capacidade de entregar as quantidades solicitadas em prazos cada vez mais curtos; competitividade de preços, situação financeira e [...].

O processo de escolha de fornecedores, por parte das montadoras, é algo estratégico e considerável para o sucesso da cadeia produtiva automotiva. A escolha do fornecedor é um momento compreendido em etapas distintas em que a empresa é avaliada com o fim de detectar se possui capacidade tecnológica, qualidade e produtividade que atenda às demandas do futuro cliente. Ao se tornar fornecedor e conseguir a confiança da montadora, denota-se tempo e qualidade no atendimento prestado. Dessa forma, o relacionamento precisa ser profícua e possibilitar a troca de informações entre as partes de forma a influenciar na relação custo-benefício. (MARINI; GONÇALVES; GIACOBO, 2009).

A respeito desses pré-requisitos que, em geral, são exigidos pelas montadoras, Ricardo José Tangary Ferraz de Camargo, diretor industrial da MMCB ao ser questionado se os fornecedores da MMCB detêm tecnologia e *know-how* para atender as necessidades da montadora, ressaltou que:

> [...] hoje em dia os fornecedores da indústria automobilística são sempre os mesmos, e são multinacionais em sua grande maioria, são poucas as empresas absolutamente nacionais. Isso vale pro parque industrial brasileiro, principalmente na automobilística, praticamente quase todos os fornecedores são multinacionais e são

> empresas de grande porte, difícil você fazer um fornecedor na indústria automobilística pequeno.

Considerando que essas relações de poder envolvem o processo a montante da produção de automóveis, o processo de produção (linha de montagem em operação) e o processo a jusante (mercado distribuidor e revendas), os dois últimos serão abordados no capítulo 4 por uma questão de estruturação metodológica na construção da discussão sobre rede de fornecedores e rede de concessionárias.

Portanto, fazem-se algumas considerações sobre estes três processos, considerando-os como momentos importantes e particulares e com características peculiares na consolidação do circuito espacial da produção da MMCB.

O processo a montante pode ser caracterizado como escolhas e contatos com fornecedores, relações com prestadores de serviços, definição de produtos e componentes a serem criados, desenvolvimento, testagem e aquisição de produtos, escolhas de tecnologias a serem usadas nos veículos, pesquisas que analisam quais modelos e quais cores tem melhores aceitação do consumidor, o que precisa aprimorar nos veículos, qual o momento mais oportuno para colocar este ou aquele modelo de veículo no mercado e, enfim, a decisão de montar o modelo aceitável mercadologicamente.

Uma das perguntas feita ao senhor Ricardo José Tangary Ferraz de Camargo, foi relacionada à existência de alguma pesquisa de mercado para a inserção de novos *designer* dos veículos montados pela MMCB. Ele afirmou:

> [...] elas são realizadas e são chamadas clínicas, pra ver o que o consumidor quer ou pesquisas pra ver o que agrada o consumidor pra poder fazer as modificações em termos de satisfazê-lo como, por exemplo, aparência, potência, porta-batom, porta-óculos, espelho no quebra-sol, quem não quer ter um carro assim.

Segundo o diretor, qualquer um pode ser convidado a participar de uma clínica. Porém, não soube informar o nome da agência de publicidade responsável por tais pesquisas.

Na perspectiva do meio técnico-científico-informacional, segundo Antongiovanni (2003, p. 187), "a publicidade é um elemento constitutivo desse meio técnico-científico-informacional, sobretudo por seu conteúdo em racionalidade". Pautado na "racionalização das subjetividades é o que em marketing se chama de "criação de conceitos", isto é, identidades associadas às marcas ou produtos, as quais são aplicadas mediante campanhas publicitárias". (ANTOGIOVANNI, 2003, p. 187, destaque da autora).

No caso da montadora MMCB, as campanhas publicitárias são práticas constantes como as que estão dispostas em revistas semanais como a Veja (Anexo 6), as em canais de TV por assinatura e recentemente nos canais da TV aberta. Porém, ainda se vêem alguns *merchandising* em algumas novelas da Rede Globo, em que aparecem atores dirigindo os veículos da montadora. Com objetivo claro, a publicidade desenvolvida pela montadora quer atingir as classes sociais com maiores padrões aquisitivos, isto é, aquelas que possuem condições reais de comprar um veículo da marca Mitsubishi.

Dessa forma, "a publicidade é uma verdadeira mediação entre as instâncias sociais: espaço, cultura, política, economia". (ANTOGIOVANNI, 2003, p. 191). A publicidade faz parte do *marketing* usado pela montadora para divulgar seus produtos e criar o desejo na população de obter um, criando, dessa forma, uma identificação com o produto e despertando a possibilidade de tê-lo o quanto antes.

Considerando que o foco central deste capítulo não é a questão da publicidade e do marketing desenvolvido pela MMCB para divulgar seus automóveis, retorna-se a questões que envolvem o relacionamento da montadora com seus fornecedores de produtos, componentes e suprimentos.

De acordo com informações prestadas pelo senhor Ercílio Azevedo[33], a montadora possui, cerca de 150 fornecedores voltados a atender as necessidades da linha de produção.

[33] É Supervisor de Compras da Linha de Produção MMCB, entrevista concedida no dia 05 de agosto de 2009.

(Ver Anexo 7). A respeito dessa questão, encaminhou-se ao entrevistado uma lista de parte dos componentes principais que são usados em maior volume para realizar a montagem de um veículo.

No entanto, a elaboração dessa lista, usou-se como parâmetro a pesquisa científica realizada por Lima et all (2002), que realizaram um levantamento dos fornecedores do Complexo Ford na Bahia e os respectivos produtos fornecidos[34]. Alguns componentes foram acrescentados à essa lista por serem importantes no processo de montagem automotiva da MMCB.

O quadro 11 relaciona algumas empresas fornecedoras de insumos/produtos, assim como aqueles que são fornecidos à MMCB. Portanto, com referência ao quadro 11 e ao mapa 5, nota-se que a localização da maior parte dos fornecedores no Brasil concentra-se espacialmente no Sul e Sudeste.

[34]A pesquisa de Lima et al., (2002) é sobre o Complexo Ford na Bahia. Foi o maior investimento feito pela Ford em todo o mundo, equivalente a US$ 1, 9 bilhão, que incluía o desenvolvimento de uma nova linha de veículos. Tal investimento atraiu para a Bahia fornecedores de primeiro nível ou sistemistas com atuação mundial, que passaram a atuar diretamente na linha de produção da Ford e se instalando em seu Condomínio Industrial em Camaçari. Com base nessa avaliação, Lima et al., (2002) realizaram um levantamento preliminar sobre as possibilidades de se instalar no estado fornecedores de segundo e terceiro níveis. Dessa forma, entrevistas foram realizadas com 29 sistemistas e 18 fornecedores de segundo, terceiro e quarto níveis localizados dentro do site ou nas suas proximidades. O levantamento consistiu em identificar quais fornecedores faziam entregas diretas de componentes e produtos na linha de produção, de maneira sincronizada; detectar quais as possibilidades de alguns fornecedores se instalar na Bahia e apontar o papel do Estado na consolidação da Ford na Bahia.

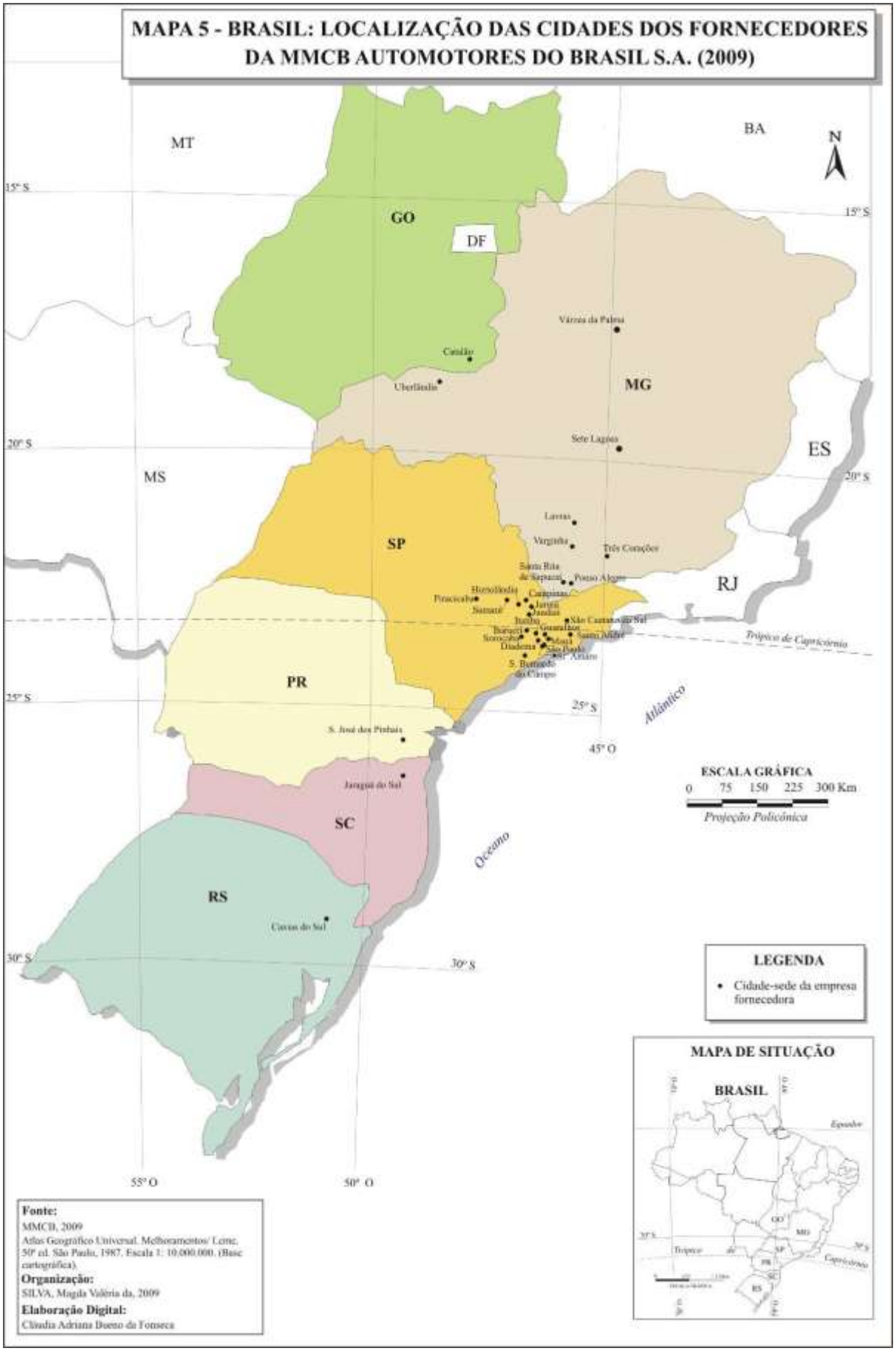
EMPRESAS	COMPONENTES FORNECIDOS	LOCALIZAÇÃO	DISTÂNCIA DE CATALÃO
BANTEC ART & COUROS LTDA.	Couro para assentos	São Paulo/SP	695 Km
BIOAGRI AMBIENTAL	Monitoramento ambiental de partículas e resíduos expelidos pelos geradores	Piracicaba/SP	582 Km
BORLEM S.A. EMPREENDIMENTOS INDUSTRIAIS	Rodas de alumínio	Guarulhos/SP	704 Km
C.S. COM. IND. SOPLAST DE SAC. PLAS. LTDA.	Tanque de combustível e sistema de enchimento	São Paulo/SP; São Bernardo do Campo/SP	695 Km / 715 Km
CASTROL BRASIL LTDA	Óleos lubrificantes – 1ª troca	Barueri/SP; Guarulhos/SP	687 Km / 704 Km
CLARION DO BRASIL LTDA	Equipamentos de som e áudio (DVD, CD, MP3 etc)	São Paulo/SP	695 Km
CHRIS CINTOS DE SEGURANÇA LTDA	Sistemas de segurança: cinto de segurança	São Paulo/SP	695 Km
COLAUTO ADESIVOS MASSAS LTDA. (DIVISÃO DE ADESIVOS, SELANTES E VEDAÇÃO)	Weldmatic Automotive Ltda: Adesivos para pontos de soldas. DuPont do Brasil S.A.: massa de vedação entre chapas; massa de retoque secagem ao ar base d'água; tintas batidas de pedra; plastisol PVC free.	São Paulo/SP	695 Km
DUPONT DO BRASIL S/A. (abril de 2007)	Tintas e produtos para linha de pintura dos veículos	Guarulhos/SP; Catalão/GO	704 Km / ---
HAMBURG SUD /ALIANÇA NAVEGAÇÃO E LOGÍSTICA LTDA	Locação de contêineres para transporte de componentes importados	São Paulo/SP	695 Km
HENKEL	Produto para tratamento de fosfatização e antioxidação da pintura	São Paulo/SP	695 Km
INDÚSTRIAS ARTEB S/A.	Sistema de iluminação: Faróis e lanternas	São Bernardo do Campo/SP	715 Km
ISRINGHAUSEN IND. LTDA	Couro, armação de ferro, espuma, etc. destinados à fabricação dos bancos/estofados	Diadema/SP	710 Km
		Sete Lagoas/MG	584 Km
KROMBERG E SCHUBERT DO BRASIL LTDA.	Cabos elétricos	Itatiba/SP	639 Km
MAGNETI MARELLI COFAP COMPANHIA FABRICADORA DE PEÇAS	Suspensões dianteira e traseira	Mauá/SP; Lavras/MG	721 Km / 603 km
MAGNETI MARELLI SISTEMAS AUTOMOTIVOS INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA	Módulos de Injeção Eletrônica, Bicos Injetores, Galerias de Combustível (sistema Flex Fuel) e Rastreadores GPS/GSM/GPRS.	Hortolândia/SP	655 Km
MANGELS Industria e Comércio	Rodas de alumínio	Três Corações/MG	663 Km
METAGAL INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA	Retrovisores e espelhos	Diadema/SP e Santa Rita do Sapucaí/MG	710 Km / 715 Km
MVC COMPONENTES PLÁSTICOS LTDA	Matéria-prima para a filial em Goiás	São José dos Pinhais/PR	1.061 Km
MVC COMPONENTES PLÁSTICOS LTDA	Componentes plásticos (para-lamas; para-choques e revestimentos internos)	Catalão/GO	----
PIRELLI PNEUS S/A	Pneus	Santo André/SP	720 Km
PLASCAR IND. DE COMP. PLÁSTICOS LTDA	Revestimentos internos e externos (tetos, portas, carpetes, isoladores, carrocerias etc.)	Varginha/MG Jundiaí/SP	658 Km / 640 Km
PRODUFLEX IND. DE BORRACHAS LTDA.	Componentes emborrachados (protetores de peças, portas etc.)	Diadema/SP	710 Km
RASSINI NHK AUTOPEÇAS LTDA	Suspensões dianteira e traseira	São Bernardo do Campo/SP	715 Km
SAINT-GOBAIN VIDROS S/A.	Vidros	Mauá/SP e São Paulo/SP	721 Km / 695 Km
SCHAEFFLER BRASIL LTDA	Produtos LUK: Sistemas de embreagem e sistema de transmissão	Sorocaba/SP	582 Km
VALEO SISTEMAS AUTOMOTIVOS LTDA	Sistema de limpadores: braços e palhetas	Campinas/SP	601 Km
VALEO SISTEMAS AUTOMOTIVOS LTDA	Radiadores, módulos de resfriamento, ventiladores etc.	Itatiba/SP	639 Km
WIEST ESCAPAMENTOS S/A	Sistema de exaustão de motores: escapamentos, catalisadores	Jaraguá do Sul/SC Caxias do Sul/RS	1.233 Km / 1.644 Km
AUTOMOTIVA USIMINAS (ANTIGA USIPARTS)	Componentes estampados: painéis externos (classe A), peças estruturais, componentes de carroceria, entre outros. Conjuntos Soldados: portas, capôs, laterais, tetos, para-lamas, painéis traseiros, painéis frontais e travessas de suspensão.	São Paulo/SP e Pouso Alegre/MG	695 Km / 729 Km
RESIL COMERCIAL INDUSTRIAL EXTINTORES	Extintores	Diadema/SP	710 Km
WELDMATIC AUTOMOTIVE LTDA.*	------	Catalão/GO e São Paulo/SP	695 Km
DELPHI	Bomba interna de gasolina	São Caetano do Sul/SP	707 Km
ARTFIX PRINT SOLUTIONS	Fornece e adesivas os carros dos rallys promovidos pela montadora no país e exterior.	São Paulo/SP	695 Km
ERTA AUTOMOTIVE	Discos de freios e tambores de freios	Várzea de Palma/MG	522 Km

SAINT-GOBAIN ABRASIVOS LTDA.	Lixas para polimento e discos polidores automotivos	Guarulhos/SO	704 Km
3 M DO BRASIL LTDA.	Fitas adesivas para funilaria, pintura, montagem interior e exterior, enfim fixação e vedação de peças e componentes automotivos	Sumaré/SP	586 Km
PETROBRÁS S.A.	Fornecimento de combustíveis para abastecimento de veículos fabricados	Uberlândia/MG	108 Km
LIQUIGÁS DISTRIBUIDORA S.A.	GLP para setor de pintura, restaurante e abasteciemnto de empilhadeiras	São Paulo/SP	695 Km
NALCO LATIN AMERICA	Produtos para tratamento de água residuais (oriunda da produção) e resfriamento de esquimapentos de soldas da Weldmatic Automotive Ltda.	Santo Amaro/SP	703 Km
USIMOR USINAGEM – INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA.	Peças metálicas (estrutura de bancos, engates, proteção de tanque de combustível, ferragem para para-choques etc.)	Jarinú / SP	586 Km
TECLIMP TECNOLOGIA EM LIMPEZA	Material de limpeza e higienização predial	São Paulo/SP	695 Km
VECOFLOW LTDA.	Filtros de proteção usados no setor de pintura (evitar contaminação)	Campinas/SP	601 Km
LABORTEX INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE PRODUTOS DE BORRACHA LTDA.	Peças de borrachas (Buchas, mangueiras, coifa, coifa homocinética, manopla, batente, coxim, Kit suspensão traseiro, mancal, quebra vento e outros).	Santo André/SP	720 Km
BOSH	Furadeiras elétricas	Campinas/SP	601 Km

Quadro 11 - Levantamento Parcial das Empresas Fornecedoras de Produtos e Componentes para a Linha de Produção da MMCB Automotores do Brasil S.A. (2010).

Fonte: MMCB (2009c). Org. SILVA, M. V. da. 2009.

*Os responsáveis pela empresa em Catalão negaram conceder entrevista.


MAPA 5 - BRASIL: LOCALIZAÇÃO DAS CIDADES DOS FORNECEDORES DA MMCB AUTOMOTORES DO BRASIL S.A. (2009)
MT
BA
N
GO
DF
MG
ES
MS
SP
RJ
PR
SC
RS
Várzea da Palma
Catalão
Uberlândia
Sete Lagoas
Lavras
Varginha
Três Corações
Santa Rita de Sapucaí
Pouso Alegre
Hortolândia
Piracicaba
Campinas
Sumaré
Jundiaí
Itu
São Caetano do Sul
Barueri
Guarulhos
Sorocaba
Santo André
Diadema
São Paulo
S. Bernardo do Campo
Tropico de Capricórnio
Atlântico
Oceano
S. José dos Pinhais
Joaçaba do Sul
Caxias do Sul
15° S
20° S
25° S
30° S
45° O
55° O
50° O
ESCALA GRÁFICA
0 75 150 225 300 Km
Projeção Policônica
LEGENDA
Cidade-sede da empresa fornecedora
MAPA DE SITUAÇÃO
BRASIL
Fonte:
MMCB, 2009
Atlas Geográfico Universal. Melhoramentos/ Lenz. 50ª ed. São Paulo, 1987. Escala 1: 10.000.000. (Base cartográfica).
Organização:
SILVA, Magda Valéria da, 2009
Elaboração Digital:
Cláudia Adriana Bueno da Fonseca

Segundo o quadro 11 e o mapa 5, observa-se que os fornecedores localizam-se, prioritariamente em cidades com tradição industrial. Algumas apresentam forte inserção da indústria automotiva, como é o caso de São Bernardo do Campo, Campinas, São José dos Pinhais e Caxias do Sul. A primeira faz parte da região metropolitana da Grande São Paulo, com população estimada em 2009 de 810.979 habitantes. (IBGE, 2009b). É uma cidade que exerce forte influência no setor automotivo brasileiro, abrigando, atualmente, quatro montadoras de veículos: Ford, Volkswagen, Mercedes-Benz e Karmann-Ghia.

Conforme aponta o quadro 11, a maior parte das empresas fornecedoras de componentes e produtos da MMCB é de capital estrangeiro, como a Magneti Marelli, Wiest, Plascar, Mangels, DuPont, entre outras. Também são fornecedoras de outras montadoras sediadas no país, porém, algumas empresas nacionais conseguem se inserir no mercado automobilístico através do fornecimento de insumos, como é o caso da MVC Componentes Plásticos Ltda., a Weldmatic Automotive Ltda., Automotiva Usiminas, Metagal e outras. Considerando isso, nota-se que componentes e produtos que exigem uma tecnologia de ponta, como sistema de injeção eletrônica, pintura e exaustão, são empresas internacionais. Já as empresas nacionais atuam em setores onde os investimentos em P&D não requisitam tanta tecnologia e investimentos financeiros.

As cidades de São Bernardo do Campo, Campinas, São José dos Pinhais e Caxias do Sul desempenham relevante na rede urbana regional e nacional, pois parte de suas funções estão ligadas à indústria automotiva, exercendo influências que ultrapassam os limites locais e estendendo-se para todo o Brasil através da distribuição de veículos fabricados pelas montadoras e de produtos de empresas automotivas destinadas às montadoras fora do eixo sul-sudeste. Portanto, a região de influência dessas cidades se consolida também nas escalas regional e nacional.

Os estudos que mostram as repercussões regionais que uma cidade exerce na rede urbana são realizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), através do Regiões de Influências das Cidades (REGIC). O estudo mais recente foi divulgado em outubro de 2008. Considerando o que expõe Corrêa (2001a, p. 359):

> A rede urbana, entendida como o conjunto articulado de centros urbanos, constitui-se em um reflexo social, resultado de complexos processos engendrados por diversos agentes sociais. Por isso, apresenta uma variedade de tipos, de acordos com combinações de características como o tamanho dos centros, a densidade deles, as funções que desempenham, a natureza, intensidade e alcance espacial das interações e a forma espacial da rede.

Dessa forma, a rede urbana brasileira está articulada social e economicamente, sendo comandada por São Paulo. Encontra-se classificada metodologicamente pelo IBGE/REGIC (2007) de acordo com as áreas de influência dos seus centros urbanos em Metrópoles (Grande Metrópole Nacional, Metrópole Nacional e Metrópole), Capitais Regionais (Subníveis A, B e C), Centros Sub-regionais (Centro sub-regional A e Centro sub-regional B), Centros de Zona (Centros de Zona A e Centros de Zona B) e Centros Locais. (IPARDES, 2009).

Conforme a classificação metodológica desenvolvida pelo IBGE/REGIC (2007), as cidades de São Bernardo do Campo[35], Campinas (Capital Regional, Subnível A)[36], São José dos Pinhais (Metrópole)[37] e Caxias do Sul (Capital Regional B) são resultantes de processos complexos que foram engendrados no tempo-espaço que contribuíram para que novas funções emergissem e outras fossem expandidas. O setor automobilístico e suas empresas satélites

[35] É um dos municípios que compõe a Grande Metrópole Nacional (São Paulo e cidades circunvizinhas). A Área de Concentração de População (ACP) de São Paulo é considerada "o maior conjunto urbano do país, com 19,5 milhões de habitantes, em 2007, e alocado no primeiro nível da gestão territorial". (IPARDES, 2009, p. 10).

[36] Segundo Castelo Branco (2006) apud Ipardes (2009, p. 8), para as cidades que formam grandes aglomerações urbanas, o IBGE institui-se a ACP e as subáreas (Sub-ACPs). Assim, algumas ACPs dividem-se em subáreas, como é o caso da de São Paulo – que tem como núcleo principal a cidade de São Paulo, e como demais núcleos Campinas, Jundiaí, Santos, São José dos Campos e Sorocaba. Campinas é uma cidade que se encontra cornubada com algumas cidades circunvizinhas, possibilitando um espaço de fluxos intenso e contínuo, sendo um dos principais pólos tecnológico e científico do Brasil. Mesmo não sendo uma capital de Estado, Campinas é considerada Capital Regional, subnível A, devido a sua influência em diversas regiões do Brasil e centralidade exercida mesmo estando próxima à Grande Metrópole Nacional (São Paulo). Caso similar acontece com Caxias do Sul, que também é classificada como Capital Regional, porém, de subnível B, pois seu raio de influência é menor do que o de Campinas.

[37] São José dos Pinhais é uma das cidades que forma a região metropolitana de Curitiba, cuja influência ultrapassa os limites paranaenses, atingindo alguns municípios do Mato Grosso do Sul, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. (IPARDES, 2009).

contribuem para que as regiões de influências sejam reafirmadas do ponto de vista da economia urbana, pois empresas localizadas nessas cidades abastecem não apenas as montadoras locais, mas outras em diferentes regiões do Brasil.

De acordo com o quadro 11 e o mapa 5, pode-se citar exemplos de empresas que estão na rede urbana de cidades como Curitiba e Campinas, como o caso da MVC Componentes Plásticos Ltda., cuja matriz está localizada em São José dos Pinhais e fornece matéria-prima para a filial em Catalão que, por sua vez, fabrica componentes e acessórios plásticos para a MMCB; a Magneti Marelli Sistemas Automotivos Indústria e Comércio Ltda., fornecedora de módulos de injeção eletrônica, bicos injetores, galerias de combustível (*sistema Flex Fuel*) e rastreadores GPS/GSM/GPRS. Esta última localiza-se em Hortolândia, cidade que compõe a região metropolitana de Campinas. Várias outras empresas estão sediadas em São Paulo e/ou na Grande São Paulo.

O quadro 12 traz alguns fornecedores da MMCB localizados fora do Brasil. Todos estão no Japão e na Tailândia[38] e pertencem à própria MMC. Os produtos fornecidos são os mais essenciais para que um veículo seja montado, ou seja, sem eles não há nem protótipo de carro. Entre os produtos e componentes fornecidos, estão: sistema de freios, motores, chassis, motores de partida, sistema de segurança, entre outros. As compras dos componentes importados são realizadas pelo setor de compras do escritório central da MMCB em São Paulo.

[38] MEC (MMTh Engine Co., Ltd.) é fabricante de motores para automóveis, localizada no distrito de Laemchanbang na região metroplitana da cidade de Bangoc, Tailândia. No entanto, não foi possível descobrir via entrevista e nem pela *homepage* da empresa para quais tipos de veículos a MMCB importa os motores desta fábrica.

Fornecedor	Produtos Fornecidos	Localização
MMC (Mizushima Plant-Okoyama)** (Powertrain Plant - Kyoto)**	Tubulações e sistemas de freios	JAPÃO (Okoyama e Kyoto)
MMC (Mizushima Plant- Okoyama) (Powertrain Plant - Kyoto)	Painéis de instrumentos (velocímetro, caimbo, medidor de combustível, temperatura etc.)	JAPÃO (Okoyama e Kyoto)
MMC (Powertrain Plant-Shiga)***	Motores para automóveis	JAPÃO (Shiga)
MMC (Mizushima Plant- Okayama) (Powertrain Plant - Kyoto)	Chassis para automóveis	JAPÃO (Okoyama e Kyoto)
MMC (Powertrain Plant-Shiga)	Sistemas de segurança (maçanetas, fechaduras, chaves, ignição etc.)	JAPÃO (Shiga)
MMC	Chapas de aço (assoalho)	JAPÃO*
MMC	Sistemas de ventilação, aquecimento e ar condicionado	JAPÃO*
MMC (Powertrain Plant-Shiga)	Chaves de seta e sensores	JAPÃO (Shiga)
MMC (Powertrain Plant-Kyoto) (Mizushima Plant – Okoyama)	Motores de partida e alternadores	JAPÃO (Kyoto e Okoyama)
MMC (MEC- MMTh Engine Co., Ltd.)	Motores para automóveis	TAILÂNDIA (Laemchanbang)

Quadro 12 - Fornecedores da MMC Automotores do Brasil S.A. localizados no Japão e Tailândia (2010).

Fonte: MMCB (2009c); Mitsubishi Motors (2010). Org. SILVA, M. V. da. 2010.

*Não foi possível identificar a cidade em que a empresa fornecedora está localizada. **Fábricas de sistema de transmissão e de motores. *** Fábrica de motores.

O Senhor Ricardo José Tangary Ferraz de Camargo informou que a MMCB importa produtos apenas da MMC localizada no Japão e na Tailândia. Porém, não especificou o que vem de cada país. Afirmou também que a dependência de fornecedores estrangeiros não representa nenhum problema para a montadora, pois eles dependem da MMC e não de outro fornecedor.

O responsável pelas compras de componentes importados é o Senhor Adilson de Souza que não quis informar quais sãos os produtos importados, quais são as fábricas da MMC e em quais cidades estão sediadas. Através de pesquisa minuciosa no endereço

eletrônico da MMC, acabou-se descobrindo a origem de alguns itens usados na montadora em Catalão.

Os componentes importados saem dos países de origem com destino ao porto de Santos/SP, posteriomente, são transportados em contêineres pertencentes a Sud Hamburg[39], Costa Container Lines (CCL)[40] e K Line[41] até Catalão. A empresa que opera no setor de logística do comércio internacional contratada pela MMCB é a Cisa Trading[42], que por sua vez regulariza a entrada desses produtos no país. Segundo informações do setor de *marketing* da empresa, ela presta serviços a MMCB na área de logística. (RANIERI, 2010).

O caminho que estes componentes fazem desde a saída do Japão e Tailândia até a montadora em Goiás está ilustrado no mapa 6**.**

Ressaltar a questão locacional dos fornecedores no espaço nacional e internacional é algo pertinente do ponto de vista da Geografia, pois envolve variáveis diversas como o porte populacional das cidades onde estão sediados; a distância em relação a Catalão; a questão da logística e estratégias para resolver os gargalos no fluxo de materiais que se forma entre o fornecedor e a montadora.

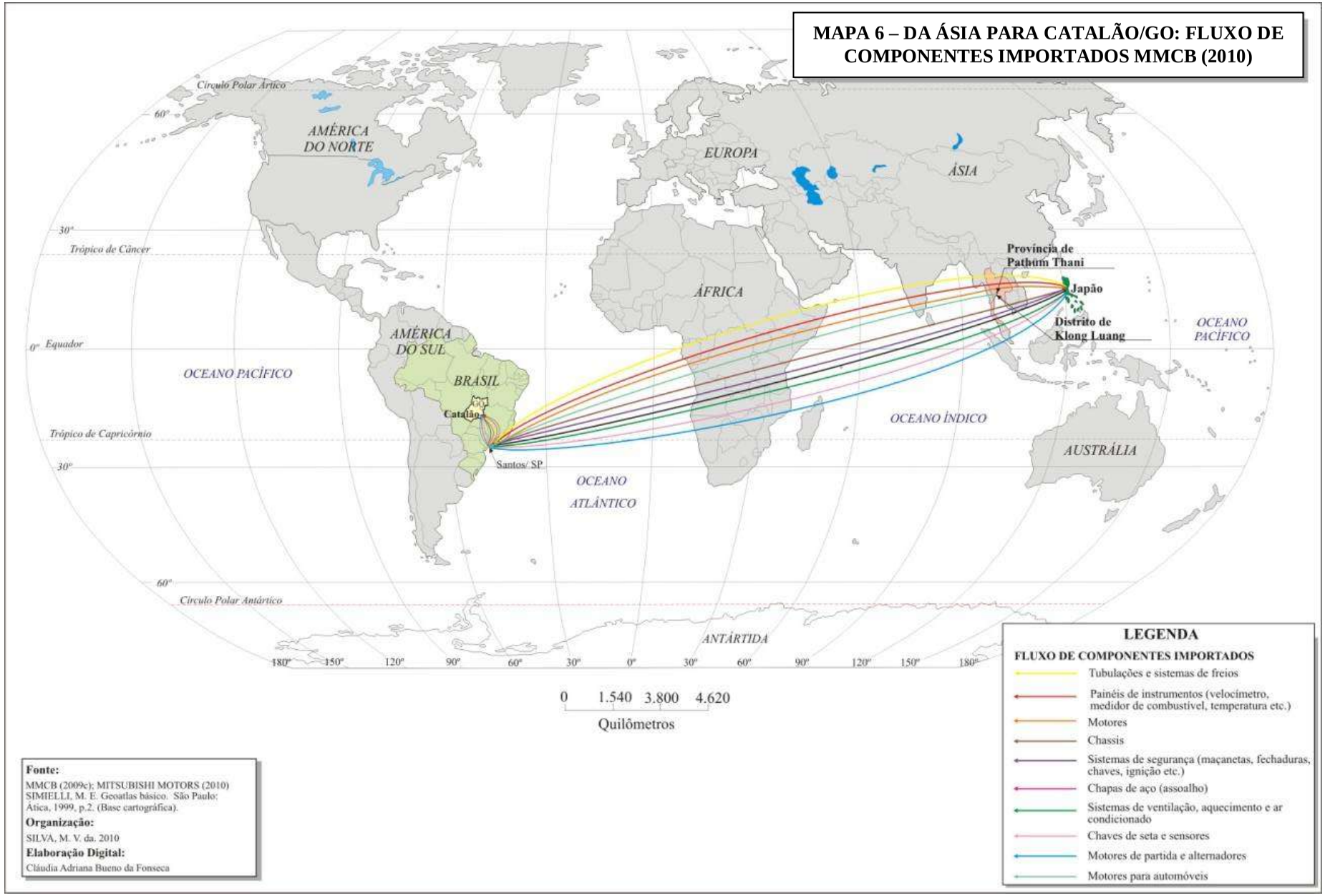
---

[39] A Sud Hamburg é uma empresa especializada em conteinerização de mercadorias e transporte, pertecente ao Grupo alemão Oetker, foi fundada em 1871. No Brasil adquiriu a empresa de cabotagem marítima Aliança Navegação e Logistica em 1998. O serviço executado para a MMCB englobar a conteinerização de produtos, componentes e automóveis no Japão e Tailândia, transporte marítimo até o porto de Santos/SP e transporte deste em contêineres até a sede da montadora em Goiás. Esse processo é conhecido como Porta a Porta. (ALIANÇA, 2010).

[40] A CCL é uma empresa de navegação de origem italiana que transporta e conteineriza mercadorias. Em dezembro de 2007 foi adquirida pela Hamburg Sud. Portanto, os contêineres presentes no pátio da MMCB também são da empresa alemã. (HAMBURG SUD, 2010).

[41] Empresa de transporte e logística de origem japonesa (Kawasaki Kisen Kaisha Ltda.) com a sede em Tokyo e filiais em diversos países do mundo. A empresa é especilizada no transporte de automóveis, nas investigações sobre a filial da Tailândia, observou em fotografias disponíveis no site oficial veículos da marca Mitsubishi sendo embarcados e transportados em cegonhas, como: L200 e Pajero, não sendo possível precisar as vesrões.

[42] Empresa que atua na logística, administração, financeirização de comércio internacional importando e exportando produtos, inclusive automóveis. Entre as atribuições da empresa estão: atividades relacionadas à logística de inbound e outbound, desembaraço aduaneiro, armazenamento, movimentação em zona primária e secundária e análise documental, orientação ao cliente acerca da legislação tributária, aduaneira e regulatória vigente, além de atuar operacionalmente junto agentes regulatórios (Receita Federal, Instituto Brasileiro de Meio Ambiente (IBAMA), Departamento Nacional de Trânsito (DENATRAN)) e desenvolve as atividades necessárias para o atendimento das exigências para licenciamento, inspeção, vistoria e rastreabilidade dos veículos que são importados. (CISA TRADING, 2010).


MAPA 6 – DA ÁSIA PARA CATALÃO/GO: FLUXO DE COMPONENTES IMPORTADOS MMCB (2010)
Círculo Polar Ártico
60°
AMÉRICA DO NORTE
EUROPA
ÁSIA
30°
Trópico de Câncer
Província de Pathum Thani
Japão
ÁFRICA
Distrito de Klong Luang
OCEANO PACÍFICO
AMÉRICA DO SUL
0° Equador
OCEANO PACÍFICO
BRASIL
Catalão
OCEANO ÍNDICO
Trópico de Capricórnio
AUSTRÁLIA
30°
Santos/ SP
OCEANO ATLÂNTICO
60°
Círculo Polar Antártico
ANTÁRTIDA
180° 150° 120° 90° 60° 30° 0° 30° 60° 90° 120° 150° 180°
0 1.540 3.800 4.620
Quilômetros
LEGENDA
FLUXO DE COMPONENTES IMPORTADOS
Tubulações e sistemas de freios
Painéis de instrumentos (velocímetro, medidor de combustível, temperatura etc.)
Motores
Chassis
Sistemas de segurança (maçanetas, fechaduras, chaves, ignição etc.)
Chapas de aço (assoalho)
Sistemas de ventilação, aquecimento e ar condicionado
Chaves de seta e sensores
Motores de partida e alternadores
Motores para automóveis
Fonte:
MMCB (2009c); MITSUBISHI MOTORS (2010)
SIMIELLI, M. E. Geoatlas básico. São Paulo: Ática, 1999, p.2. (Base cartográfica).
Organização:
SILVA, M. V. da. 2010
Elaboração Digital:
Cláudia Adriana Bueno da Fonseca

Parte das empresas fornecedoras da montadora MMCB sediadas no Brasil transporta os componentes vendidos até um Centro de Coleta existente no Centro de Distribuição da Targets Logistics[43], localizado na cidade de São Paulo. E esta, por sua vez, realiza o transporte até Catalão. Com essa estratégia, a montadora elimina parte das dificuldades que as fornecedoras encontrariam ao realizar entregas em tempo hábil, assim como um aumento no preço dos produtos adquiridos.

Uma parte dessa estratégia está na questão locacional dos fornecedores da MMCB, sendo que 80% do total deles estão sediados no sudeste brasileiro, principalmente no estado de São Paulo e 95% se localizam nas regiões sudeste e sul do país[44]. Essa proximidade faz com que o Centro de Coleta seja um indicativo estratégico utilizado pela montadora com o objetivo de gerenciar o sistema de fornecimento e abastecimento de produtos e componentes na fábrica, com o fim de evitar interrupções temporárias no funcionamento da linha de montagem, conhecido no jargão automotivo como *job stop*.

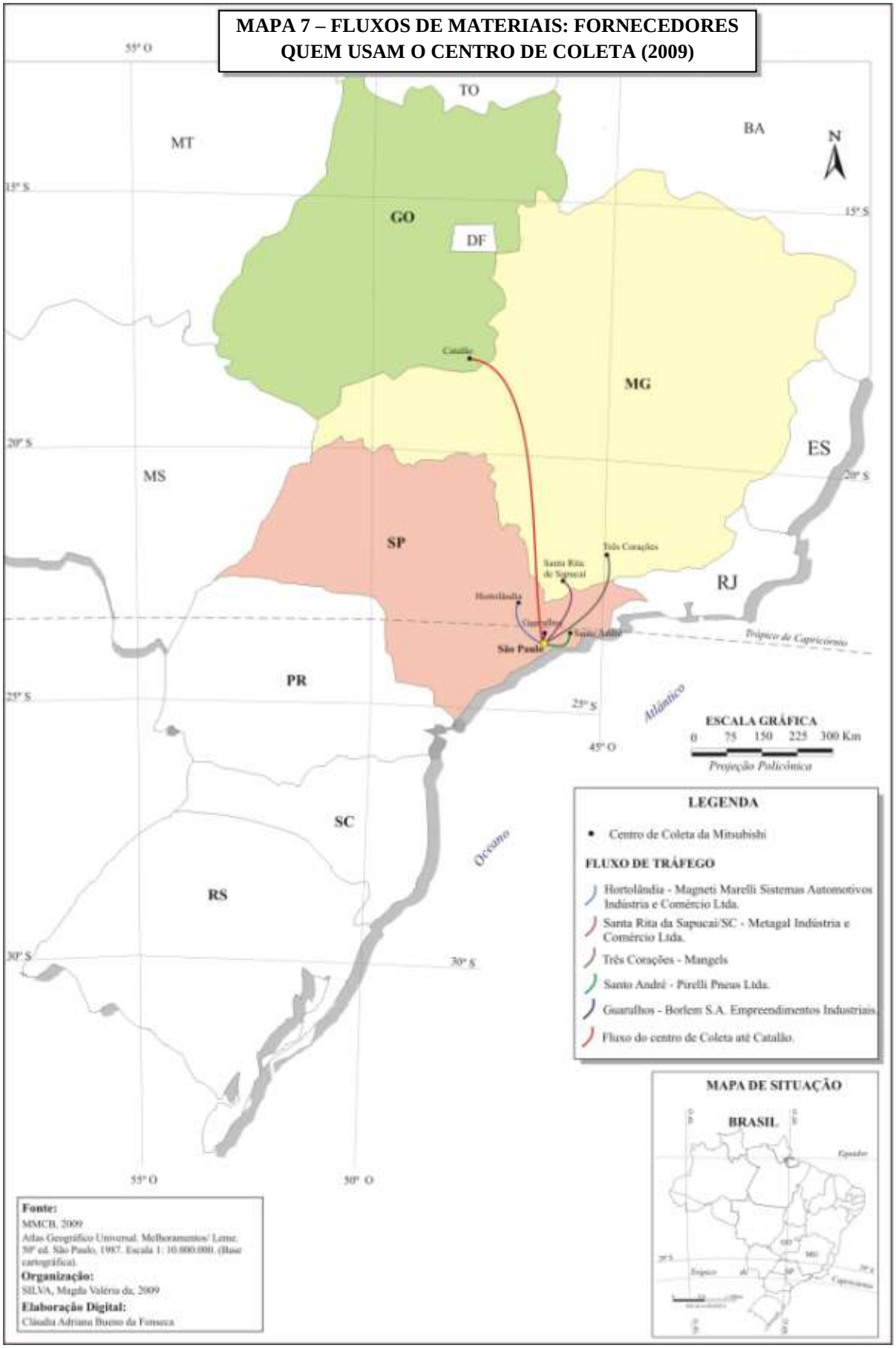
Segundo as empresas fornecedoras que responderam ao questionário disposto no Anexo 8: Metagal Indústria e Comércio Ltda.; Magneti Marelli Sistemas Automotivos Indústria e Comércio Ltda.; Isringhausen Industrial Ltda.; Wiest Escapamentos S.A. e Automotiva Usiminas.

Com base nas informações prestadas por estas empresas fornecedoras foi possível levantar informações sobre as cidades onde estão localizadas, distâncias em relação a São Paulo e Catalão, quais empresas enviam produtos e componentes para o Centro de Coleta etc. Desse modo, as seguintes empresas utilizam o Centro de Coleta: Metagal; Magneti Marelli; Mangels Rodas; Borlem S.A. e Pirelli Pneus Ltda.. Observar o mapa 7.

---

[43] Empresa de transporte e logística contratada pela MMCB para realizar o armazenamento, controle e gestão de estoques e transporte de produtos e componentes do Centro de Coleta ou Centro de Distribuição até a fábrica em Catalão. A empresa pertencente ao Grupo Mira Transportes e atua no setor de operações logísticas, desde 1998, quando foi criada. Entretanto, os produtos e componentes são transportados em caminhões e carretas da Mira Transportes.

[44] Respondeu em 14 de agosto de 2009 ao Questionário enviado via e-mail.


MAPA 7 – FLUXOS DE MATERIAIS: FORNECEDORES QUEM USAM O CENTRO DE COLETA (2009)
55° O
TO
MT
BA
N
13° S
15° S
GO
DF
MG
ES
20° S
MS
SP
RJ
Três Corações
Santa Rita do Sapucaí
Hortolândia
Guarulhos
Santo André
São Paulo
Trópico de Capricórnio
PR
25° S
Atlântico
45° O
ESCALA GRÁFICA
0 75 150 225 300 Km
Projeção Policônica
SC
Oceano
RS
30° S
50° O
LEGENDA
Centro de Coleta da Mitsubishi
FLUXO DE TRÁFEGO
Hortolândia - Magneti Marelli Sistemas Automotivos Indústria e Comércio Ltda.
Santa Rita da Sapucaí/SC - Metagal Indústria e Comércio Ltda.
Três Corações - Mangels
Santo André - Pirelli Pneus Ltda.
Guarulhos - Borlem S.A. Empreendimentos Industriais.
Fluxo do centro de Coleta até Catalão.
MAPA DE SITUAÇÃO
BRASIL
Fonte:
MMCB, 2009
Atlas Geográfico Universal. Melhoramentos/ Letrc. 50ª ed. São Paulo, 1987. Escala 1: 10.000.000. (Base cartográfica).
Organização:
SILVA, Magda Valéria da, 2009
Elaboração Digital:
Cláudia Adriana Bueno da Fonseca

A Metagal Indústria e Comércio Ltda. localizada em Santa Rita do Sapucaí/MG. Fornece espelhos retrovisores internos e externos. Contratou a empresa Thale Transportes Ltda. para realizar as entregas até o Centro de Coleta localizado em São Paulo.

O Senhor Cid Bolognani, gerente comercial da Metagal Indústria e Comércio Ltda[45], afirmou que a localização de Catalão, no caso desta empresa, exerce pouca influência na relação com a montadora "pelo fato da logística de envio de materiais se concentrar na grande São Paulo, a influência é mínima".

A fornecedora Magneti Marelli Sistemas Automotivos Indústria e Comércio Ltda., (Hortolândia/SP) também faz entregas de componentes (bicos injetores de combustível, corpo de borboleta, coletor de admissão, galeria de combustível, central eletrônica de gerenciamento e sensor de RPM) no Centro de Coleta. A entrega é feita pela própria Targets Logistics.

As fornecedoras de rodas de alumínio Mangels Rodas, Borlem S.A. Empreedimentos Industriais e de pneus, a Pirelli Pneus Ltda., também fazem entregas periódicas de rodas e pneus no Centro de Coleta, conforme informou o Senhor Transvaldo Jerônimo da Silva[46] (ver Anexo 9). Esta última empresa prestadora de serviços é responsável pela montagem do conjunto rodas/pneus para a MMCB. Essas empresas fornecedoras fazem entregas periódicas ao Centro de Coleta, principalmente por causa da distância, pois estão em localização mais próxima a São Paulo do que a Catalão.

Foi possível levantar, entre as empresas fornecedoras que responderam ao questionário, que algumas adotam um sistema de transporte próprio ou contratado para realizar as entregas diretas na planta da unidade montadora em Catalão, como é o caso da Isringhausen Industrial Ltda., que fornece a estrutura de aço, espumas, tecidos e couros para

---

[45] É um dos municípios que compõe a Grande Metrópole Nacional (São Paulo e cidades circunvizinhas). A ACP (Área de Concentração de População) de São Paulo é considerada "o maior conjunto urbano do país, com 19,5 milhões de habitantes, em 2007, e alocado no primeiro nível da gestão territorial". (IPARDES, 2009, p. 10).

[46] Diretor da Fórmula R Indústria, concedeu entrevista a esta Tese de Doutorado no dia 20 de julho de 2009, na sede da Fórmula R Pneus, no perímetro urbano de Catalão.

estofados (bancos); A Wiest Escapamentos S.A., fornecedora de sistema de exaustão (escapamentos) dos modelos L200 e dos modelos da Pajero TR4.

Um caso particular é a Automotiva Usiminas, fornecedora de painéis externos dos quatro modelos de veículos produzidos em Catalão (Pajero Sport, Pajero TR4, L 200 Outdoor e L 200 Triton) que montam e grafam as portas dianteiras e traseiras, capô e tampa traseira da L 200 Triton e Pajero TR4. Nesse caso, o transporte dos produtos é de responsabilidade da MMCB, através da Targets Logistic, que transporta diretamente para a planta industrial da montadora em Catalão sem necessidade de passar ou ficar estocado no Centro de Coleta em São Paulo/SP.

Avaliando a questão da distância da sede das empresas fornecedoras em relação à cidade de Catalão, nota-se que isso não constitui impedimento para o fornecimento de produtos e componentes à montadora.

A Wiest Escapamentos S.A localiza-se nas cidades de Jaraguá do Sul/SC e Caxias do Sul/RS, estando distantes, respectivamente, 1.233 Km e 1.644 Km da cidade de Catalão. A empresa adota transporte próprio, portanto as longas distâncias, segundo o Senhor Sérgio Ramos de Andrade[47], não representam nenhuma dificuldade no relacionamento com a montadora. A distância entre a Isringhausen Industrial, sediada em Sete Lagoas/MG, e Catalão é cerca de 584 Km. Esta empresa também informou que a distância não representa dificuldades no relacionamento com a montadora. Fazem-se apenas adaptações quando necessário. Se comparar a distância com outros fornecedores, a existente entre Sete Lagoas e Catalão não é grande.

A indústria da Automotiva Usiminas está sediada em Pouso Alegre/MG, distando de Catalão há, aproximadamente, 695 Km. Para o Senhor Marcelo Minhoto de Cambraia

[47] Coordenador de Qualidade e Comercial da Wiest Escapamentos S.A. respondeu a Questionário - enviado por e-mail - no dia 03 de setembro de 2009.

Salles[48], a distância também não representa dificuldades para a empresa ser fornecedora da MMCB.

Analisando a distância geográfica entre estes fornecedores e Catalão, a adoção de um sistema de transporte próprio, ou um sistema de transporte sob responsabilidade da MMCB, via transportadora oficial, foi a medida encontrada entre as partes (montadora e fornecedor) como forma de evitar atrasos e transtornos na entrega dos produtos vendidos à montadora, descumprimentos de cláusulas contratuais e futuro rompimento da parceria por parte da montadora.

3.3. A cadeia de suprimentos da MMC Automotores do Brasil S.A.

O relacionamento entre montadora e fornecedores se desdobra em diversas fases. Algumas envolvem o relacionamento em si como as questões contratuais, desenvolvimento de produtos, localização e distância, entre outras. Mas, os fornecedores de uma montadora, assim como de qualquer indústria, estão pautados em diferentes níveis de relacionamento, devido a tecnologia usada, o tipo de produto fornecido, o volume financeiro das vendas, enfim, questões que marcam a relação com o cliente. Independentemente do tamanho patrimonial da empresa, do volume de vendas, do ramo de atuação (inclusive as prestadoras de serviços), desde que atuem na rede de fornecedores de uma montadora, elas fazem parte da sua *Supply Chain Management* (SCM), ou seja, cadeia de suprimentos.

Cadeia de suprimentos é um termo muito usual na área da Administração e da Engenharia de Produção. No entanto, esse termo será usado neste trabalho com a devida atenção, buscando captar nos meandros de sua aplicação a subjetividade geográfica.

---

[48] Gerente de Contas do Centro de Comercialização com sede em São Paulo. Respondeu ao Questionário (Anexo 8), via e-mail, no dia 16 de setembro de 2009.

A cadeia de suprimentos é entendida como:

> A cadeia de suprimentos é uma rede que engloba todas as empresas que participam das etapas de formação e comercialização de determinado produto ou serviço, que será entregue a um cliente final. Essas empresas podem ser de diversos tipos desempenhando diferentes responsabilidades na cadeia, desde a extração de um minério ou a manufatura de um componente, até a prestação de serviço logístico ou de vendas. Dependendo do seu produto, a companhia pode participar de diferentes cadeias. (SCAVARDA; HAMACHER, 2001, p. 202-203).

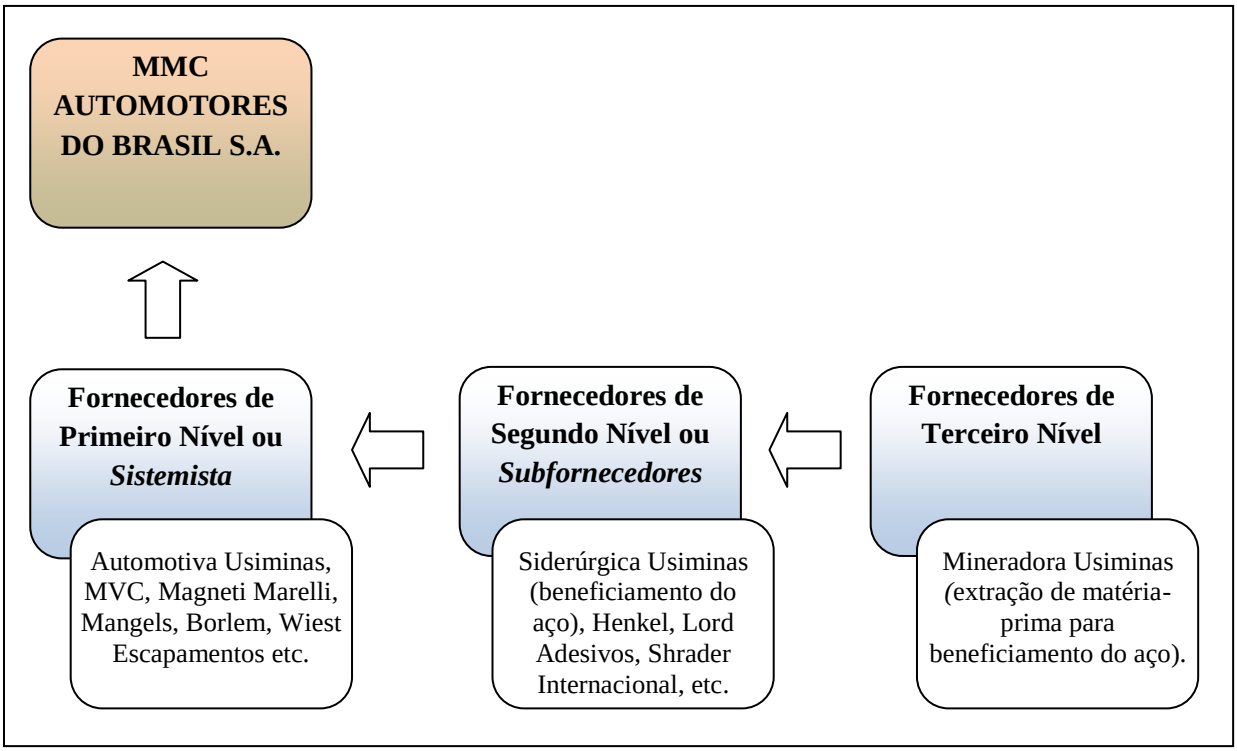
Dessa forma, todas as empresas fornecedoras, inclusive as prestadoras de serviços, fazem parte da cadeia de suprimentos da MMCB. Com base nisso e conforme já salientado, o processo a montante da cadeia produtiva é formado por fornecedores de diferentes níveis. Nesse caso, as redes assumem um papel importante, pois possibilitam integrações, ligações e elos entre as partes com o fim de dinamizar o circuito espacial da produção.

A respeito da cadeia de suprimentos automotiva ou empresas fornecedoras que se formam a partir de diferentes níveis de fornecedores, é possível fazer as seguintes ponderações. Os fornecedores de Primeiro Nível (*First Tier*), denominados de Fornecedores de Primeira Linha, e/ou ainda conhecidos como Sistemistas são representados por empresas que vendem diretamente para as montadoras sistemas de peças completos, como exemplo: Usiminas Automotiva, Magneti Marelli, MVC Componentes Plásticos Ltda., Mangels, Borlem, entre outras.

Os fornecedores de Segundo Nível (*Second Tier*), os Subfornecedores, são empresas que produzem peças e componentes e fornecem para os sistemistas ou fornecedores de primeiro nível, como por exemplo: Usiminas (vende chapas de aço para Usiminas Automotiva); Henkel Ltda. (fornece antioxidantes para a DuPont do Brasil S.A.), Lord (vende adesivos para MVC Componentes Plásticos Ltda.), entre outras. Já os fornecedores de Terceiro Nível são compostos por empresas que fabricam peças mais simples que os demais, e/ou até produtores de matéria-prima. (PADOVANI, 2007; LIMA et al., 2002).

Refletindo como a cadeia de suprimentos de uma montadora engloba estes três níveis de fornecedores e suas respectivas empresas representativas, elaborou-se o fluxograma 2 que objetiva mostrar a estruturação desse processo supracitado de forma simplificada.

Fluxograma 2 - Diferentes Níveis de Estruturação da Cadeia de Fornecedores da MMC Automotores do Brasil Ltda. (2010).



Fonte: Pesquisa de Campo (2009c, 2009j, 2009n, 2009p) Org. SILVA, M. V. da. 2009.

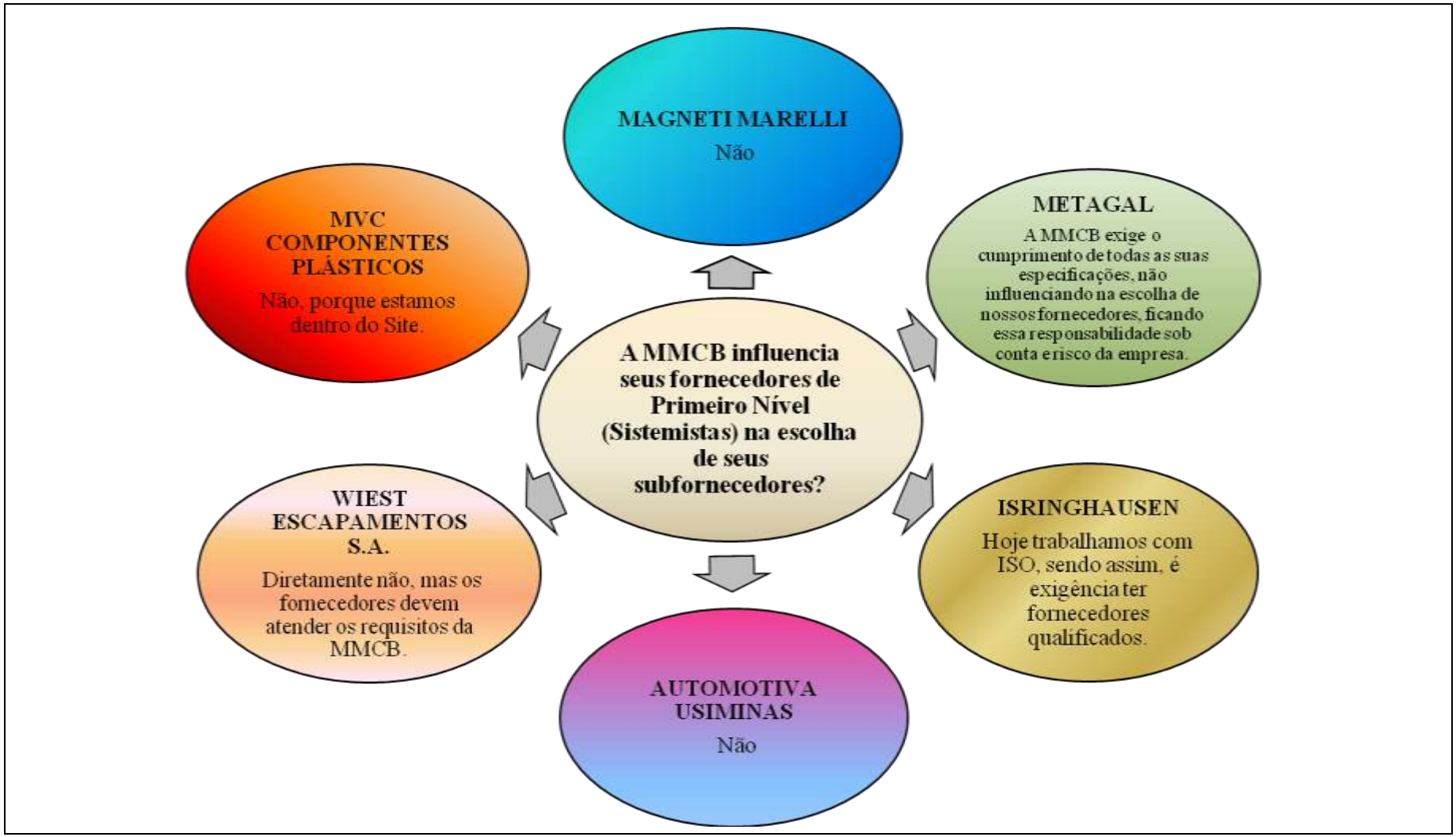
A relação da montadora com os fornecedores sistemistas se dão de forma mais próxima, sincronizada e integrada, como é o caso dos fornecedores de motores, chassis, módulos, subconjuntos, tintas automotivas, entre outros. Os sistemistas possuem papel relevante na cadeia produtiva, pois através de parcerias com as montadoras, desenvolvem produtos e componentes para atender suas necessidades. As montadoras dependem diretamente deste nível de fornecedores.

A relação dos fornecedores de segundo nível com a montadora é praticamente nula, pois não há um contato direto. Porém, os sistemistas (primeiro nível) mantêm uma relação de confiança com os seus subfornecedores (segundo nível). Os fornecedores entrevistados foram questionados se há alguma influência da montadora na escolha de seus subfornecedores (fornecedores de segundo nível), conforme apontam as diversas opiniões no fluxograma 3.

A mesma questão foi perguntada ao Senhor Ercílio Azevedo, supervisor de compras da linha de produção da MMCB, que respondeu: “Temos casos que determinamos os subfornecedores e outros que o sistemista tem a liberdade de escolha. Depende do desenvolvimento do sistemista”. No caso daquele sistemista que está há vários anos atuando como fornecedor da MMCB, não lhe são indicados subfornecedores, mas no caso de algum problema anterior com produto fornecido e/ou a pouca experiência no setor automotivo, a montadora exerce essa influência a fim de assegurar o fornecimento em dia e a qualidade do produto.

O caso do setor fornecedor estar integrado em rede é vantajoso, conforme afirma Mello (2006, p. 38): “a organização em rede é economicamente viável porque a especialização de cada fornecedor traz economias de escopo, que reduzem o custo final total e dispersam o risco financeiro do investimento realizado”.

Fluxograma 3 - A MMCB influencia seus Fornecedores de Primeiro Nível (Sistemistas) na escolha de seus Subfornecedores?



Fonte: Pesquisa de Campo (2009c, 2009j, 2009l, 2009m, 2009n, 2009p) Org.: SILVA, M. V. da. 2009.

Essa questão também está relacionada à confiança que a montadora deposita em seus fornecedores, sendo um processo complexo que envolve tecnologia, P&D voltado para o desenvolvimento de produtos conforme a necessidade da montadora.

No contexto atual, as montadoras adotam um sistema de produção enxuta, através do processo de desverticalização produtiva realizando o repasse de atividades aos seus fornecedores:

> Assim, os fornecedores passam a ser responsáveis por uma série de tarefas que antes não desempenhavam, como a montagem de conjunto de peças e componentes, o desenvolvimento de novos projetos de partes dos veículos e, até mesmo, o desenvolvimento de novos processos, em conjunto com a montadora. (MARINI; GONÇALVES; GIACOBO, 2004, p. 3).

O relacionamento entre montadora e fornecedores, assim como a própria cadeia produtiva, assume novas formas de gerenciamento da produção, cuja organização das empresas dessa cadeia passa a ser em rede, adotando sistemas de cooperação e coordenação entre as partes.

Assim, o SCM, a grosso modo, seria a organização das empresas da cadeia automotiva em rede e o *Comakership* seria uma forma de acordo entre montadoras e fornecedores, ambos passando a ser elementos importantes no gerenciamento dessas cadeias. Tanto o SCM quanto o *Comakership* exigem confiança mútua entre as partes envolvidas, em que o sistema ganha-ganha[49] conquista espaço na estratégia industrial e os fornecedores passam a ser considerados parceiros da indústria automobilística. (MARINI; GONÇALVES; GIACOBO, 2004).

Considerando o processo de desverticalização produtiva e a transferência de responsabilidades por parte das montadoras aos fornecedores de primeiro nível, os chamados sistemistas, o Processo de Desenvolvimento de Produtos (PDP) passa a ser uma etapa importante no escopo da cadeia produtiva automobilística. Assim, “na maioria das vezes,

[49] O sistema ganha-ganha pauta-se no fornecimento enxuto e na relação de cooperação entre montadoras e fornecedores, baseados no modelo de produção *just in time*, em que ambos lados tenham ganhos com a parceria comercial. (MARINI; GONÇALVES; GIACOBO, 2009).

somente os fornecedores de primeiro nível é que acabam por se envolver no desenvolvimento de produto com a montadora" (TOLEDO et al., 2003, p. 2), devido ao fato de serem empresas de grande porte e possuírem tecnologia, conhecimento e pessoal qualificado para desempenhar tais funções.

A respeito disso, Clark e Fujimoto (1991 apud TOLEDO et al., 2003, p. 2) fazem a seguinte afirmação:

> O DPD (processo de desenvolvimento de produto) pode ser caracterizado de forma genérica, pelas seguintes etapas: geração do conceito de produto; planejamento do produto; projeto do produto; projeto do processo (de fabricação do produto) e produção-piloto.

Concernente às etapas do PDP e ao relacionamento sólido e geralmente de longo prazo (contratos) existente entre as montadoras e seus sistemistas, é possível identificar quatro tipos de projetos, sendo:

1 - produtos desenvolvidos integralmente pelo fornecedor;

2 - produtos com alto envolvimento do fornecedor com a montadora para a execução do projeto, conhecido como *Black Box*, um tipo de *Co-design*[50];

3 - produtos com projetos desenvolvidos por fornecedores e executados pela montadora, conhecido como *Gray Box*.

Ao ser questionado em entrevista, se o DPD é realizado pela montadora ou em parceria com o fornecedor e/ou ainda pelo fornecedor, o diretor industrial da MMCB, o Senhor Ricardo José Tangary Ferraz de Camargo, completa:

> Hoje em dia, não se faz mais isso internamente, geralmente se faz com o fornecedor. Se você vai desenvolver um banco, quem vai desenvolver o banco na realidade é o fornecedor. Não é a sua engenharia, é a engenharia do fornecedor. Obviamente com o aval da montadora, mas a maioria dos carros, isso vale, não somente pra Mitsubishi, mas pra toda a indústria automobilística, que a gente chama no jargão da indústria automobilística de *full service supplier*, que é o fornecedor completo, que ele fornece desde o projeto até a peça na linha.

[50] É aquele em que o fornecedor recebe as especificações do componente ou sistema da montadora, faz a engenharia do produto e o processo de fabricação deste. (TOLEDO et al., 2003).

Com o fim de comprovar essa afirmação, o coordenador de unidade da MVC Componentes Plásticos Ltda./Catalão, o Senhor Antônio Carlos de Souza Cabral[51], reafirma que a empresa como fornecedora de componentes também desenvolve produtos em parceria com a MMCB. (Ver Anexo 10). A ação se dá a partir de um desenho industrial disponibilizado pela montadora, que vai sendo adequado e modelado pelo departamento de engenharia da fornecedora até ser aprovado pela montadora. Após todo esse processo, o componente passa a ser produzido e entregue conforme cronograma de necessidades da montadora.

A fornecedora Magneti Marelli Sistemas Automotivos Indústria e Comércio Ltda., localizada no município de Hortolândia/SP (ver foto 5), é fornecedora da MMCB desde julho de 2007, segundo informações do gerente comercial, o Senhor Ricardo Ricciardi Curi[52].

Foto 5 – Vista Aérea da Magneti Marelli Automotivos Indústria e Comércio Ltda., unidade de Hortolândia/SP, 2010.

Fonte: Magneti (2010).

[51] Concedeu entrevista no dia 05 de junho de 2009, na sede da MVC Componentes Plásticos, localizada dentro do *Site* da MMCB.
[52] Respondeu a Questionário – enviado por e-mail - no dia 10 de agosto de 2009.

Esta unidade é fornecedora de componentes, como: bico injetor de combustível, corpo de borboleta, coletor de admissão, galeria de combustível, central eletrônica de gerenciamento e sensor de RPM. Todos são fabricados na unidade da Magneti Marelli em HortolândiaMG, apresentada na foto 5.

O grupo é de capital italiano, possui 13 unidades no Brasil, e dessas, as sediadas em Mauá/SP e em Lavras/MG são fornecedoras de suspensões dianteira e traseira à MMCB.

A empresa detém e desenvolve a tecnologia dos carros flex da Mitsubishi (bicombustíveis: gasolina e diesel), como Pajero Sport Flex e Pajero TR4 Flex. Os primeiros passos tomados nesse relacionamento, que leva ao desenvolvimento de produtos, são a criação de projetos e o seu desenvolvimento pela Magneti Marelli que, posteriormente, são enviados à MMCB. Primeiramente, a montadora envia um carro do modelo desejado à fornecedora que, com base nos componentes e sistemas elétricos e de combustíveis que o carro possui, desenvolve a tecnologia adequada àquele tipo veículo da montadora, que retornam à MMCB para serem experimentados. Por sua vez, são devolvidos à fornecedora para adequações, repetindo o processo por diversas vezes nos protótipos até que adquira a qualidade e tecnologia necessárias para serem levados à linha de produção da montadora. (PESQUISA DE CAMPO, 2009j).

O relacionamento próximo entre alguns fornecedores sistemistas e a montadora também foi confirmado por Ercílio Azevedo, supervisor de compras da linha de produção da montadora, acrescentando que “cerca de 6% dos fornecedores da MMCB operam na condição de sistemista. E podemos citar a Magneti Marelli e a Automotiva Usiminas”.

Questionado sobre a relação comercial entre as empresas, o Senhor Ricardo Ricciardi Curi, informou que a “relação comercial e técnica é bastante positiva entre as empresas”. Inclusive, a Magneti Marelli possui um engenheiro exclusivo para atender as demandas da

montadora, realizando visitas e acompanhamentos regulares dos produtos desenvolvidos na fábrica.

A fornecedora Isringhausen Industrial Ltda., através de seu vendedor técnico, o Senhor Fábio de Jesus[53], afirmou que a empresa mantém relacionamento comercial com a MMCB desde o ano 2000, realizando vendas de assentos técnicos automotivos para as pick-up L200 GL e Outdoor, que são fabricados em Sete Lagoas/MG e atendendo as exigências e procedimentos da montadora ao seu total.

Ainda ao ser questionado se a empresa Isringhausen Industrial Ltda. desenvolve produtos em conjunto com a montadora, a resposta é afirmativa. Eles desenvolvem produtos como carenagem, revestimento dos assentos e seus pontos de fixação para a montadora. Além disso, existe um funcionário (estudante de Engenharia de Produção) atuando diretamente na fábrica, em Catalão, como forma de ampliar o relacionamento e angariar a confiança da montadora pelos serviços prestados no desenvolvimento de produtos. Porém, a resposta do senhor Fábio de Jesus não ficou clara quanto ao croqui inicial do desenho industrial para o desenvolvimento do assento, ou seja, é realizado pela montadora ou é pela fornecedora Isringhausen Industrial Ltda..

Situação semelhante a da Isringhausen Industrial Ltda. ocorre com a Metagal Indústria e Comércio Ltda., fornecedora de espelhos retrovisores internos para toda linha de veículos da MMC e espelhos retrovisores externos coloridos para L-200, TR-4 e Pajero Sport, desde maio de 2006. Esses espelhos retrovisores são fabricados nas unidades de Santa Rita do Sapucaí/MG e Diadema/SP[54]. Nas fotos 6 e 7, observam-se as duas unidades fornecedoras da MMCB.

---

[53] Respondeu a Questionário – enviado por e-mail - no dia 31 de agosto de 2009.

[54] A Metagal é o maior fabricante de espelhos retrovisores automotivos da América do Sul, desde 1961. Possui cinco plantas no Brasil, sendo uma planta industrial em Diadema/SP; uma filial em Santa Rita do Sapucaí/MG; uma unidade em Conceição dos Ouros/MG; em São José dos Pinhais/PR e outra planta em Manaus/AM, além de uma unidade na Argentina na grande Buenos Aires.

Foto 6 - Unidade da Metagal Indústria e Comércio Ltda. em Santa Rita do Sapucaí/MG, 2010.

Fonte: Metagal (2010).

Foto 7 - Unidade da Metagal Indústria e Comércio Ltda. em Diadema/SP, 2010.

Fonte: Metagal (2010).

As fotos 6 e 7 mostram o tamanho da estrutura predial das duas unidades da Metagal fornecedoras da MMCB. Porém, é importante ressaltar que a unidade de Santa Rita do Sapucaí/MG está a 715 km de distância de Catalão e a de Diadema/SP localizada na área metropolitana da Grande São Paulo, está a 710 km de sede da montadora. O gerente comercial

da Metagal, o Senhor Cid Bolognani, informou que a empresa desenvolve produtos em parceria com a MMCB:

> A Metagal conta com departamentos diversos bem estruturados com o objetivo de atender a Mitsubishi, na Engenharia (desenvolvimento de produtos), manufatura (fabricação do produto para atender as programações solicitadas), qualidade (para atender a qualidade especificada do produto). Os principais componentes que compõe os conjuntos de espelhos que são desenvolvidos em parceria com a Mitsubishi são: Base do espelho (plástica ou metálica); Corpo do espelho colorido (plástico injetado + [sic] pintura); Chassis (plástico); Atuador elétrico; Vidro espelhado + [sic] capa do vidro plástica; Pivot de escamoteamento; Parafusos, Porcas, Guarnições, etc. [sic].

Além disso, informou que a Metagal dispõe de técnicos à disposição da Mitsubishi de modo que, todas as vezes que são requisitados, deslocam até a fábrica em Catalão. Da mesma forma que a Isringhausen Industrial Ltda. não especificou se a origem dos desenhos industriais dos assentos automotivos é da MMCB ou da própria fornecedora, a Metagal adotou também o mesmo procedimento.

A empresa Wiest Escapamentos S.A.[55], localiza-se em Jaraguá do Sul/SC, é fornecedora de sistemas de exaustão (escapamentos e catalisadores) para MMCB da linha de veículos L200 e Pajero TR4, desde 1999. A empresa afirmou, através do coordenador de qualidade e comercial, o Senhor Sérgio Ramos de Andrade, que também desenvolve componentes veiculares - sistemas de exaustão - em parceria com a Mitsubishi, atendendo todas as exigências da montadora e respaldados por um sistema da qualidade com certificação ISO-TS 16949[56]. A fornecedora possui também um Centro de Distribuição em São Paulo.

A Automotiva Usiminas afirmou através do gerente de contas do Centro de Comercialização, senhor Marcelo Minhoto de Cambraia Salles que não desenvolve produtos em conjunto com a MMCB, mas que “engenheiros e técnicos visitam a fábrica de Catalão,

---

[55]A Wiest Escapamentos S.A. juntamente com a Wiest Sistemas Automotivos formam um grupo empresarial brasileiro, denominado de Wiest S.A.. A Wiest Sistemas Automotivos é uma unidade de negócios dedicada exclusivamente ao desenvolvimento e comercialização de sistemas de exaustão às montadoras de veículos.

[56]A ISO TS-16949 é uma especificação técnica voltada para as organizações de produção (produtos e serviços) para a cadeia automotiva de componentes e de peças de reposição, baseada na Norma ISO 9001 e com requisitos complementares.

para discutir eventuais pontos de qualidade" no desenvolvimento de produtos para a montadora.

Retornando à discussão com o objetivo de saber em que tipo de relacionamento se encaixa os fornecedores MVC Componentes Plásticos Ltda., Magneti Marelli Sistemas Automotivos Indústria e Comércio Ltda., Isringhausen Industrial Ltda., Metagal Indústria e Comércio Ltda., Wiest Escapamentos S.A. e Automotiva Usiminas, constata-se que no caso específico da MVC Componentes Plásticos Ltda., o relacionamento fornecedor/montadora se encaixa no tipo *Black Box,* sendo um dos tipos de *Co-design*, pois todo o processo se inicia a partir de um projeto industrial desenvolvido pela montadora, mas com envolvimento total do fornecedor, mas para que isso ocorra é necessário que "[...] os contratos são de longo prazo e os aspectos técnicos e financeiros são discutidos conjuntamente de forma a existir uma garantia maior para o fornecedor no relacionamento com a montadora. (TOLEDO et al., 2003, p. 3). Portanto, é essa a realidade encontrada na relação MVC Componentes Plásticos Ltda. e MMCB.

Em segundo lugar, exemplifica-se com a Magneti Marelli, da Wiest Escapamentos S.A. e a Automotiva Usiminas, em que as atividades operacionais das empresas vão desde o desenvolvimento dos desenhos industriais, aprimoramento de pesquisa e de tecnologia até o desenvolvimento de produtos/componentes para a montadora cliente. Porém, a montadora desempenha papel relevante no processo de testes de novas tecnologias e de novos produtos, visando sua adequação, sendo o cliente que fará a avaliação final do produto desenvolvido. Esse tipo de relacionamento entre as empresas é caracterizado como *comaker global*[57], sendo marcado por uma parceria em conjunto. (MARINI; GONÇALVES; GIACOBO, 2009).

Conforme afirmado anteriormente, não foi possível identificar que tipo de relacionamento se configura entre as empresas fornecedoras Metagal (assentos) e

[57] Refere-se aos fornecedores sistemistas, segundo Marini, Gonçalves e Giacobo (2009, p. 9) "pois além das atividades operacionais, estes fornecedores participam das atividades a nível estratégico como pesquisa e desenvolvimento de produtos".

Isringhausen (retrovisores) devido à não informação da origem dos desenhos industriais do produtos/componentes desenvolvidos.

Dessa forma, a relação da montadora com os fornecedores é complexa, variando de acordo com os setores em que cada um atua e com o tipo de relacionamento que se configura. Nota-se que os elementos da governança estão presentes na forma de condução dessa relação. A respeito desse relacionamento, o diretor industrial da MMCB, Ricardo José Tangary Ferraz de Camargo afirma:

> Eu acho que sempre tem espaço pra melhorar, a relação com o fornecedor eu acho que tem que ser amigável, de confiança mútua e de ganha-ganha. Tanto tem ganhar o fornecedor como tem que ganhar a empresa. Ainda existe espaço, tô falando no âmbito nacional, pra melhorar essa relação. Ainda o fornecedor é tratado ainda como fornecedor e não como parceiro, mas existem algumas empresas e, nós mesmos, estamos tentando mudar essa relação. [...] Mas, eu diria [...] que nos últimos dez anos melhorou muito esse relacionamento entre fornecedor e fornecido.

O relacionamento dos fornecedores com uma montadora, como a MMCB, pode ocorrer de forma complexa e com relações bastante delicadas exigindo adequações, entrosamentos e contratos específicos. No caso da MMCB, o relacionamento se dá através de diversos tipos, variando de acordo com o tipo de fornecedor e os tipos de produtos/componentes fornecidos. Para isso, é necessário considerar questões como capacidade técnica e tecnológica, sistema de planejamento, distância geográfica, condições de logísticas.

Para a DuPont do Brasil S.A., no que tange ao fornecimento de tintas, solventes e gases para ar condicionado, tem-se um relacionamento de tipo integrado (*comaker* operacional)[58], pois a fornecedora possui produtos (tintas automotivas, solventes) de qualidade garantida e inquestionável com *know-how* conhecido através da adoção de tecnologias e inovações que leva a uma parceria de confiança mútua. Além disso, a empresa fornecedora adota um sistema de entregas semanais, impedido assim o acúmulo de estoques e

[58] Refere-se aos fornecedores que executam apenas das atividades operacionais, restringindo-se ao fornecimento direto de produtos acabados. São empresas que não particpam no PDP. (MARINI; GONÇALVES; GIACOBO, 2009).

a imobilização de capital, conforme foi observado na área de estoque da fornecedora (área cedida via comodato) dentro do *Site* da montadora[59]. A DuPont atua com um estoque enxuto e seguro ao mesmo tempo, pois em caso de alguma eventualidade, a prestadora de serviço possui material próprio para alguns dias de trabalho. (MARINI; GONÇALVES; GIACOBO, 2009).

Além do relacionamento baseado nos pressupostos do *comaker* operacional (fornecimento de produtos), a DuPont do Brasil S.A. passou a atuar em uma das etapas que envolvem a linha de montagem, sendo portanto, uma empresa modularizada. (DIAS; SALERNO, 2009). A designação modularizada advém do termo consórcio modular:

> No modelo do Consórcio Modular, a montadra concentra seus esforços na engenharia do produto, no controle de qualidade, na interface com o cliente, na distribuição, na comercialização e na logística do produto final, ficando para os fornecedores a responsabilidade pela produção dos módulos e a montagem final dos veículos. (MARINI; GONÇALVES; GIACOBO, 2009, p. 7).

Apesar da DuPont do Brasil S.A. não atuar diretamente em algumas etapas que antecedem a linha de montagem conforme aponta os autores supracitados, mas ela age diretamente na linha de produção dos veículos supervisionando a qualidade dos serviços da pintura realizados pelos funcionários da MMCB e da Tech-flex. Esta última é uma empresa terceirizada pela DuPont do Brasil S.A., atua na linha de montagem da MMCB realizando calibragem e supervisões nos equipamentos do setor de pintura.

A respeito do sistema de relacionamento entre montadora e fornecedores, observa-se o surgimento de novos padrões e arranjos produtivos no setor automobilístico brasileiro nas últimas décadas. Questões envolvendo logística, distância e transporte, sistema de integração no desenvolvimento de produtos, gestão de risco e outros, estão presentes e faz emergir novas

[59] A montadora não autoriza fazer fotografias de sua infraestrutura interna. Mas algumas empresas estão instaladas dentro do *Site*, como: Welmatic Automotive, DuPont do Brasil, Restaurante Pronutri, RCM Indústria e Comércio Ltda., Tech-fléx, MVC Componentes Plásticos, Enteq Ltda e Kata Líder Indústria e Comércio de Sucatas Ltda.

formas de organização industrial, com destaque para os condomínios industriais e consórcios modulares tão comuns no setor automobilístico.

Com referência a esses dois novos padrões de organização industrial, faz mister esclarecer o significado de cada um, até mesmo para verificar qual é o padrão organizacional da planta industrial da montadora MMCB em Catalão. Pelo conceito de condomínio industrial entende-se:

> O condomínio industrial se caracteriza pela localização de alguns fornecedores muito próximos à montagem final, muitas vezes dentro da área da própria montadora. [...] esse sistema é vantajoso tipicamente para aqueles componentes de alto custo logístico, mas a opção pelo fornecimento em subconjuntos, a importância das relações de serviço, a necessidade de fornecimentos *just-in-sequence* e o fato de que, em muitos casos, os incentivos governamentais dados as montadoras – sob forma de empréstimos e isenções de impostos que visam atrair os investimentos para determinada região – estendem-se aos participantes do condomínio tornam maiores o número e a variedade de empresas fornecedoras que aceitam participar do sistema. (SALERNO; DIAS, 2009, p. 3, destaque dos autores).

Ainda no caso do condomínio industrial:

> [...] o fornecedor é encarregado de entregar a montadora sistemas completos com várias peças agregadas, para facilitar a montagem dos veículos. Essas empresas recebem componentes e matéria-prima de outros fabricantes, que podem estar instalados em qualquer parte do país. Após a produção dos sistemas completos, efetua-se a entrega em módulos à montadora, estando os mesmos, prontos para a montagem final. (SALERNO; DIAS, 2009, p. 3)

Com fornecedores próximos às plantas industriais e realizando a montagem de conjuntos e peças, nota-se que este é um sistema vantajoso, pois assim as montadoras conseguem diminuir os custos logísticos, melhorar a gestão dos custos de estoques e de capital de giro, enfim, a utilização do sistema *Just-in-sequence*[60].

No caso da MMCB observa-se que a MVC Componentes Plásticos Ltda. e a Fórmula R Indústria se encaixam na estrutura de um condonínio industrial, sendo que, a primeira

---

[60] "*Just-in-sequence* é uma variação do sistema *Just-in-time* em que as entregas devem ocorrer não somente no momento correto mas também na seqüência correta determinada pelo programa de produção das montadoras". (LIMA et all., 2002, p. 6, destaques dos autores). Ainda é como uma derivação do *Just in time* o *just in sequence* no relacionamento fornecedor e montadora no sistema produtivo automotivo tem como objetivo "[...] JIS *(Just-In-Sequence)* onde o fornecedor deve entregar a peça solicitada seqüenciada, no ponto de uso previamente estabelecido, na quantidade solicitada e num prazo determinado". (NUNES, 2007, p. 9).

fornece componentes plásticos à montadora e a segunda realiza a submontagem das rodas e pneus, entregando o conjunto completo diretamente na linha de produção.

Complementado a conceituação de Marini, Gonçalves e Giacobo (2009) citada anteriormente para Dias e Salerno (2009):

> O consórcio modular poderia, grosso modo, ser considerado uma forma extrema de condomínio industrial. Nesse caso, atualmente restrito a apenas uma planta [...] não só os fornecedores de subconjuntos se localizam no terreno como são responsáveis pela própria montagem do veículo, [...]. (DIAS; SALERNO, 2009, p. 3).

Segundo Marini, Gonçalves e Giacabo (2009) a diferença entre condomínio industrial e consórcio modular está no montante de valor agregado diretamente pela montadora. No caso do condomínio industrial, a montadora preserva a função de montagem final e, no consórcio modular, esta responsabilidade é dos fornecedores, ficando encarregada apenas do controle de qualidade dos produtos finais.

A realidade da montadora instalada em Catalão não corresponde a condomínio industrial e nem a consórcio modular, pois a empresa não atraiu fornecedores de grande volume para a cidade e apenas dois atuam de forma direta na linha de produção - DuPont do Brasil S.A. e Weldmatic Automotive Ltda. Tais situações não se confirmaram principalmente pelo baixo volume de vendas que as empresas fornecedoras vendem para a MMCB, se comparado a outras montadoras como Ford, General Motors e Volkswagen, que também fabricam veículos classificados como comerciais leves.

No caso das montadoras Ford, GMB e Volkswagen, os volumes de produção diário, mensal e anual de veículos classificados como comerciais leves, nos últimos quatro anos, são consideravelmente maiores do que o da MMCB. Dessa forma, empresas fornecedoras do setor automotivo, como Magneti Marelli Sistemas Automotivos (injeção eletrônico, bicos injetores etc), Metagal (retrovisores) e Automotiva Usiminas (estamparia), acabam realizando negócios mais volumosos do ponto de vista quantitativo e financeiro com essas montadoras, conforme mostra a tabela 1.

Tabela 1 - Produção de Comerciais Leves, segundo as montadoras (2006-2009).

Ano	Ford	GMB	VW	MMCB
2006	122.334	87.264	35.667	20.171
2007	94.517	106.909	46.960	25.844
2008*	87.846	114.739	54.656	37.203
2009*	80.653	108.649	66.877	32.429

Fonte: ANFAVEA (2010c) Org. SILVA, M. V. da. 2010.

* As montadoras Ford, GMB e MMCB apresentaram queda na produção de 2008 para 2009 em decorrência da crise da economia mundial que afetou o setor automotivo.

Comparando os dados da produção dos últimos quatro anos das respectivas montadoras, nota-se que a produção de veículos comerciais leves (camionetes de uso misto e camionetes de carga) da MMCB é menor em relação às outras montadoras. Portanto, com base na quantidade de produtos e componentes vendidos para essas montadoras, pode-se afirmar que o montante adquirido dos fornecedores pela montadora de Catalão é inferior.

Retomando a discussão sobre condomínio industrial e consórcio modular, a montadora MMCB atua de forma direta na linha de produção, cuja maioria dos trabalhadores que executam a montagemm dos automóveis são da MMCB. A mesma possui apenas três fornecedores instalados dentro da área de sua planta industrial (*Site*), MVC Componentes Plásticos Ltda. (encaixa na conceituação de condomínio industrial), DuPont do Brasil S.A. e a Weldmatic Automotive Ltda.[61] (enquadram na definição de consórcio modular).

A primeira possui planta industrial totalmente separada da montadora, fornecendo apenas componentes plásticos e não possui funcionários atuando na linha de produção. A

[61] A empresa recusou em setembro/2009 via ligação telefonônica a conceder entrevista para este trabalho sem alegar os motivos reais, mesmo após o Programa de Pós-Graduação em Geografia ter encaminhado o ofício n. º 030/2009PPGEO, de 31 de julho de 2009 ao Senhor André Carvalho – Gerente Geral da referida empresa solicitando a concessão da entrevista. A empresa é terceirizada no setor de soldagem. Segundo trabalho monográfico de SILVA, R.V. da. (2005) a Weldmatic Automotive Ltda. foi fundada no Brasil em 1994, cuja parceria com a Mitsubishi para prestação de serviços foi firmada em 2000, quando se instalou em estrutura predial junta a da montadora. Seu processo operacional envolve somente a área de soldagem de carrocerias ou chassis, cabines e assoalhos automotivos dos quatro modelos produzidos na fábrica local: L200 Triton e Outdoor, Pajero TR4 e Pajero Sport. Em 2005, a empresa empregava, aproximadamente, 204 funcionários distribuídos em vários setores: diretoria, recursos humanos, engenharia, líderes, logística, almoxarifado, serralheria, re-trabalhos, tornearia, linhas de montagem e *metal finish*. (SILVA, R.V.da. 2005, p. 35, destaque do autor).

segunda possui 4 funcionários que atuam na supervisão de qualidade do setor de pinturas e, a terceira tem estrutura predial separada e, mas realiza o processo de soldagem das partes como: carroceria, laterais, assoalho dos veículos Mitsubishi. Esta empresa tem funcionários próprios.

Portanto, pautado no padrão de organização voltado para a produção enxuta, a MMCB não forma um condomínio industrial e nem um consócio modular, mas sim um *Site*, conforme afirma Straub (1997, p. 4):

> Os *sites*, como são chamados os locais de produção, funcionam dentro da tendência de buscar uma crescente integração entre montadora e suas principais fornecedoras, todos elas empresas de autopeças globais que fabricam módulos inteiros (painel, eixos, acabamento interno, sistema elétrico etc.).

Os *Sites* são formados quando as perspectivas de condomínios industriais e de consórcio modular não se consolidam e primam por uma integração menos complexa com os fornecedores, portanto, eles são formados pelo fato dos grandes fornecedores estarem localizados geograficamente distantes do cliente.

Com base na atuação de apenas dois fornecedores - DuPont do Brasil S.A. e Weldmatic Automotive Ltda. - no processo de produção (linha de montagem) dos veículos da referida montadora, afirma-se que esta passa a ser uma condição fundamental para a definição do que é um *Site* no contexto da indústria automobilística.

No entanto, é importante ressaltar que não foi encontrado referencial que pondere sobre as características de um *Site* de uma montadora. Portanto, as considerações aqui tecidas baseiam-se no processo de exclusão do uso conceitual de condomínio industrial e consórcio modular e também nas observações dos executivos da MMCB, assim como os de todas as empresas localizadas no terreno (área) pertencente à montadora, como MVC Componentes Plásticos Ltda., Restaurante Pronutri Refeições Coletivas, RCM Indústria e Comércio e DuPont do Brasil S.A. por usarem a terminologia *Site* ao referenciar a área onde a montadora e elas estão sediadas.

Todavia, fica evidente que o relacionamento entre fornecedores, prestadores de serviços e terceirizados e a montadora é complexo e, ao longo do tempo, possibilita acordos cada vez mais evoluídos que priorizam um sistema de cooperação e integração, principalmente no que se refere ao desenvolvimento de produtos e ao padrão de qualidade para atender as demandas da indústria automotiva. De acordo com Padovani (2007) a relação entre fornecedores e montadora é permeada por uma governança que tem como gestor o cliente:

> No caso da indústria automobilística, pode-se dizer que a governança da cadeia está nas mãos das montadoras, pois são elas que, por enquanto, detêm as atividades fundamentais de desenvolvimento de produtos e a gestão dos ativos comerciais. Isto é, elas ainda detêm os ativos-chave dessa cadeia, de forma que nenhuma outra camada tem mais poder sobre a cadeia do que as montadoras. Embora alguns fornecedores de primeiro nível já tenham bastante conhecimento dos desenvolvimentos de produtos, toda a parte de distribuição está sob o comando das montadoras, que continuam sendo o elo mais forte da cadeia, logo, a governança. (PADOVANI, 2007, p. 23).

No caso da MMCB, ela exerce esse poder sobre alguns de seus fornecedores. No caso dos sistemistas, talvez nem tanto, porque geralmente são corporações multinacionais e muitos dos suprimentos adquiridos também são produzidos para atender outras montadoras.

A avaliação que se faz dessa relação é que ela fundamental para o processo produtivo, pois envolve várias áreas produtivas que dão suporte à indústria automobilística. Sobre esse relacionamento, Calandro e Campos (2002, p. 13) alertam que “as relações de fornecimento na cadeia automotiva requerem possibilidade de fornecer e receber com qualidade e preço, evidenciando um encadeamento de ações em ambos os sentidos: empresa-clientes e empresa-fornecedores”.

Do ponto de vista da Geografia, esse processo de cooperação entre empresas e segmentos aliados, assim como da montadora com seus fornecedores, distribuidores etc. pode ser entendido como círculo de cooperação.

Desse modo, o entendimento de círculos de cooperação está balizado nas contribuições de Silveira (2010, p. 82) que ressalta:

> Portanto, os círculos de cooperação podem ser vistos como etapas imateriais pelas quais atravessa a produção. Balisares para completar a cooperação das firmas, a informação, a propaganda e o crédito chegam aos lugares e acabam por aumentar a vocação de consumo, sobretudo dos grupos qualificados que trabalham na moderna divisão do trabalho.

Cabe esclarecer que os círculos de cooperação é um aporte ao desenvolvimento e crescimento das empresas, pois caminha para que a governança, as relações, as redes tecidas pelos fluxos materiais e uso da TI que contribuem para a efetivação dos fluxos imateriais sejam importantes na formação e gestão do circuito espacial da produção por parte da montadora. Concernente ao papel da TI no contexto atual, entende-se que:

> Nos últimos anos, nota-se a rápida evolução e disseminação da TI, isto é, aquela tecnologia que, inclui sistema de informação, processamento de dados, telecomunicações e automação, modificou significativamente as responsabilidades gerenciais. Apareceram novos departamentos, investimentos significativos em *hardware* e *software*, treinamentos, etc. Os impactos da TI incidem sobre diferentes áreas funcionais das empresas e também sobre um amplo espectro de indústrias. (FIORAVANTI, 2005, p. 7, destaque do autor).

O papel da TI nas redes e nos fluxos será tratado na medida em que for apresentando características que podem ser consideradas para o entendimento das redes que a montadora estabelece com as concessionárias, prestadores de serviços, empresas terceirizadas e fornecedores, entre outros, assim como para a compreensão e dimensionamento do circuito espacial da produção desta montadora.

Faz mister dizer que pautado nos preceitos do *just-in-time*, que visa basicamente agilidade nos negócios, redução de tempo e de custos, o uso de *softwares* tornou-se uma prática comum dentro do sistema de gerenciamento e administração das empresas de grande porte que passaram a adotar alguns procedimentos como a implantação do Planejamento e Controle de Produção (PCP)[62], do Cálculo das Necessidades de Materiais (MRP)[63] e do Planejamento dos Recursos de Manufatura (MRPII)[64].

---

[62] O PCP baseia-se nas "[...] questões do *quanto* e *quando* produzir são fundamentais para o planejamento do fluxo de matérias-primas e para prover os recursos de transporte e armazenagem de materiais e produtos acabados". (BALLOU, 1993, p. 237, destaques do autor).

O uso de TI torna-se presente e necessária no processo produtivo da MMCB, controlando ações diversas. A MMCB como forma de romper com o contato diário por telefone com alguns de seus fornecedores passou a recorrer a um *software* denominado de PeopleSoft[65]. O PeopleSoft é coordenado pela Gerência de TI.

Esse *software* possibilita a integração dos departamentos e processos, padronizando todo o desenvolvimento de aplicações e serviços no circuito espacial da produção.

A ação do Pepleosoft referente ao relacionamento de fornecedores com a montadora se resume as explicações de Eduardo Maurício Zalamena[66]:

> Por parte dos fornecedores, o único relacionamento, que na verdade nós temos atualmente relacionado com a parte sistêmica é com relação ao envio do *world wide*, troca de informações eletrônicas, quando por exemplo, o fornecedor mando um material, componente pra gente ele manda uma nota fiscal, quando essa nota chegar aqui e você ter que digitar todos os componentes, ele manda um arquivo eletrônico onde a gente importa este arquivo automaticamente pra dentro do PeopleSoft e a pessoa que está fazendo esse discernimento ela só praticamente valida esses dados e segue o processo, pra ela não precisa ficar digitando, senão nós íamos ter uma turma de digitadores aqui pra fazer esse discernimento. Existem milhares de notas chegando durante um mês, agora você receber nota por nota, tem nota lá, por exemplo, que vem com 200 itens e ficar digitando tudo isso [...].

Dessa forma, os pedidos para alguns fornecedores são feitos pelo setor de compras através deste *software* - que é um sistema de gestão, gerenciamento e administração da produção - via uma ferramenta denominada EDI, aos quais solicita virtualmente o material necessário e o fornecedor envia fisicamente a mercadoria, via transportadora, um arquivo eletrônico é gerado e enviado a montadora (nota fiscal). No momento do recebimento físico

---

[63] O objetivo principal do MRP é permitir o cumprimento dos prazos de entregas dos pedidos dos clientes com mínima formação de estoques, planejamento das compras e a produção de componentes nos momentos e quantidades necessárias. (CORRÊA; GIANESI, 1996).

[64] O MRP II segundo Corrêa e Gianesi (1996, p. 116) "é um sistema hierárquico de administração da produção, em que os planos de longo prazo de produção, agregados (que contemplam níveis globais de produção e setores produtivos), são sucessivamente detalhados até chegar ao nível do planejamento de componentes e máquinas específicas". Ou seja, MRP II possibilita o planejamento de todas as etapas e recursos necessários a produção de determinado produto, atentando para questões como: quantitativo de funcionários, de materiais, o tempo necessário a produção destes produtos, enfim, passou a controlar o sistema produtivo e a facilitar a implementação de sistemas de administração eficientes. Esse controle é realizado através de *softwares*.

[65] Os *softwares* PeopleSoft constitui uma das linhas de aplicativos comercializadas pela Oracle Corporation. São usados em grandes corporações empresariais visando o controle e aumento da produção, redução de custos, gestão de recursos humanos e de negócios. (ORACLE, 2010).

[66] Gerente de TI da MMCB , concedeu entrevista (ver Anexo 11) no dia 26 de junho de 2009, na sede da montadora.

da mercadoria solicitada o setor de estoque faz a validação e conferência da carga recebida. Em caso de não conformidade da carga faz-se contato com o fornecedor com objetivo de resolver o problema.

Esse *software* tornou as transações comerciais da cadeia produtiva da montadora mais ágeis e rápidas, refletindo, dessa forma, na redução de tempo e aumentando os ganhos. Além de gerir a parte de fornecedores, prestadores de serviços e empresas terceirizadas, ele comanda toda a linha de produção de forma a alimentar cada setor com informações e disponibilidade de componentes em tempo hábil para a linha de montagem.

Perguntado aos fornecedores entrevistados se eles fazem uso do *software* da MMCB, todos afirmaram que não, pois alguns usam EDI próprio, *e-mail*, telefone para programações de pedidos por parte da montadora, vendas e futuras entregas.

Findando essa abordagem sobre o mercado fornecedor de produtos e itens da MMCB, necessário se faz realizar abordagens sobre o que ocorre de fato dentro da montadora. Após análise do processo a montante da unidade montadora, principalmente no que se refere ao relacionamento com os fornecedores, é preciso atentar para o que acontece dentro da fábrica da MMCB (processo de produção) e também para os fenômenos que estão a jusante da fábrica, principalmente a sua rede de concessionárias. Desse modo, o capítulo subsequente - capítulo 4 - trará uma abordagem do processo produtivo dentro da unidade montadora e do processo de distribuição dos veículos fabricados em Catalão para o Brasil e América do Sul.

CAPÍTULO 4

DA FÁBRICA À REDE DE DISTRIBUIÇÃO DA MMC AUTOMOTORES DO BRASIL S.A.: análise espacial das concessionárias

As diversas instâncias produtivas – a produção, a distribuição, a troca e o consumo – tornam-se cada vez mais independentes das condições propriamente locais e cada vez mais dependentes de um nexo que escapa à comunidade. Aumentam, desse modo, as possibilidades de uma dissociação geográfica de atividades. (ARROYO, 2006, p. 74).

CAPÍTULO 4 – DA FÁBRICA À REDE DE DISTRIBUIÇÃO DA MMC AUTOMOTORES DO BRASIL S.A.: análise espacial das concessionárias

4.1 Chão de fábrica: o processo de produção na linha de montagem da MMCB

No capítulo 3, apresentou-se uma abordagem sobre a dimensão espacial dos fornecedores, numa tentativa de compreender de que forma eles se estruturam em rede junto à MMCB. Destacou-se o processo de espacialização, os tipos de relacionamento que emergem dessa rede, a localização, os níveis segundo sua integração ao circuito espacial de produção da montadora, entre outras questões. Buscou-se apontar os elementos fundamentais desse processo, tais como o uso intenso de tecnologias, ciência a serviço da consolidação da MMCB em território goiano, expansão de sua rede, avaliou-se também a consolidação de seu circuito espacial da produção e o envolvimento de variáveis que devem ser consideradas de forma isolada conforme os segmentos, mas ao mesmo tempo integrada.

Com referência a proposta estabelecida neste trabalho (capítulo 3), recorda-se que o sistema de organização da produção da MMCB apresenta-se em três momentos: processo a montate da linha de produção (rede de fornecedores); processo de produção (linha de montagem) e processo a jusante (rede distribuidora).

Portanto, por uma questão metodológica, os dois últimos momentos do processo produtivo da MMCB serão abordados neste capítulo, iniciando com algumas considerações a respeito do processo de produção e, posteriormente, sobre a rede de concessionárias, considerado no escopo deste trabalho como processo a jusante. No entanto, ainda por opção metodológica, as questões que envolvem as relações de trabalho e o desenvolvimento do modelo de produção com base no toyotismo não serão abordadas. Mas, reconhece-se que é

um tema que merece destaque em futuras pesquisas, de forma individualizada e com todo o rigor teórico merecido.

Observando o que acontece dentro da fábrica, principalmente no que se refere ao processo de montagem dos veículos - o processo de produção - compreende-se toda a infraestrutura da linha de montagem notadamente marcada pelo envolvimento de trabalhadores na operação da linha de produção.

De forma bastante resumida, tudo se inicia através da soldagem das partes e montagem dos componentes de um veículo, começando pelo chassi, que é realizado pela própria montadora. Em seguida esse é transferido para a estrutura predial da Weldmatic Automotive Ltda., empresa prestadora de serviços que atua na soldagem dos veículos Mitsubishi.

As linhas de produção da Weldmatic Automotive Ltda. são constituídas dos seguintes processos: montagem da estrutura do assoalho ou *underbody*, montagem das laterais e montagem da carroceria ou do chassi[67]. (SILVA, R., 2005, destaque do autor). A montagem das partes que compõem a estrutura do carro, como: assoalho, carrocerias e cabines dos veículossque se dá através de soldagem. A área ou local (composta por linhas de montagem) destinada à realização destes processos de soldas é conhecida como "*body shop*". Como exemplo ilustrativo, a figura 2 mostra as partes que são usadas para formar o assoalho de uma Pajero TR4. As estruturas do assoalho são importadas e vêm diretamente da MMC do Japão e da Tailândia, conforme informou o funcionário-guia[68] em visita à linha de montagem da Weldmatic Automotive Ltda. e da MMCB.

---

[67] O processo de montagem da linha de veículos L200 é um pouco diferenciado, pois primeiramente se monta a cabine e posteriormente a carroceria, as partes são separadas e não inteiras como dos veículos da linha Pajero.

[68] José Douglas Amorim, funcionário indicado pela Diretoria Industrial para acompanhar e explicar como se realiza o processo produtivo na linha de montagem na montadora MMC Automotores do Brasil S.A. no dia 04 de junho de 2009.

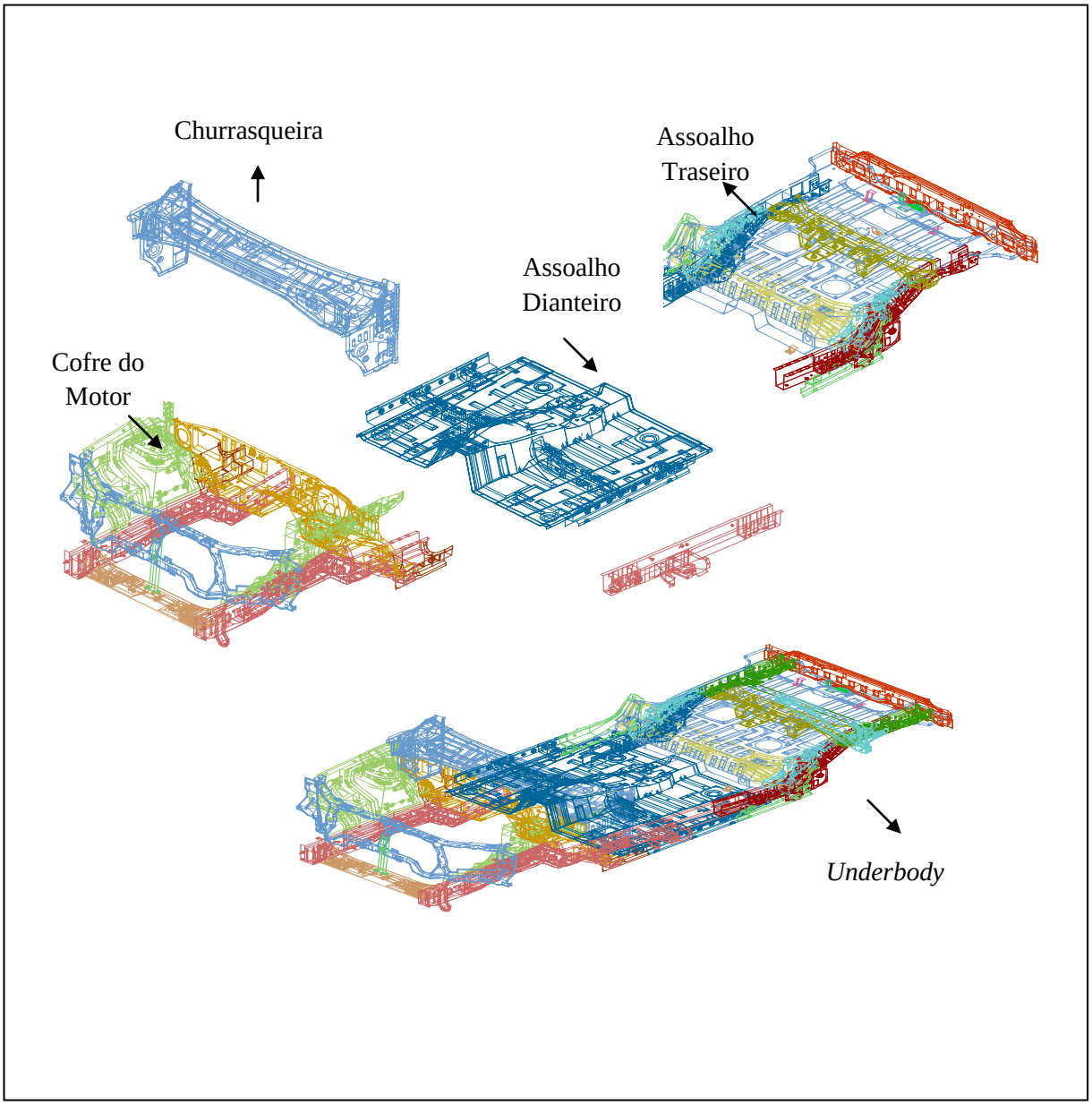


Figura 2 - Processo de Soldagem da Estrutura dos Assoalhos Dianteiro e Traseiro, Cofre do Motor e Churrasqueira - *Underbody* da Pajero TR4.

Fonte: SILVA, R. V. da. (2005, p. 35).

Referente as partes que compõem a carroceria ou o chassi, a figura 3 mostra que as partes (laterais, teto, portas, capô etc) são soldadas ao *underbody* de um veículo Pajero Sport.

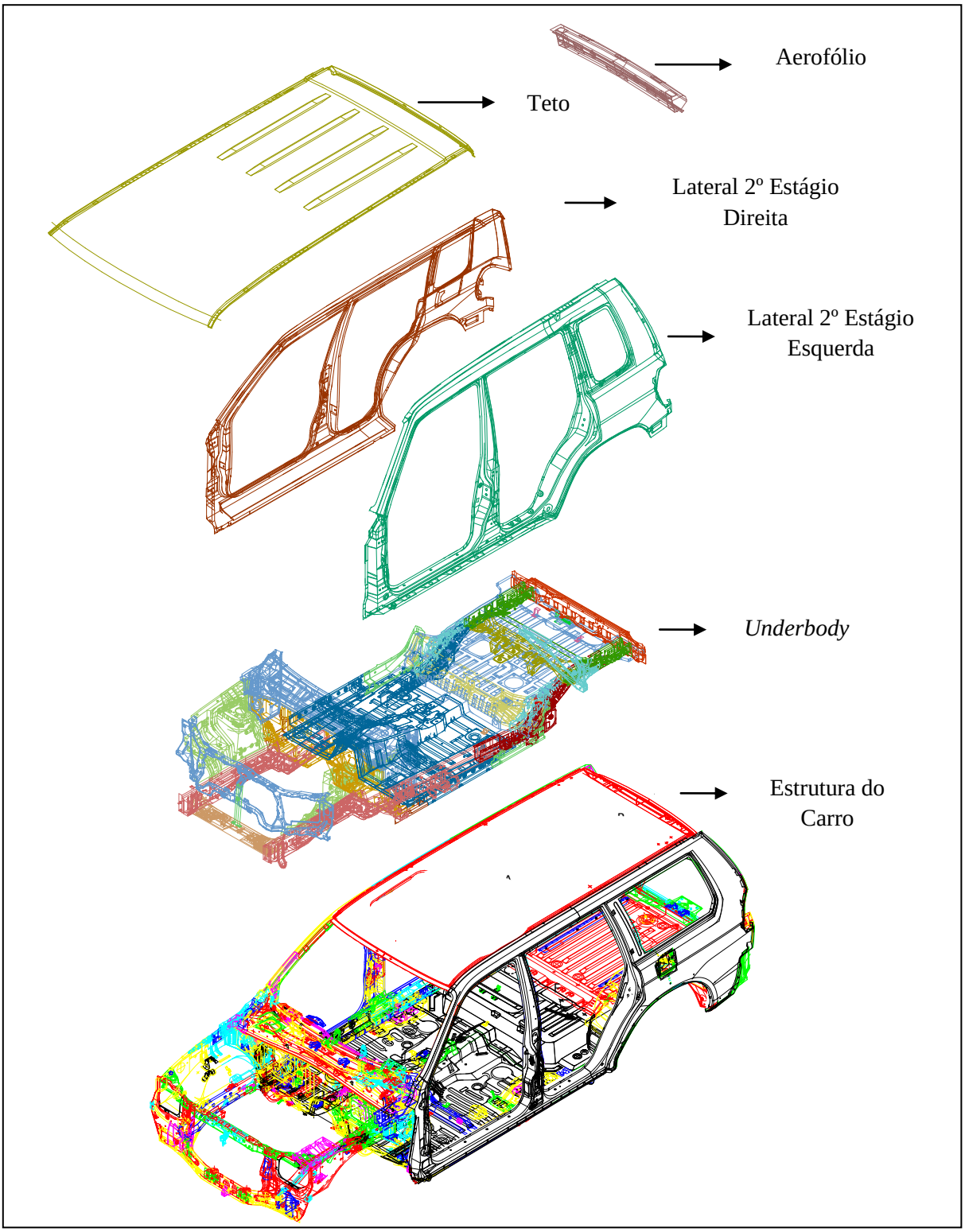


Figura 3 - Processo de Soldagem e Montagem da Carroceria no Chassi da Pajero Sport.

Fonte: SILVA, R. V. da. (2005, p. 37)

Todas essas partes são conhecidas como estampados, entretanto, são fabricadas e fornecidas pela Automotiva Usiminas.

Segundo Silva, R.V.da. (2005) e conforme visitas realizadas na fábrica (junho, julho e agosto), tanto no processo de montagem do assoalho quanto no das cabines e das carrocerias ou chassi, existem sublinhas que dão suporte para a montagem de cada parte que compõe o veículo. Após ser montado, o veículo segue na linha de produção e é inspecionado pelo setor do *metal finish* (setor de qualidade), onde são identificados os pontos de não-conformidades (amassados, riscos, oxidação, etc.) que são reparados pela linha de re-trabalhos. Posteriormente, são auditados para serem entregues à MMCB, especificamente ao setor de pintura dos automóveis.

Esse protótipo de veículo é enviando a DuPont do Brasil S.A.[69] para realização do processo de pintura. O setor de pintura fica em uma estrutura separada da do restante da linha de montagem, com um rígido controle de entrada e saída de funcionários. A pintura é realizada pelos funcionários da MMCB sob a supervisão da DuPont do Brasil S.A. e da Tech-Fléx.

Para que a pintura dos veículos seja realizada segue-se algumas etapas importantes, conforme descreve Edivaldo Ferreira de Souza[70], supervisor de Contas da DuPont do Brasil S.A. (filial em Catalão):

> A primeira etapa seria essa de pré-tratamento, que entra num processo de desengraxe né, são dois tanques desengraxantes, depois vem refinador, fosfatização e depois passivação. Ai entra o primeiro processo de pintura em *e-coat*, tudo por emersão esses tanques. Ai vem alguns *sprays* pra tirar os excessos do *e-coat*, depois entra no processo de cura do *e-coat* que fica na média de 20 minutos a 160º, entra no processo de calafetação e lixamento do *e-coat*, depois entra no *primer*, na aplicação de *primer* que já produto DuPont também, passa pelo processo de cura, entra no lixamento do *primer*, então esse lixamento pode içar algumas sujeiras pequenas. Ai entra na pintura do *basecoat*, que seria a cor do carro, depois entra no processo de aplicação de verniz úmido-úmido, aplica a base e logo em seguida o verniz e entra no processo de cura. Entrou no processo de cura o carro está pronto que seria o acabamento (*topcoat*) e depois entra no processo de polimento. Então desde o início e todos os produtos usados a DuPont está fazendo os abastecimentos, controles nas salas de tintas ou no caso do *e-coat* controle do pré-tratamento, está controlando o Ph, está controlonado, os sólidos e inúmeras coisas que estão no *check-list*, quando o

[69] No capítulo 3, tratou-se da Dupont do Brasil S.A. enquanto fornecedora de tintas e solventes automotivos, porém, a empresa também atua como terceirizada do setor de pintura da MMCB.
[70] Concedeu entrevista (Anexo 10) na sede da DuPont em Catalão – localizada dentro do *Site* da Mitsubishi - no dia 21 de julho 2009.

> carro sai lá no *topcoat* nós fazemos alguns controles de aspectos, camadas, adesão e tudo que venha garantir a qualidade do nosso trabalho.

Cabe ressaltar que os controles de aspectos, camadas, adesão da pintura nos veículos são realizados pelos funcionários da Tech-Fléx - empresa terceirizada da DuPont do Brasil S.A. - com a validação da qualidade pela DuPont e pelo controle de qualidade da MMCB. Assim, em todos os controles de qualidade que a DuPont faz existe um engenheiro que os valida juntamente com a montadora.

Depois de findar o processo de pintura, os veículos são levados à linha de montagemda MMCB através de um elevador e seguem diretamente para o setor de seletividade. Neste setor é feita a programação com a definição dos modelos e versões dos carros (por exemplo: L200 GL, GLS, TOP, Triton, Outdoor etc.) a serem montados atendendo uma demanda de mercado pré-estabelecida através de pedidos das concessionárias. Nesse momento, o chassi segue em uma linha de montagem paralela, cujo processo será descrito após o que é realizado na linha de cabine.

A cabine é encaminhada à linha de submontagem da cabine. Os primeiros equipamentos a serem montados são da parte elétrica, isto é, isoladores térmicos (controle de temperatura) dentro do cofre do motor, isoladores de teto e, em seguida, montam-se todos os chicotes (nas portas, motores, tetos), depois são anexadas nas cabines às guarnições das portas (borrachas), seguidamente, vêm as tubulação de freios, o conjunto de painéis (combinado, controle de combustível e marcador de velocidade etc.), os vidros (pára-brisa; vigia ou vidro traseiro, vidros de portas, etc.), retrovisores, para-choques e inúmeros itens/componentes menores de que um veículo necessita.

O processo de montagem do chassi ocorre em linha de submontagem própria, sendo anexado ao chassi o motor (montado na linha de motor em galpão separado). Em seguida, adicionam-se os sistemas de transmissão e de suspensão, os conjuntos de rodas/pneus

(submontados pela Fórmula R Indústria). Ressalta-se que a montagem dos itens/componentes no chassi foi programada também no setor de seletividade, de acordo com o pedido.

Na linha de submontagem da caçamba, são anexadas as trancas das portas traseiras, os para-lamas, os adesivos de identificação de modelos e versões, os protetores de caçambas, as lanternas traseiras e outros itens.

Na linha final, a cabine é suspensa por um sistema de transporte por elevação (espécie de guindaste) e conduzida para ser anexada ao chassi já montado, conforme descrito. Após a conexão da cabine com chassi, são colocados os carpetes, forros das portas, componentes dentro do cofre do motor (filtros e radiadores), os bancos (também já montados na linha de estofados em um galpão separado), em seguida, é feita a união da caçamba que foi submontada em outra linha, conforme detalhado anteriormente.

Ainda na linha final, é feita a gravação nos vidros do número do chassi, são colocados os borrachões laterais, os líquidos do motor (combustível, lubrificante, óleo hidráulico, óleo diferencial etc.). É realizada uma inspeção por uma equipe da MMCB. Após tudo isso, o carro já se encontra montado e depende apenas de alguns testes de qualidade para ser disponibilizado no mercado.

O primeiro teste a ser realizado nos veículos montados é o da cabine de *roll-test* (onde faz teste de aceleração, potência do motor, sistema de freios, sistema de transmissão etc.) e depois encaminhada à equipe de inspeção de um setor denominado *Fay* para uma vistoria geral, tanto do motor, da pintura, da cabine, de acessórios e acabamento interno e externo. Quando há ocorrência de alguma anormalidade, são feitos os reparos pela equipe responsável pela falha e, depois, o carro retorna ao *Fay* para verificação. Logo depois, o veículo é encaminhado ao teste d’água em que é exposto a um jato d’água para verificar se há infiltração com ocorrência de chuvas.

Após esse processo, o veículo é encaminhado à pista de teste, que fica dentro do *Site* da montadora, para testes de direção, arrancadas, estabilidades e desempenho aerodinâmico. Todavia, 100% da produção da MMCB é testada nessa pista.

Após o teste, o carro é encaminhado a um setor denominado *Kay*, que faz inspeção de documentação, registros junto aos departamentos de trânsito, emissão de notas fiscais, seguros, enfim, a realização de serviços burocráticos. Após esse último procedimento, o veículo é estacionado no pátio da montadora e, conforme a demanda, é transferido ao pátio da transportadora (Tranzero Transportadora de Veículos Ltda. e Sada Transporte Centro-Oeste Ltda).

Todas as etapas que contemplam o processo de montagem dos veículos exceto os procedimentos de inspeção e testes verificam-se, que em média a cada 4 minutos e 25 segundos, sai um carro montado no fim da linha. Dessa forma, em uma hora, a empresa monta, aproximadamente, 14 veículos, sendo que em um dia de trabalho montam-se, em média, 110 carros.

Todo o processo de montagem dos veículos é realizado por funcionários da MMCB, desde a montagem dos motores, chassis, estofados, pintura, linhas de cabine, de caçamba, linha final, inspeções e testes etc. Apenas a soldagem das partes é executada pela Weldmatic Automotive Ltda.

Portanto, todas essas etapas na linha de produção são minuciosamente controladas pelo *software* PeopleSoft, que se inicia com uma ordem de produção no setor de seletividade vinculada ao número do chassi do veículo, conforme informou Eduardo Maurício Zalamena (2009):

> O que é uma ordem de produção? É uma ordem de serviços entre aspas para produzir aquele carro. Então essa ordem de produção contém diversos parâmetros, por exemplo: a data que o carro entrou na linha de produção, qual é cor do veículo, qual é os opcionais que ele vai ter; quais as peças foram utilizadas para montar esse veículo, desde a roda, pneu, motor, câmbio, chassi. [...] no início da linha de produção lá ta passando uma Pajero TR4, então ele [o operador] já sabe, ele recebe

> uma folhinha informando que vem do PeopleSoft dizendo que esse carro vai ter banco de couro, CD player, vai ter DVD por exemplo como opcional. Cada estação de trabalho recebe uma folha e ele sabe o que ele tem que montar, na verdade, essa folha acompanha o veículo e cada operador sabe o que ele tem que montar. Isso é mais pros opcionais, porque noventa por cento do carro são as mesmas peças, motores, amortecedores, câmbios, baterias. [...] E também dentro do PeopleSoft você tem todas as informações de custos, de custo de produção e de cada componente que vai ser usado no veículo. No final quando você termina um veículo você tem uma ordem de produção, vamos supor que você utilizou lá 900 componentes pra montar essa ordem de produção, então você já vai ter o custo dessa ordem de produção, ou seja, desse carro. Cada ordem de produção aqui na empresa a gente utiliza pra montar um veículo, ou seja, cada ordem é um veículo. Por isso a gente fala que cada chassi é uma ordem de produção.

Conforme relatado, o programa PeopleSoft possui papel relevante no gerenciamento da linha de montagem da montadora, sendo através dele que os funcionários sabem como deve ser montado cada modelo de veículo que entra na linha de montagem[71]. Como exemplo, os veículos frotistas (aqueles destinados a frotas de órgãos públicos e/ou empresas, como a Polícia Federal, Ministério da Saúde e outros) são básicos em termos de acessórios (sem CD, DVD etc.), mas saem da fábrica devidamente adesivados com logotipo do órgão/empresa de destino.

Ressalta-se que a venda dos veículos frotistas para o governo e/ou particular pode ser realizado diretamente pela montadora ou por meio de alguma concessionária. A Natsu - Niterói Comércio de Automóveis, Peças e Serviços Ltda., com sede em Niterói/RJ, segundo informações do diretor Senhor Humberto[72], a empresa também atua na venda de veículos frotistas. (Observar Anexo 12). No ano de 2008, venderam um total de 700 veículos, sendo que, aproximadamente, 500 veículos foram para frotistas; a concessionária passou a ser revenda oficial da montadora a partir de março de 2008. (PESQUISA DE CAMPO, 2009x),

Porém, cabe ressaltar que os trabalhadores exercem funções diferenciadas conforme requer cada etapa da linha de montagem, sendo que, a cada 20 trabalhadores, há um

---

[71] Com este *software*, é possível observar e analisar via departamentos internos a produção de um determindo tipo de veículo, podendo acompanhá-lo virtualmente - através do número da ordem de produção – todo o seu percurso pela linha de produção. O programa dispõe de terminais computacionais que, a cada etapa executada durante a montagem de um veículo é informada ao sistema central que pode ser acessado por qualquer funcionário da fábrica. (TI INSIDE, 2009).

[72] É diretor da concessionária MMCB, Natsu - Niterói Comércio de Automóveis, Peças e Serviços Ltda., com sede em Niterói/RJ. Respondeu ao Questionário – enviado por e-mail – no dia 19 de maio de 2009.

funcionário multifuncional responsável, cuja incumbência é vistoriar as atividades destes 20 operadores. Para cada 80 funcionários, há um supervisor que, auxiliado por multifuncionais, vistoria os veículos montados antes de transferí-los à equipe de controle de qualidade final da respectiva linha. No caso da MMCB, conforme visita *in locu*, observações e conversas gravadas com o funcionário-guia - José Douglas Amorim - há três linhas em que montam três tipos de veículos diferentes (L200 Triton, L200 Outdoor e Pajero TR4 Flex).

Além das linhas de montagem, a montadora possui um setor de nacionalização dos veículos importados. Este setor está abrigado em um galpão separado da linha de produção, no qual se executam algumas modificações nos veículos que chegam ao país. Esse processo de adaptação é conhecido como "tropicalização de veículos". Entre as adaptações sobre as condições e normas brasileiras, estão: troca de pneus, troca de manuais para o português; troca de bancos de tecidos por couro, acréscimo de aparelhos de áudio, som e DVD, extintores, carpetes, contratação de seguros, em alguns casos, faróis e até para-choques e para-lamas.

A título de informação, em dezembro de 2009, a MMCB nacionalizava, aproximadamente, seis modelos de automóveis (Pajero Full 3 e 5 portas; Pajero Dakar e Sport; Outlander e Eclipse) oriundos de montadoras da MMC localizadas no Japão, Alemanha e Taiwan.

Todo o processo, incluindo o desenvolvimento de tecnologias, produtos, ferramentais, aquisição de produtos, montagens em diversas etapas e distribuição, é organizado pela montadora, cujas relações com seus parceiros são variadas, pois abrange fornecedores, prestadores de serviços e terceirizados, transportadoras, concessionárias e outras. Portanto, nesse processo, o PeopleSoft assume papel relevante, pois, sem esse *software*, a montadora se perderia na burocracia e seu objetivo é exatamente agilizar as ordens e etapas a serem cumpridas em prazos estipulados entre os setores da fábrica através de comandos virtuais.

De forma resumida, algumas etapas que ocorrem no processo produtivo dentro da montadora MMCB foram descritas. Porém, há outros processos externos que acontecem a partir do momento em que a fábrica libera o veículo para o mercado. Essa última etapa designa-se de processo a jusante a linha de produção.

4.2 Rede de distribuição de veículos no Brasil: regulamentações e avaliações

As redes de distribuição de veículos surgiram com a vinda de montadoras para o Brasil como resposta ao crescimento da produção automotiva e a necessidade de sua comercialização. Segundo Ferreira (2005), a década de 1950 é marcada pela realização dos primeiros contratos de concessões entre montadoras e concessionárias. As concessionárias dessa época eram conhecidas como revendedoras autorizadas. Quase trinta anos depois surgiu uma lei que regulamentou a condição de concessionário no Brasil.

Dessa forma, para se ter o direito a ser concessionário de alguma marca ou montadora de veículos no Brasil, a empresa tem de estar ciente da existência da Lei nº 6.729/1979, promulgada por João Batista Figueiredo, em 28 de novembro de 1979, conhecida como Lei Renato Ferrari[73] e teve significativa importância para os concessionários, pois "regulamentava algumas práticas comerciais, bem como possíveis indenizações por parte da montadora caso o concessionário perdesse sua viabilidade comercial e econômica". (FERREIRA, 2005, p. 3.661). Mais tarde, a Lei nº 6.729/1979 foi alterada pela Lei nº 8.132/1990, de 26 de dezembro de 1990, promulgada por Fernando Collor de Mello. Segundo argumento de Ferreira (2005, p. 3650):

[73] Renato Ferrari era deputado federal na época e foi autor da lei que regulamentou a rede de distribuição de veículos no Brasil. Era membro da categoria dos revendedores e vice-presidente da Associação dos Distribuidores de Veículos.

> A distribuição dos veículos automotores para o consumidor final é feita através de concessionárias, que assim como as montadoras, são empresas autônomas, mas que estão diretamente ligadas àquelas através de um contrato de concessão. Este contrato estabelece que antes do produto final ser adquirido pelo cliente, deve se passar pela concessionária, que na cadeia [de] suprimentos automotiva representa o elo responsável pela etapa de comercialização dos veículos novos, pela prestação de serviços pós-venda, pela comercialização de peças para o mercado de reposição e compra de veículos usados.

A respeito disso, o cliente só poderá adquirir um veículo via concessionária. Portanto, as montadoras, apesar de fabricá-los, não atuam na comercialização dos mesmos. Logo, as concessionárias são o elo jurídico entre a montadora e o consumidor.

Algumas características levam as próprias montadoras a não realizarem a distribuição de seus produtos, tais como: necessidade de altos investimentos; alocação de tempo e esforços no sentido de controlar pessoal; estoques; contatos com clientes; força de vendas e outras atividades inerentes ao setor distribuidor. Com base nessas questões, os fabricantes optam por transferir essas atividades para terceiros. (TORTATO; MARX, 2004).

A rede distribuidora de veículos acompanhou os processos de transformações econômicas empreendidas nos anos 1980, que acometeram a economia mundial e nacional, com reflexos significativos sobre o setor automotivo e na sua forma de organização produtiva, conforme já relatado no capítulo 1 deste trabalho.

Para Latini (2007), esse momento é marcado por uma vulnerabilidade das montadoras nacionais devido à economia mundial, que passou a ser mais competitiva e exigente, e aos percalços econômicos nacionais, como: moeda instável, altos índices inflacionários que não permitiam o crescimento e desenvolvimento interno. Ainda nos anos de 1980, segundo o autor:

> A vulnerabilidade das montadoras nacionais seria permanentemente potencializada pelos abalos nas matrizes, com impactos imediato em todos os seus planos. Foi o que vimos nos anos 80, com adiamento dos planos de automação, corte nos investimentos e programas de demissão e redução de salários. O baixo desempenho da economia brasileira só viria agravar esse quadro. (LATINI, 2007, p. 281).

Considerando que as transformações econômicas acontecem em efeito cascata, partindo da economia mundial, atingindo as montadoras matrizes e, consequentemente, as nacionais (grande maioria de capital estrangeiro), esse processo afeta de forma direta a produção automobilística e o setor de distribuição. Nesse contexto limiar, Arbix e Veiga (2003, p. 3) afirmam que:

> Nunca a rede distribuidora de autoveículos foi tão sacudida por novos desafios como nos últimos anos. Na década de 80, diante do crescimento avassalador da economia japonesa, a indústria seria inteiramente reconfigurada pelos novos processos produtivos de inspiração oriental e pelo *global sourcing*. No início dos anos 90, com a economia mais solta em todo o mundo, a indústria mostrou que havia incorporado definitivamente as práticas de racionalização e redução de custos, de hierarquização dos fornecedores, de modularização, dos consórcios e condomínios industriais que alteraram profundamente a dimensão industrial de todo o negócio. (destaque dos autores).

As afirmações dos referidos autores confirmam que os anos de 1980 foi um momento de transformação nos padrões produtivos da indústria automotiva mundial e os anos de 1990 foi um momento de consolidação dessas transformações com possibilidades de expansão e a busca por novas localidades e implantação de novas unidades industriais no Brasil, assim como a emergência da chamada “guerra fiscal” e dos lugares, conforme destacamos em capítulos anteriores.

Todo esse emaranhado de acontecimentos que acometeram o setor distribuidor de veículos, com queda nas vendas e nas margens de lucros, culminando na necessidade de flexibilizar as negociações com os clientes leva o setor a passar por processo de reestruturação acompanhando as mudanças na cadeia automotiva. (ARBIX; VEIGA, 2003).

No entanto, no contexto mais recente, as concessionárias não são apenas meras revendas de veículos. Elas passam a ter um papel maior na relação com o cliente, isto é, a rede de concessionárias de uma montadora passa a atuar também como prestadores de serviços aos clientes, conforme afirma Ferreira (2005, p. 2):

> No conjunto de funções atribuídas à rede de distribuição, a venda de veículos e a prestação de serviços de assistência técnica nos produtos vendidos, junto com o

> comércio de peças de reposição, são as principais atividades das concessionárias de automóveis. O nível de desempenho alcançado executando estas funções, além de ser responsável pela sobrevivência destas empresas, exerce elevada influência no sucesso das estratégias das montadoras.

No contexto capitalista recente a movimentação financeira e a circulação de capitais e bens materiais nas concessionárias não advêm somente da venda de automóveis, implementos agrícolas, caminhões etc., mas, também são provenientes da prestação de serviços, assistência técnica, comércio de reposição de peças, serviços de mecânica, lanternagem e funilaria, entre outros.

O setor de distribuição de veículos, ou seja, concessionárias de todas as marcas e montadoras automotivas no Brasil, é representada atualmente pela Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (FENABRAVE). Esta entidade reúne 42 associações de concessionários de marcas de automóveis, veículos comerciais leves, caminhões, ônibus, implementos rodoviários, máquinas agrícolas e motocicletas. (FENABRAVE, 2010b).

Conforme divulgação no site da FENABRAVE (2010a), no ano de 2008, eram "[...] mais de 5,5 mil distribuidores de veículos nacionais e importados, com 280 mil colaboradores diretos, que geram uma receita anual de R$ 112,7 bilhões (2008), correspondendo a 5% do Produto Interno Bruto - PIB do País". (FENABRAVE, 2010a), no entanto, os dados da FENABRAVE não apontam para a quantidade de colaboradores indiretos que o setor distribuidor automotivo tem no país.

Para o ano de 2009, houve um aumento no número de distribuidores de veículos, chegando a "cerca de 6 mil distribuidores de veículos nacionais e importados [...] que geram uma receita anual de R$ 157,1 bilhões (2009), correspondendo a 5% do Produto Interno Bruto - PIB do País". (FENABRAVE, 2010b).

Com referência ao quantitativo de concessionárias no Brasil, percebe-se que o setor distribuidor de veículos é forte, cuja comprovação aparece nos dados de 2008 e 2009, com

uma receita correspondente a 5% Produto Interno Bruto (PIB) nacional, cujo PIB total foi de R$ 2.9 trilhões e R$ 3.143 trilhões, respectivamente. (IBGE, 2010; ESTADÃO; 2010).

A rede de distribuidores se divide em diversas formas: distribuição direta, distribuição não-exclusiva e distribuição exclusiva. As duas primeiras referem-se ao fato da concessionária comercializar veículos de diversas marcas, as chamadas concessionárias multimarcas. No caso da exclusiva, é quando o concessionário mantem acordo comercial com uma única montadora, conforme descreve Tortato e Marx (2004, p. 3.921). "Assim, a distribuição exclusiva é um arranjo contratual em que o distribuidor (ou varejista) concorda em vender produtos de somente um fabricante, ficando portanto, impedido de comercializar produtos de fabricantes concorrentes".

A montadora Mitsubishi adota a distribuição exclusiva como forma de aumentar seu controle organizacional sobre sua rede de concessionárias, além de ter "pontos exclusivos para determinadas áreas geográficas. (TORTATO; MARX, 2004, p. 3921). Isto é, uma concessionária MMCB não entra na área geográfica de atuação de outra, mesmo no caso da existência de mais de uma concessionária em uma mesma cidade. Dessa forma, "se estabelece uma relação em que o fabricante detém um controle rígido sobre o meio de distribuição sem ônus de gerenciá-lo operacionalmente". (TORTATO; MARX, 2004, p. 3921).

Dessa forma, o setor distribuidor de veículos ou concessionárias assume papel relevante e significativo na cadeia automotiva brasileira, bem como na de cada montadora. É um processo que acontece a jusante da linha de montagem, envolvendo outras empresas, como transportadoras, seguradoras, sistemas de controle e monitoramento de cargas. Além dessas questões, outras também devem ser consideradas ao tratar da rede de distribuição de uma montadora, como relacionamento entre concessionárias e fabricante; o uso de TI; a localização dessas concessionárias, entre outras.

Para um entendimento melhor, se estabelece o relacionamento entre a montadora MMCB e sua rede de concessionárias, o porte das cidades onde estão sediadas, o papel e a influência regional destas cidades, a representação exclusiva e outras questões que serão abordadas no próximo tópico.

4.3 A distribuição e consumo dos produtos automotivos da MMCB: a rede de concessionárias

Cabe esclarecer que a rede de concessionárias da MMCB é considerada, neste trabalho, como um processo que acontece a jusante da linha de produção, conforme já detalhado no capítulo 3 e também neste capítulo.

Tendo em vista essa consideração, o processo a jusante a linha de produção é compreendido como tudo aquilo que ocorre após o veículo ser disponibilizado pela montadora à transportadora, no caso a Tranzero Transportadora de Veículos Ltda. e Sada Transporte Centro-Oeste Ltda.[74]. O veículo é embarcado em uma área externa ao *Site* da montadora, porém separada apenas por um alambrado e com acesso livre dos funcionários da MMCB. Após serem disponibilizados na área das transportadoras, são colocados e amarrados em carretas, conhecidas popularmente como "cegonhas" e transferidos ao pátio da filial da Transzero Transportadora de Veículos Ltda., distante, aproximadamente, dois quilomentros da montadora.

Nesse trajeto, cada carreta leva apenas quatro veículos por viagem, usando somente o andar inferior. Chegando ao pátio da unidade Transzero em Catalão, ficam à disposição da transportadora para ser entregues à concessionária de destino, conforme aponta a nota fiscal.

[74] As duas transportadoras são de propriedade do mesmo grupo empresarial, com sede em São Bernardo do Campo/SP. Portanto, usa-se carros das duas transportadoras para distribuição de veículos no território nacional.

Esta faz contato via telefone com a concessionária, agendando o horário, dia de chegada e quem receberá os veículos e, em seguida, embarcam-os para o transporte a longa distância. Nesse caso, cada carreta leva oito automóveis, sendo quatro em cada andar da "cegonha".

Geralmente, ainda no mesmo dia, os veículos são segurados e transportados até as concessionárias. Ao chegarem são desembarcados e passam para responsabilidade da revenda autorizada, que por sua vez também possui seguro da frota do *show-room.* No caso das quatro concessionárias Maqnelson (Catalão e Itumbiara, em Goiás, e Uberaba e Uberlândia, em Minas Gerais), a seguradora oficial é Mapfre, conforme tratar-se-á a seguir.

A parceria entre a Transzero e o empresário Eduardo de Souza Ramos, um dos proprietários da MMCB, é desde 1992, quando se tornou importador oficial no Brasil dos automóveis da marca japonesa Mitsubishi. De 1992 a 1997, a transportadora fazia a distribuição dos veículos importados que chegavam ao Brasil para as concessionárias do empresário no país (rede Brabus). Segundo o Senhor Carlos Alberto Aguiar, atual coordenador do escritório da Tranzero Transportadora de Veículos Ltda. ou Sada Transporte Centro-Oeste Ltda. em Catalão[75], os veículos eram transportados do porto de Vitória/ES para todo o país e o processo de liberação era executado nas dependências da Receita Federal e outros órgãos no próprio porto. (Observar Anexo 9).

Após a decisão do empresário em criar uma montadora, a empresa continuou sendo parceira e mantém um contrato de prestação de serviços desde 1998, com algumas exigências específicas como transporte com segurança, sem avarias, entrega conforme prazo determinado pela montadora, entre outros.

Até 2006, a sede da Tranzero em Catalão ficava no perímetro urbano, em rua paralela à BR-050, sendo comum ver várias "cegonhas" carregadas ou não nas imediações do Posto JK. Após esse ano, a transportadora adquiriu um alqueire de terreno no DIMIC e construiu

[75]Informação obtida em entrevista realizada no dia 06 de junho de 2009, na sede da transportadora em Catalão. O senhor Carlos Alberto Aguiar era o responsável pelo escritório da Tranzero em Vitória/ES no período de 1992 a 1997.

uma sede própria com pátio para estacionamento[76], de veículos da MMCB e de outras montadoras, como Ford e Volkswagen, que vêm do Sudeste ou Nordeste com destino ao Centro-Oeste do Brasil, assim como outras regiões, de acordo com a foto 8.

Foto 8 - Vista do pátio da filial Transzero Transportadora de Veículos Ltda./Sada Transportes Centro-Oeste Ltda. em Catalão/GO. (03 mar. 2010).

Autora: SILVA, M. V. da. Mar. 2010.

O setor de transporte que a Transzero atua exige planejamento logístico, monitoramento e rastreamento de cargas e o enfrentamento de adversidades do transporte rodoviário para que as entregas dos veículos sejam realizadas em tempo hábil. A Transzero é uma transportadora que já possui uma tradição no transporte veicular, executando tais serviços desde 1963, sendo portanto, prestadora de serviços também para a Ford, Volkswagen, General Motors e Audi.

Atualmente, transporta cerca de 1.200 veículos por dia e 30.000 por mês, possuindo uma frota de, aproximadamente, 700 carros e uma estrutura que lhe dá suporte de três pátios de estacionamento, sendo um na sede da matriz, em São Bernardo do Campo/SP, com

[76] O pátio da filial da Transzero/Sada em Catalão é chamado por Pátio Centro-Oeste, em referência a localização da filial na região Centro-Oeste do país. Há especulações extra-oficiais de que a referida empresa está abrindo outro pátio na cidade mineira de Uberlândia.

capacidade para 3.500 veículos parados; outro em São José dos Campos/SP, com capacidade para 2.200 veículos e o terceiro em Catalão/GO, com capacidade para 1.400 veículos estacionados aguardando o embarque (observar foto 8). Além desses pátios, possui mais seis filiais localizadas em Taubaté/SP, São José dos Pinhais/PR, Gravataí/RS, Vitória/ES, Rio Grande/RS e Camaçari/BA.

Segundo informações do Senhor Carlos Alberto Aguiar, coordenador da filial Centro-Oeste, em janeiro de 2009, adquiriram mais um alqueire para possível expansão. Em visita ao local no dia 21 de março de 2010, conforme mostra a foto 9, pode-se notar que a transportadora já vem realizando obras na área recém-adquirida, com o objetivo de aumentar seu pátio de estacionamento que, mesmo em dia de domingo, estava praticamente lotado de veículos da MMCB que aguardavam o momento de serem enviados às concessionárias.

Foto 9 - Vista parcial de área de expansão do pátio da Transzero/Sada (em fase de construção) que fica ao lado do atual pátio. (03 mar. 2010).

Autora: SILVA, M. V. da. Mar. 2010.

Questionado a respeito do número de “cegonhas” que circulam por Catalão em um dia e da quantidade de carros da marca japonesa que são transportados para as concessionárias, ele disse:

> Somente em Catalão circula pela sede em média de 60 a 70 carretas diária. Dessas 70 sai em média 20 carretas carregadas por dia com veículos da Mitsubishi, pois neste pátio fica estacionado somente veículos da Mitsubishi. São 8 carros por carreta, isso dá mais ou menos 160 veículos por dia.

Ainda complementou dizendo que “as vezes as carretas vêm de Camaçari para Brasília com carros da Ford e vem pra cá e carrega e volta pra Salvador ou vai pra São Paulo”. Dessa forma, o trajeto é engenhoso, mas a empresa procura aproveitar o retorno da carreta de origem levando outra carga.

Neste depoimento, constata-se que há um fluxo de veículos grande pelo pátio da transportadora e, como este é o único do Centro-Oeste, praticamente, todas as carretas carregadas com veículos de outras montadoras que se destinam, principalmente, ao Estado de Goiás, acabam passando pela cidade com o objetivo de carregar com os carros da Mitsubishi e retornarem ao seu local de origem, levando-os para as concessionárias da MMCB e/ou param para pouso e seguem no dia seguinte.

Conforme visita *in locu*, constatou-se que no dia 21 de março de 2010, por volta das 09:00 horas, haviam estacionadas no pátio da transportadora em Catalão oito “cegonhas” carregadas, sendo duas de veículos da MMCB, três da Ford e três da Volkswagen (observar foto 10).

Foto 10 - Presença de veículos da Ford e Volkswagen no pátio da filial da Transzero/Sada em Catalão. (03 mar. 2010).

Autora: SILVA, M. V. da. Mar. 2010.

Nota-se que a opção de modal de transporte adotado pela montadora é o rodoviário[77]. O contexto atual aponta que o território brasileiro está integrado pelas estradas e a expansão da frota de veículos tem possibilitado uma hegemonia na circulação de bens materiais pelas rodovias.

Os sistemas de rastreamento, monitoramento e bloqueamento de cargas[78] também são usados pela Transzero ao efetuar o transporte dos veículos da MMCB com destino às concessionárias, como informa o endereço eletrônico (*site*) da transportadora "rastreamento e bloqueamento realizado por GPS e usam o satélite Inmarsat que se comunica com a central do satélite AORW, o mesmo usado pelas Forças Armadas dos Estados Unidos". (TRANZERO, 2009).

[77] O rodoviarismo é o sistema modal mais usado no Brasil, apesar de apresentar rodovias em precário estado de conservação, mas possuem uma topologia de grande flexibilidade com ligação de ponto a ponto, dispensando a passagem por terminais. O tempo gasto no trajeto é considerável, pois depende da conservação das rodovias, da velocidade do veículo, da capacidade de carga, e dos custos de transporte.

[78] Quanto ao transporte de automóveis, as TI assumem papel importante principalmente na questão do uso de sistemas técnicos a serviço da circulação de bens materiais e da comunicação que se dá via fluxos imateriais (informação), possibilitando uma interação de sistemas que requer investimentos em ciência e informação. Os sistemas de rastreamento e de monitoramento de cargas no Brasil cresceram a partir dos anos de 1980, através do desenvolvimento de sistemas que possibilitam uma "integração eletrônica do território brasileiro sobre uma base constituída por um sistema de circulação desigualmente distribuído em termos de quantidade e de qualidade de infra-estruturas de transporte". (CASTILLO; TREVISAN, 2007, p. 197).

Através deste sistema a Transzero visa maior segurança da carga, evitando roubos, controle da velocidade das carretas e dos horários de paradas (embarque, desembarque, repouso noturno etc.), com o fim de impedir atrasos na entrega das cargas para a concessionária de destino, além do controlar sobre as ações do motorista.

Observa-se que um dos elos entre a montadora e o setor de concessionárias é o sistema de transporte executado pela Transzero, que desempenha papel importante para compreender o processo de distribuição da produção da MMCB no Brasil. A empresa adota sistemas técnicos e de comunicação que permitem o desempenho de uma logística eficaz, através de planejamentos, estratégias e medidas que resguardam a confiança da montadora na transportadora através de um contrato vigente por 18 anos.

A rede de concessionárias da MMCB é um segmento que está diretamente relacionado à montadora. Esta, por sua vez, mantém relações diretas com um sistema de comunicação específico com a concessionária, através de um *software* diferente e específico, o *extranet*[79], que dá origem ao portal eletrônico (www.mmcb.com.br) por meio do qual é possível realizar pedidos de veículos para serem comercializados, autopeças originais etc., conforme relata Eduardo Maurício Zalamena:

> Quando estamos falando dos concessionários aí a gente tem sistemas da *extranet*, que são sistemas do relacionamento com o concessionário. Então a extranet é um *software* que fica rodando aqui dentro a Mitsubishi, mas que é acessado por todos os concessionários da rede do Brasil inteiro [...] pelos vinte e sete estados brasileiro, [...], então sistema faz toda a parte de acesso a fábrica, então toda a garantia, a parte de pedido de peças, de consulta de estoques da fábrica, de pedido diversos. Então, todo o relacionamento da parte das concessionárias com a fábrica é a partir deste portal, o *extranet*.

Dessa forma, as concessionárias não usam o *software* PeopleSoft como forma de gestão e controle, e sim o *extranet*, através do qual podem: programarem a aquisição de componentes quando não possuem em seu estoque; acessar o estoque do Central de Peças e

[79] Todas as concessionárias representantes da marca Mitsubishi fazem parte do sistema Rede Nacional de Revendas Online (RENARO).

Serviços (PS)[80], localizado em Catalão (ver foto 11); saber o preço de autopeças, a disponibilidade para pronta entrega e se há a necessidade de agendar sua aquisição para o cliente solicitante. Apesar das concessionárias manterem um estoque enxuto de peças, seguindo os padrões e princípios do Toyotismo via *just in time*, isto é, na medida em que necessita, os pedidos são feitos ao distribuidor oficial, o PS da MMCB, elas precisam comprar do PS anualmente uma quantia determinada em peças. No caso de não vendas por parte das concessionárias, as mesmas são recomprada pela MMCB.

Foto 11 - Vista frontal da Central de Peças e Serviços da MMC Automotores do Brasil S.A., sediado em Catalão/GO. (03 mar. 2010).

Autora: SILVA, M. V. da. Mar. 2010.

No caso dos veículos, o contato da concessionária é com a montadora, tendo em vista que são realizadas programações mensais por parte da concessionária, também usando o sistema *extranet*. Esse gerencia e controla instantaneamente todas as ações de vendas de toda a rede de concessionárias, sendo possível saber quais veículos foram vendidos, com especificação do tipo, modelo, versão, número de chassi, cor e identificação do proprietário.

[80] Em 2010, devido as transações comerciais envolvendo a MMCB, o Centro de Distribução de Peças e Acessórios (PA) passou a ser denominado de Central de Peças e Serviços (PS).

Através dessas informações que são compartilhadas via software *extranet*, a fábrica concede a garantia do veículo ao cliente.

A base de dados recebida pelo *extranet* por parte das concessionárias também são utilizadas pelo setor de marketing da empresa com o dim de saber a satisfação do cliente, quais tipos e modelos de veículos são mais vendidos, os problemas mecânicos mais frequentes. Tais informações são repassadas à montadora com o objetivo de aprimorar e aperfeiçoar os veículos e o atendimento ao consumidor.

Dessa forma, a montadora MMCB, mesmo repassando a responsabilidade de distribuição de seus veículos para as concessionárias, ainda gerencia a cadeia de distribuição.

Toda essa programação e planejamento realizado por parte da montadora que envolve o setor distribuidor de peças e a rede de concessionárias estão ajustadas aos princípios do *just in time*, que primam por uma manufatura veloz, eficiente e enxuta com as possibilidades de desperdício-zero e estoque-zero a fim de evitar peças e veículos estocados por muito tempo, reduzindo, dessa forma, desperdícios e custos.

Portanto, é pautado nesses pressupostos que se dá o relacionamento da MMCB com a rede de concessionárias que, junto à maioria, estão acoplados os serviços de autopeças, funilaria e lanternagem.

Ao avaliar o relacionamento entre montadora e concessionária, o Senhor Rubens da Silva Júnior, coordenador geral de vendas do Grupo Maqnelson[81] (ver Anexo 13) afirma que essa relação é:

> Excelente, porque eu avalio primeiro em termos comerciais, nós somos a marca na ponta, por que pro cliente a fábrica não existe, o que existe é a concessionária, estou dizendo isso não existe não quer dizer a fábrica, mas por que ele percebe a fábrica no ponto de venda, isso é interessante. Então, a Mitsubishi tem essa preocupação com a gente que ta aqui na ponta que representado ela, então isso nos deixa de certa forma confortáveis porque o pessoal está olhando pro que a gente está fazendo, o pessoal está ajudando e está acompanhando o trabalho da concessionária. [...]. Eles estão preocupados por que é a imagem deles que ta na ponta, que ta sendo formada

[81]Entrevista concedida no dia 07 de julho de 2009, na sede da matriz do Grupo Maqnelson em Uberlândia/MG.

> na cabeça do cliente é a da concessionária. Então, a relação é saudável e existe uma preocupação da montadora, e existe uma preocupação nossa, então, é uma via de mão dupla.

Quando o entrevistado afirma que o cliente "percebe a fábrica no ponto de venda", abstraindo sua afirmação, pode-se concluir que o consumidor capta e assimila a imagem da montadora na concessionária. Portanto, esta é o ponto de intersecção da montadora com o consumidor e ao mesmo tempo o contato final deste com o processo de produção que precede a venda de um veículo.

De certa forma, o ponto final da rede formada pela montadora é o cliente, pois é para atender as necessidades dos interesses do capital que se criam sonhos e desejos no consumidor, tornando-o cliente. Nesse sentido, a montadora desenvolve produtos, cria modelos, investe em tecnologia, supera gargalos e gerencia sua cadeia produtiva.

As concessionárias, em outras palavras, são pontos de vendas com a exposição tanto de veículos produzidos nacionalmente, quanto de importados, em que o futuro cliente pode fazer um *test-drive* e verificar a qualidade técnica, potência, dinâmica, conforto e desempenho do veículo antes de ser adquirido.

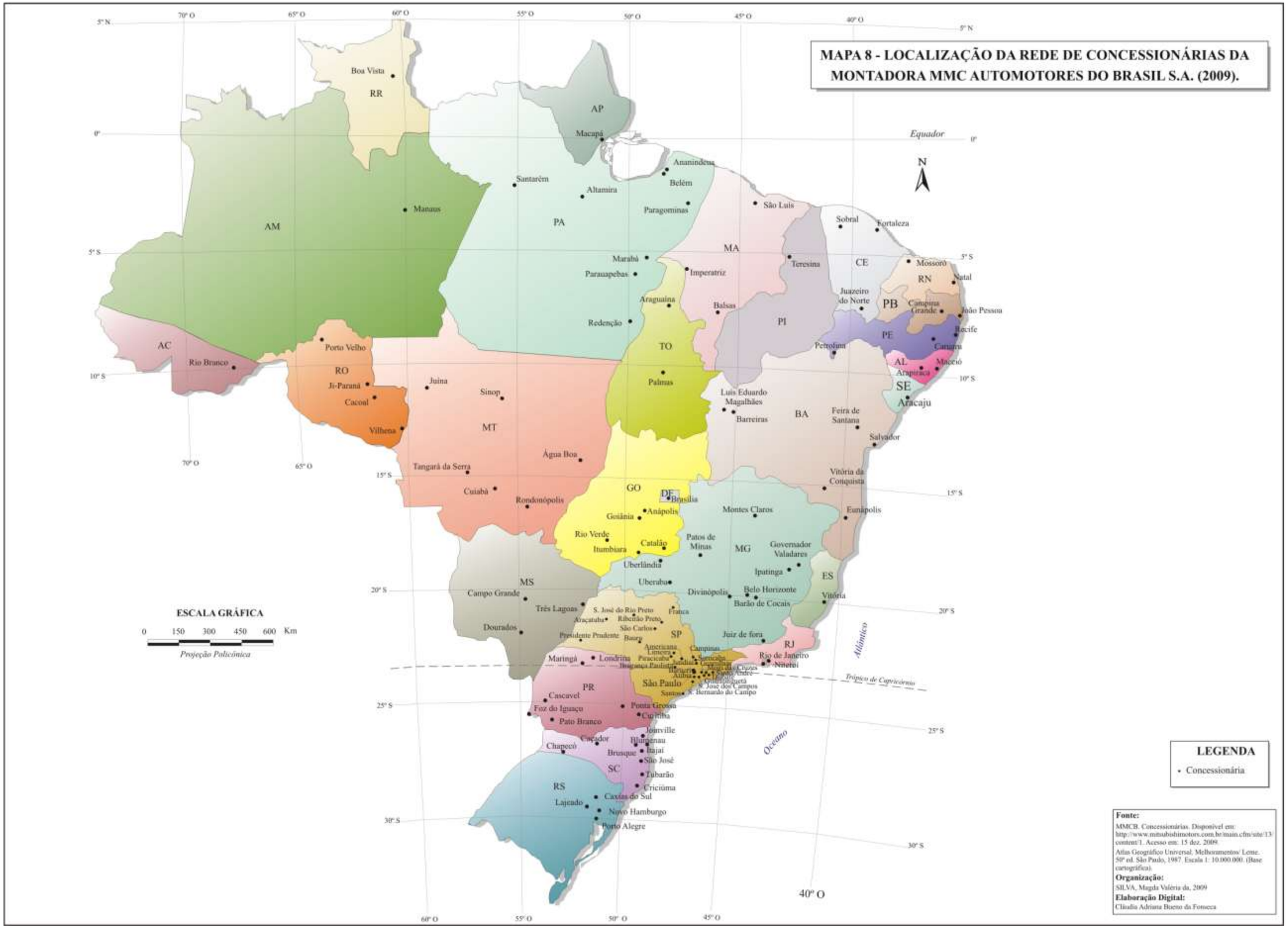
Os atuais e futuros clientes das concessionárias da MMCB também podem usufruir dos benefícios da internet, através de um portal de contato direto com as concessionárias, que é denominado de RENARO. Por meio desta rede on-line, o cliente pode consultar o preço dos veículos novos e semi-novos, agendar uma visita à concessionária para conhecer o veículo pessoalmente, programar datas de vistorias e revisões, verificar o estoque e o preço de componentes, saber quais peças foram e serão trocadas no carro, marcar um *test-drive* e outros serviços. Tudo isso via internet, através de um atendimento personalizado. O sistema RENARO da MMCB mostra como os sistemas de informações e tecnologias estão presentes na proposta da empresa, que são regidos através do programa PeopleSoft.

Antes da implantação do *extranet*, o relacionamento das concessionárias com a montadora era feito por telefone e fax. Hoje, o processo é todo virtual, agilizando a

comunicação e, consequentemente, os trâmites burocráticos entre as partes. Em alguns casos, ainda se usa o telefone para efetivar pedidos de compras de veículos, conforme afirmou o coordenador de vendas do Grupo Maqnelson, o Senhor Rubens Silva Júnior.

Esse *software* é moderno a ponto de permitir aos clientes um acesso direto e livre ao endereço eletrônico da sua concessionária. Após a realização de um cadastro (correio eletrônico), ele poderá ter acesso exclusivo a *homepage* e realizar cotação de preços de peças e de serviços, agendamento de revisões e manutenções, entre outros. Esse serviço *on-line* só foi possível após o desenvolvimento do sistema RENARO controlado pelo *software extranet* e da aquisição e implantação do PeopleSoft pela montadora, que passa a gerenciar a rede de concessionárias, a linha de produção, os fornecedores e empresas terceirizadas, tanto as sediadas no *Site* da MMCB, como as que estão localizadas em todo o território nacional.

Ainda segundo informações colhidas em julho de 2010 no endereço eletrônico da empresa na internet, existem 141 concessionárias autorizadas a revender os veículos Mitsubishi produzidos em Catalão, conforme detalha o mapa 8. Além dessa rede de concessionárias no Brasil, a MMCB exporta veículos para diversos países como Argentina, Chile, Uruguai, Paraguai, entre outros.


MAPA 8 - LOCALIZAÇÃO DA REDE DE CONCESSIONÁRIAS DA MONTADORA MMC AUTOMOTORES DO BRASIL S.A. (2009).
Equador
N
Boa Vista
RR
AP
Macapá
Ananindeua
Belém
Santarém
Altamira
Paragominas
Manaus
AM
PA
São Luís
MA
Sobral
Fortaleza
CE
Teresina
Marabá
Parauapebas
Imperatriz
Mossoró
RN
Natal
Juazeiro do Norte
PB
Campina Grande
João Pessoa
Araguaína
Balsas
PI
Redenção
PE
Recife
Petrolina
Caruaru
AC
Rio Branco
Porto Velho
RO
Ji-Paraná
Cacoal
TO
Palmas
AL
Arapiraca
Maceió
SE
Aracaju
Juína
Sinop
Luís Eduardo Magalhães
Barreiras
BA
Feira de Santana
Salvador
Vilhena
MT
Água Boa
Tangará da Serra
Cuiabá
Rondonópolis
Vitória da Conquista
GO
DF
Brasília
Goiânia
Anápolis
Montes Claros
Eunápolis
Rio Verde
Itumbiara
Catalão
Patos de Minas
MG
Governador Valadares
Uberlândia
Ipatinga
ES
Uberaba
MS
Campo Grande
Divinópolis
Belo Horizonte
Vitória
Barão de Cocais
Três Lagoas
S. José do Rio Preto
Franca
Araçatuba
Ribeirão Preto
São Carlos
Dourados
Presidente Prudente
Bauru
SP
Juiz de fora
RJ
Americana
Limeira
Campinas
Rio de Janeiro
Niterói
Maringá
Londrina
Piracicaba
Bragança Paulista
Santos
São Paulo
S. José dos Campos
S. Bernardo do Campo
PR
Cascavel
Foz do Iguaçu
Ponta Grossa
Curitiba
Pato Branco
Joinville
Chapecó
Caçador
Blumenau
Brusque
Itajaí
São José
SC
Tubarão
Criciúma
RS
Lajeado
Caxias do Sul
Novo Hamburgo
Porto Alegre
Tróp ico de Capricórnio
Atlântico
Oceano
ESCALA GRÁFICA
0 150 300 450 600 Km
Projeção Policônica
LEGENDA
Concessionária
Fonte:
MMCB. Concessionárias. Disponível em: http://www.mitsubishimotors.com.br/main.cfm/site/13/content/1. Acesso em: 15 dez. 2009.
Atlas Geográfico Universal. Melhoramentos/ Leme. 50ª ed. São Paulo, 1987. Escala 1: 10.000.000. (Base cartográfica).
Organização:
SILVA, Magda Valéria da, 2009
Elaboração Digital:
Cláudia Adriana Bueno da Fonseca

De acordo com o mapa 8, as concessionárias se espacializam pelo território nacional, possibilitando a chegada dos veículos da MMCB, produzidos em Catalão, em todas as partes do Brasil.

Inclusive, algumas cidades possuem mais de uma revenda, como é o caso de São Paulo, que tem 10 concessionárias; Rio de Janeiro, são sete; Curitiba, quatro; Fortaleza, três; enquanto Porto Alegre, Belo Horizonte, Recife, João Pessoa e Salvador possuem duas concessionárias cada. (MMCB, 2010).

As regiões Sul e Sudeste concentram aproximadamente 56% das concessionárias da MMCB. No Sudeste o estado de São Paulo lidera com 35 concessionárias, seguido por Minas Gerais, com 11 revendas. No Sul, é o Paraná, com 10 concessionárias. O estado Centro-oestino que mais tem distribuidores é Mato Grosso, com seis. No Nordeste, se destaca a Bahia e, no Norte, o estado do Pará, respectivamente, com sete e oito concessionárias.

É importante ressaltar que as concessionárias estão localizadas em diversas cidades brasileiras, geralmente cidades grandes e médias devido às suas condições funcionais: poder aquisitivo populacional mais elevado, maior circulação de capitais, bens e serviços. Pelo fato de os veículos da marca Mitsubishi ser caros, a abertura de uma concessionária deve ser planejada e avaliada em função das faixas socioeconômicas da população a ser conquistada.

Nas entrevistas com os responsáveis pelas concessionárias Natsu (Niterói), Maqnelson (Catalão, Uberlândia, Uberaba e Itumbiara), Cotril (Goiânia) e Ditrasa (Patos de Minas), ambos afirmaram que as vendas mais efetuadas são com uma entrada e financiamento parcial do veículo e também a com pagamento à vista. Em Goiânia, Anápolis e Niterói, o cliente prefere comprar os veículos com pagamento à vista; nas demais cidades, preferem dar uma entrada no ato da aquisição e parcelar o restante. (PESQUISA DE CAMPO, 2009t, 2009u, 2009v, 2009x).

Cabe destacar que, dentre as revendas autorizadas da rede de concessionárias que representam e vendem a marca automotiva Mitsubishi no Brasil, algumas pertencem a redes empresariais regionais. Isto é, são distribuidoras pertencentes a um mesmo proprietário ou a um grupo empresarial com atuações geográficas limitadas, com filiais em cidades próximas à sede da matriz.

Do montante das 141 concessionárias (ver Anexo 14), constatou a existência de 14 redes regionais[82] de concessionárias. Cada rede regional possui de três a seis concessionárias, ou seja, adota o mesmo nome fantasia, porém, com localização em cidades e em estados diferentes. O quadro 13 mostra os grupos de concessionárias e respectivas localizações.

Rede Regional	Nome da concessionária	Localização
BRABUS*	Brabus Mitsubishi Bandeirantes	São Paulo/SP
	Brabus Mitsubishi Giovanni	
	Brabus Mitsubishi Jardim Europa	
	Brabus Mitsubishi Nações Unidas	
DVM	DVM (Santo André)	Santo André/SP
	DVM (showroom)	São Bernardo do Campo/SP
	DVM (Oficina)	São Bernardo do Campo/SP (matriz)
RALLY MOTORS	Rally Motors	Araçatuba/SP
		São José do Rio Preto/SP
		Três Lagoas/MS
LF IMPORTS	LF Imports (Vilhena)	Vilhena/RO
	LF Imports – Filial de Cacoal	Cacoal/RO
	LF Imports - Filial de Ji-Paraná	Ji- Paraná/RO
	LF Imports	Porto Velho/RO (matriz)
MACOM	Macom	Belém/PA
		Ananindeua/PA
		Paragominas/PA
MAQNELSON	Maqnelson (Catalão)	Catalão/GO
	Maqnelson (Itumbiara)	Itumbiara/GO
	Maqnelson (Uberlândia)	Uberlândia/MG (matriz)
	Maqnelson (Uberaba)	Uberaba/MG
MARCA MOTORS	Marca	Palmas/TO
		Araguaína/TO (matriz)
	Marca - Rio Verde	Rio Verde/GO

[82] Ressaltar-se que o uso do termo rede regional objetiva designar o agrupamento de concessionárias, de um único proprietário, no qual as diversas filiais ou representantes com localizações em diferentes cidades comungam dos mesmos ideais administrativos e comerciais.

OSAKA	Osaka	João Pessoa/PB
		João Pessoa/PB
		Campina Grande/PB
PARAÍSO	Paraíso	Luis Eduardo Magalhães/BA
		Balsas/BA
		Barreiras/BA
R7	R7	Itajaí/SC
		Joinville/SC
		Brusque/SC (matriz)
		Blumenau/SC
TAIYÔ	Taiyô	Caruaru/PE
		Recife/PE
		Recife/PE
VIA JAP	Via Jap	Belo Horizonte/MG (matriz)
		Curitiba/PR
		Curitiba/PR
		Atibaia/SP
		Atibaia/SP
		Bragança Paulista/SP
VIRAGE	Virage	São José dos Campos/SP (matriz)
		Taubaté/SP
		Guaratinguetá/SP
YEN MOTORS	Yen	Rio de Janeiro/RJ
	Yen Recreio	
	Yen Botafogo	

Quadro 13 - Atuação de alguns grupos empresariais regionais na rede de concessionárias da MMCB (2010).

Fonte: MMCB (2009a, 2010) Org. SILVA, M. V. da. 2010.

* Concessionárias pertencentes ao empresário Eduardo de Souza Ramos, um dos sócios da MMCB.

Conforme mostrou o quadro 13, nota-se que algumas concessionárias pertecem a um mesmo grupo empresarial e em alguns casos estão regionalizadas no espaço. Ainda foi possível observar que algumas revendas apresentam duas unidades em uma única cidade, como Avec (Campinas/SP), Cardinal (São Paulo/SP)[83], Nissei (Fortaleza/CE), Raion (Rio de Janeiro/RJ) e TVL (Curitiba/PR), entre outras.

Porém, há outros grupos de distribuidoras que estão sediados em cidades diferentes, como são os casos de Kimera (Limeira/SP e São Carlos/SP), Brizza (Cascavel/PR e Foz do

[83] Além das cinco concessionárias Brabus, Eduardo de Souza Ramos também é proprietário de duas concessionárias Cardinal em São Paulo e uma, a Segaia Motors em Santos/SP e outra em Salvador/BA, a Miwah.

Iguaçu/PR), Cotril (Goiânia e Anápolis/GO), Delta (Altamira/PA e Santarém/PA), Multicar (Governador Valadares/MG e Ipatinga/MG), Nagoya (Maceió/AL e Arapiraca/AL), Osaka (Campina Grande/PB e João Pessoa/PB), Ramada (Porto Alegre/RS e Novo Hamburgo/RS) e Scapini (Caxias do Sul/RS e Lajeado/RS) e outras.

Além dessas características, há concessionárias que o capital está ligado à outros setores da economia, como são os casos da Ditrasa, da Cotril e da Maqnelson. A concessionária Ditrasa sediada em Pato de Minas/MG e, em 2002, tornou-se revenda autorizada Mitsubishi. Somente no ano de 2008, faturou-se R$ 24.000.000,000 (vinte e quatro milhões de reais) e vendeu, aproximadamente, 180 veículos. Segundo informações do Senhor Henrique Rocha[84], a Ditrasa além de atuar no setor de concessionárias automotivas, o grupo possui mais duas empresas voltadas para revenda de maquinário, peças e serviços agrícolas em Patos de Minas e Patrocínio/MG. (PESQUISA DE CAMPO, 2009t).

Considerando-se que o carro-chefe das vendas da referida concessionária são as camionetes L200 Triton e Outdoor (Linha *Off-road*), a preferida dos agricultores brasileiros, pois proximidade entre as concessionárias de veículos e maquinários podem estar associada ao fato da clientela ser a mesma, agricultores.

O Grupo Maqnelson surgiu em Araguari/MG, no Triângulo Mineiro, em 1958, e se expandiu nesses 50 anos em 12 filiais que, atualmente, representam os setores agrícolas com 11 concessionárias de colheitadeiras, tratores e diversos equipamentos agrícolas (John Deere), automotivos (quatro concessionárias) e duas empresas do setor imobiliário. As revendas Mitsubishi estão duas em Goiás: Catalão e Itumbiara, e outras duas em Minas Gerais, nas cidades de Uberlândia e Uberaba. (MAQNELSON, 2010).

---

[84] Gerente do Grupo Ditrasa enviou por e-mail questionário respondido no dia 18 de maio de 2009.

As cidades de Uberaba e Uberlândia (Triângulo Mineiro) e Itumbiara e Catalão (Mesorregião Sul)[85] possuem um vínculo histórico marcado pela proximidade geográfica e pelo fluxo existente entre as regiões há muitos anos em função da ferrovia Mogiana, a atual Ferrovia Centro-Atlântica (FCA). Graças a esses fatores, as cidades mantêm laços próximos, delineados por relações econômicas que datam do século XIX e perduram até os dias atuais. Essas questões foram abordadas nos trabalhos de Deus (2002b), Guimarães e Leme (1997).

Tanto Catalão como Itumbiara estão próximas à divisa com Minas Gerais. São cidades cortadas por duas rodovias federais de extrema importância no processo de integração da região Centro-Oeste, especificamente do Distrito Federal, ao Sudeste do Brasil, respectivamente, a rodovia BR-050 (Brasília-Uberlândia-Uberaba-São Paulo) e a BR-153 (Belém-Brasília). (GUIMARÃES; RIBEIRO, 2006).

Portanto, essas cidades são portas de entrada para as transações econômicas entre o Sudeste brasileiro e o estado de Goiás, possibilitando uma maior circulação de bens materiais e imateriais entre as regiões, vantagens locacionais, econômicas e políticas para as cidades goianas cortadas por essas vias federais.

As cidades mineiras também apresentam sua importância na estrutura urbana e econômica no Estado de Minas Gerais. Uberaba foi um dos principais centros urbanos e econômicos até a década de 1970. Porém, seu papel acabou sendo suplantando pela proeminência de Uberlândia nos últimos anos. Segundo Oliveira (2008, p. 134):

> [...] a cidade de Uberlândia merece destaque, pois é o terceiro maior núcleo urbano do estado de Minas Gerais e o maior da mesorregião do Triângulo Mineiro, com uma população urbana total, no ano de 2000, de 488.98256 habitantes, o que representava 29,35% da população urbana do Triângulo Mineiro e 97,56% de sua

[85] Segundo Deus (2002b, p. 182-183) "A mesorregião sul, [...], é a segunda mais desenvolvida do Estado de Goiás, sendo superada apenas pelo Centro Goiano. Composto por seis microrregiões, o sul goiano possui uma agricultura moderno e um rebanho bovino de boa qualidade, destacando-se como uma das regiões mais prósperas de Goiás. As microrregiões que integram essa mesorregião – Sudoeste de Goiás, Vale dos Bois, Quirinópolis, Meia Ponte, Pires do Rio e Catalão – comportam os maiores pólos não metropolitanos do território goiano, à exceção de Anápolis. Destacam-se Rio Verde, Itumbiara, Jataí e Catalão.

> população total, com uma densidade demográfica urbana57 de 2.232,79 pessoas por quilômetro quadrado, para uma área urbana de 219 quilômetros quadrados.

Dessa forma, a cidade de Uberlândia polariza a rede urbana do Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba, com interações e conexões com cidades do norte paulista e sul de Goiás, como é o caso de Itumbiara e Catalão, principais elos de Goiás com Uberlândia. (OLIVEIRA, 2008). Tais características só reforçam a posição do REGIC 2007 ao classificar Uberlândia como uma ACP.

As proximidades geográficas entre as cidades mineiras e goianas e os elos históricos culminam em um espaço de fluxo intenso, contínuo e diversificado entre elas. Dessa forma, um grupo empresarial como o Maqnelson encontrou bases sólidas para se expandir através da abertura de filiais - concessionárias da MMCB - em cidades próximas, com ligações tradicionais, prósperas economicamente e ainda com potencial mercado consumidor (clientes com poder aquisitivo para adquirir veículos da marca Mitsubishi).

Outro caso semelhante é o da concessionária Cotril Motors, que faz parte de um sistema empresarial de origem familiar composto pelas seguintes empresas: Cotril Máquinas; Cotril Alimentos; Cotril Agropecuária; Cotril Rental; Translincoln e Taikô Veículos (concessionária da Suzuki Veículos), com atuação no Centro-Oeste há 44 anos. A Cotril Motors é revenda autorizada desde 2001. Somente no ano de 2008, vendeu cerca de 600 automóveis, com predominância de vendas para a L200 Triton e L200 Outdoor e com pagamento à vista. (PESQUISA DE CAMPO, 2009u). Além dessa unidade, a empresa possui outra concessionária na cidade goiana de Anápolis, porém, os responsáveis não responderam ao questionário enviado por *e-mail.*

Conforme a classificação de 2007 do REGIC, Goiânia está classificada na categoria Metrópole que, por sua vez, se subdivide em três níveis: grande metrópole nacional; metrópole nacional e metrópole. Segundo o Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES), “as Metrópoles agregam os 12 principais centros urbanos do

país, todos de grande porte, com fortes relacionamentos entre si e, em geral, extensa área de influência direta". (IPARDES, 2009, p. 9). Goiânia é a capital do estado de Goiás e, segundo o REGIC, se configura como Metrópole. Logo, está inclusa entre as 12 cidades mais importantes do ponto de vista da influência na rede urbana.

Em virtude da proximidade geográfica e de outras relações entre Goiânia e Anápolis, em que a influência da primeira sobre a segunda se dá de forma explícita e clara, cada uma mantém sua independência e se consolida como dois núcleos urbanos importantes no cenário estadual. A funcionalidade de ambas atuando de forma conjunta configura na formação de uma região polinucleada na mesorregião Centro Goiano, conforme relata Arrais (2003, p. 13-14):

> Desde muito a funcionalidade desse núcleo (Goiânia-Anápolis) deixou de ser determinada pelo padrão de uso do solo para a agricultura tradicional. Podemos conjunturar outros componentes espaciais na definição das funcionalidades para essa região. Por exemplo, o fluxo de informações, os sistemas de redes, que compõem a infra-estrutura técnica permite que seja implantada em Goiânia *Call Centers* cuja abrangência irrompe os limites do Estado de Goiás, centralizando serviços de suporte, cobrança, atendimento ao cliente, de empresas como a Embratel e Brasil Telecom. Também a funcionalidade administrativa, a produção de serviços e entretenimentos, além da grande concentração de serviços públicos nessa área que abrange por parte do aglomerado de Goiânia, incluindo também o município de Anápolis, ligado à Goiânia por uma rodovia duplicada, são indicativos de essa região vem passando por transformações estruturais, em articulação com outros espaços. Anápolis, terceira cidade do Estado do ponto de vista demográfico, porém, a segunda em grau de importância sócio-econômica, sedia o mais estruturado Distrito Industrial do Estado, o chamado DAIA (Distrito Agroindustrial de Anápolis) [...]. Essa é a nova realidade para a região que, nos dias [de] hoje, observa possibilidade da revitalização dos dormentes que chegaram na década de 30 e que mudam sua funcionalidade para se adaptar aos imperativos da globalização. (destaque do autor).

Postas as especificidades da relação Goiânia-Anápolis, as funcionalidades e centralidades que partem de cada uma, o fato de a concessionária Cotril expandir seus negócios, saindo dos limites de Goiânia para Anápolis, corrobora para compreender que o grupo goianiense vislumbra a inserção em um mercado consumidor promissor na cidade vizinha, além da perspectiva de ampliação de negócios em uma cidade em pleno desenvolvimento.

No caso da rede de concessionárias denominada Via Jap, há um processo de espacialização do grupo de empresas além das fronteiras do estado de Minas Gerais, com a abertura de três filiais em São Paulo (duas em Atibaia e uma em Bragança Paulista) e duas em Curitiba/PR. (MMCB, 2010). A matriz localiza-se em Belo Horizonte, uma metrópole nacional, com influência regional na rede urbana brasileira. Porém, a Via Jap divide seus clientes e os futuros com outra revenda autorizada da MMCB, a Mit Car. As duas filiais de Curitiba também dividem espaço nos negócios com mais duas distribuidoras, a TVL Marechal e a TVL Park. O processo de expansão da Via Jap para o interior paulista talvez seja uma forma de ampliar os negócios e buscar novos mercados devido a concorrência enfrentada nas capitais mineira e paranaense.

Numa análise do processo de regionalização das redes de concessionárias da MMCB, nota-se cerca de 10% das revendas autorizadas apresenta uma quantidade superior a três filiais. Possivelmente, seu raio de ação ultrapassou os limites estaduais e fixou representações em estados diferentes onde sedia a matriz. Como exemplos, têm-se a rede Maqnelson (GO e MG); Marca Motors (TO e GO); Rally Motors (SP e MS) e Via Jap (MG, SP e PR). Por outro lado, as concessionárias que possuem apenas a matriz e uma filial se localizam, especificamente, num mesmo estado e, geralmente, em cidades próximas.

Algumas questões sobre as redes regionais de concessionárias não foram possíveis de serem esclarecidas no âmbito desta pesquisa, como: as concessionárias que fazem parte deste tipo de rede possuem alguma vantagem comercial (descontos) ao comprar os veículos da montadora? Há alguma redução no pagamento de tributos e impostos por usarem a mesma razão social?

Em referência a rede de concessionárias da Mitsubishi, constata-se que em sua estrutura predial, existem alguns tipos de serviços para atender eventuais necessidades de seus

clientes, como serviços de funilaria, pintura, assistência e revisão programada, porém, nem todas dispõem desses serviços, algumas detêm apenas a representação comercial.

Do total de 141 concessionárias, 135 possuem oficina e estrutura para realizar a revisão programada nos veículos dos clientes. A quantidade de revisões programadas durante o período de garantia é fixada em 10 para todos os veículos vendidos pela marca, inclusive os importados. Mas, há uma variabilidade das peças, serviços, suprimentos e componentes supervisionados e trocados de acordo com o modelo de cada veículo e necessidade de desgaste do mesmo. (MMCB, 2009, 2010).

Das 141 concessionárias da rede autorizada, 53 possuem serviços de funilaria e pintura para atendimento ao cliente. (MMCB, 2009a, 2010). Em algumas, este tipo de serviço é terceirizado, como é o caso da concessionária Maqnelson em Catalão (Auto Center Oliveira e Laternagem e Pintura e Peças Alvorada) e Uberlândia (Stufa de Ouro).

Essas avarias na pintura e pequenos amassados na lataria dos automóveis podem ocorrer durante o curso do transporte (da montadora a concessionária), conforme relata o Senhor Carlos Alberto Aguiar, coordenador da filial da Transzero em Catalão, “Pode acontecer, como por exemplo, meninos que ficam na beira das rodovias jogando pedras nos caminhões, às vezes dá pequenos amassados, que são arrumados nas concessionárias mesmo, [...]”.

Segundo o Gerente de Vendas do grupo de concessionárias Maqnelson, no caso de pequenos estragos/danos, o conserto é realizado nas oficinas autorizadas. Mas, quando a avaria compromete alguma parte do veículo, este é devolvido à montadora para reparo ou troca da parte danificada. (PESQUISA DE CAMPO, 2009v).

Das 53 oficinas de pintura e funilaria pertencente a rede de concessionárias do território nacional, apenas 20 são certificadas com capacitação técnica Centro de

Experimentação e Segurança Viária (CESVI)[86]. (MMCB, 2009a, 2010). Em alguns casos, estas oficinas não estão sediadas no mesmo prédio da concessionária autorizada, podendo estar localizada em um endereço próximo. Conforme mostram os dados, nem toda concessionária possui oficinas, sendo necessário recorrer a serviços de terceirizadas que possuem certificação, qualidade e ferramentas próprias dentro das especificações capazes de realizar com qualidade a manutenção dos veículos dos clientes.

Para atender as necessidades das oficinas autorizadas, a MMCB construiu o PS na medida em que estas vão necessitando de peças, componentes e suprimentos para seus estoques e prestação de serviços vão requisitando ao PS, que está sediado em Catalão, e este, por sua vez, envia à oficina autorizada. Dessa forma, a montadora passa a controlar o setor de manutenção e autopeças das concessionárias.

Ressalta-se que a administração, gerenciamento e espacialização do PS ocorre de forma desassociada da MMCB, pois as negociações com fornecedores de peças nacionais e estrangeiros são realizadas diretamente, assim como o sistema de distribuição e o contato com as concessionárias, as oficinas autorizadas e prestadoras de serviços também são independentes, portanto, não há relação administrativa com a montadora, pois ela atua no chamado pós-venda, isto é, quando o carro já é de responsabilidade do cliente. Dessa forma, o PS forma um circuito espacial da produção próprio, entretanto, por questões metodológicas, as conexões, elos, ligações e relações que são geridas pelo PS não serão abordadas neste trabalho.

Pensar na rede de concessionárias de uma montadora qualquer significa refletir sobre o processo de distribuição e todas as suas características, fases, desenvolvimento, uso de logística e de tecnologias, fluxos materiais e imateriais que se dão a partir da saída dos

[86] É a concessão de certificação de capacitação técnica e qualidade para oficinas de funilaria e pintura das concessionárias da MMCB, concedidas pelo CESVI em associação com Instituto da Qualidade Automotiva (IQA).

veículos do pátio da unidade montadora até sua chegada na concessionária. Além disso, cabe mensurar que, junto às revendas, há outras estruturas que dão suporte técnico ao cliente no pós-venda, como: serviços de funilaria e pintura, oficinas autorizadas, reposição de peças e outros.

A concessionária não tem apenas a função de vender um produto, mas acompanhar seu desempenho pós-saída da empresa. A prestação de serviços de manutenção por parte das revendas se torna tão importante quanto a venda. Dessa forma, o setor de concessionárias é apenas mais um exemplo das diversas ramificações que partem da montadora e se espacializam pelo território nacional, formando o seu circuito espacial da produção.

Compreender o papel das revendas autorizadas - as concessionárias - no contexto das redes e no âmbito da Geografia são consideradas como partes dos fixos que possibilitam o surgimento e movimento dos fluxos no circuito espacial da produção da MMCB. A outra parte que forma os fixos são as empresas fornecedoras, prestadoras de serviços, instituições, ou seja, segmentos que mantêm uma relação direta com a montadora e que levam a materialização dos fluxos. Santos e Silveira (2001, p. 167) afirmam que:

> A criação dos fixos produtivos leva ao surgimento de fluxos que, por sua vez, exigem fixos para balizar o seu próprio movimento. É a dialética entre a freqüência e a espessura dos movimentos no período contemporâneo e a construção e modernização dos aeroportos, portos, estradas, ferrovias e hidrovias.

Portanto, é a partir dos fixos que os fluxos se estabelecem para fazer seu movimento, isto é, os fluxos necessitam dos fixos. Essas considerações são marcadas pelas leis da dialética e permitem perceber o quanto a rede de revendas assume papel relevante na formação do circuito espacial da produção da MMCB, sendo um dos elementos que constitui o círculo de cooperação da montadora. Sem os fixos, a dinâmica e a lógica do capital não fluem pelo espaço.

Desse modo, as concessionárias assumem papel relevante na compreensão do circuito espacial da produção da montadora em estudo, pois abrangem o setor de comercialização e é

onde os clientes têm acesso ao produto fabricado pela montadora. Elas constituem um elemento importante para que os fluxos materiais e imateriais se movimentem culminado na formação do circuito espacial da produção da MMCB.

4.4 O circuito espacial da produção da MMCB no Brasil e a dinâmica espacial

Algumas questões sobre a configuração da rede da MMC Automotores do Brasil S.A. foram respondidas e refletidas neste capítulo, tais como: Quantas e onde se localizam as concessionárias/revendedoras autorizadas? Quem são e onde estão os fornecedores de produtos, componentes e suprimentos?

Assim, pensar sobre a formação do circuito espacial da produção desta montadora é ir além do que as redes proporcionam. Significa raciocinar sobre o papel dos segmentos que compõem esse circuito (fornecedores, prestadores de serviços, terceirizados, concessionárias, instituições etc.); como eles interagem com a montadora; qual a repercussão espacial desse relacionamento; o papel econômico destes segmentos; a virtualidade adotada nessas redes; o papel do capital automotivo; a importância da montadora na gestão de intencionalidades, ações e atitudes; a governança exercida pela montadora; o papel do capital financeiro, da publicidade e marketing etc.

Como caminho metodológico para compreender o circuito espacial da produção da MMCB, optou-se por duas abordagens: uma referente à sua consolidação e atuação em escala nacional e internacional e a outra concernente à sua abrangência local e regional.

Com o fim de compreender as escalas nacional e internacional na Geografia sobre os circuitos espaciais da produção e alguns elementos apontados por poucos autores como meio para análise destes, elegeu-se alguns pontos considerados importantes para o contexto da

montadora, sendo: questão locacional; origem do capital; a própria dinâmica do circuito; a abrangência espacial; a ruptura do vínculo local/regional e uso normativo do território. Nesse limiar, Elias (2005, p. 141) ressalta que "para estudar os circuitos espaciais de determinada produção, é necessário considerar todas as relações técnicas e econômicas envolvidas, assim como a interação entre elas."

Portanto, *a priori*, pode-se afirmar que os segmentos de empresas que compõem o circuito espacial da produção da Mitsubishi possuem aspectos heterogêneos devido às diversas variáveis que os formam. Tendo em vista o porte dessas empresas, a realização de investimentos em processos de produção e em tecnologia, a produtividade, a escala de produção, o tipo de mão-de-obra empregada, a durabilidade das máquinas e equipamentos, o destino da produção, a origem do capital, a localização dessas empresas e outros.

Em relação à questão locacional das empresas que compõem o circuito espacial da produção da MMCB, pode-se afirmar que duas empresas fornecedoras de componentes e cinco prestadoras de serviços e/ou terceirizadas possuem filiais no município, porém, diversos outros estão presentes através de representações, como: Enteq Ltda., Mira Transportes, Prossegur, entre outros. Entretanto, constata-se que cerca de 99% dos fornecedores de produtos/componentes estão localizadas fora de Catalão, conforme abordado anteriormente.

Ao abordar sobre a distância dos fornecedores localizados fora de Catalão o senhor Ercílio Azevedo, Supervisor de Compras da Linha de Produção, diz que "no aspecto comercial a influência não é expressiva, pois as entregas ocorrem em uma transportadora contratada pela MMCB localizada em SP", mas "no aspecto de desenvolvimento de produto e contato direto com os fornecedores, de certa forma, há uma necessidade de um reaprendizado". Dessa forma, os gargalos que surgem em decorrência da distância geográfica entre Catalão e a sede de seus fornecedores vêm sendo superadas e reavaliadas.

Considerando que 99% dos fornecedores da MMCB se localizam em diversos municípios brasileiros, uns mais e outros menos distantes de Catalão, apenas três empresas foram atraídas para se instalaram no DIMIC e/ou *Site* da montadora, sendo: DuPont do Brasil S.A., MVC Componentes Plásticos Ltda. e Weldmatic Automotive Ltda.. Devido a proximidade geográfica, é possível que a montadora firme uma relação de maior confiança com o fornecedor, assim como o fornecimento de produtos/itens podem ocorrer diversas vezes durante o dia, eliminando os grandes estoques e, optando por estoques enxutos.

No caso dos fornecedores, é possível notar que há um fluxo de intencionalidades, de circulação de bens materiais e imateriais; enfim, o estabelecimento de um sistema de comunicação. Portanto, esses elementos devem ser analisados conjuntamente e como essenciais na governança do circuito espacial da produção da montadora.

Quanto à origem do capital dessas empresas, algumas são de capital local (propietários de Catalão) como a Fórmula R Indústria, a Prest John, supermercados e farmácias credenciadas a Valecard[87] (respectivamente, 69 e 39) etc. (VALECARD, 2010). Porém, a maior parte da movimentação de capital financeiro advém de empresas localizadas fora de Catalão, se tratando em alguns casos, de empresas multinacionais, como a Magneti Marelli, a Pirelli, a Mangels e a DuPont do Brasil S.A.. O fluxo financeiro também pode ser mensurado através da ação de empresas de capitais nacionais, como a Weldmatic Automotive Ltda., a RCM Indústria e Comércio, a MVC Componentes Plásticos, a Automotiva Usiminas etc.

O processo de formação do circuito espacial da produção da MMCB está baseado em elementos, como técnica, ciência, informação, circulação, logística, cooperação, confiança, mercado, entre outros. Porém, todos estão totalmente inseridos no meio técnico-científico-informacional cujo processo de espacialização, o nível de informação, de técnica que fluem pelas redes firmadas pela montadora e segmentos vinculados são instantâneos e simultâneos,

[87] Operadora de crédito fundada há mais de uma década no Triângulo Mineiro, com sede na cidade de Uberlândia. Atualmente, opera a nível mundial, com sucursais nos cinco continentes.

fazendo um uso constante das possibilidades que as TI dispõem para o mundo moderno e para a reprodução do capital.

Para compreender a dinâmica de um circuito espacial da produção, é preciso entender o significado de circulação de bens e produtos no contexto atual:

> Mas para entender o funcionamento do território é preciso captar o movimento, daí a proposta de abordagem que leva em conta os circuitos espaciais da produção: Estes são definidos pela circulação de bens e produtos e, por isso, oferecem uma visão dinâmica, apontando a maneira como os fluxos perpassam o território. (SANTOS; SILVEIRA, 2001, p. 143).

Desse modo, os fluxos contribuem para com os circuitos espaciais da produção, porém as condições e as redes técnicas (aeroportos, portos, rodovias, sistemas de comunicação etc), que precedem e possibilitam esses fluxos, nem sempre são os mais sofisticados e equipados para viabilizar uma maior fluidez de objetos.

Os circuitos espaciais da produção estão essencialmente ligados a uma base material. Isso significa que, em seu bojo, está o controle de todo o processo produtivo, tanto a jusante como a montante a fábrica.

No caso da MMCB, é necessário entender que o processo que se desenvolve a montante (relação com fornecedores, planejamento, transporte, tecnologia, design industrial) é complexo - já retratado anteriormente neste capítulo – pois, este é um dos meios que viabiliza a formação de redes. Entretanto, no processo a jusante, ele pode ser mensurado com base no sistema de transporte e logística, na rede de concessionárias, nas lógicas do mercado etc.

Vale ressaltar que diversas redes se formam a partir dos segmentos que viabilizam o funcionamento da montadora, como rede de fornecedores, empresas prestadoras de serviços e terceirizadas, trabalhadores, rede de concessionárias e consumidores. Através de um motor único (a produção de automóveis), o circuito espacial da produção da MMCB se configura espacialmente com raízes escalares em diversos lugares.

Essa dispersão espacial do circuito vem de encontro ao que afirmam Homiak e Silva Júnior (2009, p. 1): “os circuitos espaciais, por sua vez, dão conta de explicar que a produção já não se realiza somente na unidade de produção *strictu sensu*, mas em uma territorialidade ampliada”.

A questão da abrangência espacial de um circuito espacial da produção é algo relevante, pois é a partir dessa abrangência, que se pode determinar se sua atuação se dá em uma escala local, regional, nacional ou internacional. Em relação ao circuito da montadora em questão, denota-se uma escala internacional tanto no seu processo a jusante quanto no processo a montante à montadora. A montante refere-se, principalmente, ao mercado fornecedor, com a aquisição de itens e produtos oriundos da MMC do Japão. O processo a jusante configura-se com a distribuição de veículos fabricados para alguns países da América Latina.

Da mesma forma, os componentes mais caros usados num veículo também são importados, como os chassis e motores que vêm de fábricas do próprio Grupo Mitsubishi Motors Corporation, localizadas no Japão, trazendo o padrão de qualidade adotado pelo grupo automotivo para o Brasil. Pode-se dizer que a montadora local é uma pequena parte do modelo de produção e organização japonês no país. Ousa-se a dizer que o circuito espacial da produção da MMC Automotores do Brasil S.A. traz intencionalidades diversas, principalmente de um modelo de produção e um modo de pensar industrialmente japonês, porém como uma maquiagem *la brasileira* no processo de estruturação e consolidação.

A respeito disso, pode-se dizer que a MMCB é uma empresa de capital nacional, mas opera e trabalha com tecnologia japonesa, sendo representante de uma multinacional que possui várias filiais pelo mundo. Diante disso, a montadora, com sede em Catalão, possui forte ligação com o mercado externo, pois cada veículo produzido em Catalão possui o aval

do grupo japonês, ou seja, as decisões mercadológicas e empresariais tomadas são discutidas e autorizadas pelo grupo.

Sobre a abrangência espacial de um circuito espacial da produção, Santos (2008, p. 55) afirma que “hoje, uma cidade pode não manter intercâmbio importante com sua vizinha imediata e, no entanto, manter relações intensas com outras muito distantes, mesmo fora de seu país”. Essa afirmação enquadra-se a realidade constatada no caso em estudo, através da análise do circuito produtivo da montadora, que estabelece um forte elo com outras cidades, através da dependência de insumos e produtos. Destarte, a partir da montadora e de outras empresas sediadas em Catalão, o município mantém uma ligação mais próxima com cidades distantes, do que com algumas que a circunda. Porém, a análise da abrangência espacial do circuito da produção da MMCB, em nível regional, será abordada no próximo capítulo.

Com relação a isso, nota-se que em um lugar podem sobrepôr diversos circuitos produtivos, conforme a diversidade de suas atividades produtivas e as especializações produtivas. Esse mesmo lugar pode apresentar diferenças e antagonismos espaciais, através do contraste de velhas e novas formas e processos e de novos e velhos atores que agem localmente com desdobramentos singulares. (ARAÚJO; ELIAS, 2004).

Apesar dos antagonismos existentes no lugar (fato que o torna diferente), é possível estabelecer laços de solidariedade. Solidariedade esta gestada e empreendida pela lógica global, pois é através dela que “o mundo encontra-se em organizado em subespaços articulados”. (SANTOS, 2008, p. 55).

Com a ruptura do vínculo espacial local/regional com o de âmbito nacional, nota-se que muitas relações gestadas e desenvolvidas nas cidades que sediam grandes empresas extrapolam seu entorno e passam a ter elos com o estrangeiro, assumindo papel na lógica capitalista e no processo globalizante.

Esse rompimento leva Catalão a ter uma dinâmica diferenciada do ponto de vista relacional em comparação com outras cidades de seu porte, tanto no estado de Goiás quanto em outros estados brasileiros, assumindo um lugar de destaque a partir do espaço relativo que se firma a partir do "relacionamento entre objetos". No entanto, "o movimento de pessoas, bens, serviços e informações verifica-se em um espaço relativo porque custa dinheiro, tempo e energia para se vencer a fricção da distância". (CORRÊA, 1982, p. 27).

Assim, o lugar passa a acolher diversas divisões do trabalho simultaneamente, com diferentes combinações técnicas e sociais. Catalão, do ponto de vista do espaço relativo proporcionado pelo circuito espacial da produção da MMCB, tem suas relações ampliadas e a distância geográfica em relação a alguns objetos e pontos luminosos é friccionada pelo uso intensivo das TI.

Considerando os processos e etapas produtivas que compõem o circuito espacial da produção, Santos e Silveira (2001, p. 153) afirmam que "as grandes empresas organizam suas atividades criando circuitos espaciais de produção. Para funcionar, elas devem regular seus processos produtivos - hoje dispersos no território - sua circulação, sua contabilidade etc".

No caso da MMCB, busca-se aglutinar o sistema de circulação de bens materiais, principalmente componentes e produtos, através do uso de um Centro de Coleta localizado em São Paulo, em que a maioria dos fornecedores envia suas remessas de pedidos para este local. A partir daí, a montadora direciona, via transportadora, os componentes e itens necessários para a linha de montagem. Além desse mecanismo de concentração, existe o PA com sede em Catalão, que armazena as peças e acessórios destinados às concessionárias.

Junto à base material concernente ao circuito espacial da produção, existe uma base imaterial com a premissa de circulação e comunicação regida pelo círculo de cooperação, conforme afirma Santos (1994a, p. 128):

> Criam-se, desse modo, circuitos produtivos e círculos de cooperação, como forma de regular o processo produtivo e assegurar a realização do capital. Os circuitos

> produtivos são definidos pela circulação de produtos, isto é, de matéria. Os circuitos de cooperação associam a esses fluxos de matéria outros fluxos não obrigatoriamente materiais: capital, informação, mensagens, ordens.

Os circuitos espaciais da produção são regidos pelos fluxos materiais. Os círculos de cooperação são regidos pelos fluxos imateriais. Dessa forma, os fluxos se conjugam em busca do uso do território e a construção de uma base para atuação, agindo então de forma solidária em prol da lógica da reprodução do capital.

Dessa forma, os círculos de cooperação agem no sentido de unificar atividades através dessa base imaterial que é coordenada por mensagens, comandos, normas, informação etc. Conforme afirma Homiak e Silva Júnior (2009, p. 1), "os círculos de cooperação dizem respeito à noção de ligação de diversas unidades produtivas no espaço".

Os circuitos produtivos de diversas atividades localizadas em Catalão, assim como o da MMCB, possibilitam a conexão deste município com lugares mais globalizados e densos tecnicamente, através da produção, circulação, distribuição e consumo, dando uma nova dinâmica ao lugar e estabelecendo um processo de solidariedade entre as partes. Assim, o circuito espacial de produção permite "uma maior flexibilidade da comunicação entre os lugares". (HOMIAK; SILVA JÚNIOR, 2009, p. 3).

O fortalecimento do circuito espacial da produção da MMCB está associado ao aumento da produção de automóveis que, por sua vez, está ligado ao crescimento da demanda que se desdobra na intensidade de relações tanto com os mercados a jusante como a montante da unidade produtiva. Constrói-se "uma rede de parceiros em todo o território, mantendo uma verdadeira articulação". Através da conexão entre a montadora e as partes envolvidas, há um fornecimento por parte da montadora "de inúmeras técnicas, informações, normas e comandos, com vista a estabelecer um processo de normatização em toda cadeia produtiva". (ARAÚJO; ELIAS, 2004, p. 4).

Sem considerar a importância das conexões que são estabelecidas pela unidade montadora e seu circuito produtivo, a empresa não consegue estabelecer sua política de

competitividade junto ao mercado consumidor para assim angariar uma fatia do mercado interno. Assim, as empresas que fazem parte do circuito produtivo da MMCB estabelecem um "conjunto de normas de uso do território". (ARAÚJO; ELIAS, 2004, p. 4).

O circuito espacial da produção da MMCB pode ser entendido no escopo da reprodução do capital e nos ditames da economia internacional permeados por verticalidades. Segundo Santos (2005b) as verticalidades seriam formadas por pontos distantes uns dos outros, ligados por todas as formas e processos sociais. No contexto atual, a tendência "é que todos os lugares se unam verticalmente e tudo é feito para isso, em toda parte". (SANTOS, 2005b, p. 143), configurando-se num processo em que os sistemas de objetos e de ações empreendem mecanismos totalizantes.

Dessa maneira, pensar em uma noção de circuito espacial da produção é transcender a conceituação estabelecida para redes, é buscar novos elementos que as redes não abordam em seu escopo. É avaliar, analisar e complementar o que Santos (2005b) escreveu:

> As redes constituem uma realidade nova que, de alguma maneira, justifica a expressão verticalidade. Mas além das redes, antes das redes, apesar das redes, depois das redes, com as redes, há o espaço banal, o espaço de todos, porque as redes constituem apenas uma parte do espaço e o espaço de alguns. (SANTOS, 2005b, p. 139).

O circuito espacial da produção da MMCB transcende o que denota o conceito de redes. É um espaço gestado e governado pela cadeia produtiva da montadora em que as redes não conseguem captar em sua totalidade, apenas parcialmente. É uma análise conjunta de processos como produção, circulação, informação, técnica, mercado e outros em volta de uma única atividade produtiva, a automobilística, que modifica o lugar e o usa em prol de suas necessidades.

Nos capítulos 3 e 4, foram realizadas abordagens da rede de fornecedores e rede de concessionárias da MMCB, compreendidas numa perspectiva espacial nacional, porém como parte integrante e que dá movimento e fluidez ao circuito espacial da produção da respectiva

montadora. Conforme afirmado acima, através da reflexão sobre o conceito de circuito espacial proposta por Milton Santos, é possível compreender a magnitude e complexidade desse processo com os seus elementos e variáveis que compõem a cadeia produtiva de uma montadora.

Portanto, a análise da escala regional desse circuito produtivo será parte integrante do capítulo 5, que busca enfocar geograficamente a influência da montadora na região em que está inserida, possibilitando visualizar as repercussões econômicas e espaciais criadas em algumas cidades da microrregião de Catalão.

CAPÍTULO 5

DIMENSÕES REGIONAIS DO CIRCUITO ESPACIAL DA PRODUÇÃO DA MMC AUTOMOTORES DO BRASIL S.A.

As pequenas cidades da microrregião de Catalão (GO) formam uma totalidade espacial, representativa e particular, cuja apreensão vincula-se, diretamente, à formação socioespacial de cada uma, bem como da região em que estão inseridas. (MELO, 2008, p. 435).

CAPÍTULO 5 - DIMENSÕES REGIONAIS DO CIRCUITO ESPACIAL DA PRODUÇÃO DA MMC AUTOMOTORES DO BRASIL S.A.

5.1 Espaço de fluxos: um "novo lugar" a partir da lógica automobilística da MMC Automotores do Brasil S.A.

O advento da revolução tecnológica comandada, principalmente, pela microeletrônica, introduziu novas formas de organização espacial e econômica, possibilitando a emergência de uma nova lógica para a localização industrial, pois até então, as grandes indústrias concentravam-se, prioritariamente, em grandes centros urbanos mais dinâmicos do ponto de vista informacional, tecnológico e econômico.

Conforme abordado no capítulo 1, a dinâmica sócio-espacial das empresas automotivas mudou de forma significativa nas últimas décadas e isto pode ser visto nos novos padrões locacionais dessa indústria no Brasil e no mundo.

O contexto mais recente tem mostrado que essa tendência tem mudado um pouco. Grandes grupos empresariais se deslocam para áreas menos populosas, porém não tão menos dinâmicas do ponto de vista da TI. O avanço dos conhecimentos tecnológicos tem possibilitado aos lugares conectarem entre si em tempo real, conforme afirma Castells (2007, p. 476):

> Esse espaço caracteriza-se pela capacidade organizacional e tecnológica de separar o processo produtivo em diferentes localizações, ao mesmo tempo em que reintegra sua unidade por meio de conexões de telecomunicações e da flexibilidade e precisão resultante da microeletrônica na fabricação de componentes. Além disso, devido à singularidade da força de trabalho necessária para cada estágio e às diferentes características sociais e ambientais próprias das condições de vida de segmentos profundamente distintos dessa força de trabalho, recomenda-se especificidade geográfica para cada fase do processo produtivo.

Considerando que os lugares na era informacional estão ligados entre si através das redes, os grupos empresariais, em alguns casos, apoderam-se dessa condição, e em outros, criam condições próprias para que haja um elo entre as partes que compõem o processo produtivo.

Um pouco dessa questão pode ser observada no momento de instalação da MMCB em Catalão. Inicialmente, ela necessitou de uma infraestrutura informacional que possibilitasse a sua conexão com os fornecedores, concessionárias e o escritório central em São Paulo de forma eficiente. Dessa forma, o Estado (via Telegoiás, ex-BrasilTelecom e atual Oi) realizou a liberação de 40 terminais telefônicos, telefones 0800 e Linhas Privativas de Comunicações de Dados (LPCDs) que, com a expansão da montadora nos últimos anos, certamente aumentou. Assim, Castells complementa afirmando que:

> [...] a crescente interdependência desses meios de inovação por todo o globo e, ao mesmo tempo, enfatiza quão decisiva para seu destino é a capacidade de cada meio para intensificar sua sinergia. Finalmente, os meios de inovação comandam redes globais de produção e distribuição, que estendem seu alcance por todo o planeta. (CASTELLS, 2007, p. 481).

Com referência a essa citação, é notável o quão são importantes, no contexto atual, as inovações tecnológicas, pois elas são capazes de manter o processo produtivo de uma empresa em operação e evitar um colapso que pode parar uma fábrica.

A montadora MMCB é um exemplo típico dessa dependência, pois ela demanda desse elo de comunicação para programar a quantidade e os tipos de componentes e suprimentos que irão chegar à sede durante uma semana[88]. Em conversa informal com uma ex-funcionária da MMCB, resguardando-se o direito de não revelar sua identidade, foi confidenciado que a empresa havia programado a chegada de uma carga de rodas de alumínio para um dia da semana pela manhã, que seria montada nos pneus no mesmo dia. Devido a um acidente com o caminhão que fazia o transporte, a empresa prestadora de serviços ficou sem estoque de rodas

[88] Esse planejamento é realizado porque a montadora trabalha com estoque reduzido, em outras palvras, enxuto ou mínimo, atendendo os pressupostos do modelo de produção Toyotista.

para entregar à montadora, já que se monta em um dia e a montadora usam-nas no dia seguinte. Enfim, a fábrica quase não entrou em operação no dia seguinte por falta das rodas. A carreta chegou às 05:00 horas da manhã e a prestadora de serviços já estava funcionando. Montou-se, então, as primeiras rodas para dar início à produção na MMCB às 07:00 horas. Nesse dia, a empresa trabalhou no limite de estoque de rodas e pneus.

Essas inovações tecnológicas são usadas também pela MMCB para comandar a linha de produção, determinando a quantidade, modelos e tipos de veículos que serão montados no dia; controle do tempo de montagem de cada veículo, entre outros aspectos.

Portanto, a troca de informações, de ordens, o vai e vem de mercadorias, se configuram em teias/redes que entrelaçam entre segmentos da sociedade construindo um espaço de fluxos, como diz Castells (2007, p. 501):

> [...] nossa sociedade está construída em torno de fluxos: fluxos de capital, fluxos da informação, fluxos da tecnologia, fluxos de interação organizacional, fluxos de imagens, som e símbolos. Fluxos não representam apenas um elemento da organização social: são a expressão dos processos que *dominam* nossa vida econômica, política e simbólica. Nesse caso, o suporte material dos processos dominantes em nossas sociedades será o conjunto de elementos que sustentam esses fluxos e proporcionam a possibilidade material de sua articulação em tempo simultâneo. Assim, proponho a idéia de que há uma nova forma espacial característica das práticas sociais que dominam e moldam a sociedade em rede: o espaço de fluxos. (destaque do autor).

Dessa forma, fica eminente que essa diversidade de fluxos domina e molda a sociedade através de uma simultaneidade de informações externas que chegam aos lugares e amparam a tomada de decisões com mudanças nas práticas sociais, pois muitos dos fluxos que chegam aos lugares se tornam efêmeros.

Assim, uma das formas que os fluxos atingem o lugar é devido ao deslocamento de plantas industriais, aperfeiçoamento dos sistemas de informação, de comunicação e financeiro que operam em escalas global e local simultaneamente. Dessa forma, nota-se uma complexidade no entendimento da rede, conforme afirma Dias (2007, p. 11-12):

> Os fluxos de mercadorias – bens materiais e serviços imateriais – atravessam os territórios soberanos graças à especialização produtiva e à deslocalização de implantações industriais. Os fluxos informacionais são hoje os mais voláteis e menos controláveis. O sistema financeiro se integra à escala mundial, enquanto se reorganizam seus subsistemas geográficos e econômicos.

A dimensão sociopolítica trata das mudanças ocorridas no espaço e este se adequa às intencionalidades contidas na fluidez das redes, provocando alterações subjetivas, de essência, de símbolos e de valores neste lugar. É no lugar que fragmentos das redes, mesmo apresentando resquícios de uma intencionalidade externa, ganham uma dimensão social com essência local.

Em Catalão, especificamente, segundo Silva (2005), alguns fatores contribuíram para que transformações socioespaciais se efetivassem no lugar através da ação das redes, empreendidas pelo meio técnico-científico-informacional:

> Para que possamos ter uma melhor visualização e compreensão da inserção do espaço catalano no meio técnico-científico-informacional, bem como uma melhor compreensão da realidade, devemos relembrar alguns fatores que foram importantes para a configuração do arranjo espacial deste município, entre eles: a expansão da ferrovia; a construção da rodovia BR-050, a expansão da fronteira agrícola e seus desdobramentos, a instalação de 3 (três) mineradoras na década de 1970; o recente processo de descentralização econômica e industrial da Região Sudeste, que trouxe para a cidade a Mitsubishi e a John Deere [...]. (SILVA, M. V. da., 2005, p. 26).

Os fatores apontados nesta citação foram primordiais para que o município entrasse em uma nova lógica capitalista, em que os diferentes processos passaram a ser mais dinâmicos e empreendedores através das conexões estabelecidas entre os segmentos e a partir destes com outros em diversas escalas espaciais, formando uma simbiose complexa tendo como base as empresas, indústrias e instituições sediadas em Catalão.

Concernente a essa discussão, nota-se a proeminência de redes e como elas agem no lugar. Todavia, Silva, M. V. da. (2005), em estudos sobre esta categoria geográfica e como ela se estabelece no espaço, aponta uma visão ampla ao afirmar que:

> [...] redes são interconexões entre empresas, associações, instituições públicas, privadas, religiosas e culturais, ou, tudo aquilo que permite a comunicação; a troca de informações, de matérias, de energias e de tecnologias, e por meio também da circulação de mercadorias, de pessoas, de capitais, e de outras formas que se dão no

> território, que permitem a formação de linhas, de pontos, de nós, de manchas e/ou áreas, através do fluxo e da conectividade entre os objetos técnicos e informacionais. Com o avanço tecnológico e científico, as redes vão se tornando cada vez mais diversificadas. As conexões e as trocas de informações entre os espaços locais onde se encontram os pontos de confluência se dão de forma rápida, precisa, instantânea e simultânea com o espaço mundial, principalmente devido ao avanço das telecomunicações. (SILVA, M. V. da., 2005, p. 89).

Holisticamente, a questão denota que a conectividade que ocorre entre os espaços locais e mundiais não se dá de forma homogênea, isto é, cada lugar tem tempos e formas diferentes de conectividade, pois não há uma homogeneidade espacial e muito menos das redes. Os lugares onde as redes se estabelecem em condições diversas, indubitavelmente, não são uniformes. Dessa forma, cada lugar ao receber trocas de informações, de materiais e de economias é moldado de forma desigual, que por sua vez, é configurado no espaço, lugares diferenciados dotados de intencionalidades múltiplas e difusas.

Portanto, ao considerar o lugar como um recorte espacial, pode se ter uma visão delimitada de como as redes são estabelecidas, refletindo que o espaço é heterogêneo, assim como os lugares são heterogêneos e diferentes devido a sua condição temporal e territorial. Nesse sentido, Santos (2002, p. 268) ressalta que:

> Num mesmo subespaço, há uma superposição de redes, que inclui redes principais e redes afluentes ou tributárias, constelações de pontos e traçados de linhas. Levando em conta seu aproveitamento social, registram-se desigualdades no uso e é diverso o papel dos agentes no processo de controle e de regulação do seu funcionamento.

A respeito dessa heterogeneidade espacial, nota-se que os diversos tipos de redes que se estabelecem no lugar, sejam elas principais, tributárias, locais, temáticas, virtuais etc., possibilitam transformações complexas ao se cruzarem e se conectarem sobre um determinado ponto do território.

Sem desconsiderar o papel de outras empresas sediadas em Catalão que também estabelecem conexões nacionais e internacionais, foca-se neste texto, especificamente o caso da MMCB, que permite Catalão fazer parte de um espaço de fluxo intenso, pois a montadora, através de sua planta industrial, mantém um sistema de fluxos materiais e imateriais no

âmbito internacional com alguns países da América Latina, Japão e Tailândia. No circuito nacional, estabelece ligações com todos os estados e diversas cidades através de sua rede de concessionárias, oficinas autorizadas (autopeças, funilaria e lanternagem), empresas de seguros, transportadoras, empresas fornecedoras de produtos e serviços, entre outras.

No escopo regional, a montadora possui vínculos diretos com alguns municípios da microrregião de Catalão (Anhanguera, Cumari, Davinópolis, Goiandira, Nova Aurora, Ouvidor e Três Ranchos), que estão geograficamente mais próximos a sua sede. Os vínculos entre a montadora e esses municípios se dão através da contratação de mão-de-obra que desdobra em influências no comércio e serviços e no fluxo de materiais e de capitais nestas pequenas cidades[89]. Contudo, a montadora também tem sua significância e influi diretamente na cidade de Catalão, cuja análise será realizada no capítulo 6.

Devido à complexidade de redes, de comandos, de normas e de técnicas que sobrepõem aos lugares, apresentam-se características diferentes que variam entre um lugar e outro. Essas variedades são designadas de particularidades que, indubitavelmente, influenciam as redes. Dessa forma, as especificidades apresentadas por cada cidade, por cada lugar em que as redes convergem para a MMCB e as que dissipam a partir da montadora modifica a intencionalidade da lógica capitalista. Há um processo de adaptação do capital aos lugares e destes ao capital.

As redes são instrumentos da produção, da circulação e da informação, pois partem do nível mundial para implantar suas relações de poderes econômicos, políticos e seus ordenamentos no espaço e revelam-se as suas múltiplas formas de apropriação, utilização e ocupação espacial ao se materializarem no lugar. Por fim, acabam sofrendo influências das rugosidades, dos costumes e das ordens locais. Com essas interferências, elas adquirem também um significado singular que somente o lugar é capaz de proporcionar.

---

[89] Maiores informações sobre a noção de pequenas cidades recorrer ao estudo realizado por Melo (2008, p. 437-491).

Portanto, a respeito dessa heterogeneidade nas escalas de atuação das redes (internacionais, nacionais, regionais, locais etc.) e seus reflexos no lugar, as diversas formas de conexões, o papel crescente dos fluxos e da fluidez, são questões a serem consideradas.

Contudo, diante das redes estabelecidas entre a MMCB e seus mercados fornecedores, concessionárias, empresas terceirizadas e prestadoras de serviços, instituições e outros segmentos, é possível apontar como estas múltiplas relações promove transformações ímpares no lugar onde a montadora se encontra sediada, no caso a cidade de Catalão, e com reflexos em escala regional.

As transformações diretas e indiretas que o capital automotivo da MMCB promove à microrregião de Catalão, especialmente nas cidades de Anhanguera, Cumari, Davinópolis, Goiandira, Nova Aurora, Ouvidor e Três Ranchos serão abordadas a seguir, consubstanciadas, em uma pesquisa de campo com funcionários e comerciantes das referidas cidades.

5.2 Aspectos econômicos da microrregião de Catalão: influências diretas e indiretas da MMC Automotores do Brasil S.A.

A MMC Automotores do Brasil S.A. nesses 13 anos que está sediada em Catalão tem apresentado papel relevante no contexto regional, pois a partir do seu raio de ação, é possível perceber que a unidade montadora mantém além de uma rede de relações com diversos estados do país através de seus fornecedores, prestadores de serviços e suas concessionárias, fazendo uma mediação de fluxos materiais e imateriais também passa a ter uma atuação em escala regional, especificamente na microrregião de Catalão.

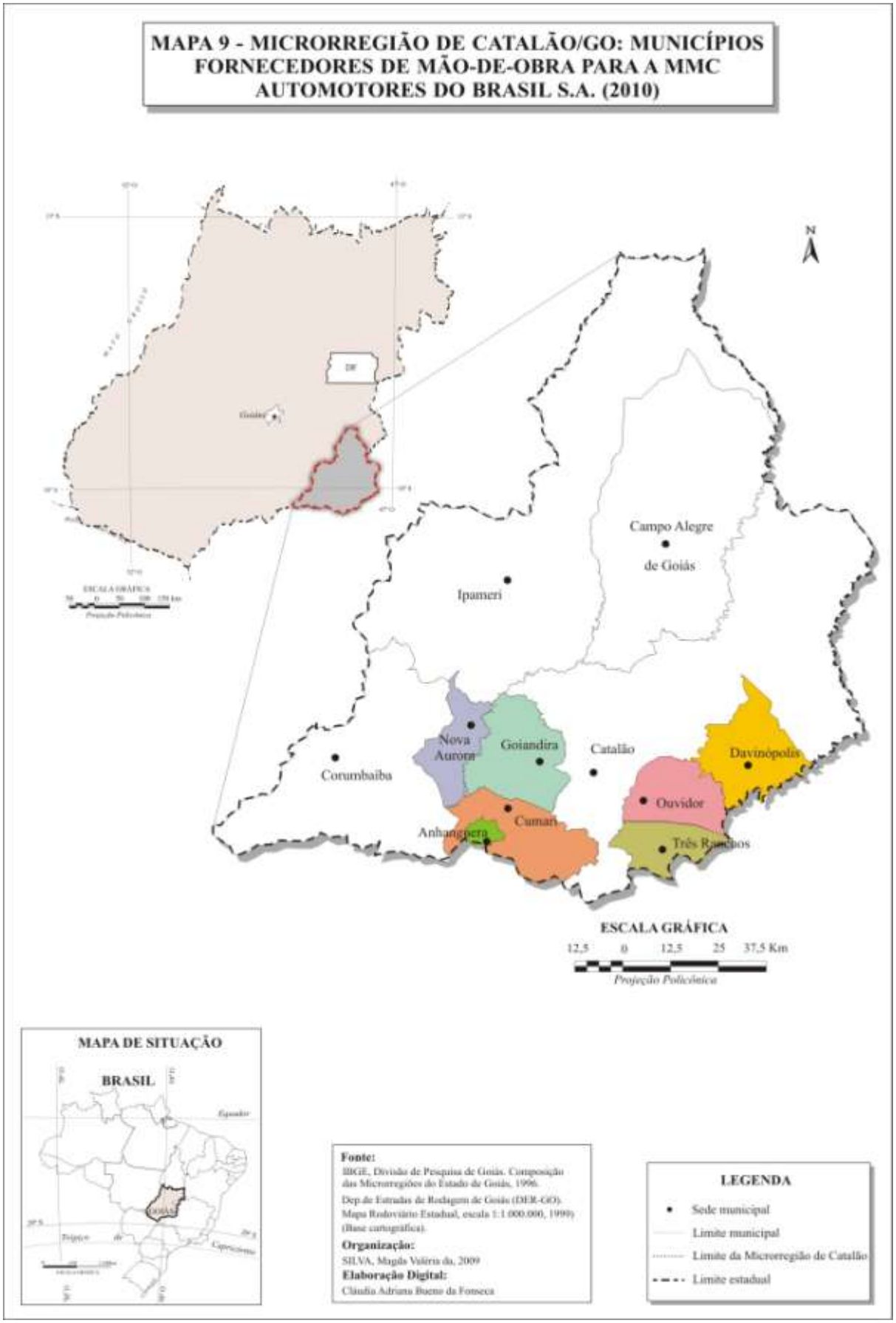
Essas questões já foram discutidas nos capítulos 3 e 4, com o objetivo de compreender as etapas, os segmentos, as políticas, os conhecimentos técnico-científicos que possibilitam a

formação e a gestão do circuito espacial da produção de uma montadora que está localizada na região central do país, distante geograficamente da maior parte de seus fornecedores, da grande maioria de suas revendas autorizadas.

Diante dessas condições reais, emergem dificuldades que devem ser resolvidas em prol da governança da cadeia produtiva da referida montadora, portanto, medidas e ações são tomadas cotidianamente pela montadora visando resguardar seus interesses de crescimento econômico, expansão da produção e, assim, levar seus produtos ao mercado nacional e sul-americano de forma a atender as necessidades mercadológicas do momento.

Porém, cabe ressaltar que a montadora possui uma atuação no âmbito regional, tanto com segmentos locais, como com algumas cidades circunvizinhas a Catalão. A par dessa informação, é possível fazer uma discussão da rede regional da montadora, que possibilitará compreender a importância da MMCB para o município de Catalão e para sua microrregião com enfoque em alguns municípios que lhe fornece mão-de-obra.

O mapa 9 apresenta os municípios que formam a microrregião de Catalão, destacando individualmente aqueles que atuam de forma direta com o município de Catalão, tendo como elo a montadora MMCB. É o caso de Anhanguera, Cumari, Davinópolis, Goiandira, Nova Aurora, Ouvidor e Três Ranchos. Essa consideração se deve ao fato de a montadora gerar empregos aos moradores desses municípios, contribuindo indiretamente com a melhoria de suas condições de vida e qualidade de vida.


MAPA 9 - MICRORREGIÃO DE CATALÃO/GO: MUNICÍPIOS FORNECEDORES DE MÃO-DE-OBRA PARA A MMC AUTOMOTORES DO BRASIL S.A. (2010)
N
Campo Alegre de Goiás
Ipameri
Nova Aurora
Goiandira
Catalão
Davinópolis
Corumbaíba
Ouvidor
Cumari
Anhanguera
Três Ranchos
ESCALA GRÁFICA
12,5 0 12,5 25 37,5 Km
Projeção Policônica
MAPA DE SITUAÇÃO
BRASIL
Fonte:
IBGE, Divisão de Pesquisa de Goiás. Composição das Microrregiões do Estado de Goiás, 1996.
Dep.de Estradas de Rodagem de Goiás (DER-GO). Mapa Rodoviário Estadual, escala 1:1.000.000, 1998) (Base cartográfica).
Organização:
SILVA, Magda Valéria da, 2009
Elaboração Digital:
Cláudia Adriana Bueno da Fonseca
LEGENDA
Sede municipal
Limite municipal
Limite da Microrregião de Catalão
Limite estadual

O viés metodológico adotado para essa abordagem parte do pressuposto de um recorte espacial, utilizando informações de que alguns municípios da referida microrregião mantêm uma relação com Catalão de forma diferenciada. Nesse sentido, compreende-se que a montadora de veículos MMCB tem contribuído de forma direta e indireta para que essa relação se estreite cada vez mais.

Considerando o recorte espacial destacado no mapa 9, através de informações da própria MMCB, aproximadamente 500 empregados deslocam diariamente a Catalão para trabalhar em diversas funções na montadora de veículos. Esse deslocamento diário de pessoas em curta distância, motivado por interesses de trabalho, saúde, estudos, entre outros, é conhecido como movimento pendular.

Conforme afirmam Moura, Castello Branco e Firkowski (2005, p. 124), "os deslocamentos pendulares caracterizam-se por deslocamentos entre o município de residência e outros municípios, com finalidade específica [...]". Nesse caso, o sistema de transporte assume papel relevante, sendo um elo entre os municípios. Numa leitura das pesquisas realizadas nos municípios de Nova Aurora e Ouvidor, nota-se uma dependência de bens e serviços em relação a Catalão, contribuindo ainda para reforçar esse movimento pendular entre os municípios limítrofes.

Um exemplo desse movimento é o deslocamento diário de parte dos funcionários da MMCB que residem em algumas das cidades da microrregião de Catalão e se deslocam diariamente destas para trabalhar em Catalão, desfrutando dos mesmos benefícios dos funcionários locais, como por exemplo, o transporte.

As informações obtidas em entrevista com o senhor José da Silva[90], gerente do Transporte Coletivo Duarte Ltda., conhecida popularmente como Transduarte - prestadora de serviços que realiza o translado de seus funcionários até a montadora - apontam que a

[90] Entrevista concedida no dia 22 de janeiro de 2009, na sede da empresa, no perímetro urbano de Catalão.

empresa busca os funcionários em suas cidades, exceto, na cidade de Anhanguera, pois esta tem poucos moradores que são funcionários da MMCB. Nesse caso, eles se deslocam em condução própria até o município de Cumari, onde pegam o ônibus que sai em direção a Goiandira. Posteriormente, se dirigem com lotação completa para Catalão com destino direto à MMCB.

Tal fato foi confirmado pela pesquisa de campo realizada na cidade. Do início de 2009 para segundo de semestre de 2010, muita coisa mudou, inclusive, as empresas que estão dentro do *Site* da montadora também passaram a contratar funcionários na referida cidade, porém, mesmo assim, a Transduarte ainda não realiza o deslocamento destes funcionários até Catalão. Atualmente, este é realizado por um ônibus da Prefeitura Municipal.

É importante assinalar que a Transduarte também realiza o transporte intraurbano em Catalão, além de ainda prestar serviços realizando o translado de parte dos funcionários das mineradoras Anglo American, Fosfértil e Copebrás. Para isso, disponibiliza 28 carros ou ônibus. A outra parte dos funcionários é transportada por outras empresas terceirizadas de capital não local.

Esse processo pendular revela algumas questões socioeconômicas relevantes que os municípios fornecedores de mão-de-obra à MMCB enfrentam, como: desemprego, poucas oportunidades de trabalho nas cidades de origem que desdobram em uma baixa renda *per capita*, setores da economia enfraquecidos e fluxo migratório, entre outros. Essas questões e outras referentes às cidades que compõem a microrregião geográfica de Catalão já foram analisadas por Melo (2008).

Portanto, neste tópico do capítulo, buscar-se-á compreender por que os trabalhadores se deslocam de suas cidades de origem para trabalhar na MMCB e quais as mudanças socioeconômicas e até culturais provocadas pela montadora nos municípios de Anhanguera,

Cumari, Davinópolis, Goiandira, Nova Aurora, Ouvidor e Três Ranchos conforme mostra o quadro 14. Observar ainda Anexo 15[91].

Cidades	Funcionários de outras empresas do *Site**	Funcionários da MMCB*	Total de Funcionários: MMCB e *Site*	Quantidade de Entrevistados	Turno de Trabalho dos Entrevistados
Anhanguera	15	3	18	1	Diurno
Cumari	64	6***	70	3	Diurno
Davinópolis	-	15	15	-	-
Goiandira	80	120**	200	4	Diurno e Noturno
Nova Aurora	3	15	18	4	Diurno
Ouvidor	-	200**	200	8	Diurno e Noturno
Três Ranchos	-	20	20	-	-

Quadro 14 - Municípios da Microrregião de Catalão fornecedores de mão-de-obra para o setor automotivo em Catalão/Goiás.

Fonte: Pesquisa de Campo (2009a; 2010a; 2010b; 2010c; 2010d)

* Optou-se por trabalhar com quantidades aproximada de funcionários nos municípios pesquisados, devido à ocorrência de demissões e/ou novas contratações. ** Total de funcionários moradores das cidades de Goiandira e Ouvidor que trabalham em dois turnos (diário e noturno). ***Total de funcionários da MMCB que trabalham exclusivamente no período diurno, os do período noturno não foi possível fazer levantamento.

Justifica-se que os municípios de Três Ranchos e Davinópolis não foram pesquisados por residir poucos funcionários da empresa, cerca de 20 e 15, respectivamente. E também por que estas duas cidades apresentam situações similares com já as pesquisadas.

Além disso, respalda-se nos estudos realizados por Melo (2008) que apontam a preferência dos moradores destas cidades em realizar compras em Catalão e também a dependência em relação a essa cidade. Sendo que, em Davinópolis, “100 % das respostas indicaram não satisfazer localmente suas demandas”. (MELO, 2008, p. 324). Em Três Ranchos a situação é similar, pois “cerca de 52,17 % das pessoas ouvidas também responderam que não satisfazem localmente suas demandas de produtos e serviços”. (MELO,

[91] Roteiro de Entrevista aplicado aos funcionários da MMCB residentes nas cidades da microrregião de Catalão: Anhanguera, Cumari, Goiandira, Nova Aurora e Ouvidor.

2008, p. 331). Entretanto, Catalão é a cidade em que os moradores mais buscam mercadorias e utilizam os serviços não disponíveis, localmente.

Ressalta-se que não apenas a MMCB recorre às cidades vizinhas em busca de mão-de-obra, outras empresas ligadas ao setor automotivo e sediadas dentro do *Site* da montadora, como a MVC Componentes Plásticos Ltda., Weldmatic Automotive Ltda., RCM Indústria e Comércio e outras também possuem funcionários oriundos das cidades de Anhanguera (cerca de 15), Cumari (aproximadamente 20), Goiandira (por volta de 80), Nova Aurora (3). As cidades de Davinópolis, Ouvidor e Três Ranchos não foram levantados funcionários dessas empresas.

Na pesquisa de campo realizada em Anhanguera[92], segundo relatos do funcionário D.N.R.A.[93], sai um ônibus diariamente com cerca de 45 trabalhadores com destino a Catalão para trabalhar em empresas como: a MMCB, Weldmatic Automotive Ltda., John Deere do Brasil Ltda., Centro de Distribuição da Eletrosom, entre outras. Segundo D.N.R.A. "Esse ônibus foi comprado pela Prefeitura pra trazer esses os funcionários, pois era um meio de ajudar os moradores de trabalhar em Catalão". O ônibus sai às 05:00 horas da manhã e retorna as 17:00, portanto, eles chegam por volta das 18:00 horas em suas residências na cidade de Anhanguera. Portanto, o ônibus não translada exclusivamente funcionários para a MMCB e empresas do *Site*, mas também para outras empresas sediadas em Catalão. (PESQUISA DE CAMPO, 2010b).

Da cidade vizinha de Cumari[94], sai diariamente dois ônibus com funcionários da montadora e empresas do *Site*, que em conjunto, empregam cerca de 70 cumarinos. Os funcionários do período diurno (aproximadamente 30 trabalhadores) deslocam para Catalão

---

[92] Pesquisa de Campo realizada em Anhanguera no dia 27 de agosto de 2010.
[93] Entrevista concedida no dia 27 de agosto de 2010, na cidade de Anhanguera/GO. Ver Anexo 15 – Roteiro de Entrevista Funcionários MMCB.
[94] Pesquisa de Campo realizada em Cumari no dia 12 de setembro de 2010, apenas com funcionários do turno diurno.

em ônibus pertencente a Transduarte as 05:50 horas da manhã e chegam no fim do dia por volta das 17:40 horas. (PESQUISA DE CAMPO, 2010c).

Os funcionários do turno da noite de Cumari saem por volta das 22:00 horas e retornam somente no dia seguinte, chegando por voltas das 08:30 horas da manhã, provavelmente os funcionários do período noturno trabalham na Weldmatic Automotive Ltda. (soldagem), no setor de pintura da MMCB e em serviços de manutenção na RCM Indústria e Comércio. (PESQUISA DE CAMPO, 2010c).

De Três Ranchos, desloca-se um ônibus com cerca de 20 funcionários, passa em Ouvidor[95] e completa a lotação. Desta última cidade, sai diariamente três carros em horário administrativo e dois no período noturno. O ônibus do turno diurno sai por volta das 06:30 horas da manhã e retorna as 17:40 horas. A montadora emprega, então, aproximadamente, 200 moradores. (PESQUISA DE CAMPO, 2009a, 2010a).

Goiandira também contribui ofertando mão-de-obra à MMCB com cerca de 200 funcionários trazidos a Catalão em três carros lotados na cidade em horário administrativo, um vindo de Nova Aurora e outro de Cumari com lotações parciais que são completadas nessa cidade e dois no período noturno, um é proveniente de Cumari para completar lotação. (PESQUISA DE CAMPO, 2009a, 2010d).

De Nova Aurora[96], sai diariamente um ônibus em horário administrativo trazendo cerca de 18 trabalhadores, sendo 15 para a MMCB e 3 para empresas do *Site*. Este desloca até Goiandira e completa a lotação. (PESQUISA DE CAMPO, 2009s).

O município de Davinópolis é outro que fornece mão-de-obra a MMCB, com aproximadamente 15 funcionários, que deslocam em transporte próprio até Catalão.

Durante a pesquisa de campo realizada na cidade de Nova Aurora, uma das entrevistas chamou a atenção sobre a luta dos trabalhadores para conseguir o ônibus que os levassem até

[95] Pesquisa de Campo realizada em Ouvidor no dia 23 de janeiro de 2010.
[96] Pesquisa de Campo realizada em Nova Aurora no dia 10 de outubro de 2009.

a montadora para trabalhar. Devido ao fato de o quantitativo ser pouco em relação a outras cidades, a luta foi árdua e perdurou por vários anos, como relata a funcionária F. M. E.[97] "[...] Quando eu comecei na Mitsubishi, em 2003, eu morava lá em Catalão. [...] tem quatros anos que estou morando aqui em Nova Aurora, então, quando eu vim pra cá não tinha ônibus pra Mitsubishi, então foi uma luta muito grande pra colocar". Questionada de como fazia para ir trabalhar, ela informou que "[...] tinha uma ambulância da prefeitura que ia levar os pacientes pra poder fazer hemodiálise em Catalão, então, eu pegava carona três dias da semana e os outros dois dias meu esposo me levava até Goiandira". Perguntada sobre o horário de saída, ela contou:

> Quando eu ia de carona com o pessoal de ambulância eu saia daqui as 5 horas da manhã, chegava em Catalão e eu ia pra minha casa lá e ficava até por volta das 6:20h quando o ônibus passava lá, ai vinha embora no ônibus das 7 horas da noite da Expresso Araguari e pagando a passagem. E quando ele ia me levar eu saia por volta as 05:30 pra pegar o ônibus por volta das 6:10 em Goiandira. Ai que Deus o tenha, eu tive um chefe muito bom, o senhor Eduardo Bonacella [...] nesse meio tempo eu engravidei [...] e eu continuei essa vida do mesmo jeito de lá pra cá, [...] daí eu afastei e daí quando eu voltei a trabalhar eu esperei um tempinho, ai eu pensei: vou esperar mais ou menos um mês, eu to voltando agora num posso cobrar, quando passou mais ou menos uns dois meses eu comecei a cobrar deles. Aí eu vinha de moto e voltava todos os dias, ai eu falei com o senhor Eduardo que estávamos vindo de moto todos os dias e que estavam pedindo funcionários, foi uma época antes da crise, então juntou o útil ao agradável, por que eles estavam precisando de pessoal e contratando muito e estavam recorrendo as cidades vizinhas, eu falei pra ele, que estão pedindo pessoal de Nova Aurora, mas num tem condição pra gente de vim. Foi quando ele perguntou como eu vinha, eu disse que vinha de moto, assim como vinha os outros de lá. Do ato, ele resolvia as coisas era de imediato, ele pegou o telefone, ligou, ligou, e não conseguiu falar, e me falou daqui a pouco te dou uma resposta. Ele subiu pro aquário[98] e já começou a tomar providências [...] uma semana depois ele colocou o ônibus. No início éramos 6 pessoas, daí a dificuldade de conseguir o ônibus, [...] hoje estamos em quase 20 funcionários.

O relato da funcionária F. M. E. mostra as dificuldades que os moradores de Nova Aurora enfrentam diariamente em busca de trabalho e sustento familiar, além da longa distância de, aproximadamente, 30 km. Eles acordam mais cedo para chegar à montadora, trabalham o dia todo e retornam no fim do dia para a cidade onde residem. Como as cidades

---

[97] Os funcionários entrevistados não serão identificados com o objetivo de evitar possíveis transtornos junto à MMCB, portanto, as letras são apenas ilustrativas. A entrevista foi concedida no dia 10 de outubro de 2009, na cidade de Nova Aurora/GO. Ver Anexo 15 - Roteiro de Entrevista Funcionários MMCB.

[98] Ambiente de vidro, localizado dentro da linha de produção, onde está a sala da Direção Geral da MMCB e parte dos cargos administrativos ligados ao Diretor Geral. Desse local, são controladas, visualmente, as atividades laborais dos funcionários na linha de produção.

não oferecem muitas opções, o trabalho na montadora chega a ser de *status*, pois ganham em média mais que os trabalhadores locais.

Ainda sobre essas dificuldades do deslocamento diário para o labor na montadora o funcionário D.N.R.A. residente na cidade de Anhanguera, contou:

> Antes de ter o ônibus da Prefeitura eu ia de moto até Cumari pegava o ônibus e vinha trabalhar, era 11 km. Na época de chuva era complicado levantar de madrugada e enfrentar a chuvinha, com chuva é mais difícil que com frio, por que a chuva molhava. Muitas vezes tinha que trocar o uniforme, [Questiona-se: você levava um uniforme seco e, ele afirmou: não a firma dava um seco].

Os depoimentos dos funcionários F.M.E. de Nova Aurora e D.N.R.A de Anhanguera mostram algumas das dificuldades enfrentadas para trabalhar e buscar o sustento e qualidade de vida para suas famílias. São sacrifícios que poderiam ser remediados com políticas de desenvolvimento para as pequenas cidades, com incentivo a atividades que visassem manter seus moradores trabalhando localmente.

A par dessa informação, é necessário analisar que motivos levam os moradores das cidades circunvizinhas a se deslocarem diariamente para Catalão, principalmente para trabalhar na montadora MMCB.

As pesquisas de campo nas cidades de Nova Aurora, Ouvidor, Anhanguera e Cumari revelam os principais motivos que levam seus moradores – funcionários do complexo automotivo MMCB – a buscarem empregos em Catalão, entre eles: falta de empregos nas cidades de residências, remuneração melhor que as empresas locais, qualidade de vida, pagamento de salário em dia, plano de saúde, Participação nos Lucros (PL), entre outros.

Questionados sobre quais os motivos que levaram os moradores de Nova Aurora a trabalhar na MMCB, todos disseram que buscavam melhorias na qualidade de vida e melhores salários. No entanto, a funcionária F. M. E. afirmou que:

> Olha pelo fato de ser sim, a Mitsubishi começou em 98, então a Mitsubishi ela foi um estouro em Catalão, então foi uma coisa que gerou muito emprego, e também da minha dificuldade que eu estava precisando né e eu pensei assim lá eu vou ter uma oportunidade, lá vou ter uma chance de crescer, vou ter um salário bom, os

> benefícios da empresa é muito bom, ela te oferece muita coisa boa, então, gerou isso tudo, aquela motivação de trabalhar pelo fato de ser uma empresa grande, multinacional. [...] E aqui a cidade em si é muito pequena e não oferece condições muito boas para o trabalho então a população cada dia que passa vai crescendo então você tem que buscar lá fora.

Ainda sobre a mesma questão, os moradores de Anhanguera, Cumari, Goiandira, Nova Aurora e Ouvidor argumentam que as cidades onde moram não dispõem de empregos e quando tem vagas paga-se um salário mínimo, há poucos estabelecimentos comerciais e a prefeitura não tem como empregar todos.

Conforme já afirmado pelo Diretor Industrial da MMCB, senhor Ricardo Tangary de Ferraz de Camargo, a questão da mão-de-obra qualificada em Catalão sempre foi um problema, então, recorrer às cidades vizinhas pode ser uma estratégia para minimizá-lo e também pode estar associado a prerrogativa de desmobilizar sindicalmente os trabalhadores, tendo em vista que cerca de 3000 trabalhadores estão lotados nas empresas do *Site*, dessa forma, cerca de 15% reside em cidades vizinhas a Catalão.

Além dessa influência econômica que a montadora exerce nas cidades as quais recorrem em busca de mão-de-obra, há alguns questionamentos que devem ser feitos e avaliados por outros trabalhos científicos, como: Por que buscar trabalhadores nas cidades vizinhas a Catalão? Tal fato ocorre por mera falta de mão-de-obra em Catalão? Há algum interesse por parte da montadora em desmobilizar sindicalmente os trabalhadores?

Analisando os motivos apontados pelos trabalhadores pesquisados, é possível apreciá-los geograficamente e apontar os três principais, sendo:

O primeiro motivo é que a cidade de Catalão é a maior e a mais dinâmica economicamente da microrregião, possuindo um setor industrial em proeminência, criando constantemente vagas de empregos, um comércio e setor de serviços em franco processo de desenvolvimento.

O segundo motivo advém das próprias condições socioeconômicas dessas pequenas cidades[99] por possuírem uma economia com poucas perspectivas de crescimento, principalmente se comparada a Catalão. Essas cidades não atraem empresas de médio e grande porte com possibilidades reais de geração de empregos, o comércio é fraco e elas estão alicerçadas economicamente no repasse do Fundo de Participação Municipal (FPM) e nos pouquíssimos estabelecimentos industriais e comerciais para se desenvolver.

O terceiro motivo é de caráter cultural e subjetivo, pois o desejo do morador da pequena cidade em se mudar para uma cidade maior e mais dinâmica está calcado na busca por melhores condições e qualidade de vida.

A respeito disso, a pesquisa de Melo (2008) revela que nas cidades pertencentes à microrregião de Catalão, em que pese o caso das cidades de Anhanguera, Cumari, Davinópolis, Nova Aurora Ouvidor e Três Ranchos, seus moradores revelaram a preferência hegemônica de se mudar para Catalão. Já os goiandirenses preferem se mudar para capitais estaduais e federais.

Por trás desses motivos, existe um contexto histórico datado de meados do século XX em que Goiandira passou por um processo de perdas territoriais com a emancipação de vilas em municípios (perdeu parte de seu município e da população para emancipar os municípios de Cumari em 1947, Anhanguera e Nova Aurora em 1953), de estagnação de crescimento econômico (decadência da ferrovia e do fluxo mercantil na região), perdas populacionais (Cumari, Goiandira e Nova Aurora perderam população urbana ou rural, registrando índices negativos de crescimento nas décadas de 1960, 1970 e 1980), levando a um atrofiamento dos setores industriais, de serviços e comerciais. (MELO, 2008, p.46-183).

---

[99] As pequenas cidades que não têm atividade dinâmica própria e cujos entornos rurais estão estruturados com base na pecuária não apresenta o desenvolvimento de comércio e serviços que denotam certo traço de especialização. Nesses casos, a atividade produtiva do campo exige importantes adaptações das pequenas cidades, basta a presença de lojas de produtos veterinários e de utensílios e ferramentas. Não favorece, portanto, o desenvolvimento da economia urbana. (MELO, 2008, 470).

Cada uma dessas cidades apresenta suas particularidades, seus fatos e suas histórias, questões que foram retratadas por Melo (2008). Para relembrar, a autora afirma:

> O fato é que esses municípios, sobretudo as suas cidades, vivenciaram um certo dinamismo econômico, proporcionado pela estrada de ferro, a qual, por meio da interligação desses espaços com os principais mercados consumidores do país, possibilitou a instalação de charqueadas e fábricas de produtos alimentícios, nesses lugares. Condição esta que, para o contexto do interior de Goiás e da porção sudeste do estado, representou um considerável desenvolvimento econômico. É preciso, também, ter clareza de que, nesse momento histórico, Goiás estava iniciando o processo de integração com a economia que se desenvolvia a partir do Sudeste do país; até então, o "isolamento" era a situação que predominava. (MELO, 2008, p. 224).

Apresentados os momentos difíceis atravessados por essas cidades no século XX, principalmente o caso de perda de porções territoriais para emancipação de outros municípios e, consequentemente, perdas populacionais acirradas pelo pouco dinamismo econômico, nota-se que aos poucos as dificuldades começam a ser superadas com o findar do século.

Portanto, alguns elementos foram essenciais no alavancar do novo rumo que essas pequenas cidades estão tomando. Entre eles, encontram-se o aumento da renda *per capita*, maior geração de empregos e crescimento do PIB que, associados a políticas públicas ligadas à educação, saúde, moradia, turismo etc., vem dinamizando minimamente essas cidades.

Faz-se necessário avaliar o desempenho de cada um desses elementos para que se possa entender melhor o funcionamento da economia de cada cidade e até mesmo o papel que a montadora MMCB exerce nesse processo de formação socioespacial e econômico na microrregião de Catalão. De um modo geral, as atividades econômicas realizadas nessas cidades são pouco complexas, conforme afirma Melo (2008, p. 231-314):

> São basicamente compostas por um comércio de produtos básicos para o atendimento de necessidades elementares dos residentes urbanos e do entorno rural, pouco especializado; a indústria existente é de pequeno porte, baixo investimento e receita; os serviços são de baixa complexidade, quase que se limitando aos prestados por órgãos públicos e ou vinculados à administração estatal. Entretanto, algumas diferenças são notadas entre uma cidade e outra, conforme se percebe ao analisar os dados sobre o tipo e número de estabelecimentos comerciais, industriais e de serviços, presentes nesses lugares.

No que concerne ao quantitativo e tipo de estabelecimentos comerciais, industriais e de serviços, há de se considerar também questões como renda *per capita* dos moradores, número de empregos formais, arrecadação de Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), nos municípios de Anhanguera, Cumari, Davinópolis, Goiandira, Nova Aurora, Ouvidor e Três Ranchos. As tabelas 2, 3 e 4 trazem algumas considerações e dados relevantes para a análise que se propõe.

De acordo com uma avaliação dos dados apresentados nas tabelas 2 e 3, é possível observar que, entre os sete municípios referenciados, Ouvidor é o que apresentou, de 1999 a 2007, o maior PIB *per capita* anual ou renda *per capita* anual, assim como a maior geração de empregos formais no período de 1998 a 2008. Tal condição está associada ao perfil socioeconômico do município, por possuir em seus limites uma maior diversidade de estabelecimentos comerciais para atender as necessidades da população em relação às demais cidades em questão e estabelecimentos industriais que geram renda e emprego aos ouvidorenses, possibilitando assim, um maior fluxo de capitais e consumo.

Tabela 2 - PIB *per capita* anual: segundo municípios (1999 a 2007)

Municípios	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Anhanguera	3.497,96	3.497,96	3.703,39	4.181,12	4.799,98	5.472,21	5.970,57	6.562,22	6.924,28
Cumari	3.602,19	3.602,19	3.842,19	5.021,71	5.907,67	6.017,62	6.270,95	6.701,15	8.619,9
Davinópolis	3.104,87	3.104,87	3.340,09	4.258,24	5.507,76	6.235,00	7.186,71	7.361,51	9.020,86
Goiandira	3.403,53	3.403,53	3.769,85	4.783,87	5.657,33	6.031,51	6.567,03	6.926,79	7.438,78
Nova Aurora	3.376,15	3.376,15	3.436,73	4.167,13	5.146,54	5.465,97	6.128,55	6.534,18	7.129,18
Ouvidor	13.700,85	13.700,85	17.233,92	19.806,51	23.037,26	21.966,55	26.500,95	30.962,67	33.500,81
Três Ranchos	3.497,96	3.497,96	3.703,39	4.181,12	4.799,98	5.472,21	5.970,57	6.562,22	6.924,28

Fonte: SEPLAN (2010a, 2010b, 2010c, 2010d, 2010e, 2010f, 2010i) Org. SILVA, M. V. da. 2010.

Tabela 3 - Número de Empregos Formais: segundo municípios (1998 a 2008)

Municípios	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Anhanguera	---	151	179	183	198	173	190	176	182	175	145
Cumari	268	286	285	272	277	285	258	293	306	292	314
Davinópolis	--	147	134	138	139	219	78	215	214	232	316
Goiandira	290	356	431	225	364	399	452	260	398	399	426
Nova Aurora	191	184	161	184	195	183	194	208	222	224	259
Ouvidor	520	531	615	617	807	995	1.011	1.052	1.077	1.046	1.161
Três Ranchos	---	203	187	231	241	242	267	281	298	322	368

Fonte: SEPLAN (2010a, 2010b, 2010c, 2010d, 2010e, 2010f, 2010i) Org. SILVA, M. V. da. 2010.

Tabela 4 - Arrecadação de ICMS: segundo os municípios (1998 a 2009) - R$ mil.

Municípios	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Anhanguera	37	42	45	32	47	54	124	42	46	29	8	68
Cumari	557	485	543	666	640	965	9423	903	1.037	844	685	1.214
Davinópolis	129	125	120	157	165	211	402	225	255	240	143	277
Goiandira	248	222	201	241	239	447	796	729	403	298	1.748	1.407
Nova Aurora	105	131	105	78	116	188	259	427	304	374	1.007	2.583
Ouvidor	230	261	457	611	407	525	790	749	678	1.643	1.457	1.809
Três Ranchos	83	77	62	73	38	64	74	111	46	64	112	158

Fonte: SEPLAN (2010a, 2010b, 2010c, 2010d, 2010e, 2010f, 2010i)
Org. SILVA, M. V. da. 2010.

Em termos de estabelecimentos industriais, destacam-se alguns, como é o caso do município se beneficiar dos *royalties* e da Compensação Financeira por Exploração de Minerais (CFEM) oriundos das atividades da Mineração Catalão, da Copebrás (ambas do Grupo Anglo American) e da Fosfértil, empresas que atuam na extração de minerais existentes em Ouvidor, da Cerâmica Paraíso (fabricação de tijolos e telhas), da Sakura Alimentos e do Laticínio Ouvidor (processamento de alimentos), de Chico Milota (ramo de reflorestamento).

Segundo levantamento de Melo (2008), no ano de 2006, Ouvidor tinha nove estabelecimentos industriais. Porém, não apresenta o total de empregos que cada indústria ou o conjunto de indústrias gera no município em questão. No entanto, segundo a SEPLAN (2010a), ao abordar a geração de empregos formais por setor de atividade, o setor industrial do município gerou 596 empregos em 2005.

Ainda com referência às tabelas 2 e 3, nota-se que, de 1999 a 2007, a renda *per capita* anual do ouvidorense passou de R$ 13.700,85 para R$ 33.500,81. Isso significa analisar que teve um acréscimo em torno de 144,4% no período de sete anos. Todavia, somente no período de 2001 a 2003, momento coincidente com a expansão da produção veicular da MMCB, conhecido como Projeto Anhanguera[100], a renda *per capita* anual do ouvidorense também cresceu de R$ 17.233,92 para R$ 23.037,26. A geração de empregos cresceu 123,4%, no período de 1998, com 520 empregados formais, passando para 1.161 em 2008. (SEPLAN, 2010a; MMCB, 2009b).

Como a geração de empregos dobrou de 1998 a 2007, tendo um crescimento mais acentuado em 2002, isso se deve a fatores como: a influência da MMCB, que em seu processo de expansão da capacidade produtiva, recorreu à mão-de-obra no município; a sua expansão

[100] O Projeto Anhanguera possibilitou a ampliação da capacidade produtiva da montadora com o aumento do número de linhas de produção passando de 2 para 3; aumento do número de vagas empregatícias ofertadas; aumentou a área construída de 14 mil m² para 57 mil m² e a capacidade de produção da fábrica dobrou de 15 mil unidades por ano para 28 mil. (MMCB, 2009b).

produtiva e o processo de verticalização da produção da mineradora Copebrás, conhecido como Projeto Goiás - Verticalização da Copebrás, que iniciou em 2001 e findou-se em 2002, com investimentos de R$ 333 milhões e capacidade de geração de 300 empregos diretos e 1.500 indiretos, a empresa contratou funcionários em Catalão e Ouvidor. Esses fatores foram os principais motivos influenciadores no crescimento econômico de Ouvidor de 1998 a 2007. (COPEBRÁS, 2009).

No âmbito da arrecadação municipal, Teixeira e Mendes (2007, p. 10) afirmam que "de acordo com o Departamento Financeiro da Administração Municipal no ano de 2005, a renda média foi de R$ 999.266,00 mensais". Portanto, a arrecadação municipal de Ouvidor é alta em comparação aos demais municípios da microrregião de Catalão, com exceção de Catalão e Ipameri.

Associado ao crescimento da produção industrial e do próprio comércio e serviços, a arrecadação de impostos também aumenta. Em Ouvidor, no período compreendido de 2000 a 2004, conforme aponta a tabela 4, nota-se algumas oscilações na arrecadação de ICMS. De 2001 (R$ 611.000,00) para 2002 (R$ 407.000,00), há uma queda de aproximadamente 33,2%. (SEPLAN, 2010a).

De 2002 a 2003, há uma recuperação cuja arrecadação total passou de R$ 407.000,00 para R$ 543.000,00. O acréscimo foi por volta de 33,5%, mas esta não atinge os patamares alcançados em 2001, de R$ 611.000,00. A arrecadação de ICMS só é recuperada em 2004, quando o município apresenta índices superiores ao de 2001. Nota-se que, no intervalo de 1999 (R$ 261.000,00) a 2009 (R$ 1.809.000,00), a arrecadação de ICMS em Ouvidor cresceu sistematicamente, atingindo um aumento de aproximado de 600%. (SEPLAN, 2010a).

O município de Goiandira faz uma trajetória importante, saindo da menor renda *per capita* anual no ano de 1999, entre os seis municípios analisados, com o registro de R$ 3.403,53 por morador para alçar R$ 7.438,78, ficando atrás somente de Ouvidor, em 2007.

Nos anos de 2001, 2002 e 2003, a renda *per capita* anual registrou um crescimento considerável, passando de R$ 3.769,85 para R$ 4.783,87 e, posteriormente, para R$ 5.657,33. (SEPLAN, 2010c). Conforme já mencionado anteriormente, esse crescimento talvez se deva à contribuição direta da MMCB e ao seu processo de expansão.

A cidade tinha, em 2007, 12 estabelecimentos industriais e 51 estabelecimentos de comércio varejista, que geraram 399 empregos formais. (SEPLAN, 2010c). Porém, Melo (2008, p. 320) aponta, em trabalho de campo realizado em Goiandira, em 11 de agosto de 2006, a existência de 11 estabelecimentos industriais e 63 estabelecimentos comerciais varejistas de diversos tipos, divergindo dos dados apontados pela Secretaria Estadual de Planejamento (SEPLAN).

Isso pode ocorrer porque a SEPLAN usa dados da Junta Comercial do Estado de Goiás (JUCEG) e da Secretaria Estadual de Fazenda (SEFAZ) para levantar os estabelecimentos industriais e comerciais nos municípios goianos, isto é, aqueles que estão cadastrados formalmente junto ao município e estado, porém podem existir alguns atuando na informalidade e estes foram cadastrados por Melo (2008). A divergência do quantitativo de estabelecimentos comerciais existentes em Goiandira não significa necessariamente que se tenha fechado 11 estabelecimentos de agosto de 2006 a dezembro de 2007.

Observa-se que, no cômputo geral do PIB do ano de 2002, o setor que mais contribuía com a geração de riquezas era o terciário (R$ 13 milhões, 546 mil), abrangendo as áreas de serviços, comércio e setor público, permanecendo assim até 2006. (SEPLAN, 2010c).

De todos os municípios referendados na tabela 3, o que menos cresceu em termos de geração de emprego foi Nova Aurora, que saltou de 191 empregados formais, em 1998, para 259, em 2008. Conforme os dados da tabela 2, em 2002, o município possuía uma renda *per capita* anual média de R$ 5.465,97, cuja renda mensal era em torno de R$ 455,49 e passou para R$ 6.534,18 no ano de 2006, isto é, cerca de R$ 544,51 por mês. (SEPLAN, 2010d).

O município apresenta comércio e agropecuária fraca e a prefeitura municipal é a principal empregadora. Contando com apenas quatro estabelecimentos industriais (uma fábrica de aguardente, um laticínio e outros) e os 28 estabelecimentos comerciais, acaba empregando pouco. (SEPLAN, 2010d).

Já o município de Anhanguera apresenta um decréscimo na geração de empregos, no ano de 1999, de 151 empregados formais para 145 em 2008. Porém, o saldo máximo de empregos registrado foi no ano de 2002, com 198 empregados. Anhanguera, conforme aponta a tabela 4, apresenta a menor arrecadação de ICMS no intervalo compreendido entre 1999 e 2009, sobrepondo ao município de Três Ranchos somente no ano de 2002 e igualando em valores recolhidos em 2006. (SEPLAN, 2010e).

Ainda de acordo com a tabela 3, o município de Cumari gerava, em 1998, 268 empregos formais e passa a ter, em 2008, 314 empregados formais, segundo a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS). Nota-se que, nesse intervalo de quase 10 anos, o surgimento de novas vagas de trabalho é bastante limitado, registrando um crescimento próximo a 17%. (SEPLAN, 2010b).

Os dados disponíveis na tabela 2 apontam que a renda *per capita* anual dos cumarinos, em 2006, foi de R$ 6.701,15. Ao longo do período de 1999 a 2006, observa-se que existe um aumento na oferta de empregos formais e em outras uma queda. O município, no geral, dispõe de poucas oportunidades de trabalho, devido ao fato de a economia estar baseada, principalmente, na atividade agropecuária, no comércio e serviços existentes, considerando que, em junho de 2007, a cidade tinha apenas dois estabelecimentos industriais e 24 estabelecimentos comerciais varejistas. (SEPLAN, 2010b).

O município de Davinópolis apresenta algumas anormalidades na geração de emprego entre os anos de 1999 e 2008. De 2000 a 2002, a cidade manteve o número de empregos,

tendo um crescimento no ano de 2003 (219 empregos) em relação a 2002 (139 empregos) de 58%. (SEPLAN, 2010i).

Outra anomalia verifica-se no ano de 2004, em que registrou-se apenas 78 empregos formais, com uma queda brusca em relação a 2003 de 64%. Nos anos subsequentes, o índice de empregos formais sofre aumento de 177%. Em 2001, foi autorizada pela Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) a construção da Usina Hidrelétrica Serra do Facão Energia S.A.[101] no município, que, posteriormente, foi interditada judicialmente, sendo autorizada definitivamente sua construção no ano de 2007, iniciando a produção comercial de energia em 2010. (SEFAC, 2010).

A construção dessa usina movimentou a geração de empregos no município, devido à instalação de empreiteiras que demandaram grandes levas de trabalhadores, cuja maioria era proveniente de outras regiões do país. Porém, os dados da tabela 3 não permitem avaliar, se com o findar das obras o município, teve decréscimo no número de empregos formais de 2009 para 2010.

Acompanhando a elevação no número de empregos formais e da renda *per capita* em Davinópolis, nota-se que esses índices também passam por oscilações. A última teve um crescimento significativo de 2006 para 2007, registrando aproximadamente 22,5%. (SEPLAN, 2010i). Esse aumento é atribuído ao início das obras da Usina supracitada, pois em anos anteriores, o crescimento percentual ficou praticamente estagnado. A subida da renda *per capita* está associada ao aumento do PIB e também à elevação da remuneração salarial dos trabalhadores locais.

Contudo, as influências diretas e indiretas da MMCB sobre a microrregião de Catalão começaram a ser delineadas neste capítulo, entretanto, serão mais profundadas no próximo

[101] A Usina Hidrelétrica Serra do Facão está implantada no Rio São Marcos, no Estado de Goiás. Localizada entre os municípios de Catalão e Davinópolis, foram cerca de R$ 800 milhões em investimentos com a criação de 4.800 empregos, entre diretos e indiretos, e geração de 210 megawatts de energia, capacidade suficiente para atender a uma cidade com 1,2 milhão de habitantes. (SEFAC, 2010).

tópico, através das análises sobre a dinâmica espacial e também das possíveis transformações socioeconômicas destas pequenas cidades, proporcianadas pela MMCB.

5.3 Os negócios da MMC Automotores do Brasil S.A. e suas repercussões socioespaciais na microrregião de Catalão

Considerando as poucas potencialidades empregatícias de Cumari, Goiandira e Nova Aurora, conforme abordado anteriormente, a MMCB torna-se um empregador potencial, mesmo estando sediada em Catalão e no cômputo geral da geração de empregos. Porém, vale esclarecer que as novas vagas de empregos abertas são somadas ao município de Catalão e não ao município de residência do funcionário.

Se a geração de empregos é contabilizada para Catalão, pelo menos uma parte da renda dos funcionários fica em seus municípios de residência. Outra parte é gasta no comércio de catalano devido à sua diversidade. Assim sendo, é cultural o fato de os moradores das cidades circunvizinhas deslocarem até Catalão para realizar compras alimentícias, de roupas e confecções, eletrodomésticos, tratamentos médicos e odontológicos etc.

A respeito disso, recorre-se novamente a Melo (2008), que desenvolveu sua tese de doutoramento sobre as pequenas cidades da microrregião de Catalão, sendo, portanto, o único referencial que faz essa abordagem sobre a área. A autora fez a seguinte constatação:

> Das pessoas entrevistadas em Cumari, Davinópolis e Goiandira, mais de 60 % responderam não encontrar, na cidade onde residem, os produtos e serviços que necessitam cotidianamente. Somente em Nova Aurora não se obtiveram índices parecidos, pois cerca de 57,14 % das pessoas consultadas afirmaram encontrar, na cidade, os produtos e serviços de que necessitam [...].Um dos aspectos que justificam esta posição, tendo em vista os dados do tipo e do número de estabelecimentos existentes nessa cidade, é que muitos dos comércios da cidade atendem seus clientes por meio de encomendas, para o caso dos produtos que não dispõem localmente. Ressalta-se que essa situação descrita serve, sobretudo àqueles moradores que não usufruem boa condição de mobilidade. Ainda assim, cerca de 81

> % dos entrevistados indicaram se deslocarem a outros centros para adquirir bens e serviços. (MELO, 2008, p. 323).

Com base nessa informação, é possível vislumbrar a existência de fatores que influenciam os moradores a recorrerem a outras localidades em busca de produtos e mercadorias para suprir suas necessidades. No caso das cidades de Cumari, Davinópolis, Goiandira e Nova Aurora, a cidade eleita como preferencial é Catalão.

No caso de Ouvidor, constatou-se uma realidade um pouco diferenciada, "cerca de 56,76 % dos entrevistados informaram que encontram na cidade os produtos e serviços" que necessitam cotidianamente. (MELO, 2008, p. 338). Entretanto, "97,22%" dos entrevistados afirmaram recorrer a Catalão para ter acesso a bens e serviços diversos, mesmo que alguns sejam ofertados na cidade. (MELO, 2008, p. 338).

Entre os fatores que justificam o deslocamento dos moradores das cidades circunvizinhas para Catalão em busca de suprir suas necessidades cotidianas, estão o fraco desenvolvimento do comércio local e os poucos tipos de serviços ofertados nos locais referendados, que não atendem a contento os seus clientes, sendo preciso buscar alternativas em outros locais. Os moradores, preferencialmente, se dirigem a Catalão devido à proximidade, às condições viáveis de mobilidade e à diversidade comercial e de serviços.

A confirmação do deslocamento populacional das cidades circunvizinhas para ter acesso a bens e serviços, os poucos estabelecimentos industriais, de comércio e serviços existentes podem ser comprovados através dos dados do ICMS de cada município em análise (tabela 4), que reflete a realidade relatada pelos entrevistados.

Além de a montadora possibilitar a renda para sobrevivência das famílias de seus funcionários, oferece planos de saúde e cartão alimentação, que podem ser usados em alguns estabelecimentos comerciais locais, assim como em Catalão, por possuir uma maior diversidade de comércio que o recebem. Além disso, ser funcionário de uma montadora, para

um morador de uma pequena cidade, é significado de *status* social e financeiro, pois sua renda mensal, geralmente, é superior a dos trabalhadores locais.

A respeito disso, de certa forma, o complexo automotivo da MMCB contribui para o aumento de fluxo de capitais nas cidades de Ouvidor, Cumari, Goiandira e Nova Aurora, através da disponibilização dos cartões Valecard a seus funcionários que podem ser usados em alguns comércios locais. Envolta nesse contexto, cabe frisar que a MMCB não é o único e nem o principal fator contribuinte para que a dinâmica dessas cidades seja alterada. O caso de Três Ranchos, por ser uma cidade turística, apresenta uma vitalidade própria. Em Anhanguera, a pequena quantidade de funcionários não interfere praticamente em nada nas atividades empreendidas.

O convênio da Valecard com a MMCB começou com a disponibilização do cartão alimentação para os funcionários fazer uso através de operações de crédito em supermercados, mercearias, panificadoras, frutarias e sacolões hortifrutigranjeiros. O cartão alimentação, inicialmente, possuía um valor mensal fixado em R$ 80,00 que, após negociações sindicais, subiu para 100,00. O valor atual é de 120,00, conforme acordo coletivo entre o Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e Material Elétrico de Catalão/Goiás (SIMECAT) e as empresas MMCB, RCM Indústria e Comércio Ltda. e Weldmatic Automotive Ltda., firmado em 01 de novembro de 2009.

O convênio para o cartão farmácia foi firmado em abril de 2009. De 1997 a maio de 2009, a MMCB mantinha convênio exclusivamente com duas farmácias de Catalão (Farmácia Drogamil e Farmácia São Francisco)[102] para o fornecimento de medicamentos aos funcionários através de desconto em folha de pagamento. As duas farmácias realizavam as vendas através de notinhas (espécie de nota promissória) em nome do funcionário e o valor

[102] Após inúmeras tentativas, o proprietário se recusou a dar entrevista falando sobre a parceria realizada com a MMCB, sem uma justificativa plausível e convincente, alegando falta de tempo.

era enviado à MMCB e descontado em folha. No mês de maio, todo funcionário passou a receber o cartão farmácia cujo valor mensal é de R$ 150,00.

No cartão alimentação, o funcionário que não utilizar o crédito disponível do mês vigente, o mesmo fica acumulado para os meses subsequentes. No caso do cartão farmácia, é descontado na folha de pagamento apenas o que é consumido, isto é, comprado nas farmácias conveniadas.

Como forma de ilustrar o que a MMCB, através do convênio com a Valecard, contribui e influencia no aumento dos fluxos de capitais, mercadorias e consumo nas cidades de Anhanguera, Cumari, Goiandira, Nova Aurora, Ouvidor e Três Ranchos, o quadro 15 relaciona os estabelecimentos que recebem os cartões da referida operadora de crédito.

Cidade	Estabelecimentos Comerciais	Tipo de Cartão
Anhanguera	*	---
Cumari	Frutaria do Altair; Mercearia e Frutaria Cumari**	Bônus/Alimentação/ Convênio
Davinópolis	*	---
Goiandira	Carnes e Mercearia Marques; Mercearia Peixoto; Mercearia Pacheco; Mercearia Cinco Irmãos; Supermercado Central; Supermercado Goiandira; Supermercado Peixotão; Armazém Gonçalves; Posto M E M; Farmácia Bom Jesus e Farmácia São Judas Tadeu.	Bônus/Alimentação/ Convênio/ Gestão de Frota/Combustível/ Farmácia
Nova Aurora	Casa Goiana.	Bônus/Alimentação/ Convênio
Ouvidor	Mercearia JK; Mercearia Ribeiro; Mercearia Torquato; Super Panificadora Ki-delícia; Supermercado Ouvidor; Supermercado Souza; Supermercado Aires; Satélite Supermercado, Farmácia Santa Terezinha e Farmácia Nossa Senhora do Rosário.	Bônus/Alimentação Convênio/Farmácia
Três Ranchos	Supermercado Lago Azul; Supermercado Três Irmãos; Empório Siqueira e Farmácia São Pedro.	Alimentação

Quadro 15 - Estabelecimentos Comerciais Conveniados a Valecard em Cumari, Goiandira, Nova Aurora, Ouvidor e Três Ranchos (2010).

Fonte: Valecard (2009, 2010). Org. SILVA, M. V. da. 2010.

*Os municípios de Anhanguera e Davinópolis não possuem estabelecimentos credenciados a Valecard.
** Antiga Mercearia e Açougue do Dedi.

Com referência ao quadro 15, observa-se que todas essas cidades possuem comércios que aceitam os cartões da Valecard, com exceções de Anhanguera e Davinópolis. Porém, algumas têm mais estabelecimentos e outras menos. Nota-se que em Ouvidor há uma diversificação nos tipos de estabelecimentos, sendo duas farmácias, uma panificadora, três mercearias e quatro supermercados. Na cidade de Goiandira, são oito estabelecimentos ligados ao setor alimentício, duas farmácias e um posto de combustível[103] (ver fotos 12 e 13).

Na cidade de Cumari, conforme ilustra o quadro 15, são dois estabelecimentos (uma frutaria e uma mercearia com frutaria - foto 14) e, em Nova Aurora, somente uma mercearia.

Foto 12 - Mercearia Cinco Irmãos em Goiandira, um dos estabelecimentos comerciais credenciados à Valecard. (12 set. 2010).

Autora: SILVA, M. V. da. Set. 2010.

[103] Somente os cartões Combustível e Gestão de Frota podem ser usados em postos de combustíveis. Porém, a MMCB não possui convênio para estes tipos de cartões.

Foto 13 - Uma das Farmácias em Goiandira credenciadas à Valecard. (12 set. 2010).

Autora: SILVA, M. V. da. Set. 2010.

Foto 14 - Vista frontal de mercearia com frutaria credenciada à Valecard na cidade de Cumari/GO. (12 set. 2010).

Autora: SILVA, M. V. da. Set. 2010.

Faz-se mister dizer que, de 2009, quando foi realizado o primeiro levantamento, houve aumento no número de estabelecimentos comerciais credenciados para 2010 nas cidades de Goiandira, Ouvidor e Três Ranchos.

A Casa Goiana (foto 15) é um estabelecimento comercial tradicional na cidade de Nova Aurora, um dos mais antigos, além de ser ponto de referência para os moradores, devido à diversidade de produtos que tem para oferecer aos clientes. É o único estabelecimento comercial credenciado à Valecard.

Foto 15 - Vista da fachada da Casa Goiana, único estabelecimento comercial credenciado a Valecard em Nova Aurora/GO. (10 out. 2009).

Autora: SILVA, M. V. da. Out. 2009.

Nas fotos 16 e 17, observa-se que, apesar de a Casa Goiana ser de pequeno porte, comercializa diversos tipos de produtos, como vestuários, eletrodomésticos, gás, utensílios domésticos, produtos alimentícios e de limpeza, entre outros. Portanto, a Casa Goiana é um misto de loja de vestuário e de cama, mesa e banho, associado a um supermercado e depósito de gás. Seria, em outras palavras, uma miniatura de hipermercado, onde se procura ter de tudo para agradar o cliente.

Foto 16 - Vista interna da Casa Goiana em Nova Aurora/GO. (10 out. 2009).

Autora: SILVA, M. V. da. Out. 2009.

Foto 17 - Vista interna da Casa Goiana em Nova Aurora/GO e a diversificação de produtos ofertados. (10 out. 2009).

Autora: SILVA, M. V. da. Out. 2009.

O gerente do referido estabelecimento comercial, Senhor Carlos Eduardo Pimenta Carneiro[104], informou que o sistema Valecard existe no comércio desde 2007, sendo utilizado no momento, exclusivamente, pelos funcionários da montadora e tem possibilitado uma maior movimentação financeira para sua empresa. Questionado se a MMCB é importante para Nova Aurora, ele disse:

> É importante pela necessidade de empregos né, por que aqui como é uma cidade pequena o nível de emprego é baixo, só a Prefeitura ou se não na zona rural. Aqui dentro da cidade mesmo gera pouco empregos. E a Mitsubishi implantando o ônibus pra cá, melhora muito para a cidade, contribuindo tanto com o financeiro como para a cidade de modo geral.

Dessa forma, constata-se que a montadora exerce influências do ponto de vista econômico por meio da circulação de mercadorias e capitais na cidade, mesmo que a maior parte dos salários e benefícios dos funcionários, que residem em Nova Aurora, seja direcionada a Catalão. A cidade acaba usufruindo também de uma pequena parte desses recursos.

Na cidade Três Ranchos, cuja atividade principal é o turismo, possui três supermercados credenciados a Valecard (cartão alimentação) e uma farmácia, que recebe o cartão farmácia. Possivelmente, a implantação do sistema Valecard nos estabelecimentos comerciais do setor alimentício não se deve apenas ao fato de os funcionários da montadora em questão residir na cidade, mas sim devido ao grande fluxo de turistas provenientes de diversas cidades do país, levando os comércios a receberem vários tipos de cartões de crédito, débitos e convênios. Já o caso do credenciamento da Farmácia São Pedro (foto 18) deve-se a presença de funcionários da montadora na cidade, tendo em vista que outras empresas da microrregião de Catalão não firmaram convênio com a Valecard para esse tipo de cartão.

---

[104] Entrevista concedida no dia 10 de outubro de 2009, na sede da Casa Goiana em Nova Aurora/GO.

Foto 18 - Farmácia São Pedro em Três Ranchos, a única credenciada à Valecard, 2010.

Fonte: Portal Três Ranchos (2010).

A foto 19 apresenta um dos supermercados, sendo um dos maiores, credenciados à referida operadora de crédito.

Nas cidades de Cumari, Nova Aurora e Três Ranchos, todos os estabelecimentos credenciados estão ligados ao setor alimentício. Dessa forma, os poucos funcionários residentes na cidade deslocam-se até Cumari ou Goiandira e/ou ainda até Catalão para usar seus R$ 120,00 do cartão alimentação. Já o uso do cartão farmácia é exclusivamente em Catalão.

Foto 19 - Vista frontal do Supermercado Empório Siqueira em Três Ranchos, onde se encontra uma grande variedade de produtos, 2010.

Fonte: Portal Três Ranchos (2010).

Tendo em vista que esses moradores trabalham em Catalão e moram nessas pequenas cidades, uma parte de seus salários retorna aos municípios de origem, incrementando o comércio e a economia locais. Com referência a essa questão, realizaram-se pesquisas junto aos funcionários entrevistados e residentes em Ouvidor e em Nova Aurora, questionando que percentual de seus salários são gastos em sua cidade.

Devido à perspectiva qualitativa da pesquisa realizada nas cidades de Anhanguera, Cumari, Goiandira, Nova Aurora e Ouvidor, os dados obtidos através de depoimentos nas entrevistas (Anexo 15) não serão representados estaticamente em percentuais, porém, as análises apontam para as ligações, conexões e processos inerentes à relação MMCB e cidades circunvizinhas a Catalão.

Ressalta-se que os resultados qualitativos obtidos em Goiandira e Ouvidor podem sofrer variações, considerando que o total de entrevistados (8 e 4) é baixo em comparação ao total de funcionários existente nas cidades (cerca de 200).

Analisando o conjunto de respostas obtidas das perguntas constantes no Anexo 15, verifica-se que, na cidade de Ouvidor, mais da metade dos funcionários entrevistados gasta

cerca de maior parte de seus salários no comércio de Ouvidor e o restante é consumido em Catalão, principalmente, na compra de eletrodomésticos, eletrônicos e alimentos mais refinados, como o corte de carnes nobres. A minoria dos entrevistados afirma que a maior parte de seus ganhos mensais é gasta no comércio catalano e o restante no comércio ouvidorense; e apenas um dos funcionários entrevistado afirmou que divide igualmente o gasto de seus salários no comércio de Ouvidor e de Catalão. (PESQUISA DE CAMPO, 2010a).

No cômputo geral, a maior parte dos funcionários entrevistados gasta acima de 50% de seus rendimentos mensais em Ouvidor e a minoria consome em Catalão. (PESQUISA DE CAMPO, 2010a).

A pesquisa realizada com os funcionários da MMCB residentes na cidade de Nova Aurora apresentou uma singularidade, pois todos afirmaram que gastam a maior parte de seus salários no comércio catalano, sendo que a menor parte fica no comércio local, como em padarias, frutarias, depósitos de gás, em alguns casos, na farmácia. (PESQUISA DE CAMPO, 2010a). Eles informaram que gastam maior parte de seus salários em Catalão, por que a cidade possui melhor infraestrutura em tipos de estabelecimentos comerciais e com preços mais acessíveis.

Em Anhanguera, o único entrevistado afirmou que cerca da maior parte de seus salários é gasta nos comércios de Catalão, principalmente, na compra de gêneros alimentícios e medicamentos, pois, além de sua cidade apresentar poucas opções comerciais, os produtos são mais caros. Dessa forma, o restante é gasto com açougue, frutaria, alguns alimentos e bebidas, gás e lazer em Anhanguera. (PESQUISA DE CAMPO, 2010b).

Dos funcionários entrevistados em Cumari, detecta-se que a maioria divide igualmente seus salários entre Catalão e Cumari. Os gastos em Cumari referem-se à compra de alimentos, gás e outros em estabelecimentos locais, inclusive com o uso do cartão alimentação, já os em

Catalão é referente à aquisição de roupas, calçados, medicamentos e entretenimento. Em situação contrária, a menor parte dos entrevistados apontou que usa a maior parte de seus salários em Catalão e menor na cidade de residência. Em Cumari, usam também o cartão alimentação para realização de compras alimentícias, ao afirmarem que os comércios locais possuem produtos necessários a sobrevivência da família. Já em Catalão, gastam com vestuários, medicamentos, lazer, entre outros, devido ao fato de a cidade de residência não possuir farmácias credenciadas à Valecard e inexistência de infraestrutura de lojas de cama, mesa e banho e de vestuários. (PESQUISA DE CAMPO, 2010c).

A pesquisa de campo em Goiandira revela que maioria dos funcionários entrevistados afirmou que gastam a maior parte de seus salários em Catalão, e a menor parte disse dividir igualmente o consumo entre Catalão e o local de residência. Tal situação persiste quando se refere ao uso do cartão alimentação e o cartão farmácia, sendo que maior parte usam-nos em Catalão. E uma minoria dos entrevistados disse usar os dois cartões localmente, pois deixam com os filhos enquanto trabalham e também em casos de emergência. (PESQUISA DE CAMPO, 2010d).

Todavia, Melo (2008, p. 319) aponta que a cultura dos goiandirenses é de recorrer ao comércio em Catalão para suprir suas necessidades:

> No entanto, vale ressaltar que os moradores de Goiandira, em geral, efetuam suas compras – sobretudo, de produtos para o consumo, ao longo do mês, e bens duráveis, em geral – no comércio de Catalão. Restringem-se mais, ao mercado local, as pessoas com os menores rendimentos e que fazem compras a prazo, visto que o conhecimento pessoal torna as transações comerciais facilitadas.

A facilidade de acesso, meios de transporte próprio, a rapidez com que se executa o percurso entre as duas cidades, a variedade de estabelecimentos comerciais, vantagens nos preços e a dinâmica que Catalão apresenta, são fatores atrativos para os goiandirenses.

Constata-se também que a maioria dos funcionários de Nova Aurora usa o cartão alimentação em Catalão, com poucas exceções no comércio local. Já no caso de Ouvidor, a

maioria dos funcionários afirma que usa seus cartões no comércio local, tanto nos supermercados e mercearias quanto nas farmácias. Porém, o funcionário C. C. de A.[105] disse que compra medicamentos em Catalão, pois acostumou com a farmácia desde a época da compra via notinha e, posteriormente, com desconto em folha.

Contudo, verifica-se em Cumari situação semelhante à de Ouvidor, em que a maioria das pessoas usa seus cartões alimentação nos comércios locais, exclusivamente em mercearias e frutarias. Já em Anhanguera, Goiandira e Nova Aurora, a situação é oposta: os entrevistados usam mais seus cartões alimentação em Catalão.

Considerando o dinamismo econômico que se desenvolve nas cidades onde se fez pesquisas de campo (Cumari, Goiandira, Ouvidor e Nova Aurora), é notável que os estabelecimentos locais vão se adaptando às novidades que vão chegando. Nesse caso, o uso de cartões de operações a créditos, pouco comum em cidades pequenas como essas, torna-se corriqueiro.

Em termos infraestruturais, os comércios vão modernizando suas fachadas e melhorando seus prédios, vão refinando a organização na exposição de produtos, ampliam a diversidade destes etc. Em alguns supermercados de Ouvidor, como é o caso do Supermercado Ouvidor (foto 20) e do Supermercado Aires, foi possível observar que possuem variedade de produtos alimentícios, de higiene e utensílios em geral.

[105] Funcionário da MMCB, residente na cidade de Ouvidor. Entrevista concedida no dia 23 de janeiro de 2010, nesta cidade.

Foto 20 - Ouvidor/GO: supermercado credenciado à Valecard, 2008.

Fonte: Melo (2008, p. 335)

No caso de Ouvidor, essa informação se confirma, pois todos os funcionários entrevistados afirmaram unanimemente usarem seus cartões alimentação no comércio local, isto é, nos supermercados credenciados à Valecard. (PESQUISA DE CAMPO, 2010a).

Constata-se que essa seja uma tendência dos demais funcionários residentes na cidade, devido ao fato de ter supermercados e mercearias com uma boa variedade de produtos alimentícios e de limpeza, utensílios domésticos, entre outros.

Além do uso dos cartões da Valecard pelos comércios locais das citadas cidades, vão sendo criadas, aos poucos, outras infraestruturas que podem estar direta e indiretamente ligadas ao caso da MMCB, como é o caso da implantação pela unidade regional da Unimed Catalão[106] de um Posto de Atendimento Avançado em Goiandira no ano de 2007.

[106] Convênio médico adotado pela MMCB para atender a seus funcionários.

Com o aumento de usuários do plano de saúde da Unimed nas cidades de Anhanguera, Goiandira, Nova Aurora e Cumari (cidades próximas a Goiandira), houve a necessidade da instalação desse posto para proporcionar um melhor atendimento aos usuários que antes precisavam recorrer a Catalão para resolver questões como: emissão de guias para consultas médicas e para exames laboratoriais. Porém, acredita-se que devido à baixa demanda, o posto foi fechado em 2010.

O plano de saúde Unimed é usado exclusivamente em Catalão, pois nas cidades apontadas em que residem funcionários da MMCB, não há hospital, médicos, clínicas e nem laboratórios credenciados. As cidades de Ouvidor, Goiandira e Cumari têm hospitais municipais que oferecem atendimento médico e procedimentos básicos, porém, os casos mais graves e complexos são encaminhados a Catalão.

As cidades de Ouvidor, Goiandira e Três Ranchos possuem farmácias credenciadas à Valecard. A maioria dos funcionários entrevistados de Ouvidor usa os cartões na aquisição de medicamentos para si próprio e para familiares nas farmácias locais e uma minoria dos entrevistados de Goiandira disse usar o cartão nas farmácias. (PESQUISA DE CAMPO, 2010a, 2010d).

Os municípios de Anhanguera, Cumari, Davinópolis e Nova Aurora não possuem farmácias conveniadas a Valecard. No caso dos moradores de Anhanguera, Cumari, Nova Aurora ou usam nas farmácias de Goiandira, devido a proximidade geográfica com esta e/ou em Catalão. A maior parte dos funcionários residentes em Cumari afirma que não usa seus cartões farmácia em Goiandira e sim, exclusivamente, em Catalão. Um dos entrevistados informou que nunca usou o cartão farmácia. (PESQUISA DE CAMPO, 2010c).

Já aos funcionários de Davinópolis, obrigatoriamente, resta-lhes a opção por Catalão. Quando necessitam de medicamentos, as farmácias fazem entregas aos funcionários em seu

horário de expediente na montadora, bastando eles ligarem e ceder o número do cartão para o débito em folha.

Concernente aos postos de autoatendimento do Banco Real[107] sediados nas cidades de Ouvidor e Goiandira, nota-se que ambos estão munidos apenas de caixas eletrônicos, não dispondo de funcionários para atendimento personalizado (foto 21).

Foto 21 - Posto de Autoatendimento do Banco Real com dois caixas eletrônicos em Goiandira/GO. (12 set. 2010).

Autora: SILVA, M. V. da. Set. 2010.

Apesar da agência bancária não confirmar[108], certamente, a instalação desses postos é para atender as necessidades dos funcionários da MMCB que residem nestas e noutras cidades próximas e que possuem suas contas bancárias nessa instituição financeira.

[107] O Banco Real instalou uma agência em Catalão no ano de 2006. Especula-se se a abertura deve-se a um acordo com a MMCB. Portanto, não há nada de concreto nestas informações. Porém, a montadora transferiu suas contas bancárias de outra instituição para a recém-chegada. Até agosto de 2010, a montadora mantém as contas salários dos funcionários na agência do Banco Real de Catalão. Mas, após venda de parte da montadora para o BGT Pactual, iniciou-se negociações de transferência das contas para a agência local do Banco Itaú/Unibanco, fato que até o momento não se concretizou.

Refletindo sob o ponto de vista geográfico, pensa-se que os postos de autoatendimento do Banco Real em Ouvidor, assim como em Goiandira, estão localizados em municípios estratégicos, possibilitando um maior atendimento aos funcionários residentes nas cidades circunvizinhas a Catalão. O posto de autoatendimento de Goiandira pode atender os funcionários residentes nesta cidade, os de Cumari, que estão distante a 15 km, os residentes em Nova Aurora também a 15 km e os de Anhanguera que distam a 25 Km de Goiandira. Acredita-se que o Posto de Atendimento Avançado da Unimed em Goiandira siga essa mesma estratégia geográfica e locacional.

Portanto, os funcionários residentes em Ouvidor, Três Ranchos, Goiandira, Cumari, Nova Aurora e Anhanguera poderão realizar transações financeiras sem a necessidade de deslocar até Catalão, sede da única agência da microrregião de Catalão, pois os funcionários residentes em Três Ranchos podem se deslocar até Ouvidor, já os de Cumari, Anhanguera e Nova Aurora têm como alternativa o posto de autoatendimento em Goiandira.

Perguntou-se ao funcionário da MMCB, o Senhor C. C. de A., se os caixas eletrônicos não dão nenhum problema ou se falta dinheiro para saques. Ele afirmou que “desde que moro aqui tem uns dois anos, nunca enfrentei isso, sempre que precisei de dinheiro ou pagar contas o caixa tá funcionando”. (PESQUISA DE CAMPO, 2010a).

Os funcionários residentes em Cumari disseram que preferem usar o posto de autoatendimento de dentro do *Site* da montadora em Catalão e que, em casos esporádicos, usam o de Goiandira somente quando há alguma festividade na cidade. Já os funcionários de Goiandira afirmaram que usam o posto de autoatendimento com frequência. (PESQUISA DE CAMPO, 2010c, 2010d).

---

[108] Em tentativa de entrevista com a gerência local em busca destas e outras informações, a mesma informou que não obteve autorização da Assessoria Jurídica do Banco Real para falar das ações empreendidas em Catalão e região no passado e o plano de ações futuras por se tratar de questões estratégicas e sigilosas da instituição financeira.

Contudo, através de uma breve análise da influência, principalmente econômica, da MMCB sobre as cidades da microrregião de Catalão (Anhanguera, Cumari, Davinópolis, Goiandira, Nova Aurora, Ouvidor e Três Ranchos), constata-se que elas vêm sendo modificadas indireta e quiçá diretamente através de ações de segmentos relacionados à montadora.

Desse modo, pautado no crescimento da renda *per capita*, do setor terciário, do comércio, dos serviços e do aumento da arrecadação de ICMS, essas cidades cresceram em termos econômicos. Em outras palavras, isso significa que está havendo um maior fluxo de consumo por mercadorias nos estabelecimentos comerciais das cidades de Cumari e Ouvidor, pois, respectivamente, a maioria dos funcionários entrevistados disse consumir maior parte de seus salários nas cidades de residência. Porém, conforme as pesquisas de campo em Goiandira, Nova Aurora e Anhanguera, os resultados ilustram que a maior parte dos entrevistados ainda recorre a Catalão para satisfazer seus desejos e suprir suas necessidades.

Contudo, nota-se disparidades quanto ao local onde os funcionários gastam seus salários. Essas podem estar associadas ao perfil cultural do trabalhador, que opta por Catalão por uma questão de maior variedade de estabelecimentos comerciais para adquirir mercadorias e também por possui meio de transporte próprio que o permite realizar esse deslocamento.

As cidades, através dos agentes econômicos, têm buscado melhorar as infraestruturas existentes, se modernizando dentro das possibilidades de cada empresa e das condições culturais inerentes aos seus moradores.

Por outro lado, é imaturo afirmar que somente a MMCB, juntamente com seu conjunto de empresas que formam o setor automotivo em Catalão, contribui para o crescimento e desenvolvimento dessas pequenas cidades, apesar de buscarem mão-de-obra e gerarem empregos para as cidades de Anhanguera, Cumari, Davinópolis, Goiandira, Nova Aurora,

Ouvidor e Três Ranchos. Entretanto, há outros elementos contabilizados, mesmo que esporádicos, para que o número de empregados formais aumente pós-2002, como a construção de duas Pequenas Centrais Hidrelétricas: uma em Goiandira e outra em Nova Aurora[109], que também geraram empregos, especificamente, para Goiandira e Nova Aurora. (NEONERGIA S.A., 2010).

Ouvidor e Davinópolis fogem do perfil apresentado pelas três cidades citadas, isto é, apresentam algumas particularidades, como a ampliação de produção da Copebrás, a instalação da Sakura Alimentos, da Bonativa Cosméticos e o desenvolvimento do comércio local em Ouvidor. A construção da Usina Hidrelétrica Serra do Facão Energia S.A. favorece o município de Davinópolis.

Em contrapartida, o município de Anhanguera não apresenta nenhuma eventualidade ou novo estabelecimento comercial que oferte novas vagas de emprego em quantidade significativa.

Esboçadas tais questões, é possível afirmar que o setor automotivo da MMCB exerce algumas influências na economia das cidades de Anhanguera[110], Cumari, Davinópolis, Goiandira, Nova Aurora, Ouvidor, Três Ranchos muito mais que outros tipos de empreendimentos, como as usinas hidrelétricas e os estabelecimentos locais.

Essas se dão não apenas na geração de vagas trabalhistas ocupadas por seus moradores, com reflexos na renda *per capita*, mas também na criação de infraestruturas, como os postos de autoatendimentos do Banco Real em Goiandira e Ouvidor, Posto de Atendimento Avançado da Unimed em Goiandira, credenciamento de estabelecimentos comerciais ao sistema Valecard, o que impulsiona maiores fluxos de capitais e mercadorias nestas

---

[109] Segundo informações da Neonergia (2010), a empresa Neoenergia S.A. iniciou as obras das Pequenas Centrais Hidrelétricas (PCHs) em agosto de 2007, com previsão de término em dezembro de 2009. A capacidade de geração de energia da PCH de Goiandira é de 28 MW e a de Nova Aurora de 21 MW. O empreendimento será implantado através da subsidiária integral da Neoenergia, a empresa Goiás Sul.

[110] A influência neste município é um pouco diferenciada - de forma direta e indireta - pois a montadora emprega apenas três funcionários de Anhanguera, mas a Weldmatic Automotive Ltda. (empresa prestadora de serviços para MMCB) emprega cerca de 15 funcionários.

localidades. Em menos monta, a montadora influi na cidade de Davinópolis, principalmente, na geração de empregos para seus moradores.

A influência da montadora na escala regional denota um dos fatores que incrementa a consolidação de seu circuito espacial da produção. Dessa forma, seu circuito espacial passa de uma escala local para atuação regional a partir do momento em que a montadora passa a recorrer aos municípios circunvizinhos em busca, principalmente, de mão-de-obra para atuar na produção. Com base nos pressupostos de Carneiro e Sá (2005), esses municípios que suprem essa demanda assumem uma função importante dentro do contexto da divisão territorial do trabalho criada pelas atividades da montadora.

Porém, o fato de a montadora buscar esses trabalhadores nas cidades vizinhas a Catalão está associado à realidade destas pequenas cidades que não oferecem postos de trabalho suficientes para seus moradores, obrigando-os a buscarem empregos em Catalão. Como a montadora está sempre abrindo novas vagas, em função da rotatividade de trabalhadores, a falta de mão-de-obra disponível na cidade, entre outras questões, a conquista do emprego por moradores destas cidades não é tão difícil assim. Resumindo, a situação real é que a montadora necessita desses trabalhadores e estes, por sua vez, precisam das vagas proporcionadas pela empresa. Dessa forma, estabelece-se uma relação dialética entre as duas partes.

A relação da montadora com os municípios circunvizinhos em busca de mão-de-obra não perfaz somente nessa demanda. Ela se aprofunda através de outras relações indiretas, como: o incremento do comércio e dos serviços para atender as necessidades dos moradores destas pequenas cidades.

As cidades podem ser definidas como nós ou pontos, em que os fluxos de diferentes valores, intensidade e proveniência se encontram e sobrepõem, formando um espaço de

fluxos. Porém, as empresas assumem papel importante na formação deste espaço de fluxos, conforme afirma Santos (1994):

> O uso do território não é o mesmo para as diversas firmas. Os mesmos sistemas de engenharia são utilizados diferentemente e seletivamente. Na medida em que a força de mercado não é a mesma, a dimensão espacial de cada firma não é idêntica, variando com a capacidade de cada qual para transformar as massas produzidas em fluxos. Cada firma usa o território segundo sua força. (SANTOS, 1994, p. 128).

Se cada empresa usa o território de acordo com sua força, uma montadora tem o poder de usar, emitir e atrair fluxos não somente para a cidade onde está localizada, mas até para as circunvizinhas à sua sede. A MMCB e suas relações com as cidades da microrregião de Catalão confirmam esse processo, sem desconsiderar as interações históricas entre os municípios.

Contudo, o circuito espacial da produção, uma vez independente do segmento econômico em que se forma, possibilita e permite "uma maior flexibilidade da comunicação entre os lugares". (ARAÚJO; ELIAS, 2008, p. 3). Historicamente, Catalão já possui um relacionamento de influência sobre os municípios vizinhos e estes de dependência em relação a este, portanto, essa comunicação entre os lugares não acontece apenas em função da MMCB.

Portanto, não se pode negar que a montadora exerce influências na modificação da paisagem urbana e no direcionamento da economia nas cidades vizinhas, entretanto, ressalta-se que é uma transformação que vem sendo construída gradativa e lentamente. No entanto, esse papel pode ser alterado se houver uma maior oferta de vagas de trabalho para os moradores e/ou com a abertura de empresas nas cidades circunvizinhas que passem a fornecer insumos e produtos à montadora. Consequentemente, pode-se desencadear um maior fluxo de capitais que significa, em outras palavras, mais recursos financeiros disponíveis para consumo, assim como podem ser criadas novas demandas e novas infraestruturas no comércio e nos serviços destes municípios.

Essa é a situação que requer avaliações posteriores, pois é uma realidade ainda em construção, da qual não é possível tirar considerações permanentes, mas apontar caminhos de como o espaço urbano, a estrutura urbana, a economia, os costumes, os hábitos, o modo de vida dos moradores podem ser modificados, futuramente, em caso de uma maior influência da montadora nesses locais. A análise aponta que é um caminho a ser pesquisado e avaliado de forma mais pormenorizada em outros trabalhos.

Contudo, a MMCB também exerce grande influência na economia de Catalão em termos de geração de empregos, aumento da arrecadação de ICMS, circulação de bens materiais e imateriais, circulação de capitais locais, incremento no setor de comércio e serviços. Portanto, essa abordagem do circuito espacial da produção no âmbito local requer uma discussão particularizada que será realizada no próximo capítulo.

CAPÍTULO 6

IMPACTOS DO CIRCUITO ESPACIAL DA PRODUÇÃO DA MMC AUTOMOTORES DO BRASIL S.A. NO MUNICÍPIO DE CATALÃO/GO

De acordo com a perspectiva de que a atividade industrial é um fator de atração populacional, no contexto da cidade de Catalão, verificou-se que, após a instalação das grandes montadoras Mitsubishi Motors Corporation e John Deere, na década de 1990, houve um adensamento do núcleo urbano da cidade, além da conseqüente expansão das atividades ligadas ao terceiro setor, como o comércio e a educação, além de se observar um incremento populacional. (MARÇAL, 2008, p. 48).

CAPÍTULO 6 - IMPACTOS DO CIRCUITO ESPACIAL DA PRODUÇÃO DA MMC AUTOMOTORES DO BRASIL S.A. NO MUNICÍPIO DE CATALÃO/GO.

6.1 As relações da MMCB com os fornecedores e prestadores de serviços sediados em Catalão/GO

O âmbito das redes, principalmente aquelas relacionadas a grandes empresas, deve ser compreendido não apenas em suas manifestações locais e regionais, pois elas possuem uma dimensão de atuação global. Com base nessa questão principal, surgem dois questionamentos pertinentes: Como as redes interferem no local? E como o local se manifesta na era das redes?

Sobre essas duas questões, observa-se que há uma conectividade multiescalar entre local, regional/nacional e global, possibilitando uma visão dialética, tendo como referência a escala local (lugar), passando pela escala regional/nacional (território, estado, país,) até chegar a uma dimensão global (totalidade) e vice-versa.

No caso específico da MMCB, *a priori*, a empresa mantém uma relação em várias escalas com seus fornecedores, considerando que estes estão sediados em diversos locais do país, inclusive alguns no exterior. Para se ter uma análise mais acurada da dimensão da rede de fornecedores da montadora e avaliar em quais escalas a montadora tem atuação, recorre-se à pesquisa de campo realizada com os fornecedores, prestadores de serviços e empresas terceirizadas sediados em Catalão, inclusive as que estão dentro do *site* da montadora.

Conforme esclarecido no capítulo 4, a montadora ainda não se configura em condomínio industrial e nem em consórcio modular, pois os níveis de gerenciamento da linha de produção e organização da cadeia produtiva ainda são executados, exclusivamente, pela própria montadora, configurando-se em um *Site*. A MMCB possui apenas uma empresa

(Weldmatic Automotive Ltda.) que atua diretamente na linha de montagem; as demais empresas, mesmo que sediadas dentro do *Site*, ou são fornecedoras e/ou prestadoras de serviços, e não atuam diretamente na montagem dos veículos produzidos.

Dentre as empresas que se localizam dentro da estrutura física do *Site* da MMCB, estão: filiais da MVC Componentes Plásticos Ltda. e DuPont do Brasil S.A. (fornecedores), Weldmatic Automotive Ltda. (desconhece-se o tipo de relação), Restaurante Pronutri Refeições Coletivas, Tech-Fléx, Enteq Ltda, Kata Líder Comércio de Sucatas Ltda, RCM Indústria e Comécio e Prossegur (prestadoras de serviços).

Entre as empresas avaliadas, constatou-se que duas são fornecedoras de componentes e suprimentos, mas que recorrem a suas matrizes em outras localidades para realizar suas entregas e cumprir as cláusulas contratuais, sendo a MVC Componentes Plásticos Ltda. (fornecedora de componentes plásticos, como para-lamas, para-choques, protetores plásticos) e a DuPont do Brasil S.A. (fornecedora de tintas, solventes e produtos diversos para a linha de pintura automotiva).

Em relação à dimensão e importância para a cidade de Catalão, a MVC Componentes Plásticos Ltda.[111] é fornecedora da MMCB desde 1997, mas foi convidada pela montadora a se instalar na cidade em 2001. Para tal, obteve, junto ao Estado, redução de ICMS, através do Fundo de Participação e Fomento à Industrialização do Estado de Goiás (FOMENTAR)[112]. A filial em Catalão atende, exclusivamente, a montadora.

A MVC Componentes Plásticos Ltda. foi fundada pelo Grupo Marcopolo S.A em 1988. Atualmente, a empresa pertence aos grupos Artecola Termoplásticos (54% das ações) e Marcopolo S.A. (46%), cuja transação financeira foi concluída em setembro de 2008. A matriz localiza-se em São José dos Pinhais/PR, região metropolitana de Curitiba, possui duas filiais, sendo uma em Catalão/GO e outra em Monte Rey no México. A MVC usa o sistema

[111] A empresa está localizada dentro da área pertencente à Mitsubishi, isto é, uma das empresas que forma o site da MMCB em Catalão.
[112] O FOMENTAR foi criado pela Lei nº 9.489, de 19 de julho de 1984.

de vácuo *in forme* através de um processo de termo-formação de chapas plásticas em alta temperatura para a produção de componentes plásticos automotivos.

Como a filial da MVC Componentes Plásticos Ltda. em Catalão fornece somente para a MMCB, então os produtos são desenvolvidos exclusivamente para a montadora, como é o caso das peças/produtos plásticos geralmente de uso externo, como para-choques, para-lamas, revestimentos de teto, protetores de caçambas, chamados, no jargão automotivo, de produtos de aparências.

A respeito do desenvolvimento de produtos exclusivos por parte da MVC Componentes Plásticos Ltda. para a montadora, o Senhor Antônio Carlos de Souza Cabral, coordenador da fornecedora, ao ser questionado se esses produtos são desenvolvidos na filial local, afirmou que

> Exatamente, de dois anos pra cá nós temos a engenharia também aqui na MVC de Catalão, antes era só na matriz, hoje diante de qualquer oportunidade de desenvolvimento a gente consegue o produto desde a análise do desenho até a fabricação e desenvolvimento do ferramental [...]. A Mitsubishi nos faz uma proposta comercial acompanhada de um desenho e acompanhada de um documento técnico que nos dê a condição de analisar e desenvolver pra ela o produto. [...]. Pra cada lançamento de carro a Mitsubishi nos dá a oportunidade de desenvolver novos produtos.

Posto isso, nota-se que os ativos-chaves são coordenados pela unidade montadora, o que quer dizer que os produtos criados e, posteriormente, vendidos, foram projetados, desenvolvidos e adequados para atender suas necessidades. Dessa forma, conforme já afirmado, em alguns casos, a unidade montadora através de relações recíprocas, coordena a governança da cadeia produtiva à jusante da linha de montagem.

O caso da filial local da MVC Componentes Plásticos Ltda. comprova como ocorre essa relação, em que o fornecedor adapta-se às necessidades da montadora. No entanto, a montadora fica subordinada e dependente da capacidade tecnológica e de mão-de-obra do fornecedor para a produção de peças. Essa relação também é conhecida como produção de peças "*black-box"*. Segundo Mello (2006, p. 32), peças "*black-box*" se configuram quando:

> [...] o cliente especifica metas de custo e desempenho, formas exteriores, detalhes de interface, e o fornecedor fica responsável pelo detalhamento do projeto, ou seja, o desenvolvimento do componente é externalizado para o fornecedor, sendo este responsável pela execução. O uso de peças *black-box* permite aos clientes utilizar a capacidade e de mão de obra dos fornecedores, enquanto mantêm o controle da arquitetura do produto e das características básicas do projeto. Como o fornecedor se torna especialista em determinada tecnologia, beneficia-se de economias de escopo e em maior qualidade de projeto. Por outro lado, o fornecedor ganha maior poder de negociação, uma vez que o cliente passa a depender de sua capacidade tecnológica e pode haver o risco de disseminação da tecnologia entre competidores. (destaque da autora).

Como forma de minimizar o risco de ficar sem fornecedor de componentes plásticos externos, como para-choques, para-lamas, revestimentos de tetos e carrocerias, entende-se que a MMCB, devido à dependência dos produtos da MVC e com receio da perda do fornecedor por algum motivo, tratou de garantir a instalação de uma filial dentro do *Site* da montadora.

Dessa maneira, a montadora fixa contratos com vigência a longo prazo de, no mínimo, três anos e mantém uma relação próxima com a fornecedora. Inclusive, os 200 funcionários da MVC são transportados pela empresa Transduarte, que presta serviços à MMCB. Eles também fazem suas refeições diárias (café da manhã e almoço) no restaurante da MMCB (Restaurante Pronutri Refeições Coletivas), sem custo adicional com essas despesas. Possuem o cartão alimentação da Valecard no valor de R$ 80,00 mensais, podendo ser usado nos estabelecimentos comerciais locais e nas cidades da microrregião de Catalão.

No caso da DuPont do Brasil S.A., a empresa é fornecedora e prestadora de serviços desde abril de 2007, com todos os tipos de tintas automotivas, que vêm da matriz localizada em Guarulhos/SP. Reafirmando, essa empresa presta serviços, executa a supervisão dos serviços de pintura, o controle de abastecimento e estoque, o controle de resíduos e seu envio para incineração. A pintura em si é realizada pelos funcionários da montadora em dois turnos de trabalho, sendo um diurno (das 07:00 horas às 17:00 horas) e outro noturno (das 21:30

horas às 06:30 horas)[113]. Em janeiro de 2009, a empresa tomou a decisão de instalar uma filial no *Site* da MMCB, executando os mesmos serviços, porém, com faturamento local.

Para atrair a empresa, o Estado concedeu incentivos do FOMENTAR, cuja redução de ICMS caiu de 17% para 10%. Além disso, a empresa é uma das filiais que mais fatura, ocupando o sétimo lugar em geração de recursos financeiros para a matriz, segundo informações prestadas pelo Senhor Edivaldo Ferreira de Souza, supervisor de contas da filial DuPont do Brasil S.A. em Catalão.

Esta unidade possui apenas quatro funcionários altamente qualificados e uma empresa terceirizada (Tech-Flex) com 23 funcionários. Tal situação ocorreu porque, para a filial de Catalão contratar um funcionário, era necessário recorrer à matriz nos Estados Unidos para criar uma vaga. Então, como forma de desburocratizar, terceirizou-se a contratação de trabalhadores locais, passando a ser realizada pela Tech-Flex. Esta atua na preparação das tintas, sistema de manutenção e calibragem dos equipamentos usados na pintura dos veículos, como forma de resguardar uma pintura padronizada de alta qualidade.

A DuPont do Brasil S.A. possui tradição no setor de pintura automotiva, possuindo cinco filiais localizadas em *Sites* ou condomínios industriais das montadoras Volvo em Curitiba; Volkswagen em São José dos Pinhais, Ford em Camaçari e Ford em São Bernardo do Campo. No entanto, é fornecedora de tintas automotivas para todas as montadoras sediadas no Brasil, com exceção da Peugeot. Perguntado sobre o significado da parceria da Dupont com a MMCB, o Senhor Edivaldo Ferreira de Souza afirmou:

> Essa parceria vai muito além de fornecimento somente de tintas, essa conta aqui pra DuPont ela se chama dentro da nossa visão lá de conta corporativa, então nós não temos somente o interesse de vender tintas, nós queremos vender *teflon*, nós já vendemos o gás do ar condicionado, nós queremos vender filme protetivo para transporte, que seria o *tyvek*, então, pra DuPont essa parceria é excelente, é excelente, por que o volume de negócios que podemos ter aqui ainda é muito grande.

[113] O setor de pintura da MMCB é o único a trabalhar em dois turnos, devido o tipo de trabalho que é desenvolvido com diversas etapas e todas com rígido controle de qualidade.

Deve-se ressaltar que existem em Catalão apenas dois fornecedores, cujo fornecimento de produtos e componentes está voltado para atender às demandas da linha de produção, sendo a MVC Componentes Plásticos e a DuPont do Brasil S.A. Ambas são filiais e se instalaram na cidade somente para atender as necessidades da montadora local.

Contudo, nota-se que não há políticas estatal e municipal claras que buscam atrair fornecedores da MMCB para instalação de filiais em Catalão, apesar do atual prefeito municipal Velomar Gonçalves Rios ter viajado no mês de abril de 2010 visitando os fornecedores da MMCB com o objetivo de atraí-los. Entre eles a Automotiva Usiminas. (PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO, 2010).

Situação contrária aconteceu com a Ford, instalada em Camaçari/BA, onde o governo estadual desenvolveu estudos e programas para atrair fornecedores locais e externos. O resultado disso foi a instalação de diversas empresas em Camaçari, Feira de Santana, Simões Filho e Salvador, o que possibilitou a formação de parque automotivo, cuja operação produtiva se dá através de um consórcio modular, com a atuação direta de fornecedores na linha de montagem da Ford. (SACRAMENTO, 1999).

Além da atuação direta dessas empresas ao lado da montadora, elas contribuem para a dinamização da economia local através da geração de empregos, aquisição de produtos de consumo geral no comércio local, contratação de serviços de empresas locais, geração de impostos, entre outros, além de influenciar no processo de reprodução do capital. Dessa forma, cada uma dessas empresas forma uma rede de relacionamentos capaz de proporcionar transformações espaciais no lugar, só que essas transformações se avolumam quando são associadas ao *Site* da montadora MMCB.

Sobre a questão que envolve as empresas prestadoras de serviços que possuem filiais ou representações na cidade de Catalão, ressalta-se que elas também contribuem para a formação do circuito espacial da produção e com forte atuação local. Essa atuação se perfaz

em diversos aspectos influenciando os fluxos que trazem intencionalidades que se firmam no lugar, proporcionando, ao longo do tempo, mudanças no perfil econômico e cultural dos catalanos.

Entre as empresas prestadoras de serviços e terceirizadas que atuam diretamente no setor automotivo e com filiais ou representações em Catalão, estão Tranzero, RCM, Weldmatic Automotive Ltda., Restaurante Pronutri Refeições Coletivas (filiais), Prossegur, Enteq, entre outras. Com base no levantamento destas empresas, realizaram-se entrevistas com diretores de três empresas (Tranzero, RCM Indústria e Comércio e Restaurante Pronutri Refeições Coletivas) com o objetivo de verificar como se dá essa parceria entre a montadora e seus prestadores de serviços.

O Restaurante Pronutri Refeições Coletivas é fornecedor de refeições para a MMCB desde 1994, quando Eduardo de Souza Ramos ainda era o importador oficial da marca no Brasil e proprietário das concessionárias Brabus. Na época, eram apenas 125 refeições por dia. O Restaurante Pronutri Refeições Coletivas foi convidado pelo próprio Eduardo de Souza Ramos, acionista majoritário da montadora, para atender a demanda de refeições dos funcionários e o convite veio junto com a necessidade da empresa de expandir sua área de atuação. Antes, as refeições eram fornecidas por um restaurante local (Cantinas Self-Service).

A empresa mantém 18 contratos de fornecimento de refeições coletivas somente em São Paulo. A única filial é a de Catalão. Entre os contratos, o mais forte é o da MMCB, com faturamento mensal em torno de R$ 400 mil e anual de R$ 4 milhões e 800 mil. A empresa está na cidade desde 2001, atuando como terceirizada, e não obteve por parte do Estado e do município nenhum tipo de incentivo fiscal.

A filial em Catalão emprega 60 funcionários com os cargos de ajudante de cozinha, meio oficial de cozinha, cozinheiro, cozinheiro líder, chefe de cozinha e nutricionistas com

média salarial de R$ 500,00, possui convênio médico da Unimed, parceria com SEPAO Assistência Odontológica e cartão alimentação da Valecard no valor de R$ 63,00.

O Restaurante Pronutri Refeições Coletivas fornece, atualmente, 5.000 refeições diárias ou atendimentos, entre eles estão: café da manhã, almoço, *coffee break*, ceias, lanche da noite, lanches e refeições especiais.

Considerando a quantidade de refeições que são disponibilizadas pelo restaurante da montadora, a empresa mantém uma rede de fornecedores tanto locais como de outros municípios que lhe suprem de produtos alimentícios. Entre os fornecedores não locais, estão: frigorífico Bertin, Friboi, Mataboi, Sadia, Perdigão, Pif Paf, Café Caldas, Nestlé, Creme Mel, entre outras.

A par dessa informação, detectou-se que alguns fornecedores locais são importantes para que as refeições sejam fornecidas aos funcionários da montadora, sendo elas: Sacolão da Economia (frutas e verduras), Casa de Carnes do Toninho (cortes de carnes especiais e diferenciais), Santo Pane (biscoitos finos, salgados, tortas), Gut Gut (polpa de frutas para suco), Supermercado São João (complemento de secos e molhados) e diversas outras.

A parte de panificação é própria desde 2008, entretanto, no período de 2001 a 2008 as quitandas (pães e roscas) eram fornecidas por três panificadoras locais, sendo: Mundo dos Pães, Engenho Doce e Serve Bem. Os prestadores de serviços como Disk Entulho (que recolhe lixo orgânico) e não-orgânico (plásticos, óleo, latas) são coordenados pela Kata Líder.

A empresa Gut Gut é de capital local, atual fornecedora de polpa de frutas para sucos para o Restaurante Pronutri Refeições Coletivas. Apresenta uma história de relacionamento cliente e fornecedor interessante. Começou fornecendo produtos em 2001, conforme relata Maria Aparecida Dias, coordenadora do Restaurante[114] (observar Anexo 9). Passou por um processo de reestruturação para atender a demanda do cliente:

[114] O restaurante está localizado dentro do *Site* da Mitsubishi. Entrevista concedida no dia 26 de junho de 2009.

> Quando vim pra cá, ela só trabalhava com polpa congelada, como era pequeno ela tinha condição de nos atender assim, a medida que foi crescendo, o tipo de fornecimento de suco teve que ser diferente, por que a distribuição de bater a polpa não tinha como mais fazer, então conversamos e ela buscou no mercado uma alternativa e com isso tem atendido satisfatoriamente nossa demanda.

Esse processo se desdobra em um relacionamento complexo, em que a empresa local adequou-se ao seu cliente. Este, por sua vez, se adéqua às necessidades da montadora, permitindo uma relação próxima e de confiança, conforme afirma novamente Maria Aparecida Dias:

> Trabalhar aqui [...] quando a empresa ainda era muito menor, criou aqui uma facilidade entre parceria e terceirização ela nem se está muito bem definida, por que na verdade nós não estamos envolvidos diretamente no processo, mas tudo que rege a empresa diz respeito ao restaurante também. Se vai ter um atraso na produção, se vai ter que antecipar a produção, se vai ter qualquer alteração naquela linha reflete aqui. Essa semana mesmo, não sei por qual motivo, uma das empresas teve que dá um *break* com isso eles tiveram que antecipar em meia hora o horário de almoço do pessoal, foi um *zum zum*, por que a gente também vai produzindo a medida que vai consumindo. Isso acontece com uma certa freqüência.

Nota-se que todas as empresas localizadas no *Site* ou até mesmo as que estão fora, como o caso da Tranzero e Fórmula R Indústria, mantêm uma relação de proximidade e interdependência no processo produtivo, uma dependendo da outra, com o objetivo de que a linha de produção funcione perfeitamente.

As empresas localizadas dentro *Site*, como a MVC Componentes Plásticos, RCM Indústria e Comércio e Weldmatic Automotive Ltda., são designadas de parceiras, pois estão envolvidas diretamente no processo produtivo, além de ser representadas pelo mesmo sindicato, o SIMECAT. No caso do Restaurante Pronutri Refeições Coletivas, o relacionamento é diferente, pois a empresa responde diretamente ao Departamento de Recursos Humanos da montadora e é representada por sindicato próprio.

Durante as conversas com os responsáveis pela MVC Componentes Plásticos, RCM Indústria e Comércio e Restaurante Pronutri Refeições Coletivas, observa-se nas entrelinhas, que a montadora cria uma ideologia nos funcionários das empresas do *Site* de que eles também fabricam carros, apesar da diferença salarial, do tipo de trabalho executado e dos

diferentes valores do cartão alimentação. A montadora MMCB depende dos seus labores para funcionar plenamente e fabricar seus carros.

O Restaurante Pronutri Refeições Coletivas cria, junto aos seus fornecedores, uma rede com ação local e nacional, pois seu raio de ação perpassa pelo relacionamento com alguns fornecedores locais e com outras empresas que estão localizadas em diversas partes do Brasil. Essa ligação está baseada na aquisição de produtos para atender a demanda de seu cliente.

Outro caso verificado é o da empresa RCM Indústria e Comércio. Conforme relatado pelo Senhor Luiz Carlos de Moura, sócio-proprietário e diretor da filial de Catalão[115], a empresa surgiu através de uma parceria de três engenheiros executivos da Ford que estavam se aposentando (ver Anexo 9). Um deles é o Senhor Ricardo José Tangary Ferraz de Camargo que, com uma junção de capitais próprios, fundaram-na[116], cuja matriz está em São Caetano do Sul/SP.

O primeiro grande desafio da empresa foi executar a transferência da Ford, localizada no Bairro Ipiranga, área central de São Paulo, para São Bernardo do Campo. O planejamento da transferência aconteceu durante um ano e a mudança foi em apenas um mês no ano de 1999. Em 2002, a RCM Indústria e Comércio foi convidada a realizar uma consultoria por seis meses para a MMCB no setor de pintura, especificamente no sistema de *e-coat*. Após o fim da consultoria, foi contratada para fazer a manutenção do setor de pintura e, com o tempo, assumiu toda a manutenção da fábrica. O próximo desafio foi transferir a linha automotiva, que era manual, para a automatizada. Conforme relata o diretor Luiz Carlos de Moura:

> Quando chegamos aqui em 2002 a Mitsubishi empurrava carros com a mão [...] todos os carros eram empurrados, eles não tinha uma linha automatizada, [...] depois de já ter posto o *e-coat* pra funcionar o meu próximo trabalho foi automatizar a linha, o Luiz[117] me falou assim: Moura preciso automotizar essas linhas, mas eu não tenho dinheiro. Ai eu disse: fica difícil, mas tem um jeito quando mudamos a fábrica

[115] A RCM está sediada dentro do *Site* da Mitsubishi. Entrevista concedida no dia 14 de junho de 2009.
[116] Em 2004, deixou a sociedade da RCM para assumir a Direção Industrial da MMCB.
[117] Ex-Diretor Industrial da MMCB.

> da Ford do Ipiranga pra São Bernardo e sobrou um transportador [...]. Negociamos com a Ford [...] a Ford agradeceu por ter comprado aquilo [...] ela fez por um preço simbólico [...] ai instalamos a linha aqui em tempo recorde. Ai passado mais algum tempo a L200 já estava automatizada ai precisam de uma linha boa e barata para a TR4 [...] ai a RCM construiu uma linha de cabine pra TR4 [...] em São Caetano.

Para melhor entender esse processo artesanal e manual em que a linha de montagem da MMCB operava, esclareceu que quando o veículo entrava na linha, fazia uma operação, montava o que tinha que ser montado, soava uma campainha, os funcionários empurravam o carro até o próximo ponto de montagem, fazia outra operação e assim sucessivamente até terminar de montar o carro. Após essa transferência da linha de manual para automatizada e a construção da linha da TR4, a RCM Indústria e Comércio adquiriu *know-how* e tecnologia para projetar e fabricar novas linhas de produção, conforme necessidade da montadora, cuja construção pode ser feita em Catalão mesmo.

Com base nessa informação, acredita-se que com o projeto de expansão da MMCB, iniciado em 2010, demandará adequações e construções de linhas de montagem e quiçá estrutura predial, que deverão ser realizados pela própria RCM Indústria e Comércio, haja vista que a empresa possui *know-how* para tal.

A parceria da empresa com a montadora se dá através de contrato de prestação de serviços. Renegociado anualmente, o mesmo contempla a manutenção dos equipamentos da fábrica, limpeza técnica do setor de pintura e serviços de engenharia. A RCM Indústria e Comércio emprega 94 funcionários e os cargos variam de auxiliares de manutenção, mecânicos, técnicos, supervisores, entre outros. Os salários variam de R$ 740,00 a R$ 7 mil, conforme a função. Os funcionários passam constantemente por treinamento profissional tanto em cursos oferecidos localmente, como em cursos realizados em grandes centros urbanos, como São Paulo e Belo Horizonte. Possuem também o plano de saúde Unimed, plano de assistência odontológica SEPAO Assistência Odontológica e o cartão alimentação Valecard no valor de R$ 120,00, sendo o mesmo valor da montadora.

A empresa RCM Indústria e Comércio atua em outros ramos fora do setor automobilístico, como por exemplo, na fábrica da Nokia Celulares em Manaus/AM operando no setor de manutenção na linha de produção de celulares desde 2008. A perda com quebra e outros problemas com os aparelhos era em torno de 10% do total da produção e, com os serviços prestados durante seis meses, abaixaram para 3,28% e, posteriormente, para 1,70%.

A RCM, em 2007, passou também a atuar na manutenção do transporte de cabines para tratores da SIAC do Brasil, localizada em Guaranésia/MG (fornecedora de peças e equipamentos, como: cabines, toldos e plataformas utilizados nos tratores da Caterpillar). Também presta serviços a John Deere, realizando a transferência do centro de usinagem de Horizontina/RS para Montenegro/RS e na Automotiva Usiminas em Pouso Alegre/MG, em que trabalha na instalação de um sistema de produção. Além das referidas empresas, já prestaram serviços na Case/New Holland em Sorocaba/SP, entre outras.

A RCM Indústria e Comércio possui ligação direta com a MMCB, mas também estabelece elos com empresas locais, que se tornaram fornecedoras de produtos, como: Oxiseg, Mundial Ferragens, Real Borracha e Aluminaço, das quais compram equipamentos de trabalho e Equipamentos de Proteção Individual (EPI). Em contrapartida, os uniformes dos funcionários são adquiridos da Delta Confecções sediada em Uberlândia/MG.

Tanto o diretor da RCM Indústria e Comércio quanto a coordenadora do Restaurante Pronutri Refeições Coletivas ressaltaram que, inicialmente, foi difícil orientar os fornecedores locais para atender as exigências das empresas, tendo em muitos casos que ensiná-los e orientá-los a fazer o fornecimento conforme as exigências e padrões destas empresas.

A título de exemplificação, Maria Aparecida Dias, coordenadora do Restaurante Pronutri Refeições Coletivas, disse que a primeira vez que compraram verduras do atual fornecedor de hortifrutigranjeiros (Sacolão da Economia), eles encaminharam tomates de todos os tipos e tamanhos. As folhas mais velhas da alface estavam em estado de putrefação,

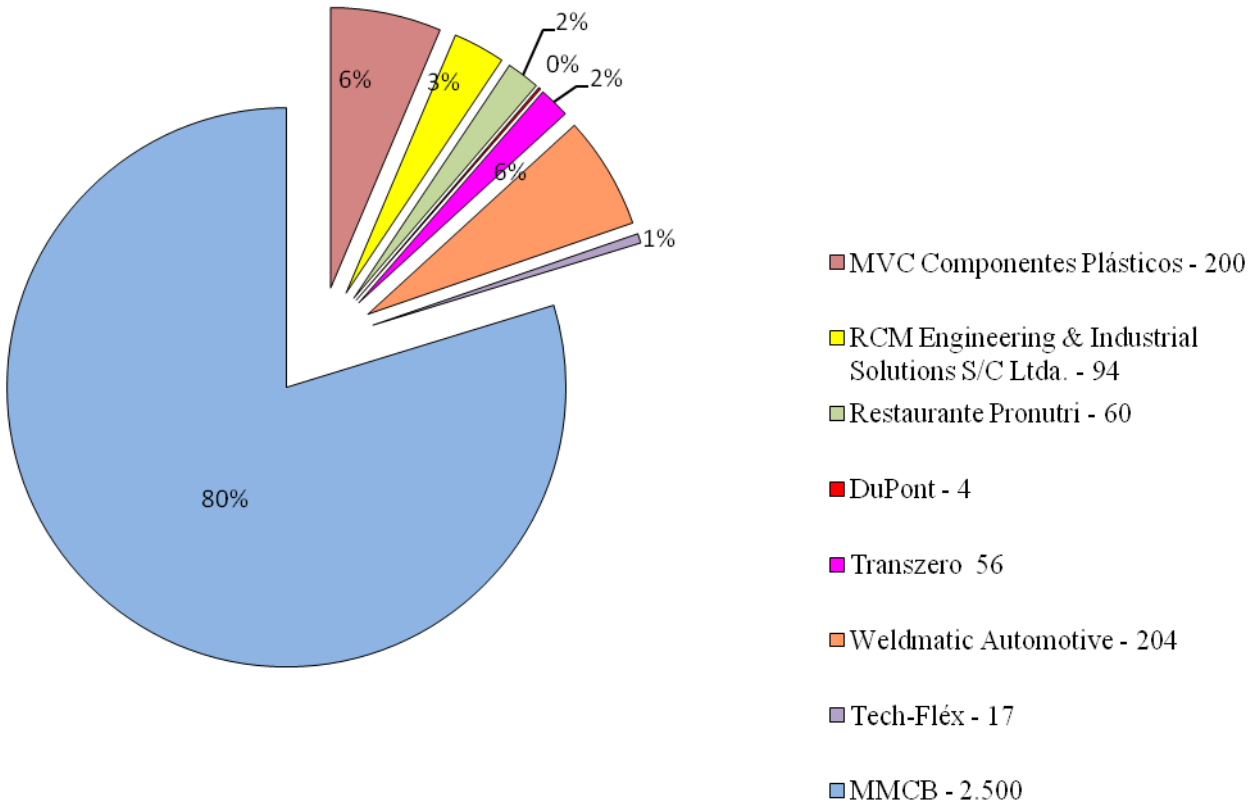
estavam acondicionados em caixas de madeira e não em plásticas. Segundo a coordenadora, foi preciso orientá-los a selecionar as verduras e legumes para fornecer ao restaurante e, atualmente, esse problema não existe mais. O serviço atende as necessidades sanitárias do restaurante.

Devido ao fato da RCM Indústria e Comércio estar instalada dentro da estrutura predial da MMCB, questionou-se se a empresa pretende futuramente ter uma estrutura predial própria. Segundo o Senhor Luiz Carlos de Moura, diretor, a empresa pretende em breve ter estrutura própria, inclusive já está em negociação com o município a compra de um terreno (será por um preço menor). Entretanto, a empresa deverá apresentar um plano de viabilidade econômica e geração de empregos para o município para conseguir esse desconto.

Ainda foi perguntado quais os motivos levam a RCM Indústria e Comércio a ter estrutura própria na cidade? O diretor ressalta: "[...] por que Catalão está crescendo e nós não podemos ficar olhando isso acontecer e deixar passar, são oportunidades de negócios [...] tem a própria Mitsubishi, a John Deere, as mineradoras e muitas outras que estamos prontos pra atender".

Como forma de melhor compreender esse fato, adota-se a questão da geração de empregos diretos das fornecedoras, prestadoras de serviços e terceirizadas pesquisadas com filiais em Catalão, com o objetivo de revelar que, juntas com a MMCB, elas geram cerca de 3.000 empregos diretos. O gráfico 1 ilustra parte dessa realidade, mostrando a importância de cada uma atraídas pela MMCB na geração de empregos. Há empresas que criam poucos empregos, mas possuem um papel primordial na produção de veículos, como é o caso da DuPont, com apenas quatro funcionários comandando o setor de pinturas da MMCB com eficiência.

Gráfico 1 - Empregos Diretos Gerados pelas Empresas atraídas pela MMCB com filiais em Catalão/GO (2009).



Fonte: PESQUISA DE CAMPO (2009b, 2009c, 2009d, 2009e, 2009g, 2009h); SILVA, R.V.da. (2005). Org. SILVA, M. V. da. 2009.

Além dessas empresas pesquisadas, há outras que também foram atraídas e apresentam sua importância no circuito espacial da produção da MMCB, como posto médico, posto de atendimento da Unimed, as transportadoras (Mira Transportes, TAM), a Prossegur (segurança), Enteq (retrabalhos em peças danificadas) e várias outras que geram empregos devido à demanda do setor automotivo catalano, não foram contabilizadas nesse levantamento devido a opções metodológicas adotadas na estruturação da Tese.

Contudo, a presença de uma indústria automobilística em um município provoca transformações sócioespaciais através da atração de empresas, a emergência de fluxos materiais e imateriais e o surgimento de novos atores que possibilitam ao local uma nova realidade em consonância com o processo de reprodução do capital.

Devido a condição da indústria automobilística estar pautada em preceitos técnicos e tecnológicos modernos, é capaz de empreender ao espaço local um sistema de organização de forma a eliminar distâncias geográficas, romper barreiras, num sentido de encurtar o tempo das transações empresariais, vindo ao encontro da "compressão do tempo-espaço" compreendida no contexto do processo de acumulação flexível. (HARVEY, 1993, p. 219).

Para que de fato ocorra a "compressão do tempo-espaço", mudanças e ajustamentos devem acontecer sequenciadamente entre as partes envolvidas até chegar ao patamar de possibilidades reais de redução de custos com transportes e comunicação, trocas de informações, instruções e ordem de serviços instantâneas, minimização de restrições locais, desburocratização de algumas operações, entre outras.

A partir do momento em que a montadora conseguir romper essas barreiras e fronteiras espaciais, é possível trabalhar calcada nos pressupostos do meio técnico-científico-informacional, priorizando o uso constante do aprimoramento técnico, desenvolvimento tecnológico e atuando efetivamente na conquista do mercado nacional, porém almejando o global.

Refletindo sobre a perspectiva local, a consolidação da montadora MMCB em Catalão leva a deduzir que o município está envolto na chamada “era das redes” (CARLOS, 1996, p. 27) através de conexões diretas com diversos lugares, resultado concreto do processo de globalização da economia.

Portanto, tratar-se-á a seguir um pouco sobre o relacionamento da montadora com empresas de capitais locais, ou seja, empresas que surgiram em Catalão, em função ou não da instalação da montadora, mas que se tornaram parceiras da montadora, estabelecendo com o decorrer do tempo elos de confiança com ganhos locais.

6.2 O relacionamento da MMCB com prestadoras de serviços de capital local: adaptação ou desenvolvimento local?

Para pensar o relacionamento da montadora MMCB com as empresas de capital local, devem-se considerar algumas questões importantes, como as mudanças que estas empresas tiveram após firmar contrato com a montadora – aumento de funcionários; adequações no sistema de trabalho; uso de TI; aumento de faturamento etc. –, e a importância dessa parceria para as empresas locais. Para retratar essas questões de maneira mais aprofundada, foram realizadas entrevistas com os responsáveis pelas quatro empresas de capital local que mantêm algum tipo de contrato com a montadora, sendo a Prest John (limpeza predial, conservação e jardinagem do *Site* da MMCB); Transduarte (Transporte dos funcionários); Fórmula R Indústria (montagem das rodas e pneus) e Kata Líder Indústria e Comércio de Sucatas Ltda. (prensagem das sucatas ferrosas e não-ferrosas e transportes).

No processo de instalação e consolidação da MMCB em Catalão, foram atraídas algumas empresas, conforme relatado anteriormente. Porém, a montadora mantém parcerias

com empresas locais que são fundamentais no processo produtivo e na consolidação do capital automotivo em Catalão. Todavia, parte dessas empresas locais teve que passar por processos de transformações e adaptações para adequação ao perfil industrial automotivo, que opera com um sistema de produção pautado no Toyotismo com forte influência da produção enxuta e da acumulação flexível.

Diante disso, por via de uma reflexão sobre as repercussões espaciais e econômicas que a montadora engendra no lugar (Catalão), têm-se duas reflexões que merecem destaques nesta Tese: *1*- O lugar apenas se adaptou à chegada da montadora? 2- Há desenvolvimento local com a chegada da montadora*?*

Uma primeira pergunta feita aos responsáveis pelas empresas locais, que se relacionam economicamente com a montadora, foi se houve um aumento no quantitativo de funcionários. Todas as empresas afirmaram que tiveram que contratar mais funcionários para atender as demandas oriundas do contrato firmado com a montadora.

A Fórmula R Indústria e Comércio de Autopeças Ltda., fundada em 2004, é uma empresa de capital familiar, presta serviços para a MMCB desde 1999, mas de forma mais efetiva a partir de 2004. De 1999 a 2004, quem executava os serviços voltados para a MMCB era a Fórmula R Pneus[118] que, por condições legais e jurídicas, teve que criar outra razão social voltada para o atendimento ao setor industrial, tendo em vista que a Fórmula R Pneus estava voltada para o setor de serviços e comércio (alinhamento, balanceamento e venda de pneus).

Segundo informações do Senhor Transvaldo Jerônimo da Silva, diretor da Fórmula R Indústria, foi preciso investir, em 2003, na construção de um galpão na área urbana de Catalão para atender à montadora com o fornecimento do conjunto montado de rodas e pneus. Porém, devido ao crescimento da demanda e o fato de a área urbana não comportar uma estrutura

[118] Fundada em 1984. Atualmente, a empresa possui seis filiais, sendo duas em Catalão, Morrinhos, Pires do Rio, Caldas Novas e Itumbiara, sendo uma em cada cidade.

para este segmento sem provocar transtornos, no início de 2009, transferiu-se para o DIMIC (ver foto 22) em um prédio para atender exclusivamente as demandas da MMCB[119].

Foto 22 - Vista frontal da sede da Fórmula R Indústria, localizada no DIMIC, próximo ao *Site* da Mitsubishi em Catalão. (03 mar. 2010).

Autora: SILVA, M. V. da. Mar. 2010.

Todas essas adaptações só surgiram após a empresa local ter firmado contrato com a montadora. A transferência da empresa para o DIMIC, segundo seu Diretor, foi para viabilizar um melhor atendimento à montadora, principalmente na questão da proximidade geográfica, diminuindo assim os custos com transporte próprio, cujas entregas dos conjuntos rodas e pneus montados são feitas diversas vezes ao dia. Além disso, houve um incremento na oferta de vagas de trabalho pela empresa, melhoria na qualificação dos funcionários, aumento da quantidade de equipamentos, assim como a aquisição de equipamentos mais modernos.

O processo de qualificação dos trabalhadores da Fórmula R Indústria é feito pela Pirelli Pneus Ltda., fornecedora dos pneus, pela própria MMCB e pela empresa através de

[119] A Fórmula R Indústria também presta serviços para o John Deere (montadora de colheitadeiras) e Suzuki Veículos que, ao nacionalizar os veículos importados, trocam-se as rodas/pneus adequados ao sistema rodoviário nacional.

parcerias com o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) e Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Ainda, segundo o Senhor Transvaldo Jerônimo da Silva, a empresa tem dificuldades, como qualquer outra, quando se trata de trabalhadores qualificados, chegando ao ponto de treinar os funcionários iniciantes para atuar em determinadas funções, isto é, eles aprendem o labor trabalhando na própria empresa.

A empresa também possui sua rede de empresas fornecedoras e prestadoras de serviços próprios que lhe subsidiam em atividades junto à MMCB. Algumas são locais como Unimed (planos de saúde dos funcionários); Restaurante Caipirão (serviço de alimentação); Transduarte (transporte dos funcionários até o DIMIC), torneiros e o comércio em geral. No entanto, alguns produtos que subsidiam na submontagem do conjunto de rodas e pneus vêm de outras cidades como Gerdau, em São Paulo/SP (contra-pesos para balanceamentos); Shrader Internacional em Jacareí/SP (válvulas para pneus). No caso dos pneus (Pirelli Pneus Ltda.) e das rodas de alumínio (Mangels Rodas e Borlem S.A.), tem-se que estes são adquiridos pela própria montadora, restando à empresa local somente a montagem, isto é, a execução da montagem do conjunto[120].

Devido à parceria, a empresa acabou adquirindo o certificado ISO-9001, que fomentou uma série de mudanças e alterações internas, como qualificação profissional, grau de escolaridade dos funcionários, atenção com as questões ambientais etc. Após a parceria, a empresa local aumentou seu faturamento anual em torno de 10%, porém, o valor do contrato depende da produção, ou seja, o faturamento é feito por unidade. Com a crise econômica entre 2008 e 2009, houve uma diminuição em torno de 25% da produção, ou seja, montagem do conjunto rodas/pneus. Isso se desdobra na diminuição da quantidade de veículos montados.

---

[120] Em caso de aquisição destes componentes/produtos pela Fórmula R Indústria, a MMCB iria pagar a chamada Bitributação, que se refere à cobrança de tributos pertencentes a diferentes pessoas jurídicas sobre um mesmo fato gerador. Exemplificando, a Bitributação seria a cobrança por duas vezes dos mesmos impostos sobre um mesmo produto. Como o caso do IPI que poderia ser pago nas rodas/pneus ao serem comprados pela Fórmula R Indústria e a MMCB, também se poderia pagar esse mesmo imposto ao Estado, quando colocasse o veículo disponível para o mercado.

A Fórmula R Indústria é responsável pela entrega dos conjuntos submontados de rodas/pneus, efetuada em transporte próprio até três vezes ao dia na linha de montagem da montadora. Tal fato acontece por que a MMCB não dispõe de espaço físico para armazenar uma quantidade maior de conjuntos submontados. Assim sendo, a prestadora de serviços mantém um funcionário que alimenta a linha de produção com os referidos conjuntos que em seguida são aclopados aos veículos.

Ao ser questionado sobre o significado dessa parceira com a montadora, o Senhor Transvaldo Jerônimo da Silva afirmou:

> Eu acho que principalmente pra uma empresa de capital catalano [...], ou seja, goiana, é muito significativa, por que deu a oportunidade pra empresas da região. Com a chegada de uma empresa do porte de uma indústria automobilística, ou seja, uma empresa de grande porte, a oportunidade que surgiu para as pessoas da região acreditar e investir e ser um grande parceiro. Eu me sinto [...] hoje um grande parceiro da Mitsubishi, são praticamente 10 anos de parceria, me sinto até orgulhoso de participar de uma empresa de tão alta qualidade que são os carros da Mitsubishi. Então eu acho que isso foi fundamental não só para a Fórmula R, mas também para a comunidade. Empresas que não participaram diretamente como terceiro, mas indiretamente, tem um filho ou tem um parente que trabalha na Mitsubishi. Então para Catalão eu acho que foi muito bom a vinda da Mitsubishi [...].

Observa-se, pelo tom de voz do entrevistado (com uma fala meio embargada) e através de suas expressões e gestos, uma satisfação e grande orgulho com o fato de sua empresa, que começou bem pequena em 1984, ter se tornado uma prestadora de serviços da MMCB. O Diretor da Fórmula R Indústria apresenta um discurso semelhante ao do Diretor Industrial da MMCB, em que a montadora é de suma importância para Catalão, em que muitos habitantes dependem dos empregos gerados na produção de automóveis.

No caminhar da pesquisa de campo com as empresas locais que mantêm algum tipo de relacionamento comercial com a MMCB, conforme entrevista cedida pelo Diretor/Fundador do Grupo Prest John, Senhor Ronaldo Tavares[121] a empresa foi fundada com capital familiar de seu diretor e de terceiros (outros sócios), atua principalmente na área de limpeza,

[121] Entrevista concedida no dia 31 de julho de 2009, na sede da empresa, localizada no perímetro urbano de Catalão.

conservação, jardinagem, coleta de lixo e serviços de portaria junto a empresas privadas e órgãos públicos no município de Catalão.

Fundada em 1995, quando ainda o Senhor Ronaldo Tavares trabalhava em uma grande multinacional, que começou a terceirizar seus serviços básicos, é que lhe surgiu a ideia de ser o pioneiro nesta área na cidade de Catalão, deixando de ser empregado para se tornar fornecedor de serviços à multinacional. A partir desse momento, os negócios se expandiram e passaram a prestar serviços nas maiores empresas em Catalão, como o Grupo Anglo American (Mineração Catalão e Copebrás), Cargill, ADM, Fertigran, Prefeitura de Catalão, MMCB e entre outras.

O Grupo Prest John tornou-se terceirizado da MMCB em 2008, realizando serviços como limpeza, conservação e jardinagem do *Site.* A empresa possui 30 funcionários trabalhando na montadora, ocupando os cargos de agentes de limpeza, encarregados, jardineiros e outros, cujo salário gira em torno de R$ 600,00 mensais. Os mesmos possuem seguro de vida, plano de saúde (Unimed), alimentação e transporte até o local de trabalho e recebem os EPIs e uniformes para trabalhar.

Durante a entrevista (ver anexo 9), o Senhor Ronaldo Tavares, confidencia que a Prest John ao concorrer no processo de seleção da terceirizada para executar os serviços de limpeza, conservação e jardinagem a MMCB, a montadora não depositou muita credibilidade na empresa em atender suas exigências, apesar de ela já ser detentora do certificado ISO 9001 desde fevereiro de 2006. Esse fato a colocou a frente das demais concorrentes. Confessa que, de fato, no início foi complicado, mas com o tempo, a empresa foi ganhando confiança e mostrando que tinha capacidade de ser terceirizada da MMCB.

Ainda confirma que a parceria é significativa para a empresa local, pois possibilitou:

> "[...] a ampliação da nossa carta de clientes, acrescida de mais um dos grandes clientes disponíveis na cidade. Além disso, ser fornecedor de uma grande empresa, que é um referencial em sua área de atuação e nos proporciona ter uma maior visibilidade e reconhecimento no mercado.

Nota-se que a parceria firmada pela Prest John e a MMCB é importante para a empresa, pois, além de gerar novos empregos diretos no mercado local, passou a atuar num setor (limpeza, conservação e jardinagem) que era realizado por uma empresa de capital não local - a RCM Indústria e Comércio - apesar de a mesma possuir uma filial em Catalão e continuar prestando serviços na montadora. Porém, cedeu espaço para empresas locais atuarem junto à montadora, quando deixou de prestar de serviços no setor de limpeza e jardinagem.

Outra empresa local que presta serviços à MMCB é a Transduarte. Conforme relato do Senhor José da Silva[122], a empresa realiza o transporte da maior parte dos funcionários, cerca de 1.600, até a sede da montadora, tanto os que residem em Catalão, quanto os que moram nas cidades vizinhas de Cumari, Goiandira, Nova Aurora, Ouvidor e Três Ranchos.

A Transduarte foi fundada em 1980 por uma família local que possui empreendimentos em diversos segmentos econômicos. Atualmente, emprega cerca de 180 funcionários e fatura, anualmente, cerca de R$ 1 milhão com o contrato de prestação de serviços firmado com a montadora. Em termos recentes, essa parceria elevou em 20% o faturamento anual da empresa.

É parceira desde 1997 e, devido ao contrato, a empresa de transporte promoveu adaptações para atender as necessidades da montadora, entre elas, o aumento no quantitativo de funcionários (administrativos, motoristas, manutenção etc.) em cerca de 30 funcionários, com um efeito cascata em todos os setores da empresa; aquisição de aproximadamente 20 veículos novos para efetuar o transporte dos funcionários; realização de cursos constantes para os motoristas em prol da segurança na condução dos funcionários. Recentemente, devido a problemas com a expansão urbana, poluição ambiental e sonora e pequena infraestrutura do

[122] É Gerente da Transduarte. Entrevista concedida no dia 22 de janeiro de 2009, na sede da empresa, localizada no perímetro urbano de Catalão.

local sediado na área urbana, a empresa teve que construir uma nova sede no DIMIC, próximo à MMCB (ver fotos 23 e 24).

Foto 23 - Nova sede da Transduarte, localizada no DIMIC, próximo a sede da MMCB. (03 mar. 2010).

Autora: SILVA, M. V. da. Mar. 2010.

Foto 24 - Em construção a estrutura que abrigará escritórios da nova sede da Transduarte, localizada no DIMIC, próximo a sede da MMCB. (03 mar. 2010).

Autora: SILVA, M. V. da. Mar. 2010.

Ainda sobre esse processo de adaptação e modernização que a Transduarte teve que enfrentar, o gerente José da Silva relata:

> Ainda estamos modernizando, estamos construindo uma nova garagem em frente a Mitsubishi. Ninguém esperava o progresso tão rápido. Nós aqui tivemos e temos dificuldades de espaço físico e fomos obrigados a sair daqui. Demorou arrumar um terreno adequado. Tivemos dificuldades com mão-de-obra, hoje está mais equilibrado, mas faltou motoristas e mecânicos, buscamos motoristas em Pires do Rio e Araguari e chegamos a montar uma república que funciona até hoje. Meu contato foi com o SINE desses lugares e acertamos de ter essa república, eram dezesseis funcionários hoje são quatro. Alguns mudaram pra cá com as famílias, outros não, continuam na república.

Segundo o entrevistado, no que se refere à nova sede, a empresa adquiriu um terreno no DIMIC através de uma parceria com o município de Catalão em que, inicialmente, foram gastos R$ 200 mil em terraplenagem. Porém, a construção dos galpões foi empreitada, em janeiro de 2009, e o gerente não soube informar o valor total.

Todavia, a foto 24 mostra que em março de 2010 as obras não haviam se encerrado, isto é, a nova sede ainda estava em construção. Fato é que em novembro de 2009, a empresa transferiu seu escritório central para a nova sede, com a migração de quase todos os funcionários. A antiga sede será apenas um escritório representativo, mas conforme visita *in locu* em agosto de 2010, estava sendo reformada.

Questionado também sobre a importância desse contrato para a Transduarte, o Senhor José da Silva foi enfático e disse:

> É muito importante. Do ponto de vista econômico gerou mais empregos, mas dá muito dor de cabeça, sempre tem reclamações dos funcionários que perde o ônibus, geralmente por que atrasam pra ir pro ponto. Se um fica pra trás, a culpa é nossa e não dele ele que num estava no ponto na hora certa. Mas como transporta quase três mil pessoas por dia e se cinco der problema é um percentual muito pequeno.

Com referência ao relato do entrevistado, assim como na visão dos gestores das demais empresas apontadas, fica demonstrado que a parceria da montadora com as empresas locais é importante, tanto do ponto de vista econômico quanto da confiança depositada nessas empresas. Todos relataram que as dificuldades existiram inicialmente, mas com o tempo se adequaram ao perfil industrial da montadora.

A Kata Líder Indústria e Comércio de Sucatas Ltda., fundada em abril de 2004, torna-se parceira desde agosto de 2004 através da prestação de serviços à MMCB, sendo responsável pelo transporte e prensagem das sucatas geradas na montadora. A empresa possui dez funcionários denominados colaboradores, com cargos de gerentes de produção, motoristas, ajudantes de serviços gerais e secretárias. Os funcionários não possuem plano de saúde, mas são levados até o local de trabalho pela Transduarte, assim como se alimentam junto com os funcionários da MMCB.

Os procedimentos adotados com as sucatas e resíduos provenientes da produção da MMCB passam por algumas etapas, sendo: primeiro, é realizado o transporte da sucata gerada nos galpões da montadora até o galpão de prensagem da Kata Líder (dentro do *Site*); segundo, a sucata é separada em metais ferrosos e não ferrosos; terceiro, são prensadas conforme os tipos: ferrosa e não ferrosa; após a prensagem, os pacotes de materiais são transportados até o destino final, os ferrosos são destinados a uma usina de aço denominada Arcelor Mittal Brasil S.A., localizada em Timóteo/MG e os não ferrosos são levados até a usina de reciclagem Renovar Reciclagem Ltda., na cidade de Anápolis/GO.

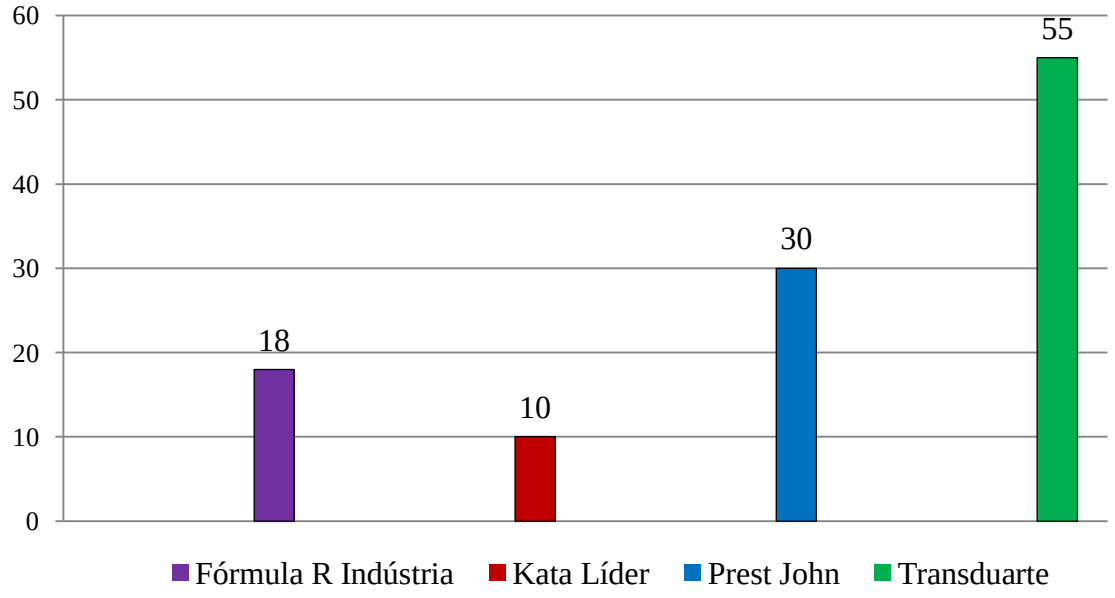
Perguntado ao sócio-diretor da Kata Líder, Senhor Rogério Vicente de Carvalho[123], se a empresa tem se modernizado para atender as necessidades da MMCB, ele respondeu: “a modernização da Kata Líder é constante, principalmente no que tange a logística, equipamentos para o trabalho e investimento em funcionários”. A empresa tem se modernizado desde que é parceira da MMCB, por que se apresenta como uma relação comercial propícia, conforme afirma: “a parceria entre a Kata Líder e a MMCB é excelente e fundamental, sem essa parceria não seria possível a Kata Líder fazer o seu trabalho, por isso esperamos que ela dure por muito tempo”.

[123] Entrevista concedida no dia 05 de setembro de 2009, na sede da empresa, localizada no perímetro urbano de Catalão.

Nos relatos apresentados pelos responsáveis das quatro empresas de capital local, isto é, com capital de empresários catalanos (Fórmula R Indústria, Transduarte, Prest John e Kata Líder), ficou nítido que todas depositam credibilidade nas relações comerciais firmadas com a MMCB, pois consideram que tal parceria é importante tanto do ponto econômico quanto de ganho de visibilidade e inserção em uma cadeia automotiva.

Sobre o perfil econômico, ressalta-se que essas empresas de capital local que mantêm relações comerciais com a montadora acabaram aumentando seu quadro de funcionários e conforme as pesquisas de campo, o gráfico 2, apontam o quantitativo de funcionários contratados para trabalhar em atividades ligadas diretamente a MMCB após tais parcerias.

Gráfico 2 - Empresas de Capital Local: quantidade de empregos gerados devido parceria com a MMCB (2009).



Fonte: Pesquisa de Campo (2009a, 2009f, 2009i, 2009o).

Além dessas empresas que atuam junto a MMCB por via de contratos há estabelecimentos comerciais locais que fornecem materiais indiretos, em outras palavras, são mercadorias e produtos usados diretamente pela administração no funcionamento da fábrica e da linha de montagem, também são conhecidos como auxiliares ao funcionamento da fábrica.

Entre eles destacam-se: materiais de consumo diversos, uniformes, ferramentais etc. Conforme levantamento junto a MMCB (2009c) o quadro 16 aponta os principais estabelecimentos fornecedores com sede em Catalão.

Estabelecimento Comercial	Material Fornecido	Localização
Real Borrachas de Catalão Ltda.-ME.	Materiais automotivos: mangueiras, correias, vasilina etc.	Matriz: Araguari/MG Filiais: Catalão/GO
LSD Indústria e Comércio de Roupas Ltda.	Uniformes para funcionários	Matriz: Catalão/GO
Oxiseg - Equipamentos de Segurança e Soldagem.	EPIS (luvas, óculos, protetores auriculares, etc) para funcionários	Matriz: Catalão/GO
Mundial Ferragens Ltda.	Ferramentais	Matriz: Catalão/GO
Supermercado São João (Uni-Lar Produtos Alimentícios Ltda)	Produtos de limpeza	Matriz: Catalão/GO Filial: Catalão/GO
Ferraço	Ferragem para desenvolvimento de estruturas	Matriz: Catalão/GO
Goiaço Soluções em Aço.	Ferragem para desenvolvimento de estruturas	Matriz: Catalão/GO
Mappin Comércio de Tintas	Pincéis, sprays	Matriz: Catalão/GO

Quadro 16 - Materiais Indiretos: Levantamento Parcial dos Fornecedores de Capital Local sediados em Catalão/GO (2009).

Fonte: MMCB (2009c). Org. SILVA, M. V. da. 2010.

Considerando que são poucos fornecedores de materiais e produtos indiretos para a referida montadora, pode-se afirmar que o impacto direto da MMCB em termos econômicos no comércio local é muito pequeno, não chegando a 1% do total de seu faturamento, em comparação as compras de suprimentos de fornecedores sediados em outras localidades. (MMCB, 2009c).

Isso acontece por que Catalão ainda não desenvolveu uma estrutura de empresas voltadas para atender necessidades do setor automotivo local. Parte dessa realidade envolve a criação de empresas e/ou adaptação das já existentes para o setor automotivo. Todavia, essas duas situações estão relacionadas à falta de incentivos fiscais e criação de uma mentalidade

administrativa nos empresários locais, à necessidade de se aprimorar e se desenvolver para se tornar um fornecedor fixo da montadora. Da forma como as coisas estão postas, mesmo com as grandes levas arrecadadas de ICMS, a montadora ainda não firmou parcerias prósperas com fornecedores de capital local. Portanto, o seu espaço de fluxos local é limitado.

Como forma de romper com esse gargalo, o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) liberou em agosto de 2010 recursos para o desenvolvimento de projetos empresariais voltados para o setor automotivo goiano. O valor do investimento é da ordem de R$ 3 milhões e 60 mil reais, dividido para quatro estados (Acre, Espírito Santo, Goiás e Pernambuco). Dessa forma, as empresas de Catalão que quiserem se tornar fornecedoras ou melhorar sua relação com a MMCB podem participar de um projeto coletivo[124]. O chamamento para que os empresários locais participem desse projeto partiu de ações conjunta da MMCB e Associação Comercial de Catalão (ACIC) com o apoio da Secretaria Municipal de Indústria e Comércio. (PORTAL CATALÃO NOTÍCIAS, 2010a).

Contudo, ainda não é possível avaliar os impactos que esses recursos terão no melhoramento e aperfeiçoamento das empresas locais, e consequentemente, no relacionamento destas com a montadora, pois os primeiros resultados só poderão ser apreciados no início de 2012.

A MMCB também mantém convênio médico-hospitalar[125] para seus funcionários com a Unimed Catalão desde 01 de julho de 1998. A Unimed Catalão foi fundada em 1984, contando inicialmente com 24 cooperados. Possuía em 2008 cerca de 18 mil clientes; 98 cooperados e uma infraestrutura credenciada de 03 hospitais, 22 clínicas e 08 laboratórios. (PESQUISA DE CAMPO, 2009r).

---

[124] "Os interessados em serem beneficiados pelo projeto podem se unir em equipes de até três micros e pequenas empresas e uma instituição de ensino. [...]. Os projetos são subsidiados pelo BID a custo zero, uma vez aprovado". Os projetos terão até 18 meses para serem executados. (PORTAL CATALÃO NOTÍCIAS, 2010a, p. 1).

[125] O sistema de convênio com a MMCB é de Pré-pagamento sem co-participação, com cadastramento no Plano A, com padrão de acomodação hospitalar coletiva e inclusão de dependentes legais (cônjuge e filhos).

Atualmente, a Mitsubishi é o principal cliente da Unimed, abrangendo cerca de 20% da clientela total da Unimed Catalão. Devido a esse convênio o plano de saúde passou por processo de reestruturação, devido ao aumento de aproximadamente quatro mil vidas (funcionários e dependentes legais) sob sua responsabilidade, sendo necessário aumentar o número de funcionários, médicos cooperados, convênio com laboratórios e clínicas. Além de criar estrutura própria como um laboratório, uma ampliação do centro de atendimento, criações do Departamento de Saúde Ocupacional, do Posto de Atendimento Avançado em Goiandira e do Posto de Atendimento dentro do *Site* da Mitsubishi. (PESQUISA DE CAMPO, 2009r).

O Posto de Atendimento dentro do *Site* da MMCB faz atendimentos exclusivos aos funcionários da montadora, da MVC Componentes Plásticos Ltda., Weldmatic Automotive Ltda., Tech-flex, RCM Indústria e Comércio, Restaurante Pronutri, Prest John e outras empresas conveniadas que possuem funcionários trabalhando no *Site*. Entre os tipos de atendimentos estão emissão de guias médicas, pedidos de exames e autorizações diversas. (PESQUISA DE CAMPO, 2009r).

Além do Posto de Atendimento da Unimed, há um posto médico com enfermeira e médico, que realiza atendimentos emergenciais e de primeiros socorros.

Ainda dentro da área do *Site* encontra-se um posto de autoatendimento do Banco Real, com dois caixas eletrônicos e dois funcionários para atender os trabalhadores do *Site*. Dessa forma, os trabalhadores não necessitam se deslocar até a agência central para realizar serviços bancários. Nos dias em que as empresas do *Site* realizam pagamentos, o movimento é intenso, sendo necessário que os supervisores e multifuncionais das equipes de trabalho organizem para que os trabalhadores residentes nas cidades circunvizinhas recebam seus pagamentos antes dos que moram em Catalão. Tal medida visa evitar a falta de dinheiro neste posto,

devido a quantidade de trabalhadores que movimentam financeiramente suas contas, com operações de saques.

O *Site* da MMCB possui também um posto de combustível credenciado à Petrobrás S.A., com bombas de gasolina, álcool e óleo diesel, que serve para abastecer os carros recém-saídos das linhas de montagens para a realização de testes.

Contudo, observa-se que entre as empresas que fazem parte do complexo da MMCB em Catalão, algumas locais conseguiram ser fornecedoras e/ou prestadoras de serviços da MMCB, e ao longo dessa parceria, têm procurado adaptar-se às necessidades e exigências da montadora, assim como tem aprimorado os serviços prestados, cujo processo leva ao autodesenvolvimento.

Analisando o contexto local, observa-se que devido à pequena quantidade de empresas locais serem fornecedoras, prestadoras de serviços e terceirizadas da montadora local, pode ainda afirmar que o setor automotivo, presente em Catalão, ainda não provocou grandes modificações no comércio e serviços na cidade, através do surgimento de empresas ou adaptações das existentes, para uma especialização voltada ao setor automotivo.

No entanto, não se pode negar que o setor automotivo em Catalão tem possibilitado o desenvolvimento local, através do crescimento endógeno da economia, melhoria nas condições sociais e mudanças culturais. Esse crescimento interno pode ser observado no espaço urbano e no modo de vida do catalano que vem sofrendo influências das externalidades trazidas pela montadora e outras empresas.

Entretanto, para que as empresas locais se adaptem ao padrão produtivo da montadora é necessário investimentos em tecnologia, qualificação profissional, qualidade e mudança no sistema administrativo, para que elas se insiram no setor automotivo competindo com empresas não locais.

No que se refere ao processo de consolidação da MMCB em Catalão, assim como no território brasileiro e a formação de seu circuito espacial da produção, é notável que este possui um papel atuante em escala nacional e regional, conforme exposto neste capítulo e nos capítulos 3 e 4. Mas, ele também atua numa perspectiva local, mesmo que de forma ainda tímida. As empresas locais pesquisadas também fazem parte do circuito espacial da produção e desempenham papel relevante para o lugar.

Através da ação de atores diferentes e antagônicos, na perspectiva dialética, formadores do circuito espacial da produção da MMC Automotores do Brasil S.A. possibilitam uma densificação no lugar, de forma a criar "laços de solidariedades imprescindíveis a reprodução do capital". (ARAUJO; ELIAS, 2004, p. 01).

Concomitante à reprodução do capital, à contribuição dos fluxos e consolidação dos fixos no meio técnico-científico-informacional, o lugar e a região assumem papéis preponderantes para a análise espacial, assim como para a análise da inserção de uma montadora em uma cidade e sua região, como é o caso da MMCB.

Tendo como exemplo essa montadora, com base na perspectiva local e regional, é possível afirmar que o seu funcionamento cria e recria, funcionaliza e refuncionaliza através das horizontalidades, isto é, dos "[...] domínios da contigüidade, daqueles lugares reunidos por uma continuidade territorial", conforme afirma Santos (2005c, p. 8).

Dessa forma, as horizontalidades partem do pressuposto deixado por Santos (2002, p. 284) em que "há extensões formadas por pontos que se agregam sem descontinuidade como na definição tradicional de região", atuando numa perspectiva de que o lugar se fortalece e reconstrói estruturas e ganha formas e conteúdos "a partir das ações localmente constituídas, uma base de vida que amplie a coesão da sociedade civil, a serviço do interesse coletivo". (SANTOS, 2002, p. 288).

Contudo, o lugar passa a ser importante na consolidação do circuito espacial da produção da MMCB, assim como a presença dessa montadora na cidade contribui para transformações locais tanto do ponto de vista socioeconômico quanto cultural. Portanto, estas e outras questões serão analisadas a seguir, com o fim de averiguar quais impactos econômicos e simbólicos que a presença da montadora tem proporcionado a Catalão nos últimos anos.

6.3 MMC Automotores do Brasil S.A.: aspectos econômicos e simbólicos em Catalão/GO

Contemporaneamente, como reflexo das estratégias políticas e capitalistas implementadas no território goiano, o município de Catalão levou vantagens ao apresentar um crescimento e diversificação nos ramos industriais (montadoras automotiva e de maquinário agrícola, mineradoras, misturadoras de fertilizantes, confecções etc.), diferenciando-se de outros municípios, que, mesmo apresentando um processo de modernização e diversificação industrial, possuem suas atividades fortemente ligadas ao setor agropecuário, representadas por agroindústrias, armazéns e outros.

Catalão, tornou-se um território apropriado e usado pelo capital. Esse uso se dá através de infraestruturas e inovações trazidas por empresas e apropriam do espaço e criam novas formas, processos, conteúdos e estruturas, que redundam na redefinição de um novo espaço. (SANTOS; SILVEIRA, 2001). Um espaço imbuído da carga ideológica capitalista, onde os símbolos e signos deste modo de produção se fazem presentes no lugar, via transformações sócioespaciais.

Assim, os territórios goiano e catalano podem ser entendidos enquanto produtos sociais, construídos historicamente pelas relações de trabalho, pela ação e papel do Estado e pela população, que nutre um sentimento de pertencimento e de identidade. Esses produtos sociais, portanto, se materializam no território. As ações social e do capital na construção dos espaços acabam criando áreas distintas, nas quais se manifestam as desigualdades socioeconômicas e as características implementadas pelo sistema capitalista, que são, por excelência, combinadas e desiguais. Por isso, apesar de sua estrutura territorial heterogênea, Goiás está integrado ao mercado nacional e, consequentemente, ao global.

Pode-se dizer que Catalão também está inserido nesta lógica, pois, a sua participação ainda vem sendo estruturada, principalmente pela presença de empresas, pertencentes a grandes grupos empresariais nacionais e internacionais. As estratégias dessas empresas e do poder público, de forma conjunta, ampliam suas atividades econômicas. Concomitantemente, acaba se formando entre os lugares, uma rede urbana hierárquica, do ponto de vista financeiro e tecnológico, onde alguns municípios desenvolvem-se e dinamizam-se mais econômica e informacionalmente do que outros, refletindo assim a ideologia capitalista da heterogeneidade, e não se relacionando de forma rígida ao porte demográfico das cidades e municípios.

No aspecto econômico, os destaques ficam por conta do setor industrial, com ênfase a mineração (com três mineradoras: Ultrafértil, pertencente ao Grupo Fosfértil, Mineração Catalão e Copebrás, ao Grupo Anglo American), assim como para outras empresas de grande porte que se instalaram no município nos últimos anos, tais como MMCB e John Deere, além da importância do comércio e serviços.

Com um PIB crescente nos últimos anos é possível afirmar que a economia local vem se fortalecendo em decorrência de investimentos feitos principalmente no setor industrial, entre eles se destacam: a consolidação da Mitsubishi e John Deere do Brasil Ltda.,

implantação do distrito mínero-químico com a ampliação produtiva das mineradoras, assim como a vinda de outras empresas de menor porte do que estas. A fim de confirmar a veracidade dos fatos a tabela 5 ilustra que o PIB catalano é um dos mais ativos e posiciona o município entre os dez municípios que mais contribuem com o crescimento de Goiás no período de 2002 a 2007.

Em complementação aos dados dispostos na tabela 5, o PIB a preços correntes já apresentava um crescimento anual gradativo nos anos de 1999, 2000 e 2001, com os respectivos valores: R$ 548.487,93 R$ 830.628,03 e R$ 1.061.707,68. (SEPLAN, 2009a; 2009b; 2009c). Esse avanço resultou numa maior participação do PIB municipal no PIB global do estado, que de 6º lugar subiu para o 5º no ranking de participação da geração de riquezas do estado. (SEPLAN, 2009a; 2009b; 2009c). Entretanto, em 2002, Catalão contribuía com 3,40% do PIB estadual, no ano de 2006 saltou para 4,36% e em 2007 para 4,46%, permanecendo na 5ª posição. (SEPLAN, 2010m).

Tabela 5 - Os Dez Municípios que mais contribuem para o Produto Interno Bruto em Goiás de 2002 a 2007 - a preços correntes - (R$ em Mil).

Seq.	**2002**		**2006**		**2007**	
	Município	**Valor***	**Município**	**Valor***	**Município**	**Valor***
1	Goiânia	10.127.289	Goiânia	15.898.437	Goiânia	17.867.338
2	Anápolis	2.151.293	Anápolis	3.776.061	Anápolis	4.681.250
3	Rio Verde	1.861.853	Rio verde	2.704.749	Rio Verde	3.083.919
4	Ap. de Goiânia	1.425.571	Ap. de Goiânia	2.670.145	Ap. de Goiânia	3.082.081
5	**Catalão**	**1.270.520**	**Catalão**	**2.488.448**	**Catalão**	**2.909.021**
6	Sen. Canedo	1.197.065	Sen. Canedo	1.853.769	Sen. Canedo	2.036.085
7	Itumbiara	961.301	Itumbiara	1.512.377	Luziânia	1.628.876
8	Jataí	954.144	Luziânia	1.419.286	Itumbiara	1.537.323
9	Luziânia	826.512	Jataí	1.150.395	Jataí	1.329.999
10	São Simão	791.482	São Simão	904.845	São Simão	1.083.232
Soma Total		**21.567.030**		**34.378.512**		**39.239.124**
Total do PIB		***37.415.997***		***57.057.072***		***65.210.147***
Participação no Estado de Goiás		*57,64%*		*60,25%*		*60,17%*

Fonte: SEPLAN (2010n) Org.: SILVA, M.V. da. 2010.

*A Secretaria de Planejamento aponta valores como milhões, mas a maioria dos municípios atingiram valores acima de um bilhão.

Tendo em vista o crescimento considerável do PIB catalano para a soma das riquezas do Estado, consequentemente o PIB *per capita* anual ou renda média *per capita* anual também é alta em comparação ao restante de Goiás, se destacando como uma das maiores entre os municípios goianos, conforme apresenta a tabela 6.

Tabela 6 - Estado de Goiás e Catalão: PIB *per Capita* (R$) - 1999 a 2007.

ESTADO DE GOIÁS									
Ano	**1999**	**2000**	**2001**	**2002***	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**
PIB *per Capita*	5.180,49	5.180,49	5.779,57	7.078,40	7.936,91	8.718,01	8.992,02	9.962,20	11.547,68
MUNICÍPIO DE CATALÃO									
Ano	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**
PIB *per Capita*	12.782,43	12.782,43	16.069,68	18.915,55	26.704,77	32.313,84	33.769,15	34.716,08	38.467,41

Fonte: SEPLAN (2010g; 2010h) Org.: SILVA, M. V. da. 2009.

*A partir de 2002 a SEPLAN adota nova metodologia e revisão dos dados.

Comparativamente, em 1999 a renda *per capita* anual dos catalanos atingiu R$ 12.782,43 enquanto que a renda média estadual foi de 5.180,49, portanto, a renda média catalana é superior a 146,7%. à média estadual. (SEPLAN, 2010g; 2010h).

Tal tendência é gradativa, e tem possibilitado ao município galgar melhores posições no ranking dos 10 principais municípios goianos em PIB *per capita* a partir de 2002, pois até esse ano não estava incluso. (SEPLAN, 2010m). Observar a tabela 7.

Vale ressaltar que no ano de 2002 quando passou a figurar na lista dos 10 mais do PIB *per capita*, ocupando a 10 ª posição, a renda anual do catalano era de R$ 18.916,00. No ano de 2006 ocupou a 4ª colocação e um ano após era de R$ 38.467,00 e estava no 6º lugar. (SEPLAN, 2010m).

Tabela 7 - Goiás: os dez maiores municípios em relação ao PIB *per capita* (2002-2007)*.

	2002		2006		2007	
Seq.	**Município**	**Valor (R$)**	**Município**	**Valor (R$)**	**Município**	**Valor (R$)**
1	São Simão	55.515	São Simão	58.882	Alto Horizonte	102.799
2	Chapadão do Céu	48.489	Turvelândia	39.718	São Simão	78.313
3	Turvelândia	34.635	Cachoeira Dourada	37.598	Turvelândia	55.204
4	Montividiu	34.165	**Catalão**	**34.716**	Cachoeira Dourada	48.143
5	Perolândia	29.336	Ouvidor	30.963	Chapadão do Céu	39.933
6	C. Alegre de Goiás	26.355	Porteirão	26.045	**Catalão**	**38.467**
7	Cachoeira Dourada	25.824	Chapadão do Céu	24.835	Ouvidor	33.501
8	Ouvidor	19.807	Senador Canedo	24.821	Porteirão	33.300
9	Senador Canedo	19.467	C. Alegre de Goiás	24.625	Senador Canedo	28.856
10	**Catalão**	**18.916**	Corumbaíba	23.718	Corumbaíba	26.538
	Estado de Goiás	**8.378**		**12.687**		**14.465**

Fonte: SEPLAN (2010m) Org. SILVA, M. V. da. 2010.

*Valores aproximados para mais ou para menos.

Porém, no ano de 2006, o PIB *per capita* anual ficou respectivamente R$ 34.716,08 para os catalanos e R$ 9.962,20 para os demais goianos, apresentando assim *superávit* no rendimento dos catalanos de aproximadamente 248,5% em relação ao restante da população de Goiás. Todavia, no período de 2002 a 2007 o crescimento da renda *per capita* do catalano registrou cerca de 103,3%.

No entanto, o fato da renda *per capita* ser alta no município não significa que há uma distribuição homogênea da mesma, muitas vezes, esses dados são mascarados com uma pequena parte da população tendo altos rendimentos enquanto a maioria os têm baixos.

A visibilidade econômica angariada pelo município se deve, sobretudo, ao desempenho da economia, que é diversificada e que a cada ano aumenta seu PIB, possibilitando assim o município conquistar cada vez mais empresas e investimentos.

A MMC Automotores do Brasil S.A. e a John Deere do Brasil Ltda. instaladas no município desde 1998 e 1999, respectivamente, apresentam um papel importante nesse novo perfil conquistado por Catalão e nesse novo espaço que se configura no cenário econômico goiano. No caso da MMCB, sua estrutura física e produção vêm sendo ampliadas via investimentos financeiros, somente “no ano de 2003 o investimento foi de R$ 45,8 milhões e

no ano seguinte chegou a R$ 59 milhões". (SEPLAN, 2010l, p. 33). Esses investimentos contribuem consubstancialmente para o aumento na produção de automóveis e na criação de novos postos de trabalhos diretos e indiretos e consequentemente com o elevar da renda *per capita* catalana.

O crescimento da produção anual da MMCB apresentado na tabela 8 permite visualizar o forte crescimento da empresa entre 1999 e 2008. De uma produção de 3.098 veículos anuais em 1999 saltou para 37.203 veículos em 2008 e já em 2009 (32.429 veículos) a mesma teve uma queda em torno de 12% em relação ao ano anterior, devido à crise da economia mundial e nacional.

Tabela 8 - Quantitativo de veículos montados pela MMCB (1999 a jul/2010).

ANO*	MESES												TOTAL
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	
1999	206	209	322	284	305	292	308	159	14	257	324	418	3.098
2000	401	366	460	410	484	482	531	648	647	620	576	627	6.252
2001	624	609	883	745	695	645	715	889	747	737	691	591	8.571
2002	763	675	713	894	849	774**	892	885	923	770	916	689	9.743
2003	751	1095	1010	1.112	1.069	827	704	809	1.101	1.215	1.176	898	11.767
2004	1.099	1.174	1.499	1.367	1.451	1.478	1.986	1.787	1.921	1.700	1.627	922	18.011
2005	1.851	1.696	1.827	1.787	1.808	1.870	1.701	1.966	1.148	1.580	1.686	1.233	20.153
2006	1.625	1.713	2.098	1.467	1.803	861	1.714	2.208	1.867	1.921	1.406	1.488	20.171
2007	1.118	1.651	2.324	2.128	1.217	2.244	1.872	2.506	2.290	2.228	1.762	1.124	22.464
2008	1.814	2.729	3.220	3.761	3.028	3.651	4.010	3.442	3.943	2.967	3.341	1.297	37.203
2009	1.881	2.495	3.041	3.052	2.910	2.620	2.807	2.372	2.317	3.107	2.962	2.865	32.429
2010	2.307	2.940	3.566	3.286	3.647	3.198	3.299	--	--	--	--	--	22.243
Produção de 1999 a julho/2010													**212.159**

Fonte: ANFAVEA (2007c, 2008b, 2009, 2010c). Org.: SILVA, M. V. 2010.

*A ANFAVEA não disponibilizou a produção de 1998 via *site* oficial. **A partir de junho/2002 a Mitsubishi inicia a montar a Pajero TR4 a gasolina. E em junho de 2007 inicia a produção da L200 4x4 flex.

No entanto, a produção de veículos no mês de julho/2008, bateu recorde, atingindo a marca de 4.010 veículos, porém nos meses seguintes inicia uma leve queda, sendo mais acentuada em dezembro em torno de 209% em relação à produção de julho. A produção nesse mês ficou próxima a atingida no mês de janeiro do mesmo ano.

Avaliando os dados apresentados na tabela 8, observa-se que nos dois primeiros meses de 2009, no auge da crise econômica a produção não sofreu um decréscimo drástico como se previa em comparação aos mesmos meses do ano anterior. Em janeiro/2009 fabricou 1.881 veículos e em fevereiro foram 2.495 veículos, sendo que em janeiro/2008 a MMCB fabricou 1.814 veículos e em fevereiro/2008 foram 2.729 veículos montados. Analisando a produção do mês de janeiro/2009 apresentou um *superávit* de 67 veículos, mas a de fevereiro/2009 teve um déficit de 234 carros montados.

Mesmo com o recorde da produção em julho/2008 e consequente queda em agosto, cuja diferença foi que a produção ficou deficitária em 562 carros, então, a montadora demitiu em setembro 140 funcionários, alegando queda nas vendas e consequente queda na produção. No mês seguinte mais 30 funcionários foram exonerados; no mês de novembro mais 70 e em dezembro 183 funcionários, totalizando dessa forma, 423 desligamentos, isto é, desempregados no município e região. (PORTAL CATALÃO NOTÍCIAS, 2009). Segundo informações do SIMECAT a montadora alegou que as demissões ocorreram devido à crise da economia mundial que atingiu em massa o setor automotivo no Brasil.

Outro fator que contribuiu para a queda na produção de dezembro/2008 foi a concessão de férias coletiva por cerca de 30 dias aos funcionários, sendo assim, a montadora produziu somente na primeira quinzena do mês e retomou as atividades em 12 de janeiro de 2009. Em anos anteriores, o período de férias coletiva era de aproximadamente 15 dias. No entanto, os dias de recesso que adentram o mês de janeiro/2009 (1.881 veículos) não influenciaram em queda de produção se comparado a janeiro de 2008 (1.814 veículos).

Num contexto mais amplo, associado ao aumento da produção há uma maior contribuição em impostos aos cofres públicos por parte da montadora e de empresas locais que mantêm relações diretas e indiretas. Assim, com uma maior demanda por mão-de-obra, por fornecedores, por peças, por serviços, o lugar – Catalão - vai se adequando a essa nova realidade. Todo esse conjunto de variáveis, forças e ações formam um circuito espacial da produção, com repercussões no lugar.

Conforme ilustra a tabela 9, a arrecadação de ICMS no município de Catalão cresceu consideravelmente partir de 1999. O resultado da transformação econômica verificada no município neste período de 1998 a 2009 pode ser avaliado através do forte crescimento em termos de arrecadação de impostos. Em Catalão, de um total de R$ 15.764 milhões arrecadados em 1998 chegou a casa dos R$ 238.562 milhões em 2009. O aumento registrado nesses 11 anos foi de aproximadamente 1.413%. Em termos econômicos isso significa uma reviravolta no perfil sócio-econômico e cultural da cidade, com grandes transformações urbanas e infraestruturais.

Contudo, quanto maior é a arrecadação de ICMS maior é o fluxo de mercadorias e serviços, que significa, em termos concretos, aumento no repasse deste imposto ao município. Em 2001 o repasse foi de R$ 11.538 milhões saltando para R$ 49.927 milhões em 2009, isto é, um acréscimo de 332,7%.

Ainda nota-se que de 2008 para 2009 houve queda de cerca de 3% na arrecadação de ICMS pelo município de Catalão. Essa constatação está associada à crise da economia mundial que atingiu todos os setores da economia a nível mundial nesse período.

Tabela 9 - Arrecadação do ICMS do município de Catalão/GO (1998 a 2009) e Repasse de ICMS ao Município (2001 a 2007)

Ano	**1998**	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**
ICMS (R$ milhões)	15.764	17.703	37.567	47.336	72.021	80.227	122.610	127.894	111.028	142.145	245.977	238.562
Repasse do montante de ICMS arrecadado ao município (2001 a 2007)												
Repasse (R$ milhões)	---	---	---	11.538	16.246	23.059	23.365	24.379	29.909	35.827	46.836	49.927

Fonte: SEPLAN (2010g) Org.: SILVA, M. V. da. 2010.

No entanto, a análise do aumento de arrecadação de ICMS[126] deve estar associada ao crescimento do conjunto de setores formados pelo PIB, nesse caso, considera-se os setores industrial e de serviços, ilustrado no gráfico 3. O crescimento do PIB nos setores abordados leva a uma maior circulação de mercadorias, consequentemente, o aumento da arrecadação de ICMS para estes.

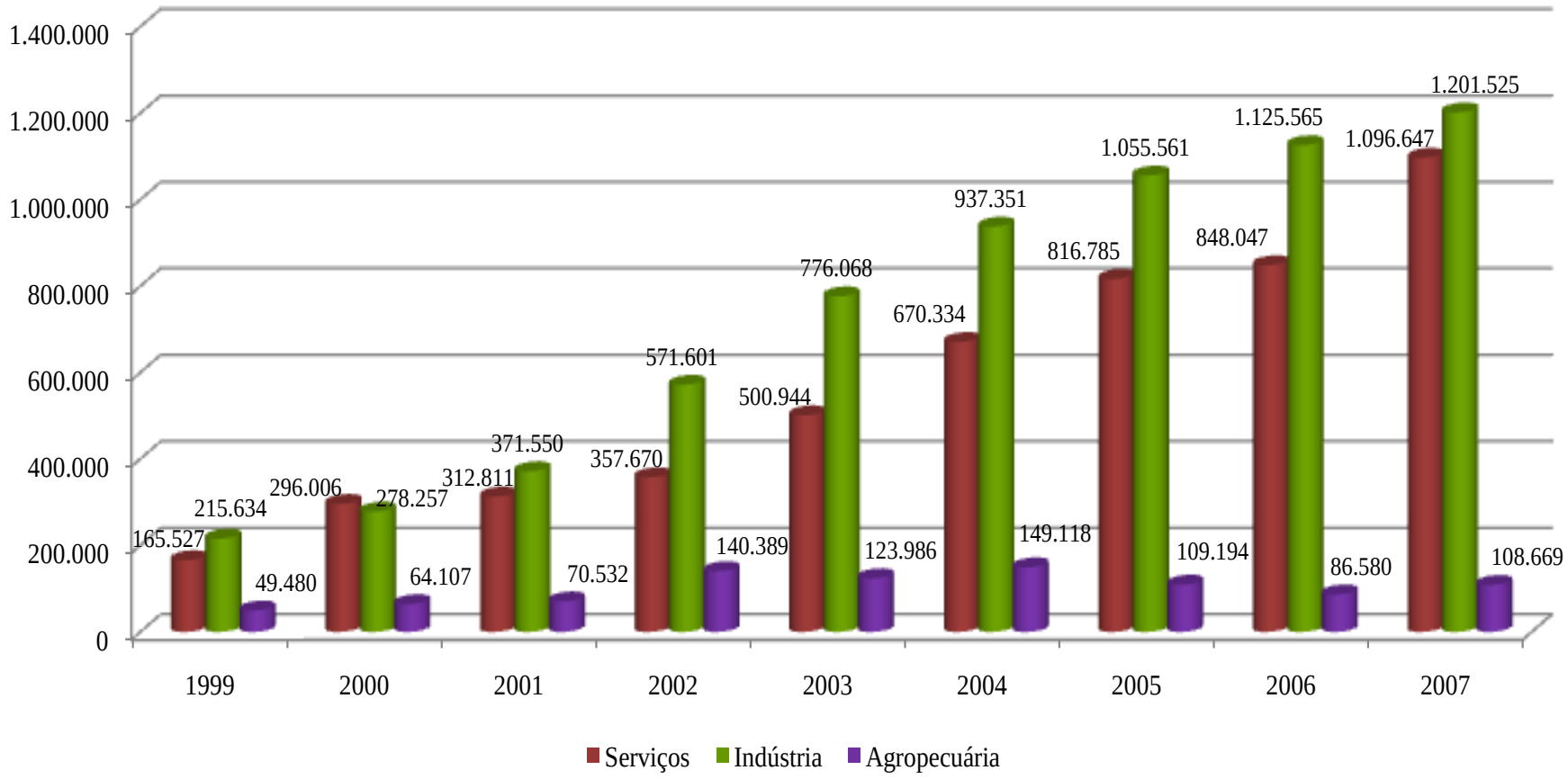
No período de 1999 a 2002 os setores secundário e terciário despontam e fazem o diferencial no montante da riqueza produzida em Catalão. Nesse sentido, Bueno (2006, p. 188) alerta sobre o desempenho do PIB industrial:

> O setor industrial foi o que apresentou maior geração de riquezas no município. Como conseqüência entre os dez municípios participantes com maior representatividade na geração de valor adicionado da indústria estadual, Catalão participou com 4,90% em 2002. Isto aconteceu não somente em função da instalação de indústrias mineradoras na segunda metade da década de 1970 e sua verticalização no início do século XXI. Ocorreu também através da implantação da indústria de transformação de produtos agrícolas [...], a instalação de indústrias mecânicas multinacionais como a Mitsubishi – automóveis e CAMECO – colheitadeiras de cana-de-açúcar e misturadoras de fertilizantes.

De acordo com a SEFAZ a MMCB está entre as 500 empresas sediadas no estado de Goiás que mais arrecadam ICMS. Em 1998 a empresa não figurava entre as duzentas primeiras empresas. Em 1999 alcançou a 66ª posição, já em 2000 saltou para a 13ª, 2001 para o 11º lugar e de 2002 a 2009 passou a figurar entre as 10 maiores empresas que arrecadam ICMS para o estado, ficando, respectivamente nas seguintes ordens: 2002 e 2003 em 10º lugar; 2004 e 2005 na 7ª posição; 2006 caiu para o 11º lugar; em 2007 subiu para a 8ª colocação; 2008 e 2009 em 5ª e 6ª classificações. (SEFAZ, 2010a). Para melhor entendimento destas informações recorre-se ao quadro 17.

[126] Até dezembro de 2006 a SEPLAN discriminava o ICMS em três setores (agropecuária, indústria, comércio e serviços), no entanto, a partir do ano de 2007, esses setores passaram a ser divididos em subsetores, como: comércio atacadista, comércio distribuidor, comércio varejista; prestação de serviços, comunicação, e/ou indústria, extração mineral ou fóssil, entre outros.

Gráfico 3 - PIB do município de Catalão/GO: setores industrial, serviço e agropecuário - 1999 a 2007 - (R$ Mil).



Fonte: SEPLAN (2010g) Org.: SILVA, M. V. da. 2010.

Ano	Posição
1998	---
1999	66ª
2000	13ª
2001	11ª
2002	10ª
2003	10ª
2004	7ª
2005	7ª
2006	11ª
2008	5ª
2009	6ª

Quadro 17 - As 500 empresas que mais arrecadam ICMS para o Estado de Goiás: posição ocupada pela MMCB (1999 a 2009).

Fonte: SEFAZ (2010a) Org.: SILVA, M. V. da. 2010

Nos anos de 2002 a 2009 a MMCB ocupou as dez primeiras posições entre as indústrias que mais arrecadaram ICMS para o estado de Goiás. Dessa forma, se a MMCB é a primeira empresa sediada em Catalão a ocupar tão significativa colocação na classificação geral, pode-se afirmar - apesar da Agência Fazendária/Regional de Catalão (AGENFA) não confirmar, devido a sigilos fiscais - que a montadora é a que mais arrecada ICMS aos cofres municipais.

Ainda a respeito das 500 empresas que mais arrecadam ICMS, com base nos dados disponibilizados pela SEFAZ, é possível observar que algumas outras empresas ligadas ao setor automotivo em Catalão também ficaram em posições que merecem destaque nesse texto. Como mostra o quadro 18.

Nota-se que apesar da Transzero Transportadora de Veículos Ltda. ou Sada Transporte Centro-Oeste Ltda. estar instalada em Catalão desde 1998, somente no ano de 2001 passou a figurar entre as 500 empresas que mais contribuem com ICMS em Goiás. A MVC Componentes Plásticos Ltda. segue a mesma tendência, instalada na cidade desde 2001, no ano de 2003 angaria posições, assim como a Weldmatic Automotive Ltda. estando no

município desde 2000, somente em 2003 entra na lista das 500 maiores empresas do ICMS estadual.

Ano	Empresas	Respectivas Posições
1998	---	--
1999	---	--
2000	---	--
2001	Transzero Transportadora de Veículos Ltda.	153ª
2002	Transzero Transportadora de Veículos Ltda.	169ª
2003	Transzero Transportadora de Veículos Ltda.; Weldmatic Automotive Ltda.; MVC Componentes Plásticos Ltda.	191ª / 284ª / 465ª
2004	Transzero Transportadora de Veículos Ltda.; MVC Componentes Plásticos Ltda.	172ª / 346ª
2005	MVC Componentes Plásticos Ltda.	147ª
2006	MVC Componentes Plásticos Ltda.; Weldmatic Automotive Ltda. Sada Transporte Centro Oeste Ltda. (mesma Tranzero).	240ª / 244ª / 486ª
2007	MVC Componentes Plásticos Ltda.; Weldmatic Automotive Ltda; Sada Transporte Centro-Oeste Ltda.	187ª / 207ª / 462ª
2008	Weldmatic Automotive Ltda.; Sada Transporte Centro-Oeste Ltda.; PPG Indústria do Brasil Ltda (prestadora de serviços no setor de pinturas da MMCB até dezembro de 2008).	143ª / 310ª / 496ª
2009	Weldmatic Automotive Ltda.; MVC Componentes Plásticos Ltda.; Sada Transporte Centro-Oeste Ltda.	168ª / 278ª / 354ª

Quadro 18 - Empresas do Setor Automotivo em Catalão entre as 500 maiores contribuintes do ICMS em Goiás (1998-2009).

Fonte: Sefaz (2010a) Org.: SILVA, M. V. da. 2010.

Essas posições alcançadas pelas empresas que fazem parte do setor automotivo de Catalão comprovam que elas têm importância não apenas nas contribuições com tributos e impostos, mas também na circulação de mercadorias e prestação de serviços, possibilitando, paulatinamente, uma maior circulação de fluxos materiais e imateriais principalmente para Catalão.

O fato de essas três empresas apresentarem tais características demonstra que mesmo com as isenções fiscais elas ainda conseguem alavancar a economia catalana e, por conseguinte, a goiana. Dessa forma a atração de novas empresas para subsidiar a MMCB

aumentaria ainda mais os fluxos em Catalão, além de aumento na arrecadação de tributos e geração de novos postos de trabalho.

Além de uma maior inserção de Catalão na era global e consequente divisão internacional do trabalho, está associado a um sistema de produção pautado na rigidez do trabalho com a precarização das relações trabalhistas e direitos dos trabalhadores.

Em relação a essa questão, levantamento feito pela AGENFA aponta que, em 2009 entre as 100 empresas que mais arrecadam ICMS para o referido município, oito estão ligadas diretamente ao setor automotivo e onze empresas ligadas indiretamente. Para comprovar essa informação recorre-se ao quadro 19.

Ainda segundo informações da AGENFA, a MMCB contribui com cerca de 70% do total do ICMS recolhido em Catalão, mesmo sendo detentora de redução de 27% do total recolhido deste imposto através do incentivo fiscal conferido pelo Produzir. O montante de recursos, que entram nos cofres estaduais e municipais, é grande, no entanto, a AGENFA, por questões de sigilo fiscal, não pode divulgar tais valores. Associando esse percentual ao valor de ICMS que foi arrecadado em Catalão em 2009 pelo setor industrial (R$ 173.339 milhões), conforme informa a Seplan (2010g), constata-se que o valor recolhido pela montadora nesse ano foi de aproximadamente R$ 121.337 milhões.

ORD.	EMPRESA	ORD.	EMPRESA
1	MMC Automotores do Brasil S.A.	50	Oxiseg - Equipamentos de Segurança e Soldagem Ltda.-ME
2	John Deere do Brasil Ltda.	51	J. Rabelo Indústria e Comércio de Embalagens Ltda.
3	Droga Center Distribuidora Ltda.	52	Djair David Souza e Cia. Ltda.
4	Rede Eletrosom Ltda.	53	Cerealista Maranhão Ltda.
5	ADM do Brasil Ltda.	54	Amazonas Produtos Alimentos Ltda.
6	Weldmatic Automotive Ltda.	55	Ferro & Aço Catalão Comercial Ltda.
7	Brasal Refrigerentes S.A.	56	Distribuidora de Produtos Farmacêuticos Gramense Ltda.
8	Cirúrgica Mafra Ltda.	57	Distribuidora Maudi de Veículos Ltda.
9	Peixoto Comércio Indústria, Serviços e Transportes S.A.	58	Kata Líder Indústria e Comércio de Sucatas Ltda. ME
10	MVC Componentes Plásticos Ltda.	59	Puras do Brasil S.A.
11	DuPont do Brasil S.A.	60	Aluminaço Ltda.
12	Sada Transporte Centro-Oeste Ltda.	61	Guarujá Materiais para Construção Ltda.
13	Atlas Agroindustrial Ltda.	62	Via Goiás Transportes Ltda.
14	Maqnelson Agrícola Ltda.	63	Sapataria Costa Brasil Ltda.
15	Ultrafértil S.A.	64	Rubson Materiais para Construção Ltda.
16	Uni-lar Produtos Alimentícios Ltda.	65	Osmar Rodovalho
17	SBV Automotores do Brasil S.A. – Suzuki Veículos	66	Stilrevest Indústria e Comércio Ltda.
18	Irmãos Bretas Filhos e Cia. Ltda.	67	Lojas Avenida Ltda.
19	Magazine Luiza S.A.	68	Transportes Waldemar Ltda.
20	Nutrion Agronutrientes Ltda.	69	Transportadora Mangueiras Ltda.
21	Agrotec - Empreendimentos Agropecuários Ltda.	70	Transportadora Serrano Ltda.
22	IC Transportes Ltda.	71	J & D Comércio de Gêneros Alimentícios Ltda.
23	Drogavida Comércio de Drogas Ltda.	72	Catalão Pires do Rio Veículos Ltda.
24	Drogasil S.A.	73	Rodotrans Transportes e Comércio Ltda.
25	Fertilizantes Heringer S.A.	74	Copebrás Ltda.
26	Embrasatec Indústria e Comércio Têxtil Ltda.	75	Agro-Suporte Catalão Ltda.
27	Adubos Sudoeste Ltda.	76	Mega Supermercado Ltda.
28	Vespor Automotive Distribuidora de Auto Peças Ltda.	78	Aliança Atacadista Ltda.
29	Atrhol - Agência de Transporte Horizontina Ltda.	79	Cooperativas de Agricultores da Região de Orlândia
30	Central Metalúrgica Catalana Ltda.	80	Revendendora Sul Goiana de Motos Ltda.

31	Cooperativa de Transportes Autônomo de Catalão.	81	J.G. Pimenta Comercial Ltda.
32	Ativa Comercial Hospitalar Ltda.	82	Madereira Catalana Ltda.
33	P. Severini Neto Comercial Ltda.	83	LG Logística, Transporte e Com. de Gesso Agrícola Ltda.
34	Casa Bahia Comercial Ltda.	84	Maqnelson Veículos Ltda.
35	Autoport Transporte e Logística Ltda.	85	Carlos Saraiva Importação e Comércio Ltda.
36	Medseven Dist. de Medicamentos e Prod. Hospitalares Ltda.	86	New Commerce Comercial de Alimentos Ltda.
37	P.G.R Alimentação Ltda.	89	Base Transportes Ltda.
38	Fertigran Fertilizantes Vale do Rio Grande Ltda.	90	Cinthia Ferreira Ghiraderlli-ME
39	Sementes Selecta S.A.	91	Curinga Veículos Ltda.
40	Canal Distribuição de Gêneros Alimentícios Ltda.	92	Farma & Plus Distribuidora de Medicamentos Ltda.
41	União Comércio de Importação e Exportação Ltda.	93	Liberdade Produtos Alimentícios Ltda.
42	Guerra e Guerra Transportes Ltda.	94	Transporte Coletivo Duarte Ltda.
43	Triauto - Triângulo Automóveis Ltda.	95	Eldorado Turismo Ltda.
44	Julifarma Dist. de Produtos Farmacêuticos, Perfumaria Ltda.	96	David Souza & Fernandes Ltda.
45	Cooperativa Agropecuária de Catalão	97	Magazine das Fábricas Catalão Ltda.
46	Transzero Transportadora de Veículos Ltda.	98	Ferticentro Transporte Gerais
47	Real Borrachas de Catalão Ltda.	99	Darelli Dist. de Bebidas e Prod. de Higiene, Limp. Ltda.
48	Karina Helena Madeira - Pirâmide Roupas e Calçados.	100	MSC Materiais para Construções Ltda.
49	Rodoborges Transportes Ltda.	--	---

Quadro 19 – As 100 maiores empresas contribuintes de ICMS para o Muncípio de Catalão/Goiás em 2009.

Fonte: SEFAZ (2010b) Org.: SILVA, M. V. da. 2010.

LEGENDA:

- Montadora MMC Automotores do Brasil S.A. carro-chefe do setor automotivo em Catalão/GO.
- Empresas ligadas diretamente ao setor automotivo em Catalão: fornecedores, prestadores de serviços e terceirizadas.
- Empresas ligadas indiretamente a Mitsubishi (cartões alimentação e farmácia da Valecard).
- Rede de distribuição autorizada (Concessionária).

A realidade é que ninguém acreditava que a montadora fosse se consolidar no Sudeste Goiano. As pessoas especulavam no início de seu processo de implantação que a empresa ficaria aqui até os incentivos acabarem e que todos os funcionários viriam de fora. Já se fizeram 13 anos e a empresa continua em Catalão, inclusive com perspectivas de expansão e mais de 80% de seus funcionários são de Catalão e região. Os incentivos ainda estão em vigor, apenas o ISSQN que vem sofrendo aumento escalonares gradativo, conforme acordo estabelecido no Protocolo entre a MMC Automotores do Brasil S.A., Governo do Estado de Goiás e Prefeitura Municipal de Catalão. Sendo assim a empresa assumiu importância econômica no espaço regional e local, seja na geração de postos de trabalho, no aumento da arrecadação de ICMS, enfim, crescimento dos fluxos que transformam o lugar.

Refletindo um pouco sobre a realidade da geração de novos postos de trabalho em Catalão deve-se considerar o papel da MMCB e das empresas que lhes subsidiam que também geram muitos empregos. Porém, não é possível apontar quantos empregos a montadora gerou ano a ano e nem quantos funcionários foram desligados. No computo geral, a tabela 10 traz algumas informações que merecem ser tratadas.

Da mesma forma que se contrata funcionários, demite-se muito também. Entretanto, entre os anos de 1999 e 2009, 2007 é o ano que apresenta um saldo maior de vagas ofertadas, sendo 2.729. Registrou-se em 2008, 19.707 empregos formais, cuja média do rendimento mensal ficou em R$ 1.145,04. O gráfico 4 ilustra que em 2008 o município apresentou um saldo positivo de 2.087 novas vagas abertas, já no ano de 2009, o saldo foi negativo em 326 empregos, isto é, demitiu-se mais do que gerou novas vagas. (SEPLAN, 2010g).

Esse fator está associado à crise da economia mundial. Quanto a essas demissões a MMCB contribuiu com parte significativa nesse total, já que de 2008 a 2009 demitiu cerca de 423 funcionários, após o impacto da crise muitos foram readmitidos, porém outros não foram realocados pela montadora.

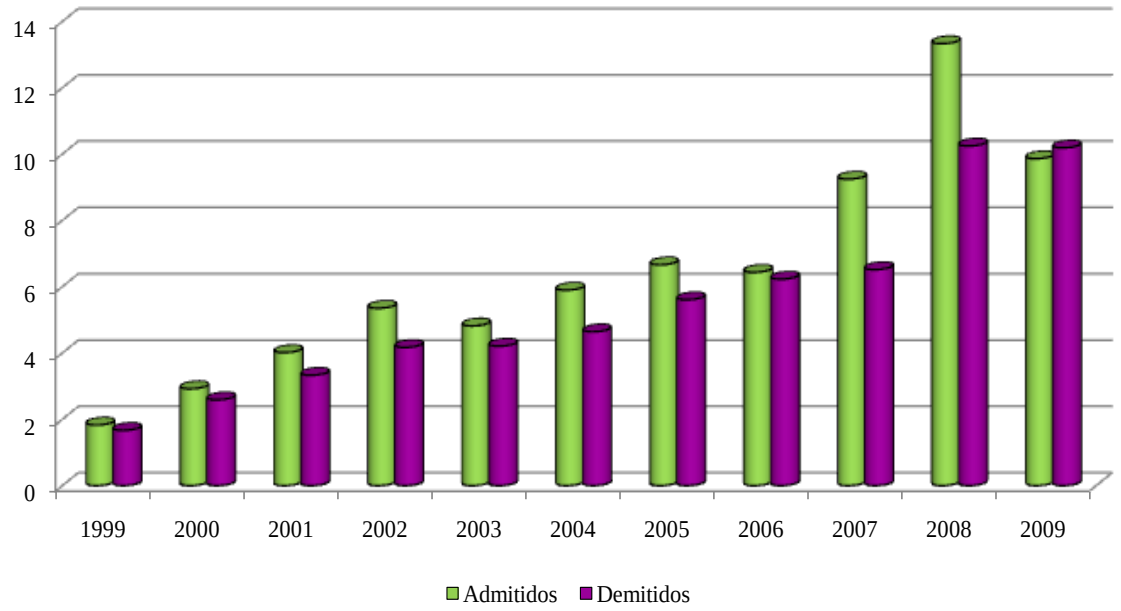
Tabela 10 - Catalão/GO: Geração de Empregos de 1999 a 2009.*

Ano	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Empregos Formais (RAIS)	7.433	8.410	9.744	*11.138*	11.448	12.766	13.921	14.211	17.880	19.707	--
Rendimento Médio (R$)	451,11	491,64	562,76	611,64	671,76	730,23	829,91	899,32	1.008,25	1.145,04	--
Admitidos	1.828	2.923	4.013	5.351	4.818	5.898	6.661	6.435	9.246	13.333	9.863
Demitidos	1.666	2.589	3.330	4.170	4.207	4.643	5.608	6.229	6.517	10.246	10.189
Saldo	162	334	683	1.181	611	1.255	1.053	206	2.729	2.087	-326

Fonte: SEPLAN (2010g) Org.: SILVA, M. V. da. 2010**.**

* Dados baseados no Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) e RAIS

Gráfico 4 - Saldo de Empregos em Catalão/GO: admitidos e demitidos (1999-2009).



Fonte: SEPLAN (2010g) Org.: SILVA, M. V. da. 2010.

Além dessas demissões da própria montadora, empresas ligadas comercialmente à MMCB também realizaram demissões, como a RCM Indústria e Comércio e a Weldmatic Automotive Ltda., a primeira dispensou 22 funcionários e a segunda 275. Dessa forma, o setor automotivo em Catalão, com base em informações do SIMECAT, aponta que as empresas que o compõem sindicalmente desligaram 720 trabalhadores em 2008. (PORTAL CATALÃO NOTÍCIAS, 2009).

Contudo, vale ressaltar que não é somente o setor industrial em Catalão o responsável pelo acúmulo de riquezas, o setor terciário, através dos estabelecimentos comerciais e de serviços contribuem para esse cresciemnto, fatos que serão abordados a seguir.

6.3.1 Desenvolvimento e incremento econômico do setor terciário em Catalão/GO.

O setor terciário representado pelo comércio e serviços assume importância no cômputo geral da economia. Catalão não está alheio a essa realidade, cujo setor terciário assume papel relevante na geração de empregos, circulação de mercadorias e capitais, prestação de serviços, contribuição com impostos, servindo para dinamizar o fluxo material e imaterial.

Segundo informações da SEPLAN (2008), em agosto de 2005 o município contava com 1.140 mil estabelecimentos varejistas, já em 2007 eram 1.215 mil, cujo crescimento atingiu 6,5%. Ainda de acordo com Mendes e Rossi (2010) em 2005 eram 3.000 mil estabelecimentos comerciais presentes em Catalão. Porém, apesar da SEPLAN não divulgar dados mais recentes, observa-se na paisagem urbana que esse número tem aumentado gradativamente, pois a cidade vive uma realidade permeada pela atração e abertura de novos estabelecimentos comerciais.

Catalão vive em meio a um processo de expansão comercial, principalmente através da atração de empreendimentos de capital não local, desde loja de eletrodomésticos e móveis, supermercados, lojas no setor de tecnologias e mercadorias diversas, além de prestadores de serviços.

Nesse contexto, percebe-se que a revolução tecnológica suscitou uma série de inovações nas formas de organização da produção, da distribuição, da venda, do consumo e da circulação de bens materiais e imateriais na sociedade. O papel crescente da mídia, do marketing e da propaganda pôs-se a moldar uma nova forma de consumo. Nesse discurso, o lado político ganha destaque, o qual é propagado através de *slogans* como: “Viver Aqui é Bom Demais” e “Catalão em Boa Direção”, passando uma imagem de cidade perfeita em que toda a população participa dos ganhos e benefícios proporcionados pelo crescimento

econômico. Os dados podem até mostrar uma renda *per capita* anual bem acima da média do estado, mas há outras questões que compõem o escopo da cidade.

Diante destas características, é importante tratar que os aspectos e fatores que marcaram o desenvolvimento e crescimento econômico da cidade de Catalão, influenciaram sobremaneira na sua infraestrutura urbana. A cidade passa por processos de transformações na paisagem urbana, com modificações arquitetônicas, reformas nos espaços públicos, modernização nos setores de comércio e serviços etc. Essas transformações e mudanças são frutos do dinamismo que a cidade passa, influenciado, sobretudo, pela economia, e isso reflete no processo de organização das atividades econômicas no espaço intraurbano e interregional.

Com base nos estudos de Corrêa (2001) ao referendar sobre os processos espaciais na metrópole, é possível fazer uma conversão de suas contribuições para entender um pouco da organização espacial e da reprodução do capital nas cidades médias e pequenas brasileiras.

Haja vista que nas cidades menores também ocorrem os processos sociais ressaltados pelo autor, só que apresentam um menor dinamismo, devido as peculiaridades locais. Assim, Corrêa (2001b, p. 121) diz que:

> [...] processos espaciais produzem forma, movimento e conteúdo sobre o espaço urbano, originando a organização espacial [...]. Esta organização caracteriza-se por usos da terra extremamente diferenciados tais como o da área central, áreas industriais e áreas residenciais diversas, e pelas interações como fluxo de capital, migrações diárias entre o local de residência e local de trabalho, e deslocamento de consumidores, que permitem integrar essas diferentes partes.

Mesmo em cidades consideradas médias, como o caso de Catalão[127], é possível observar a relevância desses processos espaciais, que vão dando forma e organização ao espaço urbano. Observa-se que no Código de Obras (Lei nº 2.215, de 05 de agosto de 2004) e na Lei de Uso e Ocupação do Solo Urbano (Lei n.° 2.211, de 05 de agosto de 2004) fica evidente a postura do município em relação à construção de estabelecimentos comerciais, assim como as áreas que tendem a concentrar esse tipo de atividade. A legislação municipal

[127] Para maiores informações sobre Catalão ser considerada uma cidade média recorrer a Pires (2009).

que regulamenta o uso do solo urbano ressalta que a Área Central é a área que apresenta melhores condições para abrigar empreendimentos comerciais e de serviços no perímetro urbano. (PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO, 2004a, 2004b).

Nota-se que historicamente as atividades de comércio e serviços localizam-se em Catalão prioritariamente na Área Central[128]. Esta é delimitada por algumas ruas[129] onde concentra a maioria das lojas de vestuários, acessórios, informáticas, celulares, lojas de departamentos, sapatarias, clínicas e consultórios odontológicos e médicos, escritórios de serviços (advogados), rede bancária, enfim, um sistema de comércio e financeiro.

Diante desta situação as formas espaciais do passado estão desaparecendo com o dinamismo e reprodução do capital no espaço urbano. As construções antigas que resistiram no tempo e no espaço, ainda não se sabem se permanecerão por muito tempo. Os antigos estabelecimentos comerciais passaram por reformas e cederam lugar a arquiteturas modernas. Assim sendo, o centro histórico de Catalão perdeu sua história, ficando apenas na lembrança dos antigos moradores e em algumas poucas fotografias. Em contrapartida, o valor venal dos imóveis nas ruas que compõem a Área Central é bastante elevado, assim como os aluguéis.

Em referência a essas considerações, é preciso fazer outras, principalmente sobre a expansão ou descentralização da área comercial através do surgimento de eixos comerciais[130]

---

[128] Segundo Murphy e Vance (1954), ao refletir sobre o CBD (Distrito Central de Negócios) no caso norte-americano, apontam que a Área Central é o coração da cidade americana. Com base nas contribuições dos autores citados, pode-se dizer que a Área Central é onde [...] se encontra a maior concentração de escritórios e lojas varejistas refletida no valor da terra mais elevado da cidade, e os mais altos edifícios. [...] é também o foco principal do tráfego de automóveis e pedrestes. Por meio da rêde de transportes o restante da cidade é uma área longíquamente situada, além dos limites da cidade, estão orientadas em direção ao CBD. (MURPHY; VANCE, 1954, p. 1).

[129] A Área Central de Catalão é formada por diversas ruas, mas algumas se destacam por manter um maior aglomerado de comércios e de serviços, sendo: Ruas Egirineu Teixeira, Juca Cândido e Dr. Pedro Ludovico Teixeira e, Avenidas: João XXIII, Raulina Fonseca Pascoal, 20 de Agosto e Farid Miguel Safatle.

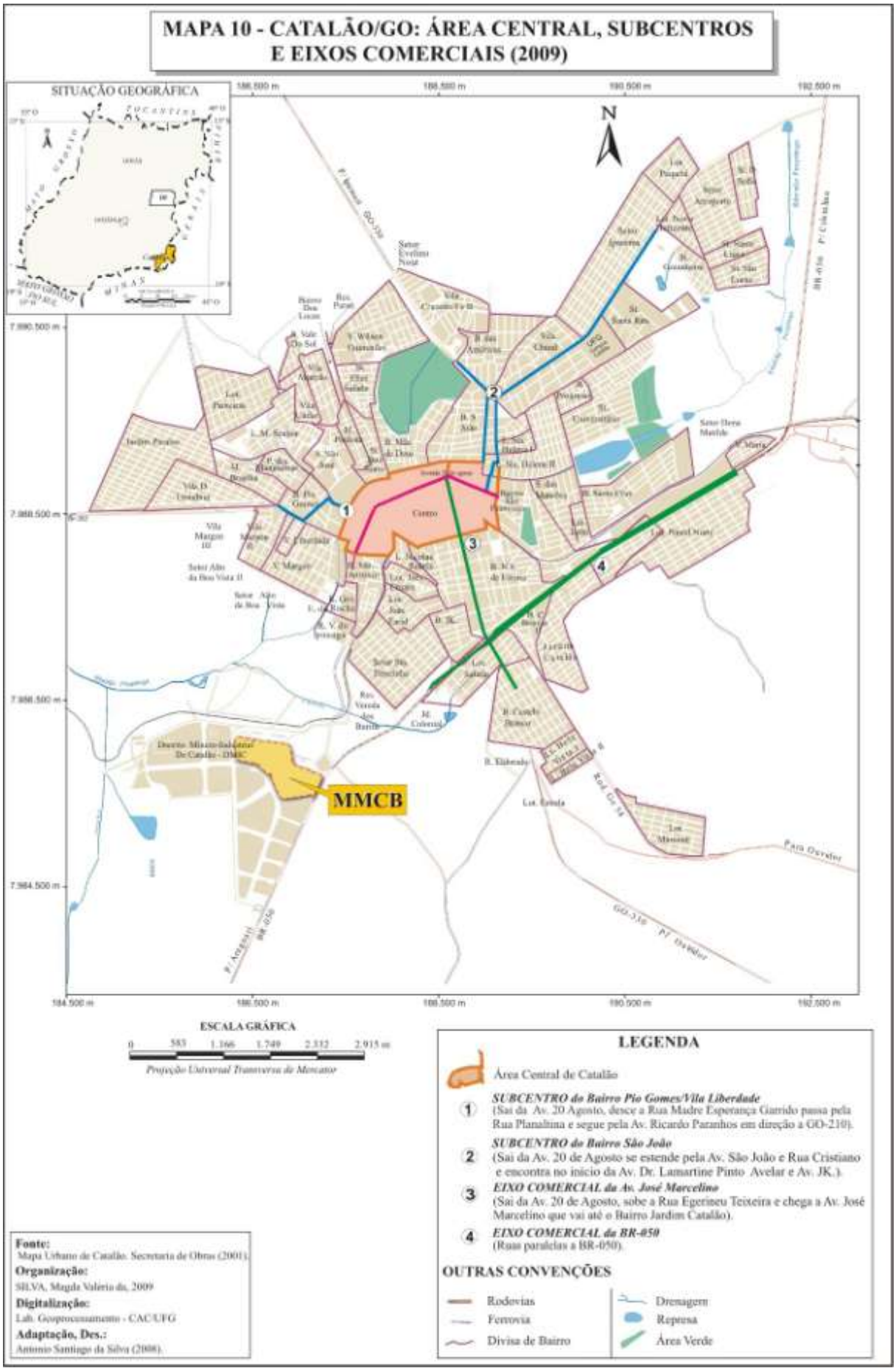
[130] Para compreender a formação dos eixos de comércio em Catalão, considerou-se que eles se formaram a partir de vias com maior fluxo de mercadorias, pessoas, veículos, quantidade de estabelecimentos comerciais e respectivos tipos de atividades. Dessa forma, pauta-se em Prodfoot (1937, p. 398) que afirma que a Rua de Comércio de Bairro (*Neighborhood Business Street*) é caracterizada, em primeiro lugar, pela "magnitude" do bairro, pois "atrai predominantemente consumidores que dispensam meios de transporte", sendo possível percorrer e frequentar vários tipos de estabelecimentos sem o uso de veículos, isto é, a pé.

que partem para diversas direções, formação de subcentros[131] e de áreas especializadas[132]. Esses são provenientes do adensamento de estabelecimentos na área central, que está associado ao crescimento na abertura de novos empreendimentos.

Como forma de ilustrar essas informações, o mapa 10 aponta onde se localizam essas estruturas urbanas. Destarte, é importante dizer que a maioria dos estabelecimentos comerciais de Catalão se localiza na área central, nos dois eixos comerciais e nos dois subcentros.

[131] Segundo Reis (2007) o Subcentro é fruto do processo de descentralização. A descentralização das atividades centrais para outras áreas na cidade são marcadas de um lado, por fatores de repulsão que a área central apresenta e, por outro, por fatores de atração das áreas não centrais. Entre os fatores de repulsão estão: alto valor dos imóveis; alto valor dos impostos, tráfego intenso de automóveis e congestionamentos etc. Fatores estes que nas áreas não centrais são atrativos, pois em geral apresentam baixo valor dos imóveis (aluguel), fraca circulação de veículos; possibilidade de desenvolver comércios especializados e até mesmos fixar filiais de lojas localizadas no centro.

[132] As áreas especializadas são provenientes do processo de coesão conhecido também como "[...] economias de aglomeração tende, em realidade, a gerar conjuntos de atividades espacialmente coesas [...]". (CORRÊA, 2001, p. 129). Assim essas áreas representam um agregado de atividades afins ligadas a um setor. (CORRÊA, 1989). Desse modo, as áreas especializadas podem ser criadas tanto no interior da Área Central, como em áreas não centrais e assim favorecer a acumulação capitalista no espaço urbano, devido a aglomeração de economias com afinidades e com o fim de facilitar a reprodução do capital no espaço urbano. (CORRÊA, 2001).


MAPA 10 - CATALÃO/GO: ÁREA CENTRAL, SUBCENTROS E EIXOS COMERCIAIS (2009)
SITUAÇÃO GEOGRÁFICA
N
MMCB
ESCALA GRÁFICA
0 583 1.166 1.749 2.332 2.915 m
Projeção Universal Transversa de Mercator
LEGENDA
Área Central de Catalão
1 SUBCENTRO do Bairro Pio Gomes/Vila Liberdade
(Sai da Av. 20 Agosto, desce a Rua Madre Esperança Garrido passa pela Rua Planaltina e segue pela Av. Ricardo Paranhos em direção a GO-210).
2 SUBCENTRO do Bairro São João
(Sai da Av. 20 de Agosto se estende pela Av. São João e Rua Cristiano e encontra no início da Av. Dr. Lamartine Pinto Avelar e Av. JK.).
3 EIXO COMERCIAL da Av. José Marcelino
(Sai da Av. 20 de Agosto, sobe a Rua Egerineu Teixeira e chega a Av. José Marcelino que vai até o Bairro Jardim Catalão).
4 EIXO COMERCIAL da BR-050
(Ruas paralelas a BR-050).
OUTRAS CONVENÇÕES
Rodovias
Ferrovia
Divisa de Bairro
Drenagem
Represa
Área Verde
Fonte:
Mapa Urbano de Catalão. Secretaria de Obras (2001).
Organização:
SILVA, Magda Valéria da, 2009
Digitalização:
Lab. Geoprocessamento - CAC/UFG
Adaptação, Des.:
Antonio Santiago da Silva (2008).

No entanto, nota-se que a cidade já abriga uma variedade tanto em quantidade quanto em tipos de estabelecimentos comerciais, podendo ser vistos no quadro 20

Tipos de Estabelecimentos	Alguns Exemplos
Lojas de Capital Nacional (Filiais e Franquias)	Casas Bahia, Ricardo Eletro, Magazine Luiza, Lojas Americanas (fase final de construção), O Boticário, Lacqua de Fiori, Água de Cheiro, Cacau Show, Bretas Hipermercados, Coselli Hipermercados, Drogasil, entre outras.
Lojas de Capital não Local	Novo Mundo, Rede Eletrosom (Loja e Centro de Distribuição Regional), Lojas Avenida, Lojas Maranata, Móveis Estrela, Cia. Mineira de Chocolates, On Line Informática, etc.
Estabelecimentos de Capital Local	Sapataria Brasil (matriz e três filiais), Supermercado Primavera (matriz e três filiais), Supermercado São João (matriz e uma filial), Lojas Tecilar (matriz e duas filiais) e Verônica Eletro-útil (matriz e duas filiais), outros.
Filiais de Transportadoras	Rodonaves e Carone Transportes, LC Encomendas, IC Transportes, Cocal Transportes, Rodoborges Transporte, Mira Transportes, Sada Transportes Centro-Oeste, Transzero Transportadora de Veículos, Transportadora Serrano, Real Encomendas e Armazéns etc.
Distribuidoras Diversas	Droga Center Distribuidora; Cirúrgica Mafra, Uni-lar Produtos Alimentícios, Produtos Alimentícios Amazonas, Sagra Produtos Farmacêuticos, Dimper Comercial, Dicebel Distribuidora de Bebidas (AMBEV), Shopping dos Cosméticos, Vita Derm Distribuidora, entre outras.
Empresas Agropecuárias de Capital não Local	Adubos Araguaia, Adubos Moema, Bunge Fertilizantes, Fertigran Fertilizantes, Fertilizantes Heringer, ADM, Caramuru Armazéns, Armazéns Carol, Cargill Agrícola etc.
Empresas agropecuárias de capital local	Agrofava Sementes, Suporte Agrícola, Agropecuária Rampelloti, Ceres Agrobusiness etc.

Quadro 20 - Alguns exemplos de tipos de estabelecimentos comerciais presentes em Catalão (2010).

Fonte: O Guia (2009/2010) Org.: SILVA, M. V. da. 2010.

Além de uma variedade de supermercados, mercearias, lojas de materiais de construção, concessionárias de automóveis, motos e equipamentos agrícolas; panificadoras, farmácias, lojas de cama, mesa, banho e vestuário, sapatarias, lojas de informáticas e de

telefonias, papelarias, restaurantes, hotéis, clínicas médicas e odontológicas, laboratórios, instituições de ensino profissionalizantes e de ensino superior, entre diversos outros segmentos.

Ressalta-se que esse levantamento é parcial e serve como subsídio para compreender o dinamismo e a proeminência do setor de comércio e serviços em Catalão. Porém, o gráfico 3, ilustrado anteriormente neste capítulo, aponta a dinâmica comercial e de serviços em Catalão, de 1999 a 2007, ocupando o segundo lugar no montante total do PIB. Acompanhando o crescimento do PIB, a arrecadação de ICMS passa a ser discriminada setorialmente pela SEPLAN a partir de 2007, sendo possível observar que os segmentos ligados ao comércio e serviços sofrem relativas alterações ano a ano, conforme mostra a tabela 11.

Tabela 11 - Catalão/GO: Contribuição do setor terciário na arrecadação de ICMS (2007-2009).

Setores	2007	2008	2009
Arrecadação do ICMS - Comércio atacadista e distribuidor (R$ mil)	26.156	29.801	35.822
Arrecadação do ICMS - Comércio varejista (R$ mil)	8.841	10.763	13.392
Arrecadação do ICMS - Extrator mineral ou fóssil (R$ mil)	186	109	1.173
Arrecadação do ICMS - Indústria (R$ mil)	93.563	189.958	173.339
Arrecadação do ICMS - Prestação de serviço (R$ mil)	10.437	10.459	6.520
Arrecadação do ICMS - Produção agropecuária (R$ mil)	2.226	2.435	3.431
Arrecadação do ICMS - Combustível (R$ mil)	222	278	245
Arrecadação do ICMS - Comunicação (R$ mil)	89	140	216
Arrecadação do ICMS - Energia Elétrica (R$ mil)	235	1.928	4.032
Arrecadação do ICMS - Outros (R$ mil)	191	107	393
Distribuição do ICMS - Repasse (R$ mil)	35.827	45.836	49.927
Arrecadação Total de ICMS (R$ mil)	**142.145**	**245.977**	**238.562**

Fonte: Seplan (2010g) Org. SILVA, M. V. da. (2010)

Entre os três grandes setores da economia que mais arrecadam ICMS para Catalão está o industrial, sendo representado por grandes indústrias sediadas no município, como as mineradoras Copebrás, Fosfértil e Mineração Catalão, as misturadoras de adubos, cerâmicas, indústria têxtil, a MMCB, a John Deere do Brasil, entre outras.

O segmento representado pelo comércio atacadista e distribuidor também apresenta papel importante na arrecadação de ICMS, inclusive com destaque para empresas ligadas ao setor farmacêutico e de medicamentos, como: Droga Center Distribuidora Ltda. e Cirúrgica Mafra Ltda., que estão entre as 500 maiores arrecadadoras de ICMS em Goiás no ano de 2009, outras empresas como: Sagra Produtos Farmacêuticos, Dimper Comercial e Distribuidora de Produtos Farmacêuticos Gramense também ilustram posições significativas em anos anteriores.

Ainda nesse segmento as empresas transportadoras também apresentam papel relevante na contribuição de ICMS, com destaque para Sada Transporte Centro-Oeste Ltda. do mesmo grupo empresarial da Transzero Transportadora de Veículos, ambas ligadas ao setor automotivo. Além delas, a Transportadora Serrano e Rodoborges Transporte Ltda. ocupam, respectivamente, 212ª e 493ª posições entre as 500 maiores do ano de 2007. Além da transportadora IC Transportes Ltda. ocupar a 392 ª colocação em 2006. (SEFAZ, 2010a).

A contribuição da MMCB no setor terciário se dá de forma indireta, sendo que na primeira quinzena do mês, a montadora ao realizar pagamentos dos salários aos funcionários coloca em circulação mais de R$ 1 milhão (informação não confirmada oficialmente pela MMCB). Esse dinheiro é usado pelos funcionários para compras no comércio, uso de serviços nos estabelecimentos locais.

Além desse montante em espécie, há também o uso dos cartões Alimentação e Farmácia da Valecard que também são usados principalmente em supermercados, casas de carnes, frutarias e farmácias. A tabela 12 apresenta o quantitativo de estabelecimentos credenciados somente em Catalão.

Tabela 12 - Catalão/GO: Quantitativo de estabelecimentos comerciais credenciados à Valecard (2010).

Estabelecimentos	Quantitativo	Tipo de Cartão
Supermercados	69	Cartão Alimentação
Panificadoras e Confeitarias	1	Cartão Alimentação
Casa de Carnes	7	Cartão Alimentação
Frutarias e hortifrutigranjeiros	7	Cartão Alimentação
Farmácias, drogarias e farmácias de manipulação	39	Cartão Farmácia
Churrascarias, restaurantes, lanchonetes etc	6	Cartão Refeição
Postos de Combustível	8	Gestão de Frota
Postos de Combustível	14	Cartão Combustível
Diversos*	143	Cartão Bônus
Diversos*	143	Cartão Convênio

Fonte: Valecard (2010) Org.: SILVA, M. V. da. 2010.

* Diversos estabelecimentos comerciais que vendem mercadorias e prestam serviços, como: artigos para festas, autopeças, acessórios e serviços automotivos, calçados, confecções, casa de carnes, churrascarias, restaurantes, lanchonetes, materiais esportivos, farmácias/drogarias, depósitos de gás, materiais de construção e elétricos, móveis e eletrodomésticos, padarias e confeitarias, papelarias, brinquedos e presentes, perfumarias e cosméticos, pneus/alinhamentos e suspensão, supermercados e mercearias e utilidades domésticas.

Esse expressivo número de estabelecimentos comerciais e de serviços cadastrados à Valecard demonstra que existe uma demanda real e crescente não apenas oriunda dos funcionários da MMCB e das empresas ligadas ao setor automotivo, mas de várias outras empresas cadastradas a essa operadora de crédito como a Cooperativa Agropecuária de Catalão (COACAL), a John Deere do Brasil S.A. e diversas outras.

Isso denota que o setor terciário catalano está em fase de expansão, devido a quantidade de estabelecimentos existentes e novos que vão surgindo, com serviços cada vez mais especializados e modernos, mercadorias diversas que atendem as necessidades da população.

Dessa forma, o setor terciário também contribui para que os fluxos sejam cada vez mais significativos no espaço, onde “as condições de fluidez e a porosidade territorial que as cidades médias passam a oferecer, para entrar na lógica extrovertida exigida atualmente pelo mundo, não se traduzem necessariamente em um benefício direto para sua população”. (ARROYO, 2006, p. 83).

Ainda sobre o setor terciário é preciso ressaltar que em Catalão a MMCB contribui para que novos estabelecimentos comerciais sejam abertos, pois a quantidade de recursos financeiros oriundos da remuneração salarial dos funcionários faz movimentar ainda mais a economia local através da geração de empregos em atividades não necessariamente correlatas à automotiva.

Desse modo, a empresa juntamente com o conjunto de estabelecimentos industriais acelera os fluxos, reafirma os fixos, aumenta o consumo, traz tecnologias, dinamiza as finanças e faz emergir na cidade os dois circuitos da economia urbana[133], através da convivência de atividades modernas e de pequenas dimensões no lugar. Transformando Catalão em uma cidade com forte ligação com a aldeia global, porém ainda com aspectos tipicamente interioranos, sendo ainda um lugar prazeroso para se viver e com possibilidades de prosperidade em eminência.

6.4 A visão dos sujeitos sociais sobre a MMC Automotores do Brasil S.A.

As reflexões realizadas até essa etapa do trabalho estão ligadas diretamente a visões e análises sobre as redes que a MMCB forma e que dá origem ao seu circuito espacial da produção, são resultantes de pesquisas de campo e teorias que buscam compreender como se dá a complexidade das relações mantidas pela montadora.

[133] Os dois circuitos da economia urbana são abordados inicialmente por Milton Santos na obra "O Espaço Dividido: os dois circuitos da economia urbana nos países subdesenvolvidos", publicada em primeira edição em 1979. A obra faz referência às atividades que se desenvolvem no entorno e dentro das cidades em função do desenvolvimento e do progresso tecnológicos apontando para a formação do circuito superior da economia e do circuito inferior da economia. Desse modo, simplificando, o circuito superior da economia urbana "é constituído pelos bancos, comércio e indústrias de exportação, indústrias urbanas moderna, serviços modernos, atacadistas e transportadores. Já o circuito inferior "é constituído essencialmente por formas de fabricação não-"capital intensivo", pelos serviços não-modernos fornecidos "a varejo" e pelo comercio não-moderno e de pequena dimensão". (SANTOS, 2004, p. 40, destaques do autor).

Porém, a carência de análises baseadas em opiniões da população de Catalão, local onde a montadora está sediada era algo preocupante do ponto de vista metodológico, pois faltam alguns elementos e fatores que a discussão proposta na Tese não conseguia abordar.

Nesse intento, duas perguntas foram respondidas por: executivos da MMCB que residem em Catalão, agentes políticos, prestadores de serviços locais, fornecedores locais, trabalhadores, estudantes e cidadãos catalanos. Sendo: O que representa e qual a importância da Mitsubishi para Catalão? O que mudou em Catalão após a vinda da Mitsubishi? Observar Anexo 16.

O uso do DSC busca compreender como ocorre o processo de estruturação e impactos sócioespaciais da montadora MMCB em Catalão.

Seguindo orientação metodológica concernente ao uso do DSC procura-se seguir os seguintes passos:

- *Primeiro* - Selecionar/identificar, de cada resposta individual as expressões-chave das ideias centrais, que são os trechos mais significativos de cada resposta adquirida para cada pergunta feita aos sujeitos entrevistados;
- *Segundo* - Após realizar a detecção das ancoragens de cada depoimento;
- *Terceiro* - Agrupa-se e enumera-se (A, B, C, ... e/ou 1, 2, 3, ..., etc.) as respostas de acordo com cada grupamento identificado e;
- *Quarto* - Com base nas expressões-chave de cada grupamento identificado constrói-se um texto possibilitando compreender o discurso coletivo presente nos depoimentos (discurso-síntese).

Nota-se que a construção do DSC se dá através da transformação do conjunto de expressões-chaves num discurso-síntese, ou seja, o discurso coletivo que prevalece no discurso individual (resposta de cada sujeito entrevistado).

A respeito da avaliação das respostas aos questionamentos respondidos pelos sujeitos pesquisados de cada categoria selecionada adota-se o uso de quadros a fim de selecionar as expressões-chaves e contrastar as respostas e assim identificar o discurso-síntese presente nestas respostas, isto é, seguir os passos para a construção da técnica do DSC na pesquisa qualitativa no âmbito da Geografia.

Em consonância com as perguntas feitas e as respostas colhidas, os quadros 21 e 22 apresentam as expressões-chaves (marcadas de negrito), as ideias centrais, as ancoragens (separadas por letras do alfabeto, por exemplo: A, B, C, ... no quadro 21 e pelos números 1, 2, 3, ... no quadro 22) dessas expressões-chaves e, por fim, indica o discurso-síntese ou DSC contido em cada expressão-chave, possibilitando a identificação do discurso coletivo presente no pensamento individual dos sujeitos pesquisados.

SUJEITO	IDENTIFICAÇÃO DA EXPRESSÃO-CHAVE	IDEIA CENTRAL	ANCORAGEM	DISCURSO-SÍNTESE OU DSC
1	**A Mitsubishi**, como é com às demais empresas do ramo automobilístico, é de suma importância para qualquer município. Esta empresa aqui está sediada desde a década de 90 e **trouxe para Catalão**, além das **divisas financeiras**, a **evidência** de Catalão no **cenário nacional e internacional**, pelo fato de sediar uma empresa de grande porte, permitindo o **município usufruir de todos os benefícios que isto proporciona**.	A Mitsubishi trouxe divisas financeiras e evidencia no cenário nacional e internacional e a cidade tem se beneficiado disso. **A**	A Mitsubishi é importante, por que trouxe divisas e visibilidade para Catalão. **A**	A MITSUBISHI É IMPORTANTE PARA CATALÃO. **1 -** A Mitsubishi é de suma importância para o município. Esta empresa trouxe para Catalão, além das divisas financeiras, a evidência no cenário nacional e internacional, pelo fato de sediar uma empresa de grande porte, permitindo o município usufruir de todos os benefícios que isto proporciona. **2 -** Trouxe um crescimento muito grande pra Catalão. Trouxe crescimento do emprego indireto. **3 -** Catalão é uma cidade de médio porte e a Mitsubishi é uma empresa grande que tem mais de 2.500 funcionários trabalhando diretamente. A Mitsubishi paga em dia e acaba girando a economia da cidade e com isso fortalece o comércio. Em termos de salários não que tem um bom salário, mas para os padrões da nossa região tem um salário razoável. **4 -** Mitsubishi é importante para Catalão, pois além de trazer alguns progressos e desenvolvimentos. Catalão passou a ser conhecida no cenário mundial. Aumentou a taxa de empregos na cidade, mas o salário é baixo. **5 -** Catalão mudou com a vinda da Mitsubishi, pois trouxe empresas e pode trazer outras. **6 -** A vinda da Mitsubishi veio de encontro com o desenvolvimento da cidade. Influenciou o comércio, isso influenciou várias empresas que cresceram, pois estão gerando empregos e renda. A vinda da Mitsubishi é um marco pra cidade de Catalão. **7-** A Mitsubishi gera empregos para a população. A empresa em si faz com que Catalão receba mais empresas. E força a qualificação para a população. **8 -** A Mitsubishi trouxe a oportunidade de criar na sociedade de Catalão emprego voltado pra uma área extremamente competitiva que é o mercado automobilístico. A Mitsubishi acaba tendo o desafio de preparar essas pessoas para uma outra cultura, pois
2	É muito importante, **trouxe um crescimento**. Trouxe **crescimento do emprego indireto**.	**(1ª ideia)** Trouxe crescimento à cidade. **B** **(2ª ideia)** Crescimento do emprego indireto. **C**		
3	**Catalão é uma cidade de médio porte** e a **Mitsubishi é uma empresa grande que tem mais de 2.500 funcionários trabalhando diretamente,** contando com as empresas terceirizadas. A respeito dos 2.500 funcionários trabalhando ela **paga em dia** e acaba girando a economia da cidade e com isso **fortalece o comércio**. Em termos de salários não que tem um bom salário, mas **para os padrões da nossa região tem um salário razoável.**	**(1ª ideia)** Catalão é uma cidade de médio porte e a Mitsubishi emprega mais de 2.500 funcionários. Como paga em dia, isso fortalece a economia, inclusive o comércio. **B / C** **(2ª ideia)** O salário é razoável para os padrões da região. **D**		
4	Acredito que a **Mitsubishi** é importante para Catalão, pois além de **trazer alguns progressos e desenvolvimentos**. Catalão passou a ser conhecida no cenário mundial. **Aumentou** consideravelmente **a taxa de empregos** na cidade, mas **infelizmente o salário é baixo.**	**(1ª ideia)** A Mitsubishi trouxe progresso e desenvolvimento pra Catalão que passou a ser conhecida no mundo. **A** **(2ª ideia)** Aumentou a taxa de emprego, mas seu salário é baixo. **E**		
5	Tem oito anos que estou aqui, mas vinha de 15 em 15 dias dá uma olhada nas coisas da Tranzero. **Catalão mudou muito com a vinda da Mitsubishi, veio bastante empresa e vem muito mais.** O prefeito me contou que tem mais de 200 empresas querendo vir pra cá e que não sabe o que fazer, onde colocar elas.	Catalão mudou muito com a vinda da Mitsubishi, veio bastante empresa e vem muito mais**. B**	Catalão mudou com a vinda da Mitsubishi, pois trouxe empresas e pode trazer outras. **B**	
6	**A vinda da Mitsubishi** pra cá eu acho que ela **veio de encontro com o desenvolvimento da cidade** mesmo. Eu acho que quem até não vêem a Catalão algum tempo, de 5 anos pra cá, quando vêem conhece o crescimento, a gente tem percebido que isso **influenciou o comércio**, isso **influenciou várias empresas**, enfim não só a Unimed cresceu com a vinda da Mitsubishi, mas várias empresas também **cresceram** por que está gerando emprego, **renda** pra um monte de gente e está trazendo gente de fora pra cá também. E a cidade tem se desenvolvido muito com isso. A vinda da Mitsubishi é um marco pra cidade de Catalão.	A vinda da Mitsubishi veio de encontro com o desenvolvimento da cidade. Influenciou o comércio, várias empresas cresceram, e aumentou o emprego e a renda. **A**	A vinda da Mitsubishi influenciou o comércio, várias empresas cresceram, e aumentou o emprego e a renda. **A B**	
7	**A Mitsubishi gera muito emprego para a população**, e com isso toda a **economia catalana ganha**, porque fornece poder de compra para seus funcionários. Além disso, **a empresa em si faz com que Catalão receba mais empresas** que também forneça serviços não só para a indústria, mas para pessoas. De certa forma **força** aos políticos que forneça **qualificação para a sua população.**	(**1ª ideia**) geração de empregos. (**2ª ideia**) ganhos para a economia catalana. (**3ª ideia**) atração de empresas. (**4ª ideia**) força a qualificação profissional.		

8	Olha, do meu ponto de vista **a Mitsubishi trouxe** a oportunidade de criar na sociedade de Catalão, muitas pessoas de Catalão, a geral oportunidade de um **emprego voltado pra uma área** extremamente **competitiva que é o mercado automobilístico**. Então grande parte dessas pessoas são pessoas que vem de raízes rurais né, de serviços de fazenda e tudo mais, então **a Mitsubishi acaba tendo o desafio que realmente é preparar essas pessoas pra uma outra cultura**. Não é a mesma coisa que você ir pra São Paulo hoje e você ter metade das pessoas que teve uma alguma experiência associada a autopeças ou a montagem. **E ela acaba sendo fundamental** pra Catalão **em função** obviamente dos **rendimentos que ela traz pra própria prefeitura, pro estado.** E pra mim, principalmente para sociedade que direta e indiretamente, ou seja, uma **boa parte da sociedade** de hoje **tem uma associação direta ou indireta com a Mitsubishi ou com as empresas que estão dentro do *site*.**	(**1ª ideia**) A Mitsubishi criou empregos em Catalão em uma área competitiva que é o setor automobilístico. **E** (**2ª ideia**) A Mitsubishi tem o desafio de criar uma outra cultura em Catalão. **F** (**3ª ideia**) É fundamental pelos rendimentos que traz pra prefeitura, pro estado. **A** (**4ª ideia**) A Mitsubishi e as empresas que estão no *site* tem uma associação direta ou indireta com a sociedade catalana. **G**		grande parte delas pessoas vem de raízes rurais. E ela acaba sendo fundamental pra Catalão em função dos rendimentos que traz pra própria prefeitura, pro estado. E para mim boa parte da sociedade tem uma associação direta ou indireta com a Mitsubishi ou com as empresas que estão dentro do *site*. **9 -** A Mitsubishi é a maior arrecadadora do município. Ela é importante para o município e para o estado. Catalão tem quase 80 mil habitantes, trabalhando aqui dentro são 3 mil empregos diretos, multiplica por dois, tem 6 mil, perto de 8% dos habitantes de Catalão, podemos dizer, que trabalham na Mitsubishi, fora os indiretos.
9	**A Mitsubishi é a maior arrecadadora do município. Ela é importante não só para o município, ela é importante para o estado,** é de importância fundamental. Catalão tem quase 80 mil habitantes, **trabalhando aqui dentro são 3 mil empregos diretos**, se você faz as contas e pensa isso na família e multiplica por dois, você tem 6 mil, você tem perto de **8% dos habitantes de Catalão podemos dizer que trabalham na Mitsubishi, fora os indiretos.**	(**1ª ideia**) A Mitsubishi é a maior arrecadadora do município. Ela é importante para o município e para o estado, gera 3 mil empregos diretos e aproximadamente 8% da população de Catalão depende da montadora.	Maior arrecadadora de imposto e geradora de empregos. **B**	

Quadro 21 - Representatividade e Importância da MMC Automotores do Brasil S.A. para Catalão/GO (2009).

Fonte: Silva e Ramires (2009, p. 350) Org. e Adapt.: SILVA, M. V. da. 2010.

SUJEITO	IDENTIFICAÇÃO DA EXPRESSÃO-CHAVE	IDÉIA CENTRAL	ANCORAGEM	DISCURSO-SÍNTESE OU DSC
1	Com certeza, a **vinda da Mitsubishi para Catalão contr**ibuiu em muito, inclusive **para o crescimento do PIB**, onde **Catalão** passou a **ocupar as primeiras posições na ordem da riqueza do Estado,** estando hoje entre as primeiras no contexto econômico-financeiro.	**(1ª ideia)** A Mitsubishi contribuiu para o crescimento do PIB e assim Catalão ocupa as primeiras posições no estado na geração de riquezas. **1**	Crescimento econômico e geração de riquezas. **1**	A VINDA DA MITSUBISHI TROUXE MUDANÇAS DIVERSAS PARA CATALÃO. **1 -** A vinda da Mitsubishi para Catalão contribuiu em muito, inclusive para o crescimento do PIB, onde Catalão passou a ocupar as primeiras posições na ordem da riqueza do Estado **2 -** Hoje diminui o desemprego hoje temos que buscar funcionários fora. Goiandira o pessoal é quase todo empregado nas empresas daqui e com cursos. Muitas pessoas vieram de fora e que adquiriram imóveis. **3 -** Mudou um pouco, muitas pessoas que não tinham qualificação profissional. hoje procura qualificar para fazer parte do quadro da Mitsubishi. Abriu novas portas de trabalho pra Catalão e região. **4 -** Catalão após a vinda MMC passou a ser conhecida tanto nacional como internacionalmente, abrindo as portas para que novas empresas possam se instalar na cidade. O povo catalano tem certo orgulho de ter nas instalações de nossa cidade uma empresa multinacional. **5 -** A cidade mudou e cresceu. **6 -** Mudou não só o comércio, a área de saúde e a área de serviços, enfim é mais renda, mais emprego e que influenciam no crescimento da cidade em todos os aspectos. **7 -** A cidade cresceu populacionamente. E recebeu novos benefícios. 8- A Mitsubishi talvez não sozinha, mas é decisiva em mudanças notórias na cidade. Mas, ainda deixa a desejar em alguns ramos, pois está se estruturando em uma área mais comercial e de serviços e não no desenvolvimento de empresas no segmento produtivo e industrial.
2	Hoje **diminui o desemprego**. Antes aqui tinha todo dia gente pedindo serviço, **hoje temos que buscar funcionários fora**. Goiandira acordou primeiro que Catalão, o pessoal é quase todo empregado nas empresas daqui e com cursos. Muitas pessoas vieram de fora e que adquiriram imóveis, de uma forma ou outra isso foi importante.	**(1ª ideia)** O desemprego diminuiu e hoje temos que buscar funcionários fora de Catalão. **2**	Diminuiu o desemprego em Catalão. **2**	
3	**Mudou um pouco, muitas pessoas que não tinham qualificação profissional**, pois muitas pessoas hoje **procura qualificar para fazer parte do quadro da Mitsubishi**. Ela abriu novas portas de trabalho pra Catalão e região.	**(1ª ideia)** Mudou um pouco, muitas pessoas que não tinham qualificação profissional procura-se qualificar para ser funcionário da Mitsubishi. **3**	Qualificação profissional. **3**	
4	**Catalão** após a vinda MMC **passou a ser conhecida tanto nacional como internacionalment**e, com isto vêm **abrindo as portas para que novas empresas possam se instalar na cidade**. É possível inclusive afirmar que **o povo catalano tem certo orgulho de ter nas instalações de nossa cidade uma empresa multinacional.**	**(1ª ideia)** Catalão passou a ser conhecida nacional e internacionalmente. **1** **(2ª ideia)** Atraiu novas empresas. **4** **(3ª ideia)** O catalano tem orgulho de sediar uma multinacional. **5**		
5	**Nossa mudou muita coisa, a cidade cresceu,** nos oito anos que estou aqui muita coisa mudou.	(**1ª ideia**) Nossa mudou muita coisa, a cidade cresceu. **8**	A cidade cresceu. **4**	
6	**Mudou não só o comércio, a área de saúde e a área de serviços**, mudou em todos os aspectos, por que **enfim é mais gente com renda, deu emprego pra muita gent**e e as pessoas, **com isso** a vinda da Mitsubishi **acabou influenciado o crescimento da cidade em todos os aspectos**.	(**1ª ideia**) Mudou não só o comércio, a área de saúde e a área de serviços, enfim é mais renda, mais emprego e que influencia o crescimento da cidade em todos os aspectos.	A cidade mudou em todos os aspectos: comércio, saúde, serviços, aumento da renda e a geração de emprego. **5**	
7	**Aumentou o número de habitantes**, a cidade cresceu e **recebeu mais benefícios** para que a empresa se mantivesse aqui.	(**1ª ideia**) A cidade cresceu em população. **8** (**2ª ideia**) Recebeu novos benefícios. **4**		
8	Eu acho que **a Mitsubishi talvez não sozinha, mas ela é uma empresa decisiva pra uma mudança notóri**a que está tendo **na cidade**. Essa mudança pra mim ela está sendo mais acentuada em alguns meios por enquanto, **mas em algumas situações ainda deixa muito a desejar**, por exemplo: fornecedores de um segmento mais técnico, é muito difícil pra nós hoje desenvolver certas coisas no mercado de Catalão, infelizmente pra mim, **Catalão está se estruturando muito na área comercial, na parte de comércio e na parte de serviços médicos,** mas **não está no mesmo nível se preparando** na questão realmente da qualificação e **desenvolvimento de empresas voltados pro segmento produtivo e industrial**. E no lazer também acho que Catalão deixa bem a desejar.	(**1ª ideia**) A Mitsubishi talvez não sozinha, mas é decisiva em mudanças notórias na cidade. **6** (**2ª ideia**) Catalão ainda deixa a desejar em alguns ramos, pois está se estruturando em uma área mais comercial e de serviços e não no desenvolvimento de empresas no segmento produtivo e industrial. **7** **(3 ideia)** Catalão também deixa a desejar no lazer.		

9	**Mudou muito nesses 10 anos** que a gente está aqui, a **necessidade de uma mão-de-obra cada vez mais qualificada** é maior. O requisito de qualificação também aumentou. Mesmo porque quando a gente chegou aqui, Catalão não é uma cidade industrial, todo mundo sabe disso, a mão-de-obra que aqui tinha era a mão-de-obra que veio da agropecuária, de uma maneira geral. Então nós tivemos lá **no começo que formar essa mão-de-obra, agora em parceria com o SENAI e outras instituições e até mesmo com a universidade** o requisito de mão-de-obra nossa aumentou em termos de qualificação, **isso mudou bastante,** mudou bastante, **a ponto de hoje a gente tem alguns problemas de mão-de-obra em Catalão**, **falando de mão-de-obra de operador, pior ainda quando** a gente se fala de engenheiros e de técnicos, **em determinadas funções de engenheiros e técnicos, na área de Tecnologia de Informação, por exemplo, nós sempre temos que buscar fora.**	(**1ª ideia**) Mudou muito nesses 10 anos, necessita-se cada vez mais de mão-de-obra qualificada. No começo formaram mão-de-obra em parceria com o SENAI, outras instituições e até a universidade. Isso mudou bastante, a ponto de hoje ter alguns problemas de mão-de-obra de operador e de engenheiros e de técnicos na área de Tecnologia de Informação, que tem que buscar fora. **3**	Qualificação profissional. **3**	9 - Mudou muito nesses 10 anos, necessita-se cada vez mais de mão-de-obra qualificada. No começo formaram mão-de-obra em parceria com o SENAI, outras instituições e até a universidade. Isso mudou bastante, a ponto de hoje ter alguns problemas de mão-de-obra de operador e de engenheiros e de técnicos na área de Tecnologia de Informação, que tem que buscar fora.

Quadro 22 – O que mudou em Catalão/GO após a vinda da MMC Automotores do Brasil S.A. (2009).

Fonte: Silva e Ramires (2009, p. 351) Org. e Adapt.: SILVA, M. V. da. 2010.

Avaliando os discursos-síntese apresentados no quadro 21 que aborda sobre a importância da MMCB para Catalão todos os depoimentos relatam que a empresa é importante, pois trouxe benefícios para a cidade. Os discursos resumidamente primam por um lado econômico, referindo-se que houve aumento nas divisas financeiras municipais, ressalta a importância da montadora no cômputo geral da geração de riqueza do município, como sendo a maior arrecadadora de impostos, nesse caso seria o ICMS. Além de Catalão ter angariado, após sua instalação uma maior evidência no cenário nacional e internacional, atraiu novas empresas e outras se ampliaram, isso possibilitou o aumento de novos postos de trabalho e o crescimento da economia em geral, com destaque para maior circulação de capitais oriundo dos trabalhadores no comércio local.

O quadro 21 apresenta em parte a opinião de como as pessoas olham e exergam a MMCB, como sendo um empreendimento capaz de mudar a cidade, devido a sua importância na geração de empregos, circulação de mercadorias, arrecadação de impostos, entre outros. É um discurso pautado nas ideias capitalistas de que o empreendimento apenas traz benefícios ao local, mas questões como: A que custos anteriores possibilitou a montadora a impactar positivamente no contexto atual? Esses custos já foram levantados nos incentivos concedidos, estão presentes no valor pago pela da mão-de-obra, nos impactos intraurbanos e nas mudanças da dinâmica e cultura da cidade.

O quadro 22 reporta-se sobre as mudanças que ocorreram em Catalão após a instalação da montadora. É possível observar que nos discursos-sínteses todos apontam resumidamente que a instalação da empresa trouxe mudanças para o município, iniciando com o crescimento do PIB, onde Catalão passou a ocupar as primeiras posições na ordem da riqueza do Estado, diminuição da taxa de desemprego e consequente abertura de novos postos de trabalhos, a procura por imóveis que reflete as questões relativas à expansão da malha urbana e o reconhecimento do parque industrial que a cidade tem na atualidade em ternos

nacionais e internacionais. As falas dos sujeitos revelam, em grande parte, o orgulho que o povo catalano tem em ter na cidade uma empresa do porte da MMCB. Dois depoimentos apontam que a cidade cresce no setor de comércio e serviços, e um ressalta que isso ocorre em detrimento do setor produtivo e industrial.

Todavia, cabe ressaltar que as mudanças apontadas no quadro 22 ainda estão em curso na cidade, a realidade mensurada nesses depoimentos não é a atual, o lugar muda, paulatinamente, e a MMCB tem contribuição significativa nesse caminhar.

Contudo, nota-se que o uso da técnica do DSC na pesquisa em Geografia é bastante rico, podendo perceber que uma única pergunta à diferentes sujeitos que pertencem a grupos sociais diferentes podem apresentar respostas similares, e, muitas vezes, complementares. Dessa forma, o DSC torna-se uma técnica viável, por abranger e trazer informações, que talvez em um depoimento usado de forma individual, sem contrastar ou mesmo somar as diferentes opiniões acerca de um tema, pode ficar fragilizado do ponto de vista científico.

Esse capítulo mostra que não apenas fornecedores e prestadores de serviços sediados em Catalão e empresas de capital local possibilitam avaliar a dimensão local do circuito espacial da produção da MMCB, mas questões de ordem econômica como arrecadação de impostos, geração de empregos e o ideário da população local mensura a dimensão da empresa e como suas teias são entrelaçadas na cidade.

O pensamento da população sobre a importância da MMCB para Catalão e as mudanças *posteriori* sua instalação quebra a rigidez do tema, mas sem perder a cientificidade e as possibilidades de análises pautadas em bases científicas. Portanto, as maiores considerações principalmente sobre os impactos da MMCB em Catalão e região, assim como a complexidade de seu circuito espacial da produção serão abordadas nas considerações finais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

reflexões sobre os significados do circuito espacial da produção da MMC Automotores do Brasil S.A.

A inserção da temática, circuito espacial da produção, no meio acadêmico é recente e ainda pouco pesquisada na ciência geográfica, com destaque para as contribuições de Milton Santos (1994; 2001; 2008), María Laura Silveira (2001; 2010), María Mónica Arroyo (2006), entre outros. Entretanto, há uma escassez quanto a quantidade de trabalhos sobre o assunto, cujas referências sempre são apontadas em poucas páginas e sem muitas reflexões, não permitindo um aprofundamento da temática.

Os poucos trabalhos existentes fazem referências ao conceito de redes, sem muitas vezes atentar que o conjunto de redes forma um circuito espacial da produção. Todavia, este trabalhou primou pela busca do entendimento conceitual do circuito espacial da produção, considerando que este se forma a partir do movimento ou fluxos de várias redes em um segmento econômico, no caso, o automotivo. Para tanto, escolheu-se a montadora de veículos MMC Automotores do Brasil S.A. com sede em Catalão, estado de Goiás, como objeto de análise, que a partir de pesquisas bibliográficas e de campo permitiu apontar os segmentos que formam seu circuito espacial.

Nesse entendimento, os segmentos tratados como formadores do circuito espacial da produção da MMCB foram: rede de fornecedores, rede de concessionárias, prestadores de serviços e empresas terceirizadas enfocados em suas importâncias para a referida montadora, nas relações firmadas, relacionamento fornecedor/montadora, desenvolvimento de produtos, tecnologia, conquista de mercado, compromisso e confiança, entre outros.

O tratamento considerou a abrangência espacial das redes que partem e das que convergem para a MMCB, enfocando a ação da montadora no âmbito nacional, regional e local, além de mencionar suas relações internacionais.

Dessa forma foi possível levantar e pesquisar empresas que atuam como fornecedoras da montadora localizadas em diversas regiões do país, inclusive as sediadas em Catalão. Ainda nessa análise tratou-se da rede de distribuição como um importante elo entre a montadora e o mercado consumidor, apontando que, é nas concessionárias que o cliente consegue ver o *know-how* da marca Mitsubishi. Referenciou sobre a importância das empresas que atuam como prestadoras de serviços e terceirizadas para que o processo produtivo seja realizado plenamente.

Nesse escopo, atentou-se para a atuação da MMCB na escala regional através da contratação de mão-de-obra de moradores das cidades pertencentes à microrregião de Catalão, que reforça a importância desse município na escala regional.

As redes permitem aos lugares conectarem entre si, através do estabelecimento de relações diversas, baseadas nas premissas de comunicar, circular, movimentar, que denotam um espaço de fluxos em que a informação, as inovações, as finanças e as lógicas capitalistas circulam e cooperam entre si, possibilitando a criação de um sistema articulado, bem característico do meio técnico-científico-informacional. Ainda a respeito disso Andrade (2008, p. 2) afirma:

> Marcado pelos conhecimentos instrumentalizados e regulatórios, o atual período técnico-científico-informacional cria um meio cujas características são o desenvolvimento industrial, o capitalismo corporativo, a telemática e as inovações nos transportes possibilitando a criação e a difusão de inovações através de redes que ao facilitarem os fluxos de informação e de conhecimento acirram a competitividade, definem a dinâmica econômica e social, (re)configuram os espaços e as paisagens e flexibilizam o trabalho, individualizando os recursos humanos, segmentando a estrutura social e influenciando a cultura, a vida urbana, a política global e a natureza do tempo.

Com essa citação é possível extrair o quanto são importantes as redes como meio de ligação e conexão entre lugares e entre empresas. Elas assumem papel fundamental na atual

era informacional, possibilitando o encurtamento de barreiras, dinamizando as trocas de informações, acelerando a vida e a economia. Imbuídas de uma dinamicidade surreal, as redes necessitam de estruturas que lhes permitam inferir a serviço do sistema econômico vigente.

As redes em sua essência são “seletivas e excludentes” e “operam em uma determinada parcela do espaço, sendo, portanto, instrumentos de poder a serviço da globalização perversa”. (ANDRADE, 2008, p. 2).

Se as redes não homogeneíza o território, ao contrário, exclui e seleciona onde agir, pode-se afirmar que elas agem de acordo com as características e condições que cada lugar lhes pode oferecer. Nesse mesmo caminho, empresas não elegem localidades para se instalar, se estas não lhes derem suporte de consolidação e expansão.

Reportando ao referencial teórico, Catalão em tempos recentes tornou-se palco de transformações econômicas, sociais e urbanas devido à presença de equipamentos industriais e atração de outros. A cidade passa por processos de transmutações que culminam na redução das distâncias com o rompimento das barreiras, na virtualização de espaços e apontando para a emergência de um novo espaço, com novas paisagens e conteúdos pautados na modernidade, nas velocidades informacional e financeira.

Empresa do porte da MMCB opera em territórios equipados e com capacidade de serem adaptados às suas necessidades, agem em espaços capazes de realizar uma simbiose virtual e econômica, está em lugares em que ela possa ser o diferencial, aceite as suas inovações e crie meios e processos para que ocorra sua expansão, enfim, atua em lugares em que a sociedade está aberta a modernidade.

O rompimento de barreiras no período do meio técnico-científico-informacional é tão importante por parte das empresas, pois este compromete a sua consolidação no lugar. Este deve iniciar no momento de instalação, com tomada de medidas para fazer com que esse lugar se adapte, se reestruture e se reorganize de forma a lhe oferecer serviços, mão-de-obra e

tecnologias sem comprometer o desenvolvimento do seu saber-fazer, sem impedir o seu sucesso financeiro e conquista de mercados.

A MMCB vem conquistando fatias territoriais importantes no espaço nacional, seja através das relações duradoras que mantêm com empresas fornecedoras, seja com a conquista do mercado consumidor com a abertura de novas concessionárias que visem levar ao consumidor o seu produto, mesmo que esteja voltado para classes sociais com alto e médio poder aquisitivo e aumento da produção de veículos. Ao aglutinar essas parcelas territoriais ao seu circuito espacial a montadora reforça seu poder de transformação do lugar em que está instalada, aumenta seu raio de ação em áreas longínquas, intensifica seus fluxos e potencializa seu poder financeiro.

Porém, os grandes impactos acontecem é no lugar da sede. É no lugar que está o ponto, nó ou eixo central da rede. Verticalizando, é em Catalão que se encontra o ponto central da rede da MMCB, porém a mesma possui outro ponto de segunda importância localizado em São Paulo, no seu escritório central.

Até a Mitsubishi chegam várias redes oriundas de diversas direções e com intensidades diferentes, condutoras de intencionalidades múltiplas e carregando insumos, informações, técnicas e tecnologias, que por si, modificam o lugar, ao imprimir conteúdos que segmentam em formas e significados inseparáveis que permitem a contiguidade e reprodução do sistema capitalista.

Nesse limiar analítico Vale (2007b, p. 88) afirma:

> No exercício de sua missão as empresas lançam mão de vários canais de conexão e de contato (com o mercado, o poder público e a sociedade), cada um deles inserindo-se em uma dada “categoria de contato”. Essas diferentes categorias de contato incluem: outras empresas similares, fornecedores, clientes, distribuidores, empresas de consultoria, bancos, entidades empresariais e de apoio, escolas/universidades/centro tecnológicos, grupos empresariais, fóruns e grupos sociais, prefeitura e agências publicas, dentre outros grupos. Algumas dessas vinculações podem se dar em nível local/regional, estadual e internacional. Quanto mais freqüente forem, por exemplo, “as vinculações de âmbito internacional”, mais internacionalizada encontra-se a região; e vice-versa. (destaques da autora).

Refletindo sobre as contribuições de Vale (2007b), nota-se que a partir da Mitsubishi surgem diversas redes, permitindo que o padrão de produção japonesa seja difundido pelo Brasil, através da tecnologia e do design dos veículos montados em Catalão. Há também aquelas redes que são estabelecidas através da atração de empreendimentos industriais, como o caso da Weldmatic Automotive Ltda., RCM Indústria e Comércio, MVC Componentes Plásticos e outras.

Ainda, como exemplo, cita-se o caso da Transzero Transportadora de Veículos/Sada Transporte Centro-Oeste, atraída pela montadora é a empresa responsável pelo transporte dos veículos montados em Catalão para todo o país, entregando-os na sede das concessionárias, portanto, ela é uma das empresas difusoras da rede da MMCB.

Algumas empresas que firmam redes com a MMCB estão sediadas em Catalão através de unidades/filiais, mas cada empresa também forma sua rede própria, com fornecedores próprios, alguns sediados distantes e outros localmente, por fim, as redes se cruzam, entrelaçam formando um conjunto complexo de redes. Entretanto, estudos futuros poderão aprofundar as redes que se desdobram a partir de cada uma dessas unidades/filiais locais que completa a formação do circuito da MMCB, sendo que, tais constatações não foram possíveis de serem abordadas nesta Tese.

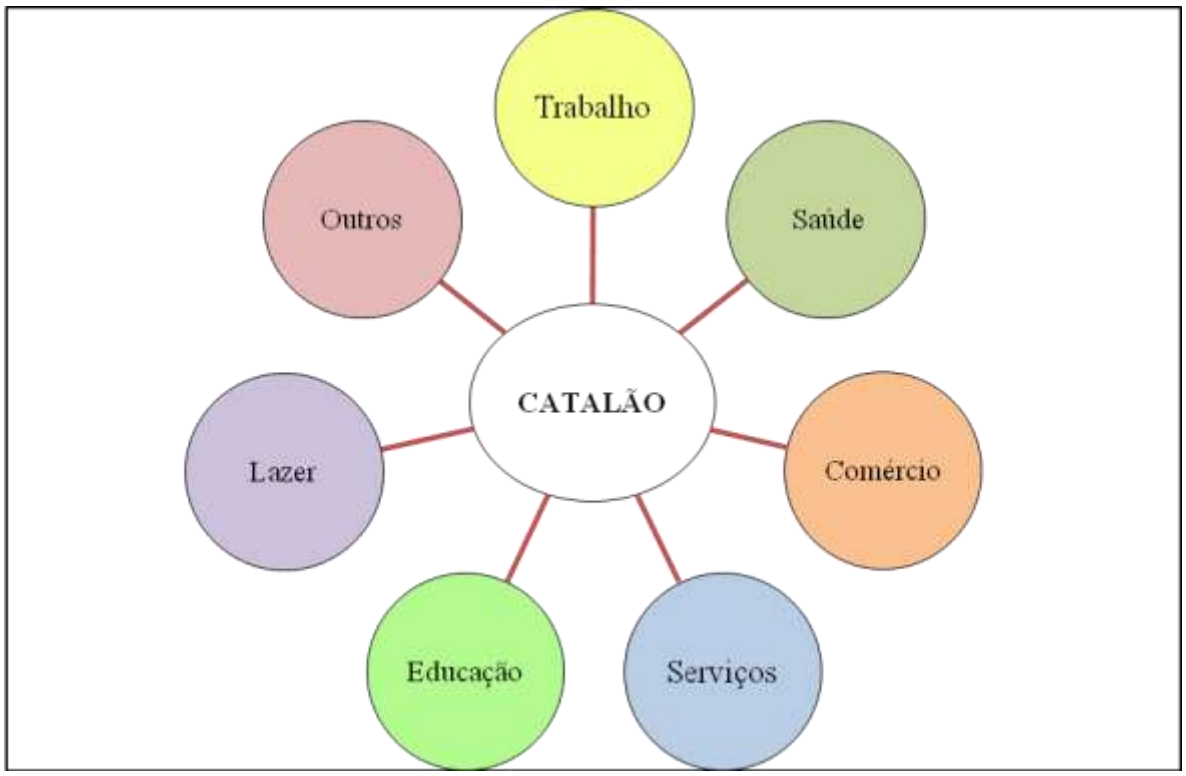
No âmbito regional, partem da MMCB redes formadas com segmentos econômicos regionais e locais, com destaque para as redes que são firmadas com os municípios da microrregião de Catalão dos quais contratam funcionários. Através da ação indireta da montadora também são fixadas outras redes, com estabelecimentos comerciais (via Valecard), planos de saúde (Unimed e SEPAO), instituições financeiras (Banco Real) e outras.

Dessa forma, as possibilidades de fluxos formados pelo circuito espacial da produção da MMCB tem reflexos diretos e indiretos na microrregião de Catalão, notadamente marcados pelo relacionamento histórico entre as cidades que formam essa região de planejamento, mas

também com o aproveitamento das relações pré-existentes por parte da montadora. Nesse limiar, a montadora acaba gerando empregos que são ocupados por moradores das cidades de Anhanguera, Cumari, Davinópolis, Goiandira, Nova Aurora, Ouvidor e Três Ranchos, acirrando cada vez mais a dependência dessas pequenas cidades às infraestruturas existentes em Catalão.

A perspectiva desse espaço de relações e de fluxos que são polarizados por Catalão, cujas cidades vizinhas tornam-se dependentes, limita-se a afirmar que os laços são fortes e sólidos, e podem ser ilustrados através do fluxograma 4.

Fluxograma 4 - Fluxos Polarizados pelo Município de Catalão/GO.



Fonte: Pesquisa de Campo (2009s, 2010a, 2010b, 2010c, 2010d); Melo (2008).

Devido à dinâmica e os empreendimentos atraídos por Catalão, reforça-se a consolidação deste como polo regional, e como um dos municípios que mais se destaca em

Goiás. Nota-se, que os laços que Catalão estabelece com outros lugares ultrapassam a escala regional, alcançando a nacional e em alguns casos a internacional, devido as relações realizadas por diversas grandes empresas com sede na cidade.

Na perspectiva local, a montadora estabelece redes com algumas empresas locais, que se tornaram prestadoras de serviços para a linha de produção, como: Fórmula R Indústria, Prest John, Transduarte e Kata Líder Comércio de Sucatas, e outras que se tornaram fornecedoras diretas de material indireto, como: Goiaço, Ferraço, Real Borrachas, Oxiseg, LSD Confecções, entre outras. Essas empresas têm fomentado a formação de um *know-how l*ocal voltado para o setor automotivo.

Pensar o conjunto de redes que são formadas pela Mitsubishi é algo complexo e difícil, devido os diversos tipos, magnitudes, complexidades, intencionalidades e atuação escalar em que elas se inserem. Mensurar o movimento conjunto delas em sua totalidade, "através do conhecimento das partes", do que cada parte carrega e emite conforme preconizado por Santos (2002, p. 120) é praticamente inatingível, devido às constantes sobreposições de metamorfoses em que o espaço está envolvido.

Tentando ilustrar essas relações, o fluxograma 5, procura apresentar os principais segmentos vinculados a MMCB que, por sua vez, estão interligados em redes com outras empresas e, por fim, dão origem a seu circuito espacial da produção. A complexidade e intensidade dos fluxos materiais e imateriais que são formados por este circuito é imensurável.

Fluxograma 5 - Circuito Espacial da Produção da MMC Automotores do Brasil S.A.

Fonte: MMCB (2009); Pesquisa de Campo (2009a, 2009b, 2009c, 2009d, 2009e, 2009f, 2009g, 2009h, 2009i, 2009j, 2009i, 2009l, 2009m, 2009n, 2009o, 2009p, 2009q, 2009r, 2009s, 2010a, 2010b, 2010c, 20010d).

Todos os segmentos apontados pelo fluxograma 5 já foram retratados e apresentados nos capítulos que sucedem essas considerações. Nota-se que as relações partem de diversas direções, dotadas de intencionalidades e possibilitando fluxos de mercadorias e tecnologias com o objetivo de fabricar um automóvel. Estes fluxos chegam ao lugar trazendo ações que são gestadas globalmente.

Nesse sentido, Santos (2002) afirma que o universal leva ao particular, cuja ligação é a ação, é através do movimento do todo que as particularidades detectadas nos lugares trazem a universalidade, isto é, é no lugar - a parte - que a totalidade realiza seu processo de totalização (elo entre lugar-mundo).

Com o meio técnico-científico-informacional a divisão do trabalho torna-se cada vez mais complexa, devido às novas possibilidades de fluidez e de expansão de intercâmbios, que aumenta significativamente as trocas, cresce os fluxos materiais e imateriais e multiplica as conexões entre os lugares, os pontos, as pessoas e as empresas. Essa é uma realidade irreversível, a qual tende a se superlativizar.

Na busca de entender essa geografia dos fluxos e dos fixos, que propõe como base teórica a compreensão do complexo automotivo que se forma a partir da MMCB através do conceito de circuito espacial da produção. No caminho desse estudo, as dificuldades em encontrar referências foram cotidianas, no entanto, as poucas contribuições foram usadas exaustivamente em busca de atendimento para as dúvidas que surgiram.

Acredita-se que o circuito espacial da produção consegue à luz das proposições teóricas abarcar o conjunto de redes que são firmadas, formadas, surgidas e trazidas até a montadora MMC Automotores do Brasil S.A.

Entende-se que o circuito espacial da produção abrange os diversos processos de uma cadeia produtiva, processos que acontecem a montante da empresa, os processos produtivos que ocorrem dentro da fábrica e os que ocorrem em sua cadeia a jusante. Envolvendo laços e

conexões concentrados e dispersos pelo território através de relações comerciais e interempresariais que almejam a reprodução capitalista através de um movimento uno. Nesse sentido, Arroyo (2006, p. 79) afirma:

> Um circuito espacial envolve diversas empresas e ramos e, também, diversos níveis (local, nacional, internacional). Há uma topologia da empresa, enquanto há uma topografia do circuito – e dos círculos de cooperação. Isso significa que o circuito permite agregar a topologia de várias empresas em um mesmo movimento, ao mesmo, permite captar uma rede de relações que se dão ao longo do processo produtivo, atingindo uma topografia que abrange uma multiplicidade de lugares e de atores. Ou seja, circuito espacial e topologia de uma empresa poucas vezes se superpõem plenamente, poucas vezes se confundem, a menos que se trate de uma única empresa comandando todas as atividades.

Todavia, o circuito espacial da produção é formado por empresas de vários tipos, ramos, portes e com localizações geográficas distintas, mas que agem de forma conjunta, e em seu movimento, captando e formando vários tipos de redes (virtuais, sociais, técnicas, financeiras, etc.) através de relações entre empresas.

A localização geográfica de empresas que fazem parte de um circuito não é impedimento para a inexistência deste, conforme afirma Arroyo (2006, p. 80) “as fases ou momentos produtivos podem-se desenvolver em frações diferentes do território, inclusive além das fronteiras nacionais, mas haverá sempre uma unidade do movimento”.

O circuito espacial da produção da MMCB representa essa condição real, quando recorre os produtos e insumos (motores, painéis de instrumentos, sistema de ventilação, sistemas de freios, etc.) fabricados pelas companhias da MMC sediadas em diversas cidades do Japão e da Tailândia.

Este conceito traz a ideia de contiguidade, de inseparabilidade de objetos e ações que sobrepõem ao espaço com objetivos similares em busca de inserção no mercado, competitividade, aprimoramento técnico e uso de tecnologias, operando com produção, circulação e consumo pautados em “forças de concentração e dispersão territorial”. (SILVEIRA, 2010, p. 77).

No caso de produções modernas, como o caso da indústria automobilística, o seu alastramento pelo território torna-se mais fácil e inevitável, devido a dinamicidade das empresas que cooperam no sistema produtivo, porém, a mesma está prioritariamente concentrada em algumas regiões (concentração territorial), geralmente as de maior poderio financeiro e dinâmico. Quando elas chegam a regiões de pouca densidade técnica (dispersão territorial) algumas barreiras necessitam ser rompidas, porém elas trazem consigo uma nova luz ao lugar através de seus impactos no uso de tecnologias, de circulação de capitais e sistema organizacional e administrativo, com inferências na divisão do trabalho e nas relações de trabalho.

Todo esse emaranhado de ações tomadas pelas empresas modernas atingem os lugares, inclusive extrapolando os limites regionais e quiçá até os nacionais. Os contratempos são superados através da criação de equipamentos e sistema de engenharias para facilitar a fluidez. Dessa forma, as condições para circulação de pessoas, mercadorias, dinheiro, produtos, informação, ordens, entre outros é uma característica do período atual.

De acordo com Santos (1985) os circuitos espaciais da produção são definidos pelo fluxo de matéria e os círculos de cooperação pelos fluxos não materiais. Dessa forma, o primeiro é formado pelos fluxos de produtos, mercadorias, pessoas, enfim objetos e, o segundo, por fluxos imateriais representados por capital, informação, ordens, normas, isto é, produção abstrata.

Dessa forma, os circuitos espaciais da produção são formados por fluxos materiais e imateriais, tendo em vista, que os imateriais mesmo considerados como cooperativos assumem dimensões e papéis reais no movimento e na dinâmica do circuito. No entanto, essa Tese concentrou sua abordagem, principalmente, sobre os fluxos materiais, porém, os imateriais podem ser explorados teoricamente em pesquisas a serem desenvolvidas futuramente.

Apontamentos teóricos e uma agenda de futuras pesquisas

Ressalta-se que o circuito espacial da produção é um conceito ainda em fase de amadurecimento, requerendo ainda muitas pesquisas e objetos de estudos utilizando-o como base teórica para que futuramente o mesmo venha a ser usado com maior segurança na Geografia. Por ora, vem sendo mais usual no escopo dos trabalhos de geografia agrária e econômica.

A par da complexidade teórico-metodológica que é um circuito espacial da produção de uma empresa, independente do setor em que atua, com base no estudo realizado sobre a Mitsubishi, a leitura das referências bibliográficas, as pesquisas de campo e reflexões sobre os circuitos espaciais da produção, este texto se arrisca ao apontar alguns elementos considerados importantes para que este conceito possa ser mais explorado no âmbito geográfico, não apenas por pesquisas voltadas para o setor automotivo, mas também para outros setores da economia.

A proposta destas diretrizes teórico-metodológica deve-se principalmente à carência de referências de cunho científico, tornando uma dificuldade não exclusiva para o desenvolver deste trabalho, mas acredita-se que também de outros que utilizem o circuito espacial da produção como suporte teórico para construção de um trabalho científico.

Nesse sentido, considerando as dificuldades da compreensão do que é um circuito espacial da produção, a complexidade em delimitar os elementos que o envolvem, mensurar sua abrangência espacial, enfocar os fluxos materiais e imateriais que lhe dão movimento, compreender sua dinamicidade, entre outros, tornaram-se obstáculos à realização desta pesquisa, e, acredita-se que de outras existentes.

Esses obstáculos podem se tornar um empecilho quanto ao seu uso no meio acadêmico, portanto, no intuito de fomentar e ampliar o debate a cerca da temática “circuito

espacial da produção”, essa proposta estrutura-se em três eixos principais que subdividem-se em tópicos.

Os principais obstáculos e desafios encontrados foram em compreender o que é um circuito espacial da produção. As poucas referências existentes que retratam o entendimento do que seja um circuito espacial da produção não dão conta de apresentar a complexidade e abrangência teórica que este conceito requer, sendo minimizadas e delimitadas através de termos que reduzem a sua importância, tais como:

1- Falta de um conceito que abarque todos os atores envolvidos na consolidação do circuito espacial da produção;
2- Envolvimento de diversas empresas, de ramos e de níveis diferentes;
3- Destaque da importância dos fluxos materiais e imateriais para a dinâmica do circuito;
4- Elementos que possibilitem mensurar a abrangência espacial do circuito;
5- Mensuração dos impactos econômicos, sociais, culturais, políticas e ideológicas que o circuito exerce sobre os lugares.

Com base nas dificuldades encontradas no desenvolver desta pesquisa, as quais dão suporte para estruturação de três eixos que se apresentam para se pensar teórico-metodologicamente o circuito espacial da produção, como conceito analítico da Geografia.

EIXO I – Segmentos Formadores do Circuito Espacial da Produção a Montante da Empresa(s) Central(is).

- Definir a empresa que comanda o circuito espacial da produção.
- Delimitar os tipos de empresas e os setores de atuação (fornecedores, distribuidores, clientes, empresas de consultoria, instituições financeiras,

instituições tecnológicas, profissionalizantes e educacionais, entidades sociais, agências públicas etc.);

- Apontar localização, estruturas e capacidade produtiva, uso de tecnologias;
- Constatar o tipo de relacionamento (fornecedor, prestador de serviço, terceirizado, parceiro etc.);
- Destacar a importância das empresas e demais segmentos na dinâmica do circuito espacial da produção;
- Abordar o desenvolvimento de produtos e tecnologias (em conjunto, individual, terceirizado, outros).

EIXO II - Abrangência Espacial do Circuito Espacial da Produção: fluxos materiais e imateriais

- Delimitar geograficamente as redes com raio de ação internacional;
- Mensurar as redes com abrangência nacional;
- Mapear as redes de escala regional e local;
- Apontar os fluxos materiais (mercadorias, produtos, insumos, pessoas e outros);
- Discorrer sobre os fluxos imateriais (informação, valores, capital, técnica, tecnologias etc.);
- Listar a importância dos fixos (sistema de engenharia, rodovias, portos, hidrovias, aeroportos etc.);
- Estabelecer as relações: espaço/lugar, totalidade/partes, universal/particular e outras.

EIXO III - Segmentos que Compõem o Circuito Espacial da Produção a Jusante: perspectivas dos impactos locais

- Levantar os municípios na escala regional que são impactados pelo circuito;

- Detectar os impactos sócio-espaciais e econômicos do circuito no âmbito regional e local (ICMS, geração de empregos, PIB, renda *per capita*, relações de trabalho, qualificação profissional);
- Levantar os municípios na escala regional que são impactados pelo circuito;
- Dialetizar sobre o cruzamento das redes e dos fluxos (simbiose) sobre o lugar;
- Discutir a perspectiva local mediada pela relação com o global;
- Compreender a ruptura dos vínculos locais/regionais para estabelecimento de vínculos nacionais e internacionais;
- Tratar do uso normativo do território (ordens, normas, políticas públicas, etc.);
- Constatar a dinâmica que o circuito espacial da produção proporciona ao lugar (desenvolvimento local, adaptações do lugar, criação de novas infraestruturas etc.).

Considera-se que a partir da análise dos elementos apontados nos Eixos I, II, III será possível encontrar alguns caminhos para resolver o problema conceitual em torno do Circuito Espacial da Produção, sendo possível pinçar algumas ideias que possibilitem e permitem ter noções de como este conceito pode ser utilizado nas pesquisas geográficas.

Contudo, pode-se assegurar que a MMCB forma um circuito espacial da produção, composto por diversos segmentos da economia, com leques espalhados por diversos lugares do país, inclusive com ligações com Japão, Tailândia, países da América do Sul, entre outros.

Afirma-se que os impactos regionais deste circuito se dão através do aumento da renda, da geração de empregos e de relações indiretas com as cidades circunvizinhas a Catalão. Porém, na perspectiva local ressalta-se o dinamismo que a montadora proporciona ao município, através da criação e adaptação de infraestruturas para atender suas necessidades, não apenas no comércio, serviços e qualificação profissional, mas em sistemas de engenharias como ampliação do aeroporto de Catalão “foram investidos mais de R$ 6 milhões na

ampliação da pista, que comportará aviões de médio porte com até 78 assentos sem restrições e de cargas". (PORTAL CATALÃO NOTÍCIAS, 2010b).

Na qualificação profissional voltada para atender funcionários e pretensos ingressantes na montadora através de parcerias criou-se alguns cursos específicos para a montadora no SENAI em Catalão, inclusive a instituição mantém um galpão específico para desenvolver tais cursos, como: Mecânica de Manutenção de Industrial, Leitura e Interpretação de Desenho Técnico Mecânico, Matemática Técnica para Mecânicos, Metrologia Dimensional, Processo de Solda Mig Mag para Soldadores, Processo de Solda Oxiacetilênica e Oxicorte e Retificação Mecânica, Fresador Mecânico, Soldador a Arco Elétrico - Processo Mig Mag e outros.

No espaço urbano, nota-se alterações relevantes nos últimos anos, principalmente na fluidez do trânsito, devido ao aumento de veículos circulando pelas ruas da cidade, o fluxo é engenhoso em alguns pontos nos horários de pico comercial. Em 2007 eram 19.478 veículos, sendo uma média de 3,8 veículos para cada habitante. (IBGE, 2008).

Em termos industriais e comerciais a cidade é palco de recebimento de empresas diversas, com a atração de empresas de capital estrangeiro como Pioneer DuPont Sementes (produção de sementes - em fase de instalação). De acordo com o Secretário Municipal de Indústria e Comércio, senhor Nilson João da Silva sua pasta recebe em média três consultas diárias por parte de empresários de todo o Brasil, em busca de informações das potencialidades de Catalão para abrigar suas empresas. Entre essas consultas algumas estão em fase de negociação, como a de uma fábrica de painéis automotivos e de uma empresa de logística - por questão de sigilos os nomes não foram identificados. Além disso, ele ressaltou que a cada mês abre-se em média 85 novos estabelecimentos entre comerciais, de serviços e industriais no município. (SILVA, N.J. da., 2010).

A cidade em termos habitacional já possui um condomínio horizontal e vários verticais, além de diversos conjuntos habitacionais. O processo de especulação imobiliária e expansão da área urbana é algo presente, com a abertura constante de loteamentos, geralmente construídos e comercializados por imobiliárias de grandes centros urbanos, logo estes são tomados pela construção de casas. Entretanto, os lotes em bairros bem localizados estão em torno de R$ 40 a 35 mil, os mais afastados da área central estão por volta de R$ 30 a 25 mil, variando conforme o tamanho.

Catalão cresce e se organiza conforme processos espaciais e ação de agentes econômicos, fundiários e sociais, através do surgimento de subcentros, eixos de comércios e áreas especializadas conforme o crescimento no quantitativo de estabelecimentos comerciais, de serviços e pessoal técnico que vão se instalando na cidade devido a uma demanda crescente. Serviços especializados encontrados em grandes e médios centros urbanos como: TV a cabo local, shopping center são estruturas presentes na cidade.

Dessa forma, o espaço de relações que a cidade forma com seu entorno e com lugares distantes, não é oriundo apenas do setor industrial, mas contribui para alavancar os setores comercial, de serviços e atração de novos empreendimentos e, faz de Catalão uma cidade média, conforme atesta Pires (2009). Catalão não é apenas uma cidade promissora, também enfrenta problemas sociais, como falta de moradia, falta de saneamento básico (em 2001 eram 8.063 ligações atingindo 162.385 metros), a alta renda *per capita* (R$ 38.467,41 anuais em 2007) não significa distribuição de renda, apesar da qualidade de vida ser considerada alta. (SEPLAN, 2010g).

Contudo, Catalão é uma cidade que apresenta adversidades como outra qualquer, o espaço de fluxos formado é intenso e traz inovações ao espaço local, refletindo a realidade técnico-informacional implantada na era atual. E palco constante de transmutações devido a presença de empresas de capitais diversos, possui um setor industrial que alavanca a

economia, uma agropecuária pautada em preceitos técnico-científicos e um comércio diversificado em crescimento. Essas características têm possibilitado destaques ao município que, paulatinamente, passa por novas eras e novas transformações, criando-se novos lugares imbuídos de um cotidiano moderno.

Ressalta-se que esta Tese não finaliza o tema abordado, apenas assinala algumas ideias pertinentes ao objeto de análise - MMCB - e visa contribuir para estudos inéditos com outros enfoques para o mesmo objeto de estudo e/ou para outros diferentes, que poderão aprofundar questões não levantadas e tratadas nesse trabalho, possibilitando a construção de novas geografias, com olhares distintos no tempo-espaço.

Destaca-se ainda que este estudo poderá servir de subsídio para a própria MMCB, assim como para as empresas que formam o circuito espacial da produção desta montadora e também pode ser destinado ao conhecimento do poder público com premissa de subsidiar na propositura de políticas públicas com o fim de incrementar os estabelecimentos comerciais e industriais locais com o desenvolvimento e adaptações para o setor automotivo local.

Para finalizar, é importante frisar que algumas reflexões ainda merecem destaques, tais como:

A importância do processo de atração de IEDs pelos países em desenvolvimento, ganha corpo a nível mundial a partir dos anos de 1970 com o movimento de internacionalização do capital. Os deslocamentos do IEDs em busca de novos mercados tornam-se uma realidade, cujo capital automotivo é um dos que mais se beneficiam do processo de internacionalização, através do aumento do mercado consumidor de automóveis, do *marketing*, do surgimento de inovações tecnológicas e do acirramento do consumo por bens materiais.

Nos estudos com abordagens econômicas sobre a rede urbana, principalmente que tratam das grandes cidades e dos municípios localizados em áreas metropolitanas, alguns

primam por questões que envolvem as relações cidades/empresas, deixando de lado o papel de grandes empresas e corporações industriais nas cidades localizadas no interior do território brasileiro, que possibilitam novas hierarquias urbanas.

Alguns estudos aprofundam reflexões sobre o papel das montadoras no desenvolvimento regional e local dos municípios em que estão sediadas, através de abordagens sobre arrecadação de impostos, mudanças nas relações de trabalho, geração de empregos, exigência de qualificação profissional, atração de empresas, a implementação de políticas públicas (isenções e reduções fiscais), agravamento da divisão territorial do trabalho, entre outras questões.

Desse modo, algumas dessas questões foram referenciadas nesta Tese sobre o processo de consolidação do circuito espacial da produção da MMC Automotores do Brasil S.A., entretanto, outras não foram abordadas, devido a questões metodológicas e posições teóricas desta pesquisadora.

REFERÊNCIAS

ACCESSTAGE SISTEMAS. **Empresa-História**. Disponível em: <http://www.accesstage.com.br/pt/emp_historia.htm>. Acesso em: 31 mar. 2009.

ADEFA. **Estadísticas**. Disponível em: <http//www.adefa.com.ar>. Acesso em: 20 jun. 2009.

ALIANÇA. **Áreas de atuação**. Disponível em: <http://www.alianca.com.br/RESOURCES/PT/Documents/FOLDER_ALIANCA_PAGINADO_sBX.pdf>. Acesso em: 23 ago. 2010.

ALVES-MAZZOTTI, A. J.; GEWANDSZNAJDER, F.. O planejamento de pesquisas qualitativas. In: _____. **O método nas ciências naturais e sociais:** pesquisa quantitativa e qualitativa. 2. Ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002. p. 147-176.

ALVES, A.; VELASCO, E. Evolução e Distribuição Setorial do Investimento Direto Estrangeiro no Brasil no Período de 1995 a 1999. In: **Revista FAE**, Curitiba, v.4, n.1, p.27-34, jan./abr. 2001.

ANFAVEA. **Indústria Automobilística Brasileira: 50 Anos.** Disponível em: <http://www.anfavea.com.br>. Acesso 15 nov. 2007.

_____. **Estatísticas.** Disponível em: <http://www.anfavea.com.br>. Acesso em: 30 nov. 2008a.

ANFAVEA. **Empresas associadas à ANFAVEA**. Disponível em: <http://www.anfavea.com.br/associadas.html>. Acesso em: 05 dez. 2008b.

_____. **Estatísticas**. Disponível em: <http://www.anfavea.com.br/tabelas2009.html>. Acesso em: 05 mar. 2010a.

_____. **Estatísticas**. Disponível em: <http://www.anfavea.com.br/tabelas2009.html>. Acesso em: 03 mai. 2010b.

_____. **Estatísticas**. Disponível em: <http://www.anfavea.com.br/tabelas2010.html>. Acesso em: 08 ago. 2010c.

ANDRADE, M. da C. B. Redes e fluxos: a imposição de alterações sócio-espaciais.In: XV ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS, 2008, São Paulo-SP. **Anais ...** São Paulo: AGB, Departamento de Geografia, 2008.

ANTONGIOVANNI, L. Território e Informação: publicidade como elemento constitutivo do meio técnico-científico-informacional. In: SOUZA, M. A. de. et al. **Território Brasileiro**: usos e abusos. Campinas: Edições Territorial, Campinas, 2003. p. 186-192.

ARAÚJO, S. L. ; ELIAS, D. Os circuitos espaciais da produção de camarão da empresa compescal. In: VI CONGRESSO BRASILEIRO DE GEÓGRAFOS, 2004, Goiânia-GO. **Anais**... Goiânia: AGB, Instituto de Estudos Sócio-ambientais, 2004. p. 625-642.

ARBIX, G.; VEIGA, J. P. C. **A distribuição de veículos sob fogo cruzado: em busca de um novo equilíbrio de poder no setor automotivo**. Disponível em: <http://www.tela.com.br/html/montadoras.htm>. Acesso em: 21 mar. 2010.

ARRAIS, T. P. A. **Entre a rede urbana e a cidade-região**: o que há de novo no centro goiano? In: X Encontro Nacional da ANPUR. Belo Horizonte, 2003. Disponível em: <http://www.ufg.br/this2/uploads/files/214/arrais_tadeu_alencar_entre_rede_urbana.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2010.

ARROYO, M. M. Dinâmica territorial, circulação e cidades médias. In: SPÓSITO, E. S.; SPÓSITO, M. E. B.; SOBARZO, O. **Cidades Médias:** a produção do espaço urbano e regional. São Paulo: Expressão Popular, 2006. p. 71-85.

AUTOMOTION. **Empresa**. Disponível em: <http://www.automotion.com.br>. Acesso em: 08 abr. 2009.

BALLOU, R. H. **Logística empresarial**: transporte, administração de materiais e distribuição física. Tradução de Hugo T. Y. Yoshizaki. São Paulo: Atlas, 1993. 388p.

BANCO DE TOKYO-MITSUBISHI UFJ BRASIL. **Quem Somos**. Disponível em: <http://www.btm.com.br/web-br/quemsomos.php>. Acesso em: 06 nov. 2008.

_____. **Quem Somos**. Disponível em: <http://www.btm.com.br/web-br/quemsomos.php>. Acesso em: 28 mar. 2009.

BASTOS, S. Q. de A. Estratégia locacional e impactos da instalação da Mercedes-Benz em Juiz de Fora. In: IX ENCONTRO NACIONAL DA ANPUR, 2001, Rio de Janeiro. **Anais ...** Rio de Janeiro: ANPUR, 2001. p.511-518.

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo.** Lisboa: Edições 70, 1991.

BENKO, G. Globalização e organização econômica do território. In: _____. **Economia, Espaço e Globalização na aurora do século XXI**. 3. ed. São Paulo: Hucitec: Annablume, 2002.

BLOG. **Mundo das Marcas**. Disponível em: http://mundodasmarcas.blogspot.com/2006/06/mitsubishi-built-for-living.html. Acesso em: 23 mar. 2009.

BOTELHO, A. **Do fordismo à produção flexível:** a produção do espaço num contexto de mudança das estratégias de acumulação de capital. 2000. Dissertação (Mestrado em Geografia)-Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

_____. Reestruturação produtiva e produção do espaço: o caso da indústria automobilística instalada no Brasil. **Revista do Departamento de Geografia**. São Paulo, n. 15, p. 55-64, 2002

BRASIL. Lei n.° 9.440. **Estabelece incentivos fiscais para o desenvolvimento regional e dá outras providências**. De 14 de março de 1997. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/Leis/L9440.htm>. Acesso em: 08 dez. 2008.

_____. Medida Provisória n.º 1.537-34**. Dispõe sobre a base de cálculo da Contribuição para o Programa de Integração Social - PIS devida pelas pessoas jurídicas a que se refere o §1º do art. 22. da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991, e dá outras providências.** De 16 de janeiro de 1997. Disponível em: <http://www3.dataprev.gov.br/SISLEX/paginas/45/1997/1537-34.htm>. Acesso em: 08 dez. 2008.

_____. Decreto n.º 6.687. **Altera a Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados - TIPI, aprovada pelo Decreto nº 6.006, de 28 de dezembro de 2006, e dá outras providências.** De 11 de dezembro de 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Decreto/D6687.htm. Acesso em: 30 jan. 2009.

_____. Decreto n.º 6.743. **Dá nova redação ao art. 2º do Decreto nº 6.687, de 11 de dezembro de 2008, que altera a Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados - TIPI, aprovada pelo Decreto nº 6.006, de 28 de dezembro de 2006** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Decreto/D6743.htm>. Acesso em: 30 jan. 2009.

_____. Decreto n.º 6.809. **Altera a Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados - TIPI, aprovada pelo Decreto nº 6.006, de 28 de dezembro de 2006. Disponível em**: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Decreto/D6809.htm>. Acesso em: 21 abr. 2009.

BAKIS, H. **Les résaux et leurs enjeux sociaux**. 1. ed. PUF: Paris, 1993. p. 3-46.

BUENO, E. de P. **Dinâmica Demográfica e a Conformação Sócio-Espacial da Cidade de Catalão (GO):** uma análise dos níveis de desenvolvimento humano entre 1970 e 2000. 388 f. Tese (Doutorado em Geografia)-Instituto de Geociências e Ciências Exatas. UNESP/Rio Claro (SP), 2006.

CADE. **Ato de concentração de 17/10/2007.** Disponível em: <www.cade.gov.br/Documentos/VerDocto.aspx?dc=314>. Acesso em: 01 abr. 2009.

CALANDRO, M. L.; CAMPOS, S. H. . Cadeia automotiva de Caxias do Sul e região: análise dos elementos constitutivos de um SLP de autopeças. In: 1º Encontro de Economia Gaúcha, 2002, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: FEE/PUCRS, 2002, p. 1-21.

CANO, W. **Desequilíbrios regionais e concentração industrial no Brasil 1930-1970**. 3. ed. São Paulo: UNESP, 2007.

CAOA. **Sobre o Grupo.** Disponível em: <http://www.caoa.com.br>. Acesso em: 15 ago. 2008.

CARLOS, A. F. A. **O lugar no/do mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996.

CARNEIRO, R. N.; SÁ, A. J. de. A produção do espaço e os circuitos de fluxos da industrial têxtil de São Bento-PB. In: **Revista de Geografia**. Recife: UFPE v. 22 n. 2 jul/dez, 2005. p. 3-17.

CARVALHO, E. G. de. Globalização e Estratégias Competitivas na Indústria Automobilística: uma abordagem a partir das principais montadoras instaladas no Brasil. In:

Gestão & Produção. V. 12, n. 1 p. 121-133, jan/abr 2005.

CASTANHEIRA, J. A. A.. La política industrial automotriz em el Brasil. In: **Estudios e Informes de la CEPAL.** Reestructuracion de la Industria Automotriz Mundial y Perspectivas para America Latina. Santiago/Chile: CEPAL/ONU, 1987. p. 137-151.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede.** (Tradução: Roneide Venâncio Majer). edição V.1. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

_____. **A Sociedade em Rede**. Tradução: Roneide Venancio Majer. 10.ª Ed. Volume I, São Paulo: Paz e Terra, 2007. 698p.

CASTILLO, R.; TREVISAN, L. Reacionalidade e controle dos fluxos materiais no território brasileiro: o sistema de monitoramento de veículos por satélite no transporte rodoviário de cargas. In: DIAS, L. C.; SILVEIRA, R.L.L. da. (Org.) **Redes, Sociedade e Territórios**. 2 ed. Santa Cruz do Sul: EDNISC, 2007.

CATAIA, M.. A alienação do território: o papel da guerra fiscal no uso, organização e regulação do território brasileiro. In: SOUZA, Maria Adélia de et al (Org.). **Território Brasileiro:** usos e abusos. Campinas: Edições Territorial, 2003. 610 p. p. 397-407.

CBC. **Dossiê CBC Indústrias Pesadas S.A. (2009)** [Mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <magdaueg@hotmail.com> em 15 abr. 2009.

CHESNAIS, F. **A mundialização do capital**. Tradução de Luis Leiria Silva Foá. São Paulo: Xamã, 1996.

CHEVROLET. **Sobre a GM**. Disponível em: <http://www.chevrolet.com.br>. Acesso em: 08 dez. 2008.

CISA TRADING. **Segmentos de Atuação/automotivo**. Disponível em: <http://www.cisatrading.com.br/segmentos.aspx>. Acesso em: 24 ago. 2010.

COPEBRÁS. **Investimentos**. Disponível em: <http://www.copebras.com.br/jornais/especialcatalao/esp_catalao_05.htm>. Acesso em: 01 set. 2009.

CORRÊA, R. L. O espaço geográfico: algumas considerações. In*:* SANTOS, M. (Org.). **Novos rumos da Geografia brasileira**. São Paulo: Hucitec, 1982. p. 25-34.

_____. **O Espaço Urbano**. Ática: São Paulo, 1989.

_____. A rede urbana brasileira e a sua dinâmica: algumas reflexões e questões. In: SPOSITO, M. E. B. (Org.) **Urbanização e Cidades**: perspectivas geográficas. Presidente Prudente: GAsPERR, 2001a. p. 359-367.

_____. **Trajetórias Geográficas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001b.

CORRÊA, H. L., GIANESI, I. G. N. **Just In Time, MRP II e OPT**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1996.

DEUS, J. B. de. **O Sudeste Goiano:** As transformações territoriais da desconcentração industrial Brasileira. 2002. s.d.f.. Tese (Doutorado em Geografia Humana)-Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002a.

_____. As atuais transformações estruturais na economia goiana e os seus desdobramentos nas mudanças socioespaciais. In: ALMEIDA, M. G. de. **Abordagens geográficas de Goiás**: o natural e o social na contemporaneidade. Goiânia: IESA, 2002b.

DIAS, A. V. C.; SALERNO, M. S. **Novos padrões de relacionamento entre montadoras e autopeças do Brasil:** algumas proposições. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP1998_ART186.pdf>. Acesso em: 02 de jul. 2009.

DIAS, L. C. os sentidos das redes: notas para discussão. In: DIAS, L. C.; SILVEIRA, R.L.L. da. (Org.) **Redes, Sociedade e Territórios**. 2 ed. Santa Cruz do Sul: EDNISC, 2007. p.11-28.

DIAS, L. C.; SILVEIRA, R. L. L. da. (Org). **Redes, Sociedade e Territórios.** 2. ed. EDUNISC: Santa Cruz do Sul, 2007. 260 p.

DIAS, J. M.; CASTILLO, R. A.;. Tecnologias de informações e política territorial da rede Fiat. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE GEÓGRAFOS, VI., 2004, Goiânia. **Anais...** Goiânia: UFG/IESA, 2004. 1CD-ROM, p.1-7.

ELIAS, D. **Globalização e Agricultura**: a região de Ribeirão Preto-SP. São Paulo: Edusp, 2005.

ENGELS, F.; MARX, K. **A Ideologia Alemã** (I – Feuerbach). Tradução de José Calos Bruni e Marco Aurélio Nogueira. 7. ed. São Paulo: Hucitec, 1989.

_____. **O Manifesto Comunista.** 6. Ed. Paz e Terra: São Paulo, 2000.

ESTADÃO. **PIB do Brasil fecha 2009 com retração de 0,2%, a primeira queda anual em 17 anos**. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/,pib-tem-retracao-de-0-2-em-2009,not_8580.htm>. Acesso em: 22 mar. 2010.

FENABRAVE. **Quem somos**. Disponível em: <http://www.fenabrave.com.br/pagina_dinamica.asp?coditem=21>. Acesso em: 21 mar. 2010a.

_____. **Quem somos.** Disponível em: <http://www.fenabrave.com.br/principal/home/?sistema=conteudos|conteudo&id_conteudo=12#conteudo>. Acesso em: 22 mar. 2010b.

FERNANDES, F.; LUFT, C. P.; GUIMARÃES, F. M. **Dicionário Brasileiro Globo**. 19 ed. São Paulo: Globo, 1991.

FERREIRA, H. S. R. Por que são independentes as concessionárias independentes? Uma discussão econômica sobre o arranjo organizacional da cadeia de suprimentos automotiva. In: XXV ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 2005, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: ENGEP, 2005.

FERREIRA, S. Mitsubishi vai transferir parte da produção japonesa para Catalão. **O Popular**, Goiânia, 26 fev. 2009.

FIAT. **Mundo FIAT/Institucional**. Disponível em: <http://www.fiat.com.br>. Acesso em: 30 nov. 2008.

FIORAVANTI, M. C. A. O. **A aplicação da Tecnologia da Informação no desenvolvimento de produtos em projetos automotivos.** 2005, 129 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Automotiva)-Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

FIRKOWSKI, O. L. C. de F.; BILISKI, P. Renault: a montadora e os fornecedores. Elementos de pesquisa comparada entre Brasil e França. In: XV ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS. 2008. São Paulo. **Anais...** São Paulo: AGB, 2008. p. 1-18

FIRKOWSKI, O. L. C. de F. et al. Organização Industrial em Rede: considerações sobre a Audi/Volkswagen e Renault no Paraná. In: ENCONTRO DE GEÓGRAFOS DA AMÉRICA LATINA, X., 2005, São Paulo. **Anais....** Universidade de São Paulo/Departamento de Geografia, 2005. 1CD-ROM, p. 5241-5252.

FORD. **Institucional/sobre a Ford**. Disponível em: <http://www.ford.com.br>. Acesso em: 01 dez. 2008.

_____. **Fábricas no Brasil**. Disponível em: <http://www.ford.com.br/sobre_ford_fabricas.asp>. Acesso em: 12 jun. 2010.

FRANCA, G. C. **O Trabalho no Espaço da Fábrica**: um estudo da General Motors em São José dos Campos (SP). 1.ª ed. São Paulo: Expressão Popular, 2007. 176p.

FURTADO, C. **Formação Econômica do Brasil**. São Paulo. Ed. Nacional, 1982.

GUIMARÃES, E. N.; LEME, H. J. C. Caracterização histórica e configuração espacial da estrutura produtiva do Centro-Oeste. In: NEPO/UNICAMP. Redistribuição da população e meio ambiente: São Paulo e Centro-Oeste, 1. **Textos NEPO** 33, Campinas, NEPO/UNICAMP, 1997. p.25-65.

GUIMARÃES, E. N.; RIBEIRO, R. A nova fronteira industrial do sudeste de Goiás. **Revista Multiciência,** n. 6, maio de 2006.

HAMBURG SUD. **Business áreas**. Tradução de Magda Valéria da Silva. Disponível em: <http://www.hamburgsud.com/WWW/EN/Business_Areas/Liner_Shipping/CCL.jsp>. Acesso em: 23 ago. 2010.

HARVEY, D. **A Condição Pós-Moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 1993.

_____. **A produção capitalista do espaço**. 2ª. Ed. São Paulo: Annablume, 2006. 252 p. (Coleção Geografia e Adjacências).

HILL, R. C. As divisões do trabalho no sistema manufatureiro global: tendências contrastantes na indústria automobilística mundial. In: VALLADARES, L.: PRETECEILLE,

E. (Coord.). **Reestruturação urbana**: tendências e desafios. São Paulo: Nobel, 1990. p. 79-99.

HOMIAK; L; SILVA JÚNIOR, R. F. Circuito espacial produtivo do leite e seus círculos de cooperação no espaço a partir de Irati-PR. In: IV SEMANA DE GEOGRAFIA DE IRATI. 2008. Irati. **Anais...** Irati: Curso de Geografia, 2008. p. 108-109.

HYUNDAI. **Fábrica da Hyundai no Brasil**. Disponível em: <http://www.caoa.com.br>. Acesso em: 15 ago. 2008a.

_____. **Tucson, a ameaça coreana.** Disponível em: <http://www.caoa.com.br>. Acesso em: 15 ago. 2008b.

_____. **Distribuidores**. Disponível em: <http://www.caoa.com.br>. Acesso em: 15 jul. 2010.

IANNI, O. **Estado e Planejamento Econômico no Brasil (1930-1970**). 4.ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1986.

_____. **A era do globalismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

IBGE. **Cidades**. Disponível em:<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1.> Acesso em: 23 abr. 2008.

_____.**Cidades**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1>. Acesso em: 13 abr. 2009a.

_____. **Estimativas das populações residentes, em 1º de julho de 2009, segundo os municípios**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/estimativa2009/POP2009_DOU.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2009b.

_____. **Em 2008, PIB cresceu 5,1% e chegou a R$ 2,9 trilhõe**s. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1330&id_pagina=1>. Acesso em: 22 mar. 2010.

IPARDES. **Comentários sobre os resultados do REGIC 2007.** Curitiba: IPARDES, 2009. 34p. Relatório.

LAPLANTINE, F. **Aprender Antropologia**. Tradução de Marie-Agnès Chauvel. 12. ed. São Paulo: Brasiliense, 2000.

LATINI, S. A. **A Implantação da Indústria Automobilística no Brasil:** da substituição de importações ativa à globalização passiva. São Paulo: Alaúde Editorial, 2007. 391p.

LEFÈVRE, F.; LEFÈVRE, A. M. C. **O discurso do sujeito coletivo:** um novo enfoque em pesquisa qualitativa (desdobramentos). Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

_____. **Depoimentos e discursos:** uma proposta de análise em pesquisa social. Brasília: Líber Livro, 2005. p. 97.

LEFÈVRE, F.; CRESTANA, M. F.; CORNETTA, V.K.. A utilização da metodologia do discurso do sujeito coletivo na avaliação qualitativa dos cursos de especialização "Capacitação e Desenvolvimento de Recursos Humanos em Saúde-CADRHU", São Paulo - 2002. **Saúde e Sociedade**, São Paulo, v.12, n.2, p.68-75, jul/dez 2003.

LEFÈVRE, F.; LEFÈVRE, A. M. C.; MARQUES, M. C. da C. **Discurso do sujeito coletivo, complexidade e auto-organização.** Disponível em: <http://www.abrasco.org.br/cienciaesaudecoletiva/artigos/artigo_int.php?id_artigo=62>. Acesso em: 25 abr. 2009.

LIMA, C. L. et al. Fornecedores da Ford: uma avaliação preliminar das oportunidades de investimento na Bahia. **Estudo Setorial**. Salvador: Desenbahia, n. 01/02, p. 1-31, set. 2002.

LOPES, A. L. A desconcentração da indústria automobilística brasileira constituída no governo de JK pela política do governo de FHC. In: **Revista Uniara**, Araraquara, n. 17/18, p. 125-143. 2005/2006.

MAGNETI. **Localização**. Disponível em: <http://www.magnetimarelli.com.br/localizacao.htm>. Acesso em: 20 jan. 2010.

MAQNELSON. **História**. Disponível em: <http://www.maqnelson.com.br/gxportal/hgxpp001?249,1,37,O,P,0,MNU;E;2;2;MNU;>. Acesso em: 22 mar. 2010.

MARÇAL, P. S.R. **A Expansão Urbana de Catalão-GO:** indústria e cidade (1997 – 2006). 52 f. Monografia (Especialização em Geografia)-Curso de Geografia, Uviversidade Federal de Goiás, Campus de Catalão, Catalão, 2008.

MARINI; M. L.; GONÇALVES, M. B; GIACOBO, F. **O relacionamento e as novas configurações entre montadora de automóveis e seus fornecedores**. Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br/semead/7semead/paginas/artigos%20recebidos/Opera%E7oes/OP11_-_O_relacionamento_e_as_novas_configura%E7%F5.PDF>. Acesso em: 10 ago. 2009.

MARTINEZ, Paulo. **Multinacionais:** desenvolvimento ou exploração. 22 ed. São Paulo: Moderna, 1997. 71 p. (Coleção Polêmica).

MEDABIL. **Obras**. Disponível em: <http://www.medabil.com.br/obras.jsp?galeria=38>. Acesso em: 10 mar. 2010.

MEINERS, W. E. M. de A. Impactos dos investimentos automobilísticos no Paraná. **Revista Parananese de Desenvolvimento**, Curitiba, n. 4, p. 29-48, mai/dez 1998.

MELO, N. A. de. **Pequenas cidades da microrregião geográfica de Catalão (GO):** análises de seus conteúdos e considerações teórico-metodológicas. 2008. 398 f. Tese (Doutorado em Geografia)-Instituto de Geografia, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2008.

MELLO, A. M. de. **Manutenção da capacidade inovadora da externalização do desenvolvimento de produtos:** o caso da indústria automobilística. 2006. 121 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção)-Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

MENDES, C. E. S.; ROSSI, M. A. Catalão: a localização estratégica é o seu diferencial. In: Seplan. **Ranking dos Municípios Goianos 2005**. Disponível em: <http://www.seplan.go.gov.br/sepin/pub/rank/2005/catalao.pdf.> Acesso em: 21 set. 2010.

METAGAL. **Unidades**. Disponível em: <http://www.metagal.com.br/>. Acesso em: 20 jan. 2010.

MICAELO, S. M. **A Evolução da Estratégia da Fiat Automóveis S.A.:** face à mudança do ambiente competitivo da indústria automotiva. 2003. 175 f. Dissertação (Mestrado em Administração)-Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.

MITSUBISHI CARBIDE. **Sobre Nós**. Disponível em: <http://www.mitsubishicarbide.com/mmbr/pt/company/aboutus.html>. Acesso em: 14 abr. 2009.

MITSBUBISHI CARS. **The Colt Car Company**. Tradução de Magda Valéria da Silva. Disponível em: <http://www.mitsubishi-cars.co.uk/company/history.asp>. Acesso em: 25 mar. 2009.

MITSUBISHI CORPORATION. **Corporate Profile**. Tradução de Magda Valéria da Silva. Disponível em: <http://www.mitsubishicorp.com>. Acesso em: 23 mar. 2009a.

_____. **Mitsubishi Companies' Websites Worldwide**: Central & Latin America. Disponível em: <http://www.mitsubishi.com/e/area/central.html>. Acesso em: 16 abr. 2009b.

_____. **The Mitsubishi Companies Web Site Search**. Disponível em: <http://www.mitsubishi.com/php/users/category_search.php?lang=1>. Acesso em: 16 abr. 2009c.

MITSUBISHI CORPORATION DO BRASIL. **A Empresa**. Disponível em: <http://www.mitsubishicorp-br.com>. Acesso em: 10 nov. 2008a.

_____. **Grupos**. Disponível em: <http://www.mitsubishicorp-br.com>. Acesso em: 10 nov. 2008b.

MITSUBIHI ELECTRIC CORPORATION. **History**. Tradução de Magda Valéria da Silva. Disponível em: <http://global.mitsubishielectric.com/company/corp/history/logo/index.html>. Acesso em: 24 mar. 2009a.

_____. **Locations-America.** Tradução de Magda Valéria da Silva. Disponível em: <http://global.mitsubishielectric.com/company/corp/offices/americas.html>. Acesso em: 24 mar. 2009b.

MITSUBISHI HEAVY INDUSTRIES. **MHI Global.** Disponível em: <http://www.mhi.co.jp>. Acesso em: 24 mar. 2009.

MITSUBISHI MOTORS. **History of Mitsubishi Motors.** Tradução de Magda Valéria da Silva. Disponível em: <http://www.mitsubishi-motors.com/corporate/museum/history/e/index.html>. Acesso em: 23 out. 2008.

_____. **The Mitsubishi Companies Web Site Search**. Tradução de Magda Valéria da Silva. Disponível em:

<http://www.mitsubishi.com/php/users/category_result_industry.php?gyousyu_id=0017&lang=1>. Acesso em: 23 mar. 2009.

_____. **Home/Corporate Info/About Us/Profile**. Tradução de Magda Valéria da Silva. Disponível em: <http://www.mitsubishi-motors.com/corporate/about_us/profile/e/world.html>. Acesso em: 15 fev. 2010.

MITSUBISHI MOTORS ARGENTINA. **Red de Concesionarios.** Tradução de Magda Valéria da Silva. Disponível em: <http://www.alfacar.com/>. Acesso em: 30 mar. 2009.

MITSUBISHI MOTORS CARIBBEAN. **Historia de Mitsubishi Motors Sales of Caribbean**. Tradução de Magda Valéria da Silva. Disponível em: <http://www.mitsubishicarspr.com/comp.aspx>. Acesso em: 12 fev. 2010.

MITSUBISHI MOTORS CHILE. **Red de Concesionarios Mitsubishi en Chile.** Tradução de Magda Valéria da Silva. Disponível em: <http://www.mitsubishi-motors.cl/#/general/concesionarios/>. Acesso em: 30 mar. 2009.

MITSUBISHI MOTORS PERU. **Mitsubishi y Fuso a nível nacional**. Tradução de Magda Valéria da Silva. Disponível em: <http://www.mitsubishi-motors.com.pe/index.php>. Acesso em 30 mar. 2009.

MITSUBISHI MOTORS PORTUGAL. **Concessionários**. Disponível em: http://www.mitsubishi-motors.pt/dealerlocators.aspx>. Acesso em: 21 jun. 2010.

MMCB. **Como tudo começou**. Disponível em: <http://www.mitsubishimotors.com.br/main.cfm/site/2/content/1>. Acesso em: 22 out. 2008.

_____. **Concessionárias**. Disponível em: <http://www.mitsubishimotors.com.br/main.cfm/site/13/content/1>. Acesso em: 15 dez. 2009a.

_____. **O Projeto Anhanguera**. Disponível em: http://www.mitsubishimotors.com.br/main.cfm/site/3/content/2. Acesso 15 de ago. de 2009b.

_____. **Lista de Fornecedores.** Documento não oficial. Catalão, 05 de agosto de 2009c.

_____. **Concessionárias Mitsubishi**. Disponível em: <http://www.mitsubishimotors.com.br/main.cfm/site/13/content/1>. Acesso em: 27 jul. 2010.

MMNA. **Acerca de Mitsubishi**. Tradução de Magda de Valéria da Silva. Disponível em: <http://www.mitsubishimotors.com/MMNA/jsp/company/index.do?loc=es-us>. Acesso em: 25 mar. 2009.

MMNA-Mfg. **Production History**. Tradução de Magda Valéria da Silva. Disponível em: <http://www.mitsubishimanufacturing.com/about/production/index.asp>. Acesso em: 25 mar. 2009.

MORAES, J. de.; SIMONE, R. de. **Sincodiv Online: Entrevista com Eduardo Souza Ramos**. Disponível em: <http://www.assomit.com.br/acontece-assomit/sincodiv-online-entrevista-com-eduardo-souza-ramos/>. Acesso em: 05 nov. 2008.

MOREIRA, R. Da região à rede e ao lugar. In: **Ciência Geográfica**. Bauru: AGB, n. 6, 2001.

MOURA, R.; CASTELLO BRANCO, M. L. G.; FIRKOWSKI, O. L. C. de F. Movimento pendular e perspectivas de pesquisas em aglomerados urbanos. **Revista São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 19, n. 4, p. 121-133, out./dez. 2005.

MURPHY, R. E.; VANCE, J. E. Jr. Delimiting the CDB. In: KOHN, C.; MAYER, R, (ed). **Readings in Urban Geography.** Chicago: The University of Chicago Press. 1954. p.418-446.

MVC. **Unidades**. Disponível em: <http://www.mvcplasticos.com.br/mvc-unidades.php>. Acesso em: 20 jan. 2010.

NASSER, R; SCAVONI, M. 20 anos de Mitsubishi Motors no Brasil. **Encarte Publicitário**. Mitsubishi Motors, 2010.

NEDCAR. **A brief history.** Tradução de Magda Valéria da Silva. Disponível em: < http://www.nedcar.nl/content/view/14/28/lang,en/>. Acesso em: 14 abr. 2009.

NEGRI, J. A. de. **O custo de bem-estar do regime automotivo brasileiro.** Disponível em: <http://ppe.ipea.gov.br/index.php/ppe/article/viewFile/187/121>. Acesso em: 08 ago. 2008.

NEONERGIA S.A.. **Grupo Neoenergia inicia obras de PCHs Goiandira e Nova Aurora**. Disponível em: <http://www.neoenergia.com/section/noticias_interna.asp?news=32>. Acesso em: 25 ago. 2010.

O GUIA. **O guia comercial por endereço**. 5ª Ed. Gráfica Modelo. Catalão, 2009/2010.

OLIVEIRA, E. de. **Toyotismo no Brasil:** desencantamento da fábrica, envolvimento e resistência. 1. ª Ed. São Paulo: Expressão Popular, 2006. 216 p.

OLIVEIRA, H. C. M. de. **Em busca de uma proposição metodológica para os estudos das cidades médias**: reflexões a partir de Uberlândia (MG). 2008. 364 f. Dissertação (Mestrado em Geografia)-Instituto de Geografia, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2008.

ORACLE. **Aplicações PeopleSoft Enterprise**. Disponível em: http://www.oracle.com/br/products/applications/peoplesoft-enterprise/index.html. Acesso em: 10 ago. 2010.

PADOVANI, C. B. **O papel da governança na cadeia de suprimento automotiva nos fornecedores de primeiro e segundo nível**. 2007. 85 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção)-Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

PAIVA, E. N.. A Fábrica Nacional de Motores (FNM) e a Pré-História da Implantação da Indústria Automobilística no Brasil do Ponto de Vista da Teoria do Ator-Rede. **Convergência – Revista de Ciencias Sociales**, Toluca-México, v. 11, n. 35, p. 311-339, mai/ago. 2004.

PAIVA, F. Plano Piloto. **MIT Revista**. n. 31. Disponível em: <http://www.mitsubishimotors.com.br/mitrevista/index31.cfm>. Acesso em: 26 fev. 2009.

PEREIRA, F. **Pequeno desbravador**. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/bestcars/ph2/186a.htm>. Acesso em: 22 out. 2008.

PESQUISA DE CAMPO. **Entrevista:** José da Silva, Gerente da Transporte Coletivo Duarte Ltda. Catalão, 22 jan. 2009a.

_____. **Entrevista:** Ricardo José Tangary Ferraz de Camargo, Diretor Industrial da MMCB. Catalão, 04 jun. 2009b.

_____. **Entrevista:** Antônio Carlos de Souza Cabral, Coordenador de Unidade da MVC. Catalão, 05 jun. 2009c.

_____. **Entrevista:** Carlos Alberto Aguiar, Coordenador filial da Tranzero/Sado. Catalão, 06 jun. 2009d.

_____. **Entrevista:** Luiz Carlos de Moura, diretor da filial da RCM. Catalão, 14 jun. 2009e.

_____. **Entrevista:** Transvaldo Jerônimo da Silva, Diretor da Fórmula R Indústria. Catalão, 20 jun. 2009f.

_____. **Entrevista:** Maria Aparecida Dias, Coordenadora do Restaurante. Catalão, 26 jun. 2009g.

_____. **Entrevista:** Edivaldo Ferreira de Souza, Coordenador de Contas da filial da DuPont do Brasil S.A. Catalão, 21 jul. 2009h.

_____. **Entrevista:** Ronaldo Tavares, Diretor/Fundador do Grupo Prest John. Catalão, 31 jul. 2009i.

_____. **Questionário Respondido:** Ricardo Ricciardi Curi, Gerente Comercial da Magneti Marelli Sistemas Automotivos Indústria e Comércio Ltda.. Mensagem recebida por <magdaueg@yahoo.com.br> em 10 ago. 2009j.

_____. **Questionário Respondido:** Cid Bolognani, Gerente Comercial da Metagal Indústria e Comércio Ltda. Mensagem recebida por <magdaueg@yahoo.com.br> em 14 ago. 2009l.

_____. **Questionário Respondido:** Fábio de Jesus, Vendedor Técnico da Isringhausen Industrial Ltda. Mensagem recebida por <magdaueg@yahoo.com.br> em 31 ago. 2009m.

_____. **Questionário Respondido:** Sérgio Ramos de Andrade, Coordenador da Qualidade/Comercial Wiest Escapamentos S.A. Mensagem recebida por <magdaueg@yahoo.com.br> em 03 set. 2009n.

_____. **Entrevista:** Rogério Vicente de Carvalho, Diretor da Kata Líder. Catalão, 05 set. 2009o.

_____. **Questionário Respondido:** Marcelo Minhoto de Cambraia Salles, Gerente de Contas do Centro de Comercialização da Automotiva Usiminas. Mensagem recebida por <magdaueg@yahoo.com.br> em 16 set. 2009p.

_____. **Entrevista**: Ercílio Azevedo, Supervisor de Compras da MMC Automotores do Brasil S.A. Catalão, 05 ago. 2009q.

_____. **Entrevista**: Patrícia Novaes do Amaral, gerente comercial da Unimed Catalão. Catalão, 12 de jun. 2009r.

_____. **Visita e entrevistas com funcionários residentes em Nova Aurora/GO**. Nova Aurora, 10 out. 2009s.

_____. **Questionário Respondido**: Henrique Rocha, Gerente da concessionária Ditrasa. Mensagem recebida por <magdaueg@yahoo.com.br> em 08 de mai. 2009t.

_____. **Questionário Respondido:** Liza Estefânia de Olival, Analista de Marketing da concessionária Cotril Motors. Mensagem recebida por <magdaueg@yahoo.com.br> em 19 mai. 2009u.

_____. **Entrevista**: Rubens da Silva Júnior, Gerente de Vendas Automotivas do Grupo Maqnelson. Uberlândia, 07 jul. 2009v.

_____. **Questionário Respondido**: Humberto, Diretor da Natsu - Niterói Comércio de Automóveis, Peças e Serviços Ltda., Mensagem recebida por <magdaueg@yahoo.com.br> em 19 mai. 2009x.

_____. **Visita e entrevistas com funcionários residentes em Ouvidor/GO.** Ouvidor, 23 jan. 2010a.

_____. **Visita e entrevista com funcionário residente em Anhanguera/GO.** Anhanguera, 27 ago. 2010b.

_____. **Visita e entrevistas com funcionários residentes em Cumari/GO.** Cumari, 12 set. 2010c.

_____. **Visita e entrevistas com funcionários residentes em Goiandira/GO.** Goiandira, 15 set. 2010d.

PIRES, C. M. **Catalão (GO):** uma contribuição ao estudo de cidades médias. 175 f. Dissertação (Mestrado em Geografia)-Instituto de Geografia, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2009.

PORTAL CATALÃO NOTÍCIAS. **Fim de 2008:** SIMECAT registra alta nas homologações. Disponível em: <http://www.portalcatalao.com.br/noticias/?portal=noticias&IDNews=6603&IDCatgory=32> Acesso em: 26 jan. 2009.

_____. **Recursos para micros e pequenos empresários**. Disponível em: <http://www.portalcatalao.com.br/portal/noticias/>. Acesso em: 25 ago. 2010a.

_____. **Obras do Aeroporto de Catalão em ritmo acelerado.** Disponível em: <http://portalcatalao.com.br/portal/noticias/?f095f875d3604ce60b2683d623c0d751=Tm90aWNpYXNWZXI=&b80bb7740288fda1f201890375a60c8f=MDAwMDAwNzM0NA==>. Acesso em: 15 set. 2010b.

PORTAL TRÊS RANCHOS. **Empório Siqueira**. Disponível em: <http://portaltresranchos.com.br/home/?Secao=Conteudo&id=29>. Acesso em: 04 fev. 2010.

PRADO JÚNIOR, Caio. **História Econômica do Brasil**. 25.ª ed. Brasiliense. São Paulo: 1980

PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO/ESTADO DE GOIÁS/MITSUBISHI. **Protocolo de Implantação de Indústria Montadora de Veículos Mitsubishi**. Goiânia, 1997.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO. **Diagnóstico Municipal**. Catalão, 2003.

_____. Lei n.° 2.211, de 05 de agosto de 2004. Dispõe sobre o uso e a ocupação do solo no Município de Catalão. **Coletânea de Legislação e Jurisprudência**, Catalão, GO, 05 ago. 2004a.

_____. Lei n.° 2.215, de 05 de agosto de 2004. Institui o Código de Obras do Município de Catalão. **Coletânea de Legislação e Jurisprudência,** Catalão, GO, 05 ago. 2004b.

_____. **Em busca de mais investimentos para Catalão.** Disponível em: <http://www.catalao.go.gov.br/site/?secao=noticiaver&id=000585>. Acesso em: 06 ago. 2010.

PRODFOOT, M. J. City Retail Structure. In: _____. **Readings in Urban Geography.** Chicago: The University of Chicago Press. 1937. 395-398.

RAMALHO, J. R.: SANTANA, M. A. Trabalho, desenvolvimento e território: a implantação da indústria automobilística no sul fluminense. In: ENCONTRO DE GEÓGRAFOS DA AMÉRICA LATINA, X., 2005, São Paulo. **Anais...** Universidade de São Paulo/Departamento de Geografia, 2005. 1CD-ROM, p. 12256 – 12270.

RANIERI, M. A. **Portal Cisa Trading - Fale Conosco** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por: <magdaueg@yahoo.com.br> em 18 ago. 2010.

REGUEIRA, K. W. de S. A política industrial nos anos 90: alocação de recursos produtivos: guerra e renúncia fiscal. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, Curitiba, n. 104, p. 61-78, jan/jun, 2003.

REIS, C. T. dos. **Descentralização e Desdobramento do Núcleo Central de Negócios na Cidade Capitalista**: estudo comparativo entre Campo Grande e Praia do Canto, na Grande Vitória-ES. 287 f. Tese (Doutorado em Geografia)-Instituto de Geociências, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

SABÓIA, J. A Dinâmica da Descentralização Industrial no Brasil. **Texto para Discussão nº 452**. Universidade Federal do Rio de Janeiro/Instituto de Economia. Julho de 2001.

SACRAMENTO, R. Formação da Rede de Fornecedores para o Parque Automotivo da Bahia. **Conjuntura & Planejamento**. Salvador, SEI, n.º 66, p. 10-16, nov. 1999.

SALERNO, M. S. et al. **A Nova Configuração da Cadeia Automotiva Brasileira**. Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, 2002. 36 p. (Pesquisa Desenvolvida junto ao BNDES).

SANTANA, M. A. Trabalhadores e indústria automobilística em tempos de reestruturação. **Revista Brasileira de Ciências Sociais** - VOL. 18 Nº. 51, São Paulo. Feb. 2003, p. 174-178.

SANTOS, A. M. M. M.; BURITY, P. **O complexo automotivo.** Disponível em: <http//:www.bndes.gov.br/conhecimento/livro_setorial/set>. Acesso em: 10 ago. 2008.

SANTOS, M. **Espaço e Método.** São Paulo: Nobel, 1985.

_____. **Técnica, Espaço, Tempo. Globalização e meio técnico-científico-informacional**. São Paulo: Hucitec, 1994a.

_____. **Metamorfoses do Espaço Habitado**: fundamentos teóricos e metodológicos da Geografia. 3 ed. São Paulo: Hucitec, 1994b.

_____. **Natureza do Espaço:** Técnica e tempo. Razão e emoção. EDUSP: São Paulo, 2002. 384p. (Coleção Milton Santos, 1).

_____. **Por uma globalização**: do pensamento à consciência universal. 1. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 174.

_____. **Da Totalidade ao Lugar**. São Paulo: Edusp, 2005a. 176 p. (Coleção Milton Santos; 7).

_____. **A Urbanização Brasileira**. São Paulo: Edusp, 2005b. 147 p. (Coleção Milton Santos, 6).

_____. O retorno do território. In*:* **OSAL: Observatório Social de América Latina**. Buenos Aires: CLACSO, Ano 6 n. 16, jun/2005c.

_____. **O Espaço Dividido**: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. São Paulo: Edusp, 2004. 440p. (Coleção Milton Santos, 4).

_____. **Metamorfoses do Espaço Habitado**: fundamentos teóricos e metodológicos da Geografia. 6 ed. São Paulo: Edusp, 2008. 136 p. (Coleção Milton Santos; 10).

SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. **O Brasil:** território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2001. 471p.

SCAVARDA, L. F. R.; HAMACHER, S. Evolução da cadeia de suprimentos da indústria automobilística no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea,** Curitiba, v. 5, n. 2, p. 201-219, Mai/Ago. 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552001000200010&script=sci_arttext>. Acesso em: 05 mar. 2010.

SEFAC. **Estruturas e Características**. Disponível em: <http://www.sefac.com.br> Acesso em: 21 ago. 2010.

SEFAZ. **Maiores Contribuintes do ICMS (1998-2009).** Disponível em: <http://www.sefaz.go.gov.br>. Acesso em: 08 ago. 2010a.

_____. **Arrecadação de ICMS 2009-Catalão**. Sefaz-regional de Catalão. 22 set. 2010b

SEPLAN. **Perfil Municípios Goianos/Ouvidor**. Disponível em: <http://www.seplan.go.gov.br/sepin/>. Acesso em: 02 fev. 2010a.

_____. **Perfil Municípios Goianos/Cumari**. Disponível em:

<http://www.seplan.go.gov.br/sepin/>. Acesso em: 02 fev. 2010b.

_____. **Perfil Municípios Goianos/Goiandira**. Disponível em: <http://www.seplan.go.gov.br/sepin/>. Acesso em: 02 fev. 2010c.

_____. **Perfil Municípios Goianos/Nova Aurora**. Disponível em: <http://www.seplan.go.gov.br/sepin/>. Acesso em: 02 fev. 2010d.

_____. **Perfil Municípios Goianos/Anhanguera**. Disponível em: http://www.seplan.go.gov.br/sepin/>. Acesso em: 02 fev. 2010e.

_____. **Perfil Municípios Goianos/Três Ranchos**. Disponível em: <http://www.seplan.go.gov.br/sepin/>. Acesso em: 02 fev. 2010f.

_____. **Perfil Municípios Goianos/Catalão**. Disponível em: <http://www.seplan.go.gov.br/sepin/>. Acesso em 08 ago. 2010g.

_____. **Perfil Municípios Goianos/Estado de Goiás**. Disponível em: <http://www.seplan.go.gov.br/sepin/>. Acesso em 08 ago. 2010h.

_____. **Perfil Municípios Goianos/Davinópolis**. Disponível em: <http://www.seplan.go.gov.br/sepin/>. Acesso em 08 ago. 2010i.

_____. **Ranking dos Municípios Goianos-2009.** Disponível em: <http://www.seplan.go.gov.br/sepin/>. Acesso em: 23 ago. 2010j.

_____. **Ranking dos Municípios Goianos 2005**. Disponível em: <http://www.seplan.go.gov.br/sepin/>. Acesso em: 29 ago. 2010l.

_____. **Produto Interno Bruto dos Municípios Goianos-2007.** Disponível em: < http://www.seplan.go.gov.br/sepin/>. Acesso em: 29 ago. 2010m.

_____. **Os dez maiores municípios em relação ao Produto Interno Bruto-Goiás-2002-07.** Disponível em: <http://www.seplan.go.gov.br/sepin/pub/pib/pibmun2007/tab02.htm>. Acesso em: 07 set. 2010n.

_____. **Produto Interno Bruto Municipal-Goiás-1999**. Disponível em: <http://www.seplan.go.gov.br/sepin/pub/pib/pibmun_serie/tabpibmun1999.htm.> Acesso em: 04 jul. 2009a.

_____. **Produto Interno Bruto Municipal-Goiás-2000**. Disponível em: <http://www.seplan.go.gov.br/sepin/pub/pib/pibmun_serie/tabpibmun2000.htm>. Acesso em: 04 jul. 2009b.

_____. **Produto Interno Bruto Municipal-Goiás-2001**. Disponível em: <http://www.seplan.go.gov.br/sepin/pub/pib/pibmun_serie/tabpibmun2001.htm>. Acesso em: 04 jul. 2009c.

_____. **Perfil Socioeconômico de Catalão.** Disponível em: <http://www.seplan.go.gov.br/sepin/>. Acesso em: 21 abr. 2008

_____. **Economia & Desenvolvimento**: Indicadores Econômicos-Estatísticas Básicas. Ano

VI, n. 17, out/dez. 2004.

SERFATI, C. O papel ativo dos grupos predominantemente industriais na financeirização da economia. In: CHESNAIS, François (Org.). **A mundialização Financeira:** gênese, custos e serviços. Tradução de Carmem Cristina Cacciacarro, Luis Leiria Silva Foá e Valéria Coelho da Paz. São Paulo: Xamã, 1998.

SESSO FILHO, U. A. et al. A Indústria Automobilística no Paraná: impactos na produção local e no restante do Brasil. **Revista Paranaense de Desenvolvimento,** Curitiba, n. 106, p. 89-112, jan/jun. 2004.

SILVA, M. V.; RAMIRES, J. C. de L. O discurso do sujeito coletivo e os impactos em da Mitsubishi na cidade de Catalão/Goiás. In: RAMIRES, J. C. de L.; PESSÔA, V. L. S. **Geografia e Pesquisa Qualitativa:** nas trilhas da investigação. Uberlândia: Assis, 2009. p. 337-355.

SILVA, N. J. da. **Catalão em Ação**. Divino Rodrigues e Fernando Neiva. Catalão: Rádio Laser FM, 29 set. 2010. Entrevista concedida no programa de rádio "Catalão em Ação".

SILVA, C. Mitsubishi amplia produção no Brasil. O Estado de São Paulo**. Caderno Economia & Negócios.** 16 de março de 2010. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/not_9395.htm>. Acesso em: 17 mar. 2010.

SILVA, A. M.; PINHEIRO, M. S. de F.; FRANÇA, M. N. **Guia para normalização de trabalhos técnico-científicos:** projetos de pesquisa, trabalhos acadêmicos, dissertações e teses. 5. Ed. Uberlândia: EDUFU, 2008.

SILVA, M. V. da. **O Meio Técnico-Científico-Informacional e a Estruturação da Rede do Pólo de Moda Íntima em Catalão/Goiás**. 2005. 211 f. Dissertação (Mestrado em Geografia)-Instituto de Estudos Sócioambientais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2005.

SILVA, R. V. da. **A gestão do controle de qualidade na Weldmatic Automotive Ltda.** 2005. 53 f. Trabalho Final de Curso (Graduação em Engenharia de Controle e Automação-Mecatrônica)-Departamento de Engenharia, Faculdade Politécnica, Uberlândia, 2005.

SILVA, R. da. **A Implantação de Mitsubishi em Catalão:** estratégias políticas e territoriais da indústria automobilística nos anos 90. 2002. 144 f. Dissertação (Mestrado em Geografia)-Instituto de Estudos Socioambientais, UFG/Goiânia, 2002.

SILVEIRA, R. L. L. da. Redes e Territórios: Uma breve contribuição geográfica ao debate sobre a relação sociedade e tecnologia. **Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales.** Barcelona: Universidad de Barcelona, v. VIII, n. 451, Jun. 2003.

SILVEIRA, M. L. Região e Globalização: pensando um esquema de análise. **Revista Redes**. Santa Cruz do Sul/SC: Universidade de Santa Cruz do Sul, v. 15, n. 1, jan/abr. 2010. p. 78-88.

SPOSITO, M. E. B. et al. O estudo das cidades médias brasileiras: uma proposta metodológica. In: SPOSITO, M. E. B. (Org.). **Cidades Médias:** espaços em transição. São Paulo: Expressão Popular, 2007. p. 35-67.

STRAUB, M. **O Setor de Autopeças no Brasil e as Novas Tendências.** Disponível em: <http://nitec.ea.ufrgs.br/cars/diagnostico/nacional03.htm>. Acesso em: 18 mar. 2010.

SUZUKI. **Concessionárias**. Disponível em: <http://www.suzukiveiculos.com.br/#/concessionaria>. Acesso em: 03 mar. 2010.

TAGLIARI, V. A. **Análise da utilização do sistema *Kanban*:** multi estudos de casos em empresas da indústria automobilística da região de Curitiba. 2002. 88 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção e Sistemas)-Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

TEIXEIRA, I. A.; MENDES, E. de P. P. A produção familiar no município de Ouvidor (GO). In: X EREGEO SIMPÓSIO REGIONAL DE GEOGRAFIA, 2007, Catalão. **Anais...** Catalão, Universidade Federal de Goiás, 2007, p. 1-14.

TI INSIDE. **Mitsubishi muda sistema de gestão para suportar crescimento.** Disponível em: <http://www.tiinside.com.br/News.aspx?ID=105908&C=262>. Acesso em: 16 set. 2009.

TOBIAS, C. E. Mitsubishi produzirá Pajero Full, Outlander e Lancer no Brasil. Disponível em: http://pitstopbrasil.wordpress.com. Acesso em: 23 mar. 2009.

TOLEDO, J. C. de. et al. **Participação de fornecedores no desenvolvimento de produtos: o caso da nova versão do Fiat Palio**. In: IV CONGRESSO BRASILEIRO GESTÃO E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS, 2003, Gramado/RS. Disponível em: <http://www.gepeq.dep.ufscar.br/arquivos/TR02_0158.pdf>. Acesso em: 06 set. 2009.

TORTATO, U.; MARX, R. **Distribuição exclusiva: repensando o modelo para o setor automobilístico**. In: XXIV ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO. 2004, Florianópolis/SC. Disponível em: <www.abepro.org.br/.../ENEGEP2004_Enegep0707_0813.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2010.

TRANZERO. **Empresa/operações.** Disponível em: <http://www.transzero.com.br/trz1_Empresa/Empresa_operacoes.aspx>. Acesso em: 02 ago. 2009.

TRIVIÑOS, A. N. S. Pesquisa qualitativa. In: _____. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987. p. 116-133. (Capítulo completo: 116-173).

TYSON, J. **Como funcionavam os aviões japoneses na Segunda Guerra Mundial**. Tradução de HowStuffWorks Brasil. Disponível em: <http://ciencia.hsw.uol.com.br>. Acesso em: 23 mar. 2009.

VALE, G. M. V. **Territórios Vitoriosos:** o papel das redes organizacionais. Garamond: Rio de Janeiro, 2007a.

_____. Redes Organizacionais e Desenvolvimento Territorial. **Redes**. Santa Cruz do Sul: Universidade de Santa Cruz do Sul, v. 12 n. 3 p. 74-98, set/dez. 2007b.

VALECARD**. Rede Credenciada.** Disponível em: <http://www.valecard.com.br>. Acesso em: 19 ago. 2009.

_____. **Rede Credenciada.** Disponível em: <http://www.valecard.com.br>. Acesso em: 28 jul. 2010.

VASCONCELOS, N.; TEIXEIRA, F. L. C. A Implantação de Montadoras no Brasil e os Incentivos Fiscais: uma avaliação da política de desenvolvimento regional. In: II Congresso Internacional Del CLAD, sobre La reforma Del Estado y de la Administracion Publica, 1998, Madrid/ES **Anais...** Madrid-ES, 1998. p. 1-17

VEIGA, J. P. C. Regime Automotivo Brasileiro: negociações internacionais. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, n. 16, p. 76-81, 2002.

VIEIRA, M. M. F.; VIEIRA, E. F. **Geoestratégia Global:** economia, poder e gestão de territórios. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2007. 159 p.

VIVAS, F. Crise faz Mitsubishi fechar filial na Europa. Disponível em: <http://pitstopbrasil.wordpress.com>. Acesso em: 23 mar. 2009a.

_____. **Mitsubishi anuncia que não participará do Salão de Frankfurt**. Disponível em: <http://pitstopbrasil.wordpress.com>. Acesso em: 23 mar. 2009b.

_____. Mitsubishi vai transferir parte de produção para o Brasil; modelo mais cogitado é a Pajero Full. Disponível em: <http://pitstopbrasil.wordpress.com>. Acesso em: 23 mar. 2009c.

VOLKSWAGEN. **São Bernardo do Campo/carros e veículos comerciais leves.** Disponível em:<http://www.volkswagen.com/br/pt/Volkswagen_do_Brasil/historia_da_volkwagen/fabricas_brasil.htm>. Acesso em: 05 fev. 2010a.

_____. **São Carlos-Certificação ISO 14000**. Disponível em: <http://www.volkswagen.com/br/pt/Volkswagen_do_Brasil/historia_da_volkwagen/fabricas_brasil/sao_carlos__sp_.html>. Acesso em: 05 fev. 2010b.

_____. **São José dos Pinhais –Produz o Golf, Fox e CrossFox.** Disponível em: <http://www.volkswagen.com/br/pt/Volkswagen_do_Brasil/historia_da_volkwagen/fabricas_brasil/sao_jose_dos_pinhais.html>. Acesso em: 05 fev. 2010c.

_____. **Taubaté/SP-Gol, líder de vendas no Brasil.** Disponível em: <http://www.volkswagen.com/br/pt/Volkswagen_do_Brasil/historia_da_volkwagen/fabricas_brasil/taubate__sp.html>. Acesso em: 05 fev. 2010d.

_____. **Resende/RJ-Ônibus e Caminhões.** Disponível em: <http://www.volkswagen.com/br/pt/Volkswagen_do_Brasil/historia_da_volkwagen/fabricas_brasil/resende__rj.html>. Acesso em: 05 fev. 2010e.

WEINBERGIA, N. **Sol poente na Mitsubishi**. Disponível em: <http://www.centroatl.pt/edigest/edicoes/ed44man-c.html>. Acesso em: 22 out. 2008.

WIEST. **Apresentação**. Disponível em: <http://www.wiest.com.br/index.php?idioma=1&empresa=10&conteudo=10&sub=1510>. Acesso em: 20 jan. 2010.

WIKIPEDIA. **Era Meiji**. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Era_Meiji>. Acesso em: 09 fev. 2009b.

_____. **Mitsubishi Carisma**. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Mitsubishi_Carisma>. Acesso em: 26 mar. 2009c.

_____. **Mitsubishi Space Star**. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Mitsubishi_Space_Star>. Acesso em: 26 mar. 2009d.

_____. **Samurai**. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Samurai>. Acesso em: 09 fev. 2009a.

_____. **Escola Keynesiana**. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Escola_keynesiana>. Acesso em: 10 set 2010.

GLOSSÁRIO

Basecoat - é a camada de pintura/revestimento que fornece cor e efeitos estéticos aos automóveis, como por exemplo: brilho em duas cores. O *basecoa*t precisa fornecer inicialmente uma aparência uniforme que dure por muitos anos sem desbotar.

Black Box - processo referente ao desenvolvimento de produtos, em que há um alto envolvimento do fornecedor junto a montadora para a execução do projeto, é um tipo de *Co-design.*

Body shop - a área ou local (composta por linhas de montagem) destinado a realização do processo de união por solda das partes que compõem a estrutura do carro, como: assoalho, carrocerias e cabines dos veículos.

Check-list - Lista contendo as informações do veículo que passará pelo processo de pintura. Esta contém informações, como: a cor do veiculo, tipo de pintura (metálica ou não) e outras informações.

Co-design - processo em que em que o fornecedor recebe as especificações do componente ou sistema da montadora, desenvolve a engenharia do produto e o processo de fabricação deste.

Comaker global - fornecedores sistemistas, que além de participar das atividades operacionais participam também com pesquisas e desenvolvimento de produtos.

Comerkship - acordo entre montadoras e fornecedores, ambos passando a ser elementos importantes no gerenciamento dessas cadeias, pois exigem confiança mútua entre as partes envolvidas.

Commodities - mercadorias utilizadas em transações comerciais em bolsas de mercadorias e de valores.

E-coat - conhecido também como eletrodeposição. O *e-coat* é o processo através do qual uma peça metálica é submersa num banho de tinta/água e a eletricidade é empregada para depositar a tinta sobre a peça. O *e-coat* é aplicado entre as camadas de fosfato e *primer* e visa proteger os veículos de corrosões.

EDI - significa troca eletrônica de documentos e dados entre empresas e/ou dentro de uma mesma empresa.

Fay - setor de inspeção existente dentro da MMCB, ao qual é responsável pela vistoria total dos veículos, como: motor, pintura, cabine, acessórios e acabamentos interno e externo, etc., enfim, busca detectar defeitos técnicos e não-conformidades visíveis.

Full service supplier - conhecido como fornecedor completo, aquele que desenvolve produtos, fabrica, faz a entrega ao cliente e atua diretamente na montagem destes dentro da linha de produção automotiva. A parceria é firmada via contratos e os investimentos em tecnologias, melhorias dos produtos são de responsabilidades do fornecedor.

Gray Box - produtos, cujos projetos são desenvolvidos por fornecedores, porém, executados pela montadora.

Hardware - estrutura física do computador, ou seja, é o conjunto de componentes eletrônicos, circuitos integrados, placas, processadores etc. contidas no gabinete.

Holding - empresa ou sociedade criada para administrar algumas outras empresas. Geralmente a *holding* possui maior parte das ações das empresas que administra e exerce controle acionário, administrativo e financeiro sobre as empresas que representa.

Job Stop - parada da linha de produção devido a falta de algum componente essencial no processo de montagem veicular.

Joint-venture - é uma associação de empresas, que pode ser definitiva ou não, com fins lucrativos, para explorar determinados negócios, sem que nenhuma delas perca sua personalidade jurídica.

Kay - setor designado dentro da MMCB para realizar emissão e conferência de documentação, registros junto aos departamentos de trânsito, emissão de notas fiscais, seguros, enfim, a realização de serviços administrativos e jurídicos.

Metal finish - designação para a não-conformidades (amassados, riscos, oxidação etc.) nas carrocerias recém-soldadas, os quais devem ser reparados através de re-trabalhos, isto é, *o metal finish*.

Primer - é uma camada de revestimento que une um substrato com proteção à corrosão ao acabamento. Sua função é suavizar as irregularidades da superfície do automóvel, melhorar o desempenho de resistência a batidas de pedras, e ajudar a proteger a partes metálicas e plásticas contra a luz visível e UV.

Royalties - refere-se a valores pagos para obter o direito de exploração, uso, distribuição e fabricação, como uso de territórios, recursos naturais e patentes de produtos e ou para fabricação e/ou distribuição de produtos, tecnologia etc.

Show-room - local destinado a exposição de peças para visitação e apreciação pública.

Sistema Flex Fuel - sistema de combustão desenvolvido pela Bosch que possibilita o veículo usar dois tipos de combustíveis, gasolina e etanol. O primeiro modelo bicombustível a chegar ao mercado brasileiro foi o Gol Total Flex, em março de 2003.

Site - os *sites*, como são chamados os locais de produção, funcionam dentro da tendência de buscar uma crescente integração entre montadora e suas principais fornecedoras, todos elas empresas de autopeças globais que fabricam módulos inteiros (painel, eixos, acabamento interno, sistema elétrico etc.).

Software - programas contidos em computadores, como: Windows, MS-DOS. Ou ainda programas desenvolvidos para fins específicos, como contábeis, gerenciais e financeiros.

Supply Chain Management **ou Cadeia de Suprimentos** - organização das empresas da cadeia automotiva em rede - fornecedores e prestadores de serviços.

SUV - conhecidos como utilitário esportivo, são veículos fabricados a partir de chassis de caminhonetes.

Topcoat - camada de pintura que representa o acabamento e aparência automotiva, conhecido como verniz automotivo. Esta camada é resultante da combinação do *clearcoat* (camada de revestimento/pintura que forma a última interface com o meio ambiente) com *basecoat*.

Trading - empresa responsável por negociações comerciais, importações e exportação de mercadorias. Atua como terceirizadas ou prestadoras de serviços para grandes empresas, além de possuir aparato administrativo, comercial, logístico e jurídico para realizar essas negociações, desburocratizam as grandes empresas e agilizam os processos.

Underbody - peça/parte automotiva resultante da união dos assoalhos traseiro e dianteiro, cofre do motor e churrasqueira, através de soldas.

Veículos off-road - são aqueles projetados e fabricados para uso exclusivo em terra, neve ou lama, possui tração 4 X 4, isto é, nas quatro rodas.

ANEXOS

ANEXO 1

Regime Automotivo Especial (RAE) - Lei nº 9.440, de 14 de março de 1997.

Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos

LEI Nº 9.440, DE 14 DE MARÇO DE 1997.

Conversão da MPv nº 1.532-2, de 1997
Vide Decreto nº 2.179, de 1997
Vide MPv nº 471, de 2009.
Vide Lei nº 12.218, de 2010.

Estabelece incentivos fiscais para o desenvolvimento regional e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Poderá ser concedida, nas condições fixadas em regulamento, com vigência até 31 de dezembro de 1999:

I - redução de cem por cento do imposto de importação incidente na importação de máquinas, equipamentos, inclusive de testes, ferramental, moldes e modelos para moldes, instrumentos e aparelhos industriais e de controle de qualidade, novos, bem como os respectivos acessórios, sobressalentes e peças de reposição;

II - redução de noventa por cento do imposto de importação incidente na importação de matérias-primas, partes, peças, componentes, conjuntos e subconjuntos - acabados e semi-acabados - e pneumáticos;

III - redução de até cinqüenta por cento do imposto de importação incidente na importação dos produtos relacionados nas alíneas "a" a "c" do § 1º deste artigo;

IV - isenção do imposto sobre produtos industrializados incidente na aquisição de máquinas, equipamentos, inclusive de testes, ferramental, moldes e modelos para moldes, instrumentos e aparelhos industriais e de controle de qualidade, novos, importados ou de fabricação nacional, bem como os respectivos acessórios, sobressalentes e peças de reposição;

V - redução de 45% do imposto sobre produtos industrializados incidente na aquisição de matérias-primas, partes, peças, componentes, conjuntos e subconjuntos - acabados e semi-acabados - e pneumáticos;

VI - isenção do adicional ao frete para renovação da Marinha Mercante - AFRMM;

VII - isenção do IOF nas operações de câmbio realizadas para pagamento dos bens importados;

VIII - isenção do imposto sobre a renda e adicionais, calculados com base no lucro da exploração do empreendimento; (Vide Lei nº 9.532, de 1997)

IX - crédito presumido do imposto sobre produtos industrializados, como ressarcimento das contribuições de que tratam as Leis Complementares nºs 7, 8 e 70, de 7 de setembro de 1970, 3 de dezembro de 1970 e 30 de dezembro de 1991, respectivamente, no valor correspondente ao dobro das referidas contribuições que incidiram sobre o faturamento das empresas referidas no § 1º deste artigo.

§ 1º O disposto no **caput** aplica-se exclusivamente às empresas instaladas ou que venham a se instalar nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, e que sejam montadoras e fabricantes de:

a) veículos automotores terrestres de passageiros e de uso misto de duas rodas ou mais e jipes;

b) caminhonetas, furgões, **pick-ups** e veículos automotores, de quatro rodas ou mais, para transporte de mercadorias de capacidade máxima de carga não superior a quatro toneladas;

c) veículos automotores terrestres de transporte de mercadorias de capacidade de carga igual ou superior a quatro toneladas, veículos terrestres para transporte de dez pessoas ou mais e caminhões-tratores;

d) tratores agrícolas e colheitadeiras;

e) tratores, máquinas rodoviárias e de escavação e empilhadeiras;

f) carroçarias para veículos automotores em geral;

g) reboques e semi-reboques utilizados para o transporte de mercadorias;

h) partes, peças, componentes, conjuntos e subconjuntos - acabados e semi-acabados - e pneumáticos, destinados aos produtos relacionados nesta e nas alíneas anteriores.

§ 2º Não se aplica aos produtos importados nos termos deste artigo o disposto nos arts. 17 e 18 do Decreto-Lei nº 37, de 18 de novembro de 1966.

§ 3º O disposto no inciso III aplica-se exclusivamente às importações realizadas diretamente pelas empresas montadoras e fabricantes nacionais dos produtos nele referidos, ou indiretamente, por intermédio de empresa comercial exportadora, em nome de quem será reconhecida a redução do imposto, nas condições fixadas em regulamento.

§ 4º A aplicação da redução a que se refere o inciso II não poderá resultar em pagamento de imposto de importação inferior a dois por cento.

§ 5º A aplicação da redução a que se refere o inciso III não poderá resultar em pagamento de imposto de importação inferior à Tarifa Externa Comum.

§ 6º Os produtos de que tratam os incisos I e II deverão ser usados no processo produtivo da empresa e, adicionalmente, quanto ao inciso I, compor o seu ativo permanente, vedada, em ambos os casos, a revenda, exceto nas condições fixadas em regulamento, ou a remessa, a qualquer título, a estabelecimentos da empresa não situados nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste.

§ 7º Não se aplica aos produtos importados nos termos do inciso III o disposto no art. 11 do Decreto-Lei no 37, de 18 de novembro de 1966, ressalvadas as importações realizadas por empresas comerciais exportadoras nas condições do § 3º deste artigo, quando a transferência de propriedade não for feita à respectiva empresa montadora ou a fabricante nacional.

§ 8º Não se aplica aos produtos importados nos termos deste artigo o disposto no Decreto-Lei nº 666, de 2 de julho de 1969.

§ 9º São asseguradas, na isenção a que se refere o inciso IV, a manutenção e a utilização dos créditos relativos a matérias-primas, produtos intermediários e materiais de embalagem, efetivamente empregados na industrialização dos bens referidos.

§ 10. O valor do imposto que deixar de ser pago em virtude da isenção de que trata o inciso VIII não poderá ser distribuído aos sócios e constituirá reserva de capital da pessoa jurídica, que somente poderá ser utilizada para absorção de prejuízos ou aumento do capital social.

§ 11. Para os fins do parágrafo anterior, serão consideradas também como distribuição do valor do imposto:

a) a restituição de capital aos sócios, em casos de redução do capital social, até o montante do aumento com incorporação da reserva;

b) a partilha do acervo líquido da sociedade dissolvida, até o valor do saldo da reserva de capital.

§ 12. A inobservância do disposto nos §§ 10 e 11 importa perda da isenção e obrigação de recolher, com relação à importância distribuída, o imposto que a pessoa jurídica tiver deixado de pagar, acrescido de multa e juros moratórios.

§ 13. O valor da isenção de que trata o inciso VIII, lançado em contrapartida à conta de reserva de capital nos termos deste artigo, não será dedutível na determinação do lucro real.

§ 14. A utilização dos créditos de que trata o inciso IX será efetivada na forma que dispuser o regulamento.

Art. 2º Para os efeitos do art. 1º, o Poder Executivo poderá estabelecer proporção entre:

I - o valor total FOB das importações de matérias-primas e dos produtos relacionados nas alíneas "a" a "h" do § 1º do artigo anterior, procedentes e originárias de países membros do Mercosul, adicionadas às realizadas nas condições previstas nos incisos II e III do mesmo artigo, e o valor total das exportações líquidas realizadas, em período a ser determinado, por empresa;

II - o valor das aquisições dos produtos relacionados no inciso I do artigo anterior fabricados no País e o valor total FOB das importações dos mesmos produtos realizadas nas condições previstas no mesmo inciso, em período a ser determinado, por empresa;

III - o valor total das aquisições de cada matéria-prima produzida no País e o valor total FOB das importações das mesmas matérias-primas, realizadas nas condições previstas no inciso II do artigo anterior, em período a ser determinado, por empresa;

IV - o valor total FOB das importações dos produtos relacionados no inciso II do artigo anterior, realizadas nas condições previstas no mesmo inciso, e o valor das exportações líquidas realizadas, em período a ser determinado, por empresa.

§ 1º Com o objetivo de evitar concentração de importações que prejudique a produção nacional, o Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo poderá estabelecer limites adicionais à importação dos produtos relacionados nos incisos I e II do artigo anterior, nas condições estabelecidas.

§ 2º Entende-se, como exportações líquidas, o valor FOB das exportações dos produtos relacionados no § 1º do artigo anterior, realizadas em moeda conversível, deduzidos :

a) o valor FOB das importações realizadas sob o regime de **drawback**;

b) o valor da comissão paga ou creditada a agente ou representante no exterior.

§ 3º No cálculo das exportações líquidas a que se refere este artigo, não serão consideradas as exportações realizadas sem cobertura cambial.

§ 4º Para as empresas que venham a se instalar nas regiões indicadas no § 1º do artigo anterior, para as linhas de produção novas e completas onde se verifique acréscimo da capacidade instalada, e para as fábricas novas de empresas já instaladas no País, definidas em regulamento, o prazo para o atendimento das proporções a que se refere este artigo é de até cinco anos, contado a partir da data do primeiro desembaraço aduaneiro dos produtos relacionados nos incisos II e III do artigo anterior.

Art. 3º Para os efeitos dos arts. 2º e 4º, serão computadas nas exportações, deduzido o valor da comissão paga ou creditada a agente ou a representante no exterior, as:

I - vendas a empresas comerciais exportadoras, inclusive as constituídas nos termos do Decreto-Lei nº 1.248, de 29 de novembro de 1972, pelo valor da fatura do fabricante à empresa exportadora;

II - exportações realizadas por intermédio de subsidiárias integrais.

Art. 4º Serão computadas adicionalmente como exportações líquidas os valores correspondentes a :

I - quarenta por cento sobre o valor FOB da exportação dos produtos de fabricação própria, relacionados nas alíneas "a" a "h" do § 1º do art. 1º;

II - duzentos por cento do valor das máquinas, equipamentos, inclusive de testes, ferramental, moldes e modelos para moldes, instrumentos e aparelhos industriais e de controle de qualidade, novos, bem como seus acessórios, sobressalentes e peças de reposição, fabricados no País e incorporados ao ativo permanente das empresas;

III - 150% do valor FOB da importação de ferramentais para prensagem a frio de chapas metálicas, novos, bem como seus acessórios e sobressalentes, incorporados ao ativo permanente das empresas;

IV - cem por cento dos gastos em especialização e treinamento de mão-de-obra vinculada à produção dos bens relacionados nas alíneas "a" a "h" do § 1º do art. 1º;

V - cem por cento dos gastos realizados em construção civil, terrenos e edificações destinadas à produção dos bens relacionados nas alíneas "a" a "h" do § 1º do art. 1º;

VI - investimentos efetivamente realizados em desenvolvimento tecnológico no País, nos limites fixados em regulamento.

Art. 5º Para os fins do disposto nesta Lei, serão considerados os valores em dólares dos Estados Unidos da América, adotando-se para conversão as regras definidas em regulamento.

Art. 6º As empresas fabricantes dos produtos referidos na alínea "h" do § 1º do art. 1º, que exportarem os produtos nela relacionados para as controladoras ou coligadas de empresas montadoras ou fabricantes, instaladas no País, dos produtos relacionados nas alíneas "a" a "g" do § 1º do mesmo artigo, poderão transferir para estas o valor das exportações líquidas relativo àqueles produtos, desde que a exportação tenha sido intermediada pela montadora.

Art. 7º O Poder Executivo poderá estabelecer, para as empresas referidas no § 1º do art. 1º , em cuja produção forem utilizados insumos importados, relacionados no inciso II do mesmo artigo, índice médio de nacionalização anual, decorrente de compromissos internacionais assumidos pelo Brasil.

§ 1º O índice médio de nacionalização anual será uma proporção entre o valor das partes, peças, componentes, conjuntos, subconjuntos e matérias-primas produzidos no País e a soma do valor destes produtos produzidos no País com o valor FOB das importações destes produtos, deduzidos os impostos e o valor das importações realizadas sob o regime de **drawback** utilizados na produção global das empresas, em cada ano-calendário.

§ 2º Para as empresas que venham a se instalar no País, para as linhas de produção novas e completas, onde se verifique acréscimo de capacidade instalada e para as fábricas novas de empresas já instaladas, definidas em regulamento, o índice de que trata este artigo deverá ser atendido no prazo de até quatro anos, conforme dispuser o regulamento, sendo que o primeiro ano será considerado a partir da data de início da produção dos referidos produtos, até 31 de dezembro do ano subseqüente, findo o qual se utilizará o critério do ano-calendário.

Art. 8º O comércio, realizado no âmbito do MERCOSUL, dos produtos relacionados no art. 1º, obedecerá às regras específicas aplicáveis.

Art. 9º O disposto nos artigos anteriores somente se aplica às empresas signatárias de compromissos especiais de exportação, celebrados nos termos dos Decretos-Leis nºs 1.219, de 15 de maio de 1972, e 2.433, de 19 de maio de 1988, após declarado pelo Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, nos termos da legislação pertinente, o encerramento dos respectivos compromissos.

Art. 10. A autorização de importação e o desembaraço aduaneiro dos produtos referidos nas alíneas "a" a "c" e "g" do § 1º do art. 1º são condicionados à apresentação dos seguintes documentos, sem prejuízo das demais exigências legais e regulamentares:

I - certificado de adequação à legislação nacional de trânsito;

II - certificado de adequação às normas ambientais contidas na Lei nº 8.723, de 28 de outubro de 1993.

§ 1º Os certificados de adequação de que tratam os incisos I e II serão expedidos, segundo as normas emanadas do Conselho Nacional de Trânsito (CONTRAN) e do Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA).

§ 2º As adequações necessárias à emissão dos certificados serão realizadas na origem.

§ 3º Sem prejuízo da apresentação do certificado de que trata o inciso I, a adequação de cada veículo à legislação nacional de trânsito será comprovada por ocasião do registro, emplacamento e licenciamento.

Art. 11. O Poder Executivo poderá conceder, para as empresas referidas no § 1º do art. 1º, com vigência de 1º de janeiro de 2000 a 31 de dezembro de 2010, os seguintes benefícios:

~~I - redução de até cinqüenta por cento do imposto de importação incidente na importação de máquinas, equipamentos - inclusive de testes -, ferramental, moldes e modelos para moldes, instrumentos e aparelhos industriais e de controle de qualidade, novos, bem como os respectivos acessórios, sobressalentes e peças de reposição;~~ (Revogado pela Lei nº 12.218, de 2010)

~~II - redução de até cinqüenta por cento do imposto de importação incidente na importação de matérias-primas, partes, peças, componentes, conjuntos e subconjuntos - acabados e semi-acabados - e pneumáticos;~~ (Revogado pela Lei nº 12.218, de 2010)

~~III - redução de até vinte e cinco por cento do imposto sobre produtos industrializados incidente na aquisição de matérias-primas, produtos intermediários e materiais de embalagem;~~ (Revogado pela Lei nº 12.218, de 2010)

IV - extensão dos benefícios de que tratam os incisos IV, VI, VII, VIII e IX do art. 1º.

Art. 11-A. As empresas referidas no § 1º do art. 1º, entre 1º de janeiro de 2011 e 31 de dezembro de 2015, poderão apurar crédito presumido do Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI, como ressarcimento das contribuições de que tratam as Leis Complementares nºs 7, de 7 de setembro de 1970, 8, de 3 de dezembro de 1970, e 70, de 30 de dezembro de 1991, no montante do valor das contribuições devidas, em cada mês, decorrente das vendas no mercado interno, multiplicado por: (Incluído pela Lei nº 12.218, de 2010) (Regulamento)

I - 2 (dois), no período de 1º de janeiro de 2011 a 31 de dezembro de 2011; (Incluído pela Lei nº 12.218, de 2010)

II - 1,9 (um inteiro e nove décimos), no período de 1º de janeiro de 2012 a 31 de dezembro de 2012; (Incluído pela Lei nº 12.218, de 2010)

III - 1,8 (um inteiro e oito décimos), no período de 1º de janeiro de 2013 a 31 de dezembro de 2013; (Incluído pela Lei nº 12.218, de 2010)

IV - 1,7 (um inteiro e sete décimos), no período de 1º de janeiro de 2014 a 31 de dezembro de 2014; e (Incluído pela Lei nº 12.218, de 2010)

V - 1,5 (um inteiro e cinco décimos), no período de 1º de janeiro de 2015 a 31 de dezembro de 2015. (Incluído pela Lei nº 12.218, de 2010)

§ 1º No caso de empresa sujeita ao regime de apuração nãocumulativa da Contribuição para o PIS/PASEP e da COFINS, o montante do crédito presumido de que trata o caput será calculado com base no valor das contribuições efetivamente devidas, em cada mês, decorrentes das vendas no mercado interno, considerandose os débitos e os créditos referentes a essas operações de venda. (Incluído pela Lei nº 12.218, de 2010)

§ 2º Para os efeitos do § 1º, o contribuinte deverá apurar separadamente os créditos decorrentes dos custos, despesas e encargos vinculados às receitas auferidas com a venda no mercado interno e os créditos decorrentes dos custos, despesas e encargos vinculados às receitas de exportações, observados os métodos de apropriação de créditos previstos nos §§ 8º e 9º do art. 3º da Lei nº 10.637, de 30 de dezembro de 2002, e nos §§ 8º e 9º do art. 3º da Lei nº 10.833, de 29 de dezembro de 2003. (Incluído pela Lei nº 12.218, de 2010)

§ 3º Para apuração do valor da Contribuição para o PIS/PASEP e da COFINS devidas na forma do § 1º, devem ser utilizados os créditos decorrentes da importação e da aquisição de insumos no mercado interno. (Incluído pela Lei nº 12.218, de 2010)

§ 4º O benefício de que trata este artigo fica condicionado à realização de investimentos em pesquisa, desenvolvimento e inovação tecnológica na região, inclusive na área de engenharia automotiva, correspondentes a, no mínimo, 10% (dez por cento) do valor do crédito presumido apurado. (Incluído pela Lei nº 12.218, de 2010)

§ 5º A empresa perderá o benefício de que trata este artigo caso não comprove no Ministério da Ciência e Tecnologia a realização dos investimentos previstos no § 4º, na forma estabelecida em regulamento. (Incluído pela Lei nº 12.218, de 2010)

Art. 11-B. As empresas referidas no § 1º do art. 1º, habilitadas nos termos do art. 12, farão jus a crédito presumido do Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI, como ressarcimento das contribuições de que tratam as Leis Complementares nºs 7, de 7 de setembro de 1970, e 70, de 30 de dezembro de 1991, desde que apresentem projetos que contemplem novos investimentos e a pesquisa para o desenvolvimento de novos produtos ou novos modelos de produtos já existentes. (Incluído pela Medida Provisória nº 512, de 2010) (Regulamento)

§ 1º Os novos projetos de que trata o **caput** deverão ser apresentados até o dia 29 de dezembro de 2010, na forma estabelecida pelo Poder Executivo. (Incluído pela Medida Provisória nº 512, de 2010)

§ 2º O crédito presumido será equivalente ao resultado da aplicação das alíquotas do art. 1º da Lei nº 10.485, de 3 de julho de 2002, sobre o valor das vendas no mercado interno, em cada mês, dos produtos constantes dos projetos de que trata o **caput**, multiplicado por:I - 2 (dois), até o 12º mês de fruição do benefício; (Incluído pela Medida Provisória nº 512, de 2010)

II - 1,9 (um inteiro e nove décimos), do 13º ao 24º mês de fruição do benefício; (Incluído pela Medida Provisória nº 512, de 2010)

III - 1,8 (um inteiro e oito décimos), do 25º ao 36º mês de fruição do benefício; (Incluído pela Medida Provisória nº 512, de 2010)

IV - 1,7 (um inteiro e sete décimos), do 37º ao 48º mês de fruição do benefício; e (Incluído pela Medida Provisória nº 512, de 2010)

V - 1,5 (um inteiro e cinco décimos), do 49º ao 60º mês de fruição do benefício. (Incluído pela Medida Provisória nº 512, de 2010)

§ 3º Fica vedado o aproveitamento do crédito presumido previsto no art. 11-A nas vendas dos produtos constantes dos projetos de que trata o **caput**. (Incluído pela Medida Provisória nº 512, de 2010)

§ 4º O benefício de que trata este artigo fica condicionado à realização de investimentos em pesquisa, desenvolvimento e inovação tecnológica na região, inclusive na área de engenharia automotiva, correspondentes a, no mínimo, dez por cento do valor do crédito presumido apurado. (Incluído pela Medida Provisória nº 512, de 2010)

§ 5º Sem prejuízo do disposto no § 4º do art. 8º da Lei nº 11.434, de 28 de dezembro de 2006, fica permitida, no prazo estabelecido no § 1º, a habilitação para alteração de benefício inicialmente concedido para a produção de produtos referidos nas alíneas "a" a "e" do § 1º do art. 1º da citada Lei, para os referidos nas alíneas "f" a "h", e vice-versa. (Incluído pela Medida Provisória nº 512, de 2010)

§ 6º O crédito presumido de que trata o **caput** extingue-se em 31 de dezembro de 2020, mesmo que o prazo de que trata o § 2º ainda não tenha se encerrado. (Incluído pela Medida Provisória nº 512, de 2010)

Art. 12. Farão jus aos benefícios desta Lei os empreendimentos habilitados pelo Poder Executivo até 31 de maio de 1997.

Parágrafo único. Para os empreendimentos que tenham como objetivo a fabricação dos produtos relacionados na alínea "h" do § 1º do art. 1º, a data-limite para a habilitação será 31 de março de 1998.

Art. 13. O Poder Executivo estabelecerá os requisitos para habilitação das empresas ao tratamento a que se referem os artigos anteriores, bem como os mecanismos de controle necessários à verificação do cumprimento do disposto nesta Lei.

Parágrafo único. O reconhecimento dos benefícios de que trata esta Lei estará condicionado à apresentação da habilitação mencionada no **caput** deste artigo.

Art. 14. A inobservância das proporções, dos limites e do índice a que se referem os arts. 2º e 7º estará sujeita a multa de:

I - setenta por cento incidente sobre o valor FOB das importações realizadas nas condições previstas no inciso I do art. 1º que contribuir para o descumprimento da proporção a que se refere o inciso II do art. 2º;

II - setenta por cento incidente sobre o valor FOB das importações realizadas nas condições previstas no inciso I do art. 1º, que exceder os limites adicionais a que se refere o § 1º do art. 2º;

III - sessenta por cento incidente sobre o valor FOB das importações de matérias-primas realizadas nas condições previstas no inciso II do art. 1º que exceder a proporção a que se refere o inciso III do art. 2º;

IV - sessenta por cento incidente sobre o valor FOB das importações de matérias-primas realizadas nas condições previstas no inciso II do art. 1º que exceder os limites adicionais a que se refere o § 1º do art. 2º;

V - setenta por cento incidente sobre o valor FOB das importações realizadas nas condições previstas no inciso II do art. 1º, que concorrer para o descumprimento do índice a que se refere o **caput** do art. 7º;

VI - cento e vinte por cento incidente sobre o valor FOB das importações realizadas nas condições previstas nos incisos II e III do art. 1º que exceder a proporção a que se refere o inciso I do art. 2º;

VII - setenta por cento incidente sobre o valor FOB das importações dos produtos relacionados no inciso II do art. 1º, realizadas nas condições previstas no mesmo inciso, que exceder a proporção a que se refere o inciso IV do art. 2º.

Parágrafo único. O produto da arrecadação das multas a que se refere este artigo será recolhido ao Tesouro Nacional.

Art. 15. As empresas já instaladas ou que venham a se instalar nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, habilitadas ao regime instituído pela Medida Provisória nº 1.536-22, de 13 de fevereiro de 1997, na forma estabelecida no regulamento respectivo, poderão se habilitar aos benefícios criados por esta Lei, observando-se o seguinte:

I - será cancelada a habilitação anterior e as importações efetuadas sob aquele regime serão consideradas como realizadas sob as condições desta Lei, ficando a empresa dispensada de atender aos prazos, proporções, limites e índices estabelecidos na Medida Provisória nº 1.536-22, de 1997;

II - para efeito dos prazos, proporções, limites e índices a que se refere esta Lei, serão consideradas as datas e os montantes das importações realizadas sob a égide do regime anterior.

Art. 16. O tratamento fiscal previsto nesta Lei:

I - fica condicionado à comprovação, pelo contribuinte, da regularidade com o pagamento de todos os tributos e contribuições federais;

II - não poderá ser usufruído cumulativamente com outros da mesma natureza e com aqueles previstos na legislação da Zona Franca de Manaus, das Áreas de Livre Comércio, da Amazônia Ocidental, do Fundo de Investimentos do Nordeste (FINOR) e do Fundo de Investimentos da Amazônia (FINAM).

Art. 17. Ficam convalidados os atos praticados com base nas Medidas Provisórias nºs 1.532-1, de 16 de janeiro de 1997, e 1.532-2, de 13 de fevereiro de 1997.

Art. 18. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 19. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 14 de março de 1997; 176º da Independência e 109º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO
Pedro Pullen Parente

Este texto não substitui o publicado no DOU de 15.3.1997 - Edição extra

ANEXO 2

Roteiro de Entrevista - Diretor da MMCB

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Programa de Pós-Graduação em Geografia
Análise, Planejamento e Gestão dos Espaços Rural e Urbano

ROTEIRO DE ENTREVISTA - Diretor da MMCB

PERGUNTAS:

I - Processo de instalação em Catalão: Papel do Estado

1. Antes da Mitsubishi se decidir instalar em Catalão, quais as localidades a empresa cogitou se instalar?
2. Quais os fatores foram definitivos para a Mitsubishi se instalar em Catalão?
3. Como o senhor avalia a relação da empresa com o Estado (município, estado e órgãos federais) no seu processo de consolidação da Mitsubishi em Goiás?
4. Em quais aspectos a empresa foi beneficiada pelo Regime Automotivo Especial do governo federal?

II - Produção e Relações com o mercado

1. Nesses mais de 10 anos que a Mitsubishi está em Catalão, o que mudou?
   a) No mercado nacional?
   b) Na tecnologia desenvolvida para os veículos?
   c) Na mão-de-obra local? É mais fácil contratar novos profissionais?
2. A cidade está mais estruturada para atender as necessidades da empresa?
3. O que é nacionalização de veículos e em quais parâmetros ela está baseada?
4. Considerando, que a empresa adota material importado na montagem dos veículos, como o senhor avalia essa dependência?
5. Há planos da empresa de romper com essa condição e passar a ser mais independente a esses fornecedores estrangeiros?
6. Em sua opinião, quais a instituições em Catalão contribuem para a formação de profissionais/mão-de-obra para a empresa?
7. A empresa exporta veículos montados em Catalão para outros países? Para quais países e a quantia de veículos e respectivos modelos?
8. Como se dá essa política exportação dentro da empresa?
9. Os veículos que são montados em Catalão também são montados em outras montadoras da Mitsubishi Motors Corporation? Em quais países?

III - Setor automotivo e seus gargalos

1. Como o senhor avalia a entrada de Goiás no cenário nacional como um estado que vem despontando também no setor automobilístico?
2. Faça uma avaliação do mercado automobilístico da Mitsubishi no contexto atual?
3. Qual a importância da Mitsubishi no mercado nacional? Qual fatia do mercado ela angariou?
4. Quais os motivos que levou a empresa a demitir no final de agosto/2008 mais de 100 funcionários?
5. Com a atual crise econômica nos mercados internacionais, quais foram os impactos sobre a Mitsubishi? Há planos de expansão para mais linhas de montagem?
6. O que foi, e ainda está sendo feito pra driblar as dificuldades impostas ao mercado nacional?
7. Algum dia a Mitsubishi pode sair de Catalão? Por quê?

IV – Visão sobre Catalão

1. O que representa e qual a importância desta empresa para Catalão?
2. Em sua opinião, desde que aportou aqui o que mudou em Catalão após a consolidação da empresa?
3. Qual a importância da Mitsubishi para a expansão urbana em Catalão?

ANEXO 3

Decreto n.º 6.687, de 11 de dezembro de 2008.

Decreto nº 6.743, de 15 de janeiro de 2009.

Decreto nº 6.809, de 30 de março de 2009.

Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos

DECRETO Nº 6.687, DE 11 DE DEZEMBRO DE 2008.

Texto compilado

Altera a Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados - TIPI, aprovada pelo Decreto nº 6.006, de 28 de dezembro de 2006, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto no inciso I do art. 4º do Decreto-Lei nº 1.199, de 27 de dezembro de 1971,

DECRETA:

Art. 1º Ficam alteradas para os percentuais indicados no Anexo I as alíquotas do Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI, incidentes sobre os produtos classificados nos códigos ali relacionados, conforme a Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados - TIPI, aprovada pelo Decreto no 6.006, de 28 de dezembro de 2006.

~~Art. 2º A Nota Complementar NC (87-2) da TIPI, passa a vigorar com a redação dada pelo Anexo II.~~

~~Art. 2º As Notas Complementares NC (87-2) e NC (87-3) da TIPI, passam a vigorar com a redação dada pelo Anexo II. (Redação dada pelo Decreto nº 6.723, de 2008).~~

Art. 2º As Notas Complementares NC (87-2), NC (87-3) e NC (87-4) da TIPI, passam a vigorar com a redação dada pelo Anexo II. (Redação dada pelo Decreto nº 6.743, de 2009)

Art. 3º As distribuidoras de que trata a Lei no 6.729, de 28 de novembro de 1979, poderão efetuar a devolução ficta ao produtor dos veículos novos de que trata este Decreto, existentes em seu estoque e ainda não negociados até 12 de dezembro de 2008, mediante emissão de nota fiscal de devolução.

§ 1º Da nota fiscal de devolução deverá constar a expressão "Nota Fiscal emitida nos termos do art. 3º do Decreto nº 6.687, de 11 de dezembro de 2008.

§ 2º O produtor deverá registrar a devolução do veículo em seu estoque, efetuando os devidos registros fiscais e contábeis, e promover saída ficta para a mesma concessionária com a utilização da alíquota vigente no momento da emissão da nota fiscal.

§ 3º A devolução ficta de que trata o **caput** enseja para o produtor direito ao crédito relativo ao IPI que incidiu na saída efetiva do veículo para a concessionária.

§ 4º O produtor fará constar da nota fiscal do novo faturamento a expressão "Nota Fiscal emitida nos termos do art. 3º do Decreto nº 6.687, de 11 de dezembro de 2008, referente à Nota Fiscal de Devolução nº ....".

Art. 3º-A Na hipótese de venda direta a consumidor final dos produtos de que trata os Anexos I e II deste Decreto, efetuada em data anterior à da sua publicação e ainda não recebida pelo adquirente, o produtor poderá reintegrar em seu estoque, de forma ficta, os veículos novos por ele produzidos, mediante emissão de nota fiscal de entrada. (Incluído pelo Decreto nº 6.723, de 2008).

§ 1º O disposto no **caput** somente se aplica na impossibilidade de cancelamento da nota fiscal de saída, nos termos da legislação aplicável. (Incluído pelo Decreto nº 6.723, de 2008).

§ 2º O produtor somente poderá emitir a nota fiscal de entrada de que trata o **caput** quando estiver de posse da nota fiscal comprovando o não-recebimento do veículo novo pelo adquirente. (Incluído pelo Decreto nº 6.723, de 2008).

§ 3º Da nota fiscal de entrada deverá constar a expressão: "Nota Fiscal emitida nos termos do art. 3º-A do Decreto nº 6.687, de 11 de dezembro de 2008." (Incluído pelo Decreto nº 6.723, de 2008).

§ 4º O produtor deverá registrar a entrada do veículo em seu estoque, efetuando os devidos registros fiscais e contábeis, e promover saída ficta para o mesmo consumidor final com a utilização da alíquota vigente no momento da emissão da nota fiscal. (Incluído pelo Decreto nº 6.723, de 2008).

§ 5º A reintegração ao estoque de que trata o **caput** enseja para o produtor direito ao crédito relativo ao IPI que incidiu na saída efetiva do veículo para o consumidor final. (Incluído pelo Decreto nº 6.723, de 2008).

§ 6º O produtor fará constar da nota fiscal do novo faturamento a expressão "Nota Fiscal emitida nos termos do art. 3º-A do Decreto nº 6.687, de 11 de dezembro de 2008, referente à Nota Fiscal de Entrada nº ..... (Incluído pelo Decreto nº 6.723, de 2008).

Art. 4º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, produzindo efeitos a partir de 12 de dezembro de 2008 até 31 de março de 2009.

Parágrafo único. A partir de 1º de abril de 2009, ficam restabelecidas as alíquotas anteriormente vigentes.

Brasília, 11 de dezembro de 2008; 187º da Independência e 120º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Guido Mantega

Este texto não substitui o publicado no DOU de 12.12.2008 e republicado no DOU de 12.12.2008 - edição extra

ANEXO I

Código TIPI	Alíquota (%)
8703.21.00	0
8703.22.10	6,5
8703.22.90	6,5
8703.23.10 Ex 01	6,5
8703.23.90 Ex 01	6,5
8704.21.10 Ex 01	1
8704.21.20 Ex 01	3
8704.21.30 Ex 01	1
8704.21.90 Ex 01	1
8704.21.90 Ex 02	3
8704.31.10	3
8704.31.20	3
8704.31.30	1
8704.31.90	1

~~ANEXO II~~

~~NC (87-2) Ficam fixadas nos percentuais indicados as alíquotas referentes aos automóveis de passageiros e veículos de uso misto, com motor a álcool ou com motor que utilize alternativa ou simultaneamente gasolina e álcool (flexibe fuel engine), classificados nos códigos a seguir especificados:~~

~~CÓDIGO NCM~~	~~ALÍQUOTA %~~
~~8703.22~~	~~5,5~~
~~8703.23.10~~	~~18~~
~~8703.23.10 Ex 01~~	~~5,5~~
~~8703.23.90~~	~~18~~
~~8703.23.90 Ex 01~~	~~5,5~~
~~8703.24~~	~~18~~

~~ANEXO II~~
~~(Redação dada pelo Decreto nº 6.723, de 2008).~~

~~NC (87-2) Ficam fixadas nos percentuais indicados as alíquotas referentes aos automóveis de passageiros e veículos de uso misto, com motor a álcool ou com motor que utilize alternativa ou simultaneamente gasolina e álcool (flexibe fuel engine), classificados nos códigos a seguir especificados:~~

~~CÓDIGO NCM~~	~~ALÍQUOTA %~~
~~8703.22~~	~~5,5~~
~~8703.23.10~~	~~18~~
~~8703.23.10 Ex 01~~	~~5,5~~
~~8703.23.90~~	~~18~~
~~8703.23.90 Ex 01~~	~~5,5~~
~~8703.24~~	~~18~~

~~NC (87-3) Ficam fixadas em quatro por cento as alíquotas relativas aos veículos classificados no código 8703.22.90 e no Ex 01 do código 8703.23.90, com volume de habitáculo, destinado a passageiros e motoristas, superior a 6 m³.~~

A N EX O II
(Redação dada pelo Decreto nº 6.743, de 2009)

NC (87-2) Ficam fixadas nos percentuais indicados as alíquotas referentes aos automóveis de passageiros e veículos de uso misto, com motor a álcool ou com motor que utilize alternativa ou simultaneamente gasolina e álcool (flexibe fuel engine), classificados nos códigos a seguir especificados:

CÓDIGO NCM	ALÍQUOTA %
8703.22	5,5
8703.23.10	18
8703.23.10 Ex 01	5,5
8703.23.90	18
8703.23.90 Ex 01	5,5
8703.24	18

NC (87-3) Ficam fixadas em quatro por cento as alíquotas relativas aos veículos classificados no código 8703.22.90 e no Ex 01 do código 8703.23.90, com volume de habitáculo, destinado a passageiros e motoristas, superior a 6 m³.

NC (87-4) Ficam reduzidas a 7,5% por cento as alíquotas relativas aos veículos de fabricação nacional, de transmissão manual, com caixa de transferência, chassis independente da carroçaria, altura livre do solo mínima sob os eixos dianteiro e traseiro de 200 mm, altura livre do solo mínima entre eixos de 300 mm, ângulo de ataque mínimo de 35º, ângulo de saída mínimo de 24º, ângulo de rampa mínimo de 28º, de capacidade de emergibilidade a partir de 500 mm, peso bruto total combinado a partir de 3.000 kg., peso em ordem de marcha máximo de até 2.100 kg, concebidos para aplicação militar ou trabalho agroindustrial, classificados nos códigos 8703.32.10 e 8703.33.10.

Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos

DECRETO Nº 6.743, DE 15 DE JANEIRO DE 2009.

Dá nova redação ao art. 2º do Decreto nº 6.687, de 11 de dezembro de 2008, que altera a Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados - TIPI, aprovada pelo Decreto nº 6.006, de 28 de dezembro de 2006.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto no inciso I do art. 4º do Decreto-Lei nº 1.199, de 27 de dezembro de 1971,

DECRETA:

Art. 1º O art. 2º do Decreto nº 6.687, de 11 de dezembro de 2008, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º As Notas Complementares NC (87-2), NC (87-3) e NC (87-4) da TIPI, passam a vigorar com a redação dada pelo Anexo II." (NR)

Art. 2º O Anexo II do Decreto nº 6.687, de 2008, passa a vigorar com a redação dada pelo Anexo a este Decreto.

Art. 3º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 15 de janeiro de 2009; 188º da Independência e 121º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Nelson Machado

Este texto não substitui o publicado no DOU de 16.1.2009

ANEXO

(Anexo II do Decreto nº 6.687, de 11 de dezembro de 2008)

NC (87-2) Ficam fixadas nos percentuais indicados as alíquotas referentes aos automóveis de passageiros e veículos de uso misto, com motor a álcool ou com motor que utilize alternativa ou simultaneamente gasolina e álcool (flexibe fuel engine), classificados nos códigos a seguir especificados:

CÓDIGO NCM	ALÍQUOTA %
8703.22	5,5
8703.23.10	18
8703.23.10 Ex 01	5,5
8703.23.90	18
8703.23.90 Ex 01	5,5
8703.24	18

NC (87-3) Ficam fixadas em quatro por cento as alíquotas relativas aos veículos classificados no código 8703.22.90 e no Ex 01 do código 8703.23.90, com volume de habitáculo, destinado a passageiros e motoristas, superior a 6 m³.

NC (87-4) Ficam reduzidas a 7,5% por cento as alíquotas relativas aos veículos de fabricação nacional, de transmissão manual, com caixa de transferência, chassis independente da carroçaria, altura livre do solo mínima sob os eixos dianteiro e traseiro de 200 mm, altura livre do solo mínima entre eixos de 300 mm, ângulo de ataque mínimo de 35º, ângulo de saída mínimo de 24º, ângulo de rampa mínimo de 28º, de capacidade de emergibilidade a partir de 500 mm, peso bruto total combinado a partir de 3.000 kg., peso em ordem de marcha máximo de até 2.100 kg, concebidos para aplicação militar ou trabalho agroindustrial, classificados nos códigos 8703.32.10 e 8703.33.10.

Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos

DECRETO Nº 6.809, DE 30 DE MARÇO DE 2009.

Altera a Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados - TIPI, aprovada pelo Decreto nº 6.006, de 28 de dezembro de 2006.

O VICE-PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no exercício do cargo de Presidente da República, usando da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto nos incisos I e II do art. 4º do Decreto-Lei nº 1.199, de 27 de dezembro de 1971,

DECRETA:

~~Art. 1º Ficam reduzidas para os percentuais indicados no Anexo I as alíquotas do Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI, incidentes sobre os produtos classificados nos códigos ali relacionados, conforme a Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados – TIPI, aprovada pelo Decreto nº 6.006, de 28 de dezembro de 2006.~~ (Revogado pelo Decreto nº 6.890, de 2009)

~~Art. 2º Ficam alteradas para os percentuais indicados no Anexo II as alíquotas do IPI, incidentes sobre os produtos classificados nos códigos ali relacionados, conforme a TIPI.~~ (Revogado pelo Decreto nº 6.890, de 2009)

~~Art. 3º Ficam criados na TIPI os desdobramentos na descrição dos códigos de classificação relacionados no Anexo III, efetuados sob a forma de destaque "Ex", observadas as respectivas alíquotas.~~ (Revogado pelo Decreto nº 6.890, de 2009)

~~Art. 4º As Notas Complementares NC (87-2), NC (87-3) e NC (87-4) da TIPI, passam a vigorar com a redação dada pelo Anexo IV~~. (Revogado pelo Decreto nº 6.890, de 2009)

Art. 5º A tabela constante da Nota Complementar NC (24-1) ao Capítulo 24 da TIPI, passa a vigorar na forma do Anexo V.

~~Art. 6º A partir de 1º de julho de 2009, ficam restabelecidas:~~ (Revogado pelo Decreto nº 6.890, de 2009)

~~I - as alíquotas anteriormente vigentes, quanto aos produtos relacionados nos Anexos I e III;~~ (Revogado pelo Decreto nº 6.890, de 2009)

~~II - as alíquotas do IPI incidentes sobre os produtos relacionados nos Anexos II e IV, que se encontravam vigentes no dia 11 de dezembro de 2008.~~ (Revogado pelo Decreto nº 6.890, de 2009)

Art. 7º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, produzindo efeitos:

~~I - entre 1º de abril e 30 de junho de 2009, em relação aos arts. 1º, 2º, 3º e 4º; e~~ (Revogado pelo Decreto nº 6.890, de 2009)

II - a partir de 1º de maio de 2009, em relação ao art. 5º.

Brasília, 30 de março de 2009; 188º da Independência e 121º da República.

JOSÉ ALENCAR GOMES DA SILVA

Guido Mantega

Este texto não substitui o publicado no DOU de 31.3.2009

ANEXO I

NCM	ALÍQUOTA (%)
2523.21.00	0
2523.29.10	0
2523.29.90	0
3209.10.10	0
3209.10.20	0
3209.90.11	0
3209.90.19	0
3209.90.20	0

NCM	ALÍQUOTA (%)
3214.10.10	2
3214.10.20	2
3214.90.00	0
3824.40.00	5
3824.50.00	0
3922.10.00	0
3922.20.00	0
3922.90.00	0
6910.10.00	0
6910.90.00	0
7314.20.00 Ex 01	0
7314.39.00 Ex 01	0
7324.10.00	0
8301.40.00	0
8301.60.00	0
8302.10.00	0
8302.41.00	5
8481.80.11	0
8481.80.19	0
8536.20.00	10
8516.10.00 Ex 01	0

ANEXO II

Código TIPI	Alíquota (%)
8703.21.00	0
8703.22.10	6,5
8703.22.90	6,5
8703.23.10 Ex 01	6,5
8703.23.90 Ex 01	6,5
8704.21.10 Ex 01	1
8704.21.20 Ex 01	3
8704.21.30 Ex 01	1
8704.21.90 Ex 01	1
8704.21.90 Ex 02	3
8704.31.10	3
8704.31.20	3
8704.31.30	1
8704.31.90	1
8701.20.00	0
8704.21.10	0
8704.21.20	0
8704.21.30	0
8704.21.90	0
8704.22.10	0
8704.22.20	0
8704.22.30	0
8704.22.90	0
8704.23.10	0
8704.23.20	0
8704.23.30	0
8704.23.90	0

8704.31.10 Ex 01	0
8704.31.20 Ex 01	0
8704.31.30 Ex 01	0
8704.31.90 Ex 01	0
8704.32.10	0
8704.32.20	0
8704.32.30	0
8704.32.90	0
8704.90.00	0
8716.31.00	0
8716.39.00	0
8716.40.00	0

ANEXO III

NCM	DESCRIÇÃO	**ALÍQUOTA (%)**
8481.90.10	Ex 01 - Dos dispositivos do item 8481.80.1	0
8536.50.90	Ex 03 - Do tipo utilizado em residências	5

ANEXO IV

"NC (87-2) Ficam fixadas nos percentuais indicados as alíquotas referentes aos automóveis de passageiros e veículos de uso misto, com motor a álcool ou com motor que utilize alternativa ou simultaneamente gasolina e álcool (flexibe fuel engine), classificados nos códigos a seguir especificados:

Código TIPI	**Alíquota (%)**
8703.22	5,5
8703.23.10	18
8703.23.10 Ex 01	5,5
8703.23.90	18
8703.23.90 Ex 01	5,5
8703.24	18

" (NR)

"NC (87-3) Ficam fixadas em quatro por cento as alíquotas relativas aos veículos classificados no código 8703.22.90 e no Ex 01 do código 8703.23.90, com volume de habitáculo, destinado a passageiros e motoristas, superior a 6 m³." (NR)

"NC (87-4) Ficam reduzidas a 7,5% por cento as alíquotas relativas aos veículos de fabricação nacional, de transmissão manual, com caixa de transferência, chassis independente da carroçaria, altura livre do solo mínima sob os eixos dianteiro e traseiro de 200 mm, altura livre do solo mínima entre eixos de 300 mm, ângulo de ataque mínimo de 35º, ângulo de saída mínimo de 24º, ângulo de rampa mínimo de 28º, de capacidade de emergibilidade a partir de 500 mm, peso bruto total combinado a partir de 3.000 kg., peso em ordem de marcha máximo de até 2.100 kg, concebidos para aplicação militar ou trabalho agroindustrial, classificados nos códigos 8703.32.10 e 8703.33.10." (NR)

ANEXO V

"NC (24-1) Nos termos do disposto na alínea "b" do § 2º do art. 1º da Lei nº 7.798, de 10 de julho de 1989, com suas posteriores alterações, as saídas dos estabelecimentos industriais ou equiparados a industrial dos produtos classificados no código 2402.20.00, ficam sujeitos ao imposto conforme a tabela a seguir:

Classes	Valor(reais/vintena)
I	0,764
II	0,900
III-M	1,004
III-R	1,135
IV-M	1,266
IV-R	1,397

O enquadramento nas referidas classes dar-se-á conforme o disposto no Regulamento do imposto.” (NR)

ANEXO 4

Indústrias do Grupo Mitsubishi, segundo divisões setoriais (2009).

INDÚSTRIAS DO GRUPO MITSUBISHI, SEGUNDO DIVISÕES SETORIAIS (2009)		
Indústrias por Setores	**Quantidade**	**Razões Sociais**
Banking & Securities	18	The Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ, Ltd.; BOT Lease Co., Ltd.; DC Cash One, Ltd.; kabu.com Securities Co., Ltd.; MDAM Asset Management Co., Ltd.; Mitsubishi Auto Leasing Corporation; Mitsubishi Corporation Capital, Ltd.; Mitsubishi Corporation Futures & Securities, Ltd.; Mitsubishi Electric Credit Co., Ltd.; Mitsubishi UFJ Asset Management Co., Ltd.; Mitsubishi UFJ Capital Co., Ltd.; The Mitsubishi UFJ Factors, Ltd.; Mitsubishi UFJ Financial Group, Inc.; Mitsubishi UFJ Lease & Finance Co. Ltd.; Mitsubishi UFJ NICOS Co., Ltd.; Mitsubishi UFJ Securities Co., Ltd.; Mitsubishi UFJ Trust and Banking Corp.; MMC Diamond Finance Corp. e Union Bank, N.A..
Chemicals	16	Asahi Glass Co., Ltd.; Kyowa Hakko Kirin Co., Ltd.; Mitsubishi Chemical America, Inc. Mitsubishi Chemical Analytech Co., Ltd.; Mitsubishi Chemical Corp.; Mitsubishi Chemical Holdings Corp.; Mitsubishi Chemical Medience Corp.; Mitsubishi Engineering-Plastics Corp.; Mitsubishi Gas Chemical Company, Inc.; Mitsubishi Plastics, Inc.; Mitsubishi Rayon America Inc.; Mitsubishi Rayon Co., Ltd.; Mitsubishi Shoji Plastics Corp.; Mitsubishi Tanabe Pharma Corp.; Nippon Polypenco, Ltd. e Tokyo Shokai, Ltd..
Commerce	30	Kakoki Trading Co., Ltd.; The Kodensha Co., Ltd.; Marunouchi Yorozu Corp.; Metal One Corporation; Metal One SSS West Japan, Ltd.; Mitsubishi Cable America, Inc.; Mitsubishi Chemical America, Inc.; Mitsubishi Chemical Media Co., Ltd.; Mitsubishi Corporation; Mitsubishi Corporation Technos; Mitsubishi Corporation Unimetals Ltd.; Mitsubishi Electric Business Systems Co., Ltd.; Mitsubishi Estate Co., Ltd.; Mitsubishi International Corp.; Mitsubishi Jisho Retail Property Management Co., Ltd.; Mitsubishi Jisho Towa Community Co., Ltd.; Mitsubishi Paper Sales Co., Ltd.; Mitsubishi Rayon America Inc.; Mitsubishi Rayon Cleansui Co., Ltd.; Mitsubishi Shoji Packaging Corp.; Mitsubishi Shoji Plastics Corp.; Mitsubishi Shoji Sekiyu Co., Ltd.; Mitsubishi-Kagaku Foods Corp.; MKK Europe B.V.; Nippon Oil Trading Corp.; Ryoju Estate Co., Ltd.; Ryoko Sangyo Corp.; Ryoshoku Ltd.; Sotsu Corporation e Tokyo Shokai, Ltd..
Construction	15	Hiroshima Ryoju Kousan Co., Ltd.; Kakoki Plant & Environment Engineering Co., Ltd.; Kinki Ryoju Estate Co., Ltd.; The Kodensha Co., Ltd.; KOIWAI FARM, LTD.; Mitsubishi Cable Industries, Ltd.; Mitsubishi Chemical Engineering Corp.; Mitsubishi Electric Building Techno-Service Co., Ltd.; Mitsubishi Estate Co., Ltd.; Mitsubishi Estate Home Co., Ltd.; Mitsubishi Materials Techno Corp.; Mitsubishi Rayon Engineering Co., Ltd.; P.S. Mitsubishi Construction Co., Ltd.; Ryoju Estate Co., Ltd. e Ryoken Kiso Co., Ltd.
Consulting & Research	13	Human Link Corp.; IT Frontier Corp.; Mates Co., Ltd.; Mitsubishi Automotive Engineering Co., Ltd.; Mitsubishi Chemical Engineering Corp.; Mitsubishi Estate Co., Ltd.; Mitsubishi Gas Chemical Company, Inc.; Mitsubishi Jisho Sekkei, Inc.; Mitsubishi Research Institute DCS Co., Ltd.; Mitsubishi Research Institute, Inc.; Mitsubishi UFJ Personal Financial Advisers Co. Ltd.; Mitsubishi UFJ Research and Consulting Co., Ltd. e Mitsubishi UFJ Trust Systems Co., Ltd..
Ederly Care	4	Hiroshima Ryoju Kousan Co., Ltd. Mitsubishi Electric Life Service Corp. Nippon Care Supply Co., Ltd. Ryoju Estate Co., Ltd.
Electrical Machinery	16	Meiryo Technica Corp.; Meldas System Engineering Corp.; Mitsubishi Cable Industries, Ltd.; Mitsubishi Chemical Analytech Co.,Ltd.; Mitsubishi Electric Building Techno-Service Co., Ltd.; Mitsubishi Electric Business Systems Co.,

		Ltd.; Mitsubishi Electric Consumer Products (Thailand) Co., Ltd.; Mitsubishi Electric Corp.; Mitsubishi Electric Engineering Co., Ltd.; Mitsubishi Electric Lighting Co., Ltd.; Mitsubishi Electric Micro-Computer Application Software Co., Ltd.; Mitsubishi Electric OSRAM Ltd.; Mitsubishi Electric Plant Engineering Co., Ltd.; Mitsubishi Electric System & Service Co., Ltd.;Mitsubishi Precision Co., Ltd. e Ryoden Koki Engineering Co., Ltd..
Environments	16	Kakoki Plant & Environment Engineering Co., Ltd.; KOIWAI FARM,LTD.; Meiryo Technica Corp.; Mitsubishi Electric Engineering Co., Ltd.; Mitsubishi Electric System & Service Co., Ltd.; Mitsubishi Gas Chemical Company, Inc.; Mitsubishi Heavy Industries Environment Engineering Co., Ltd.; Mitsubishi Heavy Industries, Ltd.; Mitsubishi Jisho Sekkei, Inc.; Mitsubishi Kakoki Kaisha, Ltd.; Mitsubishi Nagasaki Machinery Mfg. Co., Ltd.; MKK Europe B.V.; Ryoju Estate Co., Ltd.; Ryoko o Lime Industry Co., Ltd. Ryowa Engineering Co., Ltd. e Tokyo Shokai, Ltd..
Foods	8	Dai-Nippon Meiji Sugar Co., Ltd.; Kirin Beverage Corp.; Kirin Brewery Co., Ltd.; Kirin Holdings Company, Limited; Koiwai Dairy Products Co., Ltd.; KOIWAI FARM,LTD.; Nagano Tomato Co., Ltd. e Ryoshoku Ltd..
Hotel	4	Golden Sado Co., Ltd.; Hiroshima Ryoju Kousan Co., Ltd.; Mitsubishi Estate Co., Ltd. e Royal Park Hotel Co., Ltd..
Incorporated Foundations	6	The Dia Foundation for Research on Ageing Societies; The Mitsubishi Economic Research Institute; The Mitsubishi Foundation; The Mitsubishi Yowakai Foundation; Seikado Bunko Art Museum e The Toyo Bunko.
Information, Communication & IT	31	Asahi Glass Co., Ltd.; Hiroshima Dia System Corp.; IT Frontier Corp.; Material Business Support Corp.; Meldas System Engineering Corp.; Mitsubishi Automotive Engineering Co., Ltd.; Mitsubishi C&C Research Association; Mitsubishi Cable Industries, Ltd.; Mitsubishi Electric Business Systems Co., Ltd.; Mitsubishi Electric Control Software Corp.; Mitsubishi Electric Corp.; Mitsubishi Electric Engineering Co., Ltd.; Mitsubishi Electric Information Network Corp.; Mitsubishi Electric Information Systems Corp.; Mitsubishi Electric Information Technology Corp.; Mitsubishi Electric Micro-Computer Application Software Co., Ltd.; Mitsubishi Electric System & Service Co., Ltd.; Mitsubishi Gas Chemical Company, Inc.; Mitsubishi Research Institute DCS Co., Ltd.; MITSUBISHI SPACE SOFTWARE CO.,LTD.; Mitsubishi UFJ Research and Consulting Co., Ltd.; Mitsubishi UFJ Trust Systems Co., Ltd.; Nikon Systems Inc. in Co., Ltd.; Ryoka Systems Inc.; Ryoyu Systems Co.,Ltd.; Tokio Marine & Nichido Systems Co., Ltd.; Tokyo-Mitsubishi Information Technology, Ltd.; UFJ & Hitachi Systems Co., Ltd. e UFJIS Co., Ltd..
Insurance	9	M.C. Insurance Center, Ltd. Meiji Yasuda General Insurance Co., Ltd.; Meiji Yasuda Life Insurance Co.; Mitsubishi Estate Home Co., Ltd.; MST Insurance Service Co.,Ltd.; Nippon Oil Trading Corp.; Shunjusha, Ltd.; Tokio Marine & Nichido Fire Insurance Co., Ltd. e The Tokio Marine Life Insurance Co., Ltd.
Machinery	15	Caterpillar Japan, Ltd.; Kakoki Plant & Environment Engineering Co., Ltd.; Kakoki Trading Co., Ltd.; Meldas System Engineering Corp.; Mitsubishi Electric Plant Engineering Co., Ltd.; Mitsubishi Heavy Industries Food & Packaging Machinery Co., Ltd.; Mitsubishi Heavy Industries, Ltd.; Mitsubishi Kakoki Kaisha, Ltd.; Mitsubishi Nagasaki Machinery Mfg. Co., Ltd.; Mitsubishi Rayon Engineering Co., Ltd.; MKK Europe B.V. Ryoka Works Co., Ltd.; Tokyo Shokai, Ltd. e Toyo Engineering Works, Ltd..
Metal Products	4	Metal One Corporation; Mitsubishi Corporation Technos; Mitsubishi Nagasaki Machinery Mfg. Co., Ltd.; Mitsubishi Steel Mfg. Co., Ltd.
Mining	1	Ryoko Lime Industry Co., Ltd.

Nonferrous Metals	9	Mitsubishi Aluminum Co., Ltd.; Mitsubishi Cable America, Inc.; Mitsubishi Cable Industries, Ltd.; Mitsubishi Corporation Unimetals Ltd.; Mitsubishi Materials Corp.; Mitsubishi Nuclear Fuel Co., Ltd.; Mitsubishi Shindoh Co., Ltd.; Onahama Smelting and Refining Co., Ltd. e Ryotec Corp.
Organizations	11	Atami Yowado; Diamond Family Club; Kaitokaku; Mitsubishi C&C Research Association; Mitsubishi Club; Mitsubishi Corporate Name and Trademark Committee; Mitsubishi Kinyokai; Mitsubishi Marketing Association; Mitsubishi Public Affairs Committee; Shonan Country Club e Zen Mitsubishi Undo Bunka Taikai.
Precision Machinery	6	Mitsubishi Chemical Analytech Co.,Ltd.; Mitsubishi Chemical Medience Corp.; Mitsubishi Corporation Technos; Mitsubishi Electric Business Systems Co., Ltd.; Mitsubishi Precision Co., Ltd. e Nikon Corp..
Pulp & Paper	3	Mitsubishi Paper Mills Limited; Mitsubishi Paper Sales Co., Ltd. e Tokyo Shokai, Ltd..
Real Estate	18	Chitose Kosan Co., Ltd.; Hiroshima Ryoju Kousan Co., Ltd.; IMS Co., Ltd.; Kinki Ryoju Estate Co., Ltd.; Marunouchi Yorozu Corp.; Mitsubishi Electric Life Service Corp.; Mitsubishi Estate Building Management Co., Ltd.; Mitsubishi Estate Co., Ltd.; Mitsubishi Estate Home Co., Ltd.; Mitsubishi Jisho Property Management Co., Ltd.; Mitsubishi Jisho Retail Property Management Co., Ltd.; Mitsubishi Jisho Towa Community Co., Ltd.; Mitsubishi Real Estate Services Co., Ltd.; Mitsubishi UFJ Real Estate Services Co., Ltd.; Ryoju Estate Co., Ltd.; Sotsu Corporation Tamachi Building Co., Ltd. e Yokohama Sky Building Co., Ltd..
Resources & Energy	6	Astomos Energy Corporation; Marunouchi Heat Supply Co., Ltd.; Mitsubishi Gas Chemical Company, Inc.; Mitsubishi Heavy Industries, Ltd.; Nippon Oil Corp. e Nippon Petroleum Refining Co., Ltd..
Rubber Products, Ceramics & Glass	4	Asahi Glass Co., Ltd.; Mitsubishi Cable Industries, Ltd.; Mitsubishi Cable Industries, Ltd. e Tokan Co., Ltd.
Services	41	BCC Corp. BOT Lease Co., Ltd.; Dai Nippon Toryo Co., Ltd.; Dia Food Service Co., Ltd.; Diamond Family Club; Energis Corp.; Golden Sado Co., Ltd.; Human Link Corp.; iPLANET Inc.; Kinki Ryoju Estate Co., Ltd.; Kirin Business Expert Co., Ltd.; KOIWAI FARM,LTD.; LEOC CO., LTD.; Marunouchi Heat Supply Co., Ltd.; Material Business Support Corp.; Mates Co., Ltd.; Mitsubishi Chemical Medience Corp.; Mitsubishi Electric Building Techno-Service Co., Ltd.; Mitsubishi Electric Business Systems Co., Ltd.; Mitsubishi Electric Control Software Corp.; Mitsubishi Electric Engineering Co., Ltd; Mitsubishi Electric Information Technology Corp.; Mitsubishi Electric Life Service Corp.; Mitsubishi Electric Mechatronics Software Corp.; Mitsubishi Electric System & Service Co., Ltd.; Mitsubishi Heavy Industries Environment Engineering Co., Ltd.; Mitsubishi Heavy Industries Food & Packaging Machinery Co., Ltd.; Mitsubishi Heavy Industries Gas Turbine Service Co., Ltd.; Mitsubishi Jisho Towa Community Co., Ltd.; Mitsubishi Research Institute DCS Co., Ltd.; Mitsubishi Shoji & Sun Co., Ltd.; Mitsubishi UFJ Research and Consulting Co., Ltd.; Mitsubishi UFJ Trust Business Co., Ltd.; The Mitsubishi Yowakai Foundation; Nikken Corp.; Nippon Care Supply Co., Ltd.; Ralliart, Inc.; Ryoin Co., Ltd.; Ryowa Engineering Co., Ltd.; Toi Marine Kanko Co., Ltd. e Urawa Red Diamonds.
Steel Products	2	Metal One Corporation; Mitsubishi Steel Mfg. Co., Ltd.
Temporary Work Services	7	Hiroshima Dia System Corp.; Kakoki Plant & Environment Engineering Co., Ltd.; Material Business Support Corp.; Mates Co., Ltd.; Mitsubishi Research Institute DCS Co., Ltd.; The Mitsubishi UFJ Staff Service Co., Ltd. e Mitsubishi UFJ Trust

		Business Co.
Textiles & Apparel	2	Mitsubishi Rayon Co., Ltd. e Mitsubishi Rayon Textile Co., Ltd.
Transport Equipament	7	Mitsubishi Automotive Engineering Co., Ltd.; Mitsubishi Corporation LT, Inc.; Mitsubishi Corporation Technos; Mitsubishi Fuso Truck & Bus Corp.; Mitsubishi Heavy Industries, Ltd.; Mitsubishi Motors Corp. e Mitsubishi Nagasaki Machinery Mfg. Co., Ltd..
Travel & Recreation	6	Golden Sado Co., Ltd.; KOIWAI FARM,LTD.; Mitsubishi Electric Life Service Corp.; MMC Diamond Finance Corp.; Nippon Oil Trading Corp. e Shonan Country Club.
Warehousing & Transport	6	Metal One SSS West Japan, Ltd.; Mitsubishi Chemical Logistics Corp.; Mitsubishi Corporation LT, Inc.; Mitsubishi Electric Logistics Corp.; Mitsubishi Logistics Corp. e Nippon Yusen Kabushiki Kaisha.
TOTAL DE EMPRESAS		**334 EMPRESAS**

Fonte: MITSUBISHI CORPORATION (2009b, 2009c). Org.: SILVA, M. V. da. 2009.

ANEXO 5

Protocolo firmado entre a MMCB,

o município de Catalão e o Estado de Goiás.

PROTOCOLO

IMPLANTAÇÃO DE INDÚSTRIA MONTADORA DE VEÍCULOS MITSUBISHI

MMC-AUTOMOTORES DO BRASIL LTDA.

PROTOCOLO

Protocolo para a implantação de indústria montadora de veículos automotores, que entre si celebram as pessoas jurídicas de direito público e de direito privado, adiante indicadas, na forma que se segue:

O **ESTADO DE GOIÁS**, neste ato designado apenas **ESTADO**, pessoa jurídica de direito público interno, representado pelo seu Governador, Doutor Luiz Alberto Maguito Vilela, assistido pelo Procurador-Geral do Estado, Dr. Gil Alberto Resende e Silva, com a interveniência da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo, representada pelo seu titular, Empresário Erivan Bueno de Morais, da Secretaria da Fazenda, representada pelo seu titular, Deputado Romilton Rodrigues de Moraes, da Secretaria do Trabalho, representada pelo seu titular Dr. José Sebba Júnior, da Secretaria dos Transportes e Obras Públicas, representada pelo seu titular, Deputado Pedro Pinheiro Chaves, da Secretaria de Minas, Energia e Telecomunicações, representada pelo seu titular Dr. Benjamin Beze Júnior, bem como das pessoas jurídicas de direito privado a elas jurisdicionadas: Companhia de Distritos Industriais de Goiás - Goiasindustrial, representada pelo seu Diretor-Presidente, Dr. Cesmar Moura de Oliveira; Centrais Elétricas de Goiás S.A. - Celg, representada pelo seu Diretor-Presidente, Engº José Francisco das Neves; Consórcio Rodoviário Intermunicipal S.A. - Crisa, representado pelo seu Presidente, Engº Kennedy de Souza Trindade; Banco do Estado de Goiás S.A. - BEG, representado pelo seu Diretor-Presidente, Dr. Walmir Martins de Lima e o **MUNICÍPIO DE CATALÃO**, pessoa jurídica de direito público interno, representado pelo seu Prefeito Municipal, Empresário Eurípedes Pereira Ferreira, assistido pelo Procurador-Geral do Município, Dr. Luciano Eurípedes da Cruz, doravante designado como **MUNICÍPIO**, de um lado e, de outro, a empresa **MMC AUTOMOTORES DO BRASIL LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, com sede na Rua Calçada das Begônias nº 8 , 2º andar, Centro Empresarial Alphaville, Barueri, São Paulo, inscrita no CGC/MF sob o nº 54.305.743/0001-07, representada pelo seu Diretor-Presidente, Empresário Eduardo Souza Ramos, a seguir designada simplesmente **MMC-AUTOMOTORES**,

CONSIDERANDO que o **ESTADO** tem grande interesse no seu desenvolvimento econômico-social através da implantação de novos projetos industriais em seu território que visem a adoção de novas técnicas para a melhoria e ampliação do seu parque industrial;

CONSIDERANDO que é a atribuição constitucional do **ESTADO**, nos termos do art. 174, da Constituição Federal, e do art. 136, da Constituição Estadual, normatizar e regular as atividades econômicas, incentivando-as e apontando-lhes ideal localização de modo a proporcionar o desenvolvimento equilibrado, para romper os desequilíbrios regionais, as desigualdades e as injustiças sociais;

CONSIDERANDO que o art. 134, da Constituição do Estado de Goiás, prevê a adoção de ação conjunta do Estado e dos Municípios, na realização do desenvolvimento econômico, valorizando o trabalho e as atividades produtivas, com a finalidade de garantir a elevação do nível de vida da população;

CONSIDERANDO que, para alcançar estes objetivos, é necessário induzir investimentos em áreas que necessitam de desenvolvimento programado, o que tem sido implementado pelo **ESTADO** através de uma política industrial que conduza à formação de parcerias estratégicas com o setor privado;

CONSIDERANDO que, a par de proporcionar o desenvolvimento regional desejado, a implantação de unidades montadoras de veículos objetiva desenvolver atividade pioneira no **ESTADO**, criando possibilidades para a implantação de outras indústrias do setor automotivo, o que atende ao interesse público;

CONSIDERANDO que, para a consecução destes objetivos, é indispensável o esforço e o comprometimento conjunto de **ESTADO** e **MUNICÍPIO**, tendo em vista a identidade e reciprocidade de interesses, a ser viabilizado mediante a adoção, conjunta, de medidas que gerem impacto positivo de rendas, municipal e estadual, com a geração de novos empregos, diretos e indiretos, com absorção, preferencial, de mão-de-obra local, bem como incremento no segmento da prestação de serviços;

CONSIDERANDO que a **MMC-AUTOMOTORES** tem por projeto implantar uma unidade montadora de veículos, com capital totalmente nacional e que este projeto atende aos objetivos da política de desenvolvimento do **ESTADO**;

CONSIDERANDO que a implantação e o desenvolvimento do projeto da referida empresa dependem de uma apropriada infra-estrutura a cargo de pessoas jurídicas signatárias deste instrumento, sendo certo que o comprometimento das entidades e órgãos públicos neste PROTOCOLO representados, na forma nele prevista, é reconhecida por todos os signatários como sendo o fator indispensável à viabilidade e ao bom êxito da implantação do projeto;

CONSIDERANDO, finalmente, que, para a execução do empreendimento, devem ser aplicados programas de fomento à atividade, mediante concessão de financiamentos com recursos públicos, com garantia de manutenção de seu fluxo financeiro em qualquer hipótese,

RESOLVEM, de comum acordo, celebrar o presente instrumento, com o fim de viabilizar a implantação e funcionamento de uma unidade montadora de veículos da **MMC-AUTOMOTORES**, no **MUNICÍPIO**, que se regerá pelas cláusulas e condições que se seguem:

CLÁUSULA PRIMEIRA- OBJETIVO

O presente instrumento objetiva viabilizar a implantação do projeto da empresa **MMC-AUTOMOTORES** no **ESTADO**, no Distrito Mineroindustrial do **MUNICÍPIO**, na área identificada no inciso I do § 1º da Cláusula Segunda, consistente na construção e funcionamento de uma unidade montadora de veículos automotores utilitários, apresentando o projeto a seguinte estrutura:

I - o cronograma inicial prevê a instalação de uma unidade para montagem de veículos automotores utilitários, com início de produção previsto para 31 de julho de 1998 e montagem média estimada de 3.000 (três mil) veículos anuais;

II - a montagem dos veículos será efetuada com a utilização de tecnologia japonesa fornecida pela empresa MITSUBISHI MOTORS CORPORATION, devendo ser utilizados, aproximadamente, 50 (cinqüenta) fornecedores nacionais, estabelecidos em várias unidades da Federação.

Parágrafo único - As referências contidas nesta cláusula representam uma estimativa baseada na conjuntura atual, podendo ser alteradas pela **MMC-AUTOMOTORES** caso ocorra algum fato que obrigue sua revisão.

CLÁUSULA SEGUNDA-ATRIBUIÇÕES DO ESTADO

O **ESTADO**, por intermédio de suas Secretarias e das empresas e órgãos a estas jurisdicionados, para a implantação e funcionamento da unidade montadora da empresa **MMC-AUTOMOTORES**, se compromete a:

I - conceder financiamento, mediante contrato de abertura de crédito, pelo prazo de 20 (vinte) anos, desde que satisfeitas as exigências da legislação de regência, por meio do FOMENTAR ou outro Fundo ou Programa que venha a ser implementado em sua substituição;

II - garantir à **MMC-AUTOMOTORES** a concessão, através da instituição bancária nomeada seu agente financeiro, de financiamento (empréstimo-ponte) no montante de R$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais), para financiar a implantação e instalação da unidade montadora no **ESTADO,** com garantia de manutenção do fluxo financeiro dos recursos, dentro das normas e garantias exigidas na correspondência PRESI-SEGER-169/97-BEG, de 15.05.97, com a alteração admitida pela correspondência PRESI-SEGER-188/97-BEG, de 04.06.97, atendendo-se mais ao seguinte:

a) a liberação do empréstimo será feita em 08 (oito) parcelas mensais e sucessivas, de acordo com o cronograma físico-financeiro da obra , por etapas concluídas, sendo que, no caso de o custo da obra ser superior ao valor do empréstimo, a tomadora deverá iniciar a obra com recursos próprios até o recebimento da primeira parcela;

b) o financiamento terá uma carência de 12 (doze) meses e o prazo de 24 (vinte e quatro) meses para amortização, a contar da data de cada liberação, incidindo sobre o mesmo, encargos correspondentes, apenas, à Taxa Referencial (TR) e juros não capitalizáveis de 6% (seis por cento) ao ano;

III - aprovar, por meio de deliberação do Conselho de Desenvolvimento Estadual-CDE, carta-consulta da **MMC-AUTOMOTORES** enquadrando seu projeto como de alta relevância para o fim de proporcionar o recebimento de financiamento por meio do BANCO DO BRASIL S.A., com recursos do Fundo Constitucional do Centro-Oeste (FCO), destinado à construção civil e/ou instalação da unidade montadora, no limite anual de R$ 1.600.000,00 (um milhão e seiscentos mil reais), devendo ocorrer a primeira aprovação no presente ano-calendário, e a segunda, no ano-calendário subseqüente, para o que o **ESTADO** envidará todos os esforços para que o financiamento seja aprovado pela instituição financeira;

IV - caso a **MMC-AUTOMOTORES** receba uma parcela de financiamento do FCO, a que se refere o inciso anterior, no decorrer do ano-calendário em curso, o valor correspondente será abatido do montante do financiamento descrito no inciso II, imediatamente após o seu recebimento, caso em que o cronograma ali mencionado, refletirá o novo fluxo, devendo ser recalculados os valores e os prazos do financiamento original;

V - observados os termos deste PROTOCOLO e dentro dos princípios que ele contém, manifestados pelas partes nos seus CONSIDERANDOS, o **ESTADO** se compromete a, no caso de, a qualquer tempo, a **MMC-AUTOMOTORES** vir a realizar a importação e comercialização de veículos por meio do estabelecimento situado no **ESTADO**, envidar esforços para conceder um financiamento especial, para capital de giro, dimensionado em função do volume de veículos importados e comercializados pelo estabelecimento, adequando, para tanto e se necessário, a sua legislação;

VI - envidar esforços para, junto à Coordenação Geral do Sistema de Controle Aduaneiro da Secretaria Receita Federal, obter necessária autorização para instalação de um Entreposto Aduaneiro no **MUNICÍPIO**;

VII - apoiar a **MMC-AUTOMOTORES** junto ao Governo Federal para os fins de obter aprovação para o enquadramento da empresa no regime automotivo a que se refere a Lei n. 9.440/97, regulamentada pelo Decreto n. 2.179/97, condicionada a fruição dos incentivos nela previstos à oportunidade em que se verificar o implemento das condições exigidas pela legislação.

§ 1º - O **ESTADO**, por intermédio da Secretaria de Indústra, Comércio e Turismo e de sua jurisdicionada GOIASINDUSTRIAL, se compromete, ainda, a:

I - transferir à **MMC-AUTOMOTORES**, mediante operação de compra e venda, a propriedade de área de um terreno de aproximadamente 500.000 m2 (quinhentos mil metros quadrados) incluídas as obras de infra-estrutura nele realizadas, no Distrito Mineroindustrial de Catalão - DIMIC, segundo as regras e condições especificadas nesta Cláusula e no termo de pré-reserva anexo a este PROTOCOLO, ficando certo que o preço do m2 da referida área é estipulado, neste ato, em R$ 0,25 (vinte e cinco centavos de real), valor este não sujeito à atualização monetária;

II - assegurar o fornecimento de 10 m3 (dez metros cúbicos) por hora de água, podendo este volume ser redimensionado para atender às necessidades de implantação e bom funcionamento da unidade montadora;

III - assegurar, sem ônus para a **MMC-AUTOMOTORES**, a ligação da rede de água e esgoto na área do parque industrial, garantindo, ainda, o projeto e execução de fossa séptica para atender às necessidades da unidade montadora, quando em funcionamento.

§ 2º - O **ESTADO**, por intermédio da Secretaria dos Transportes e Obras Públicas, pela sua empresa jurisdicionada CRISA, se compromete a:

I - promover, às suas expensas, a construção de ramal ferroviário específico, com a extensão não superior a 500 metros lineares, para o atendimento das necessidades da unidade montadora e no interior de sua área, de comum acordo com as normas técnicas da empresa proprietária ou concessionária da via férrea à qual o mesmo se ligará, nos termos e no prazo designados no projeto a ser apresentado pela **MMC-AUTOMOTORES**, ficando esta responsável pelo fornecimento de alimentação aos técnicos e trabalhadores, bem como pelo pagamento das despesas realizadas com combustível e lubrificantes utilizados na prestação dos serviços;

II - garantir a adequação do aeroporto local, dotando-o de equipamentos e edificações, às necessidades operacionais de vôos comerciais de médio porte, inclusive para decolagens e pousos noturnos, atuando, efetivamente, na obtenção da homologação junto ao Departamento de Aviação Civil DAC do Ministério da Aeronáutica e junto a órgãos competentes, para o estabelecimento de uma linha aérea regular no **MUNICÍPIO**.

§ 3º - O **ESTADO**, por intermédio da Secretaria da Fazenda, se compromete mais a:

I - conceder à **MMC-AUTOMOTORES** regimes especiais e outros previstos na legislação tributária, especialmente no que respeita a documentos, livros e escrituração fiscais, e, especificamente, para conceder-lhe o prazo de 90 (noventa) dias para o pagamento do ICMS devido nas saídas dos produtos resultantes do processo de industrialização do seu estabelecimento, deferindo, para tanto, os pedidos que esta lhe encaminhar nesse sentido, e providenciando a edição de atos;

II - conceder redução de 50 % (cinqüenta) por cento do ICMS a recolher pela **MMC-AUTOMOTORES**, relativo à parcela não fomentada, limitada esta redução no montante de R$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais), conforme autorização legislativa;

III - promover as ações necessárias para a concessão de tratamento tributário específico para o setor automotivo, para o que encaminhará à Assembléia Legislativa, se for o caso, projeto de lei, empenhando-se pela sua aprovação;

IV - garantir o enquadramento das operações de importação de bens, insumos e outras matérias-primas, praticadas pela **MMC-AUTOMOTORES**, na regra estabelecida pelo art. 7º, inciso II, e seu § 1º, da Lei nº 11.660 de 27 de dezembro de 1991, com alterações posteriores, permitindo-se, ademais, uma única apuração.

§ 4º - Através da Secretaria de Minas, Energia e Telecomunicações, o **ESTADO** se compromete, ademais, a:

I - pela sua jurisdicionada CELG, garantir à **MMC-AUTOMOTORES**, a extensão da rede elétrica de alta tensão até a área onde será instalada a unidade montadora, de acordo com as necessidades e padrões técnicos expostos em projeto fornecido pela **MMC-AUTOMOTORES** para tensão e potência, fornecendo energia pelo período de fruição do financiamento de que trata o inciso I do **caput** desta Cláusula, dentro dos padrões de preços fixados em portaria do Departamento Nacional de Água e Energia Elétrica – DNAEE, sendo que, em caso de a energia adquirida vir a ser fornecida por Furnas Centrais Elétricas S/A, o preço corresponderá ao custo da aquisição acrescido dos impostos;

II - pela sua Superintendência de Recursos Energéticos e Telecomunicações , desenvolver gestões junto à Telecomunicações de Goiás S/A - TELEGOIÁS para que esta facilite a aquisição e instalação de, até, 40 troncos de linhas telefônicas para a unidade montadora, bem como de linhas 0800 e LPCDs necessárias, ou outro tipo de instalação, se assim for requerido pela **MMC-AUTOMOTORES** em função de projeto próprio.

§ 5º - O **ESTADO,** através de sua Secretaria do Trabalho, além de outros compromissos ora assumidos, se compromete ainda a:

I - promover gestões junto à Reitoria da Universidade Federal de Goiás - UFG e ao Centro de Ensino Superior de Catalão, para a celebração de convênios de cooperação entre estas instituições de ensino superior e a **MMC-AUTOMOTORES**, para a promoção de necessária qualificação de mão-de-obra de seus empregados e de alunos de órgãos e entidades envolvidos;

II - empenhar-se junto ao SESI, SENAI, ESCOLA TÉCNICA FEDERAL e SEBRAE, para a celebração de convênios de cooperação entre estas entidades e a **MMC-AUTOMOTORES**, visando o oferecimento de vagas a seus empregados em cursos de especialização, qualificação e de aperfeiçoamento.

CLÁUSULA TERCEIRA - ATRIBUIÇÕES DO MUNICÍPIO

O **MUNICÍPIO** assume os seguintes compromissos para a implantação e funcionamento da unidade montadora da **MMC-AUTOMOTORES**:

I - executar obras de asfaltamento nos acessos ao terreno identificado no inciso I do § 1º da Cláusula Segunda, local onde será construída a unidade montadora da **MMC-AUTOMOTORES**, inclusive mediante pavimentação das vias internas, locais de carga e descarga e os destinados ao estacionamento dos veículos de transporte dentro da unidade montadora, conforme projeto a ser fornecido pela **MMC-AUTOMOTORES**;

II - urbanizar toda a área do terreno destinado à **MMC-AUTOMOTORES**, compreendendo este compromisso:

a) a execução de serviço de terraplanagem e drenagem de águas pluviais em toda a área, limitando-se o encargo da **MMC-AUTOMOTORES** ao fornecimento, à Prefeitura Municipal, do combustível necessário à execução dos serviços;

b) a execução de projeto paisagístico de toda a área externa e interna, compreendendo vegetação de pequeno, médio e grande portes, gramado, sem ônus para a **MMC-AUTOMOTORES**, que ficará responsável, exclusivamente, pela elaboração do referido projeto, bem como fornecimento de alimentação aos trabalhadores durante a execução dos trabalhos;

III - coletar, diariamente, o lixo produzido no parque da unidade montadora, sem ônus para a **MMC-AUTOMOTORES**, dando-lhe a destinação adequada nos termos da legislação ambiental em vigor, inclusive mediante a transferência dos detritos coletados para aterro sanitário;

IV - por intermédio das empresas concessionárias de transporte público municipal, promover a reestruturação do sistema de transporte coletivo, incluindo abrigos nos pontos de parada, visando a sua ampliação, de sorte a atender à nova demanda criada pelo empreendimento;

V - disponibilizar vagas em creches públicas com pré-escola aos empregados da **MMC-AUTOMOTORES**;

VI - manter posto de saúde nas imediações do parque da unidade montadora, para atendimento de primeiros socorros dos empregados da **MMC-AUTOMOTORES**;

VII - criar e manter posto de bombeiros nas proximidades da unidade montadora, para fins de segurança;

VIII - doar terreno com área de 2,5 ha (dois hectares e meio), destinados à instalação da Associação dos Funcionários da **MMC-AUTOMOTORES**, promovendo, para tanto, autorização legislativa, se necessário;

IX - conceder à **MMC-AUTOMOTORES**, pelo mesmo prazo de fruição do financiamento a que se refere o inciso I do **caput** da Cláusula Segunda, redução da alíquota do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN) que será cobrado da seguinte forma, conforme o disposto na Lei Municipal nº 1609, de 28 de abril de 1997:

a) para os primeiros cinco anos, alíquota correspondente a 0,1% (um décimo por cento);

b) do sexto ao décimo ano, alíquota de 0,2% (dois décimos por cento);

c) do décimo-primeiro ao décimo-quinto ano, alíquota de 0,3% (três décimos por cento);

d) do décimo-sexto ao vigésimo ano, alíquota de 0,4% (quatro décimos por cento);

e) a partir do vigésimo-primeiro ano e enquanto a unidade montadora estiver em funcionamento, alíquota de 0,5% (meio por cento);

X - conceder à **MMC-AUTOMOTORES** isenção dos tributos municipais incidentes sobre o imóvel onde será instalada a unidade montadora, durante todo o período de fruição do financiamento a que se refere o inciso I do **caput** da Cláusula Segunda, conforme lei municipal já aprovada e em vigor, a partir da transferência de propriedade da área, comprometendo-se o **MUNICÍPIO** a enviar ao legislativo municipal, projeto de lei nesse sentido e envidar esforços para obter sua aprovação;

XI - instalar, sem ônus para a **MMC-AUTOMOTORES**, iluminação nas vias de acesso à unidade montadora e nas suas áreas circundantes;

XII - fornecer transporte de todo o material básico necessário à implantação do projeto, sem ônus para a **MMC-AUTOMOTORES**, conceituando-se como tal, areia de construção, areia de reboco, saibro e brita de diversos números, arcando a **MMC-AUTOMOTORES**, exclusivamente, com as despesas de combustível necessárias ao transporte deste material básico;

XIII - construir cerca do tipo alambrado, delimitando a área do terreno, bem como passeios, de conformidade com as exigências de ocupação territorial estabelecidas pela GOIASINDUSTRIAL ou pelo **MUNICÍPIO**, sem ônus para a **MMC-AUTOMOTORES**, exceto no que se refere à aquisição de ferro, cimento e arame, que correrão por conta da **MMC-AUTOMOTORES**, atendendo às especificações contidas no projeto;

XIV - editar os atos administrativos necessários ao atendimento dos compromissos assumidos neste PROTOCOLO, atendendo às legislações legais pertinentes;

CLÁUSULA QUARTA - COMPROMISSOS CONJUNTOS DO ESTADO E DO MUNICÍPIO

ESTADO e **MUNICÍPIO**, em ação conjunta e em caráter solidário, assumem os seguintes compromissos para a execução do Projeto de que trata este PROTOCOLO:

I - envidarão esforços para que as entidades de formação de mão-de-obra e aperfeiçoamento técnico-profissional (v.g. SENAI, SESI, entre outras) atendam às necessidades e às solicitações da **MMC-AUTOMOTORES**, quanto ao seu quadro de pessoal;

II - o **MUNICÍPIO**, com apoio do **ESTADO**, colocará à disposição dos filhos dos empregados da **MMC-AUTOMOTORES** vagas de pré-escola de I e II graus, ministrados nas escolas municipais;

III - **ESTADO** e **MUNICÍPIO** se comprometem a apoiar a instalação ou ampliação de estabelecimentos industriais de fornecedores da **MMC-AUTOMOTORES** em seus territórios, acionando os instrumentos legais existentes de modo a viabilizar este objetivo;

IV - **ESTADO** e **MUNICÍPIO** se comprometem a adotar todos os procedimentos legais necessários à viabilização dos compromissos assumidos nos presente PROTOCOLO.

CLÁUSULA QUINTA-ATRIBUIÇÕES DA MMC-AUTOMOTORES

A **MMC-AUTOMOTORES** assume o compromisso de:

I - implantar no **MUNICÍPIO** uma unidade montadora de veículos automotores utilitários, iniciando a construção da obra até julho de 1997, conforme projeto que deverá ser aprovado pelas autoridades públicas competentes;

II - destinar recursos financeiros ao empreendimento da ordem inicial de R$ 35.000.000,00 (trinta e cinco milhões de reais);

III - em condições eqüitativas técnicas e de mercado, dar preferência às aquisições de insumos, produtos, equipamentos e contratação de serviços, inclusive os relativos à construção civil de indústrias, localizados no **ESTADO**, prestigiando assim a economia local;

IV - autorizar, quando conveniente e a seu critério, a instalação de uma unidade de atendimento do BEG dentro da área física da unidade montadora, bem como a realização dos pagamentos aos empregados da unidade por intermédio dessa unidade;

V - efetivar, por meio da Corretora de Seguros do Banco do Estado de Goiás (CORASBEG), o seguro empresarial de vida, ou outro qualquer a ser instituído pela empresa, desde que oferecidas condições competitivas, relativamente a preço, prazo e produto;

VI - mobilizar fornecedores, envidando esforços para a sua instalação no **ESTADO**, preferencialmente no **MUNICÍPIO**;

VII - iniciar a produção de automóveis até julho de 1998, assegurada a prorrogação deste prazo pelo período de 12 (doze) meses, desde que a dilatação seja causada por razões inerentes à instalação da unidade montadora ou à produção;

VIII - gerar 100 (cem) empregos diretos, inicialmente, utilizando, preferencialmente, a mão-de-obra local, propiciando a sua respectiva capacitação profissional com o devido apoio de **ESTADO** e **MUNICÍPIO**.

Parágrafo único - Não será caracterizado como descumprimento dos prazos assumidos pela **MMC-AUTOMOTORES** o atraso que tenha por causa o descumprimento de qualquer das obrigações assumidas pelo **ESTADO** e/ou **MUNICÍPIO**,ainda que as razões para esse atraso sejam originadas por atos ou fatos alheios ao controle do **ESTADO** e **MUNICÍPIO**.

CLÁUSULA SEXTA - DISPOSIÇÕES FINAIS

Como disposições finais, fica pactuado, entre as partes, mais o seguinte:

I -integram o presente PROTOCOLO, para todos os fins e efeitos, os seus CONSIDERANDOS, princípios e anexos, que deverão ser interpretados em conjunto com as demais disposições nele contidas;

II - tendo em vista a parceria estabelecida entre **ESTADO** e **MUNICÍPIO**, de um lado, e **MMC-AUTOMOTORES**, de outro, formalizada neste instrumento, fica estabelecido que, a partir da assinatura do presente PROTOCOLO não será efetivada qualquer restrição ou supressão dos direitos assegurados à **MMC-AUTOMOTORES**, mantendo-se a integral eficácia do contrato, ainda que sobrevenha eventual revogação ou efeito análogo sobre a legislação estadual com fundamento na qual foram concedidos os financiamentos a que se refere o inciso I do **caput** da Cláusula Segunda deste PROTOCOLO;

III - ocorrendo a hipótese descrita no inciso II, o **ESTADO** se compromete, à semelhança da previsão contida no art. 7º da Lei nº 12.855 de 19 de abril de 1996, a viabilizar o cumprimento da obrigação mediante concessão de outros financiamentos, com valores, taxas, emolumentos, encargos e prazos de pagamento e de carência que não comprometam os compromissos assegurados neste protocolo à **MMC-AUTOMOTORES**, especialmente no que tange à continuação ininterrupta da fruição dos financiamentos, garantida a mesma periodicidade e condições de pagamento pactuadas originalmente, caso em que os saldos où parcelas dos financiamentos não sofrerão atualização monetária, incidindo, exclusivamente, sobre as parcelas mensais, juros não capitalizáveis, de 0,2% ao mês, equivalentes a 2,4% ao ano;

IV - **ESTADO** e **MUNICÍPIO** envidarão todos os esforços e adotarão todas as providências no sentido de assegurar o cumprimento das obrigações compromissadas neste instrumento, ainda que por terceiros;

V – fica assegurado à **MMC-AUTOMOTORES** o direito de rescindir o presente protocolo, a qualquer tempo e sem imposição de qualquer penalidade, mesmo decorrente de qualquer outro instrumento celebrado entre a **MMC-AUTOMOTORES** e qualquer signatário deste protocolo, nas seguintes hipóteses:

a) no caso de o processo industrial que se comprometeu a executar vir a sér enquadrado, por órgão da Administração Pública Federal, como atividade sujeita à tributação de tal modo onerosa que inviabilize a sua implantação;

b) se qualquer contrato com terceiro fornecedor de partes e peças, considerado fundamental para o funcionamento da unidade montadora, não for celebrado, for rescindido ou for interrompido, a qualquer título;

c) se os compromissos assumidos pelo ESTADO no § 3º da Cláusula Segunda e no inciso VII desta Cláusula, não tiverem sido cumpridos até 31 de julho de 1997, ou se as matérias neles previstas não tiverem sido aprovadas através de instrumento jurídico adequado;

d) se o financiamento a que se refere o inciso II da Cláusula Segunda, desde que atendidas as exigências bancárias, não for concedido à **MMC-AUTOMOTORES** nos prazos estabelecidos no cronograma ali mencionado;

VI - no caso de superveniência de ato ou fato, que invalide qualquer das cláusulas contidas no presente PROTOCOLO, não ocorrerá a sua invalidação por inteiro, o qual se manterá íntegro e legítimo naquilo que não tiver sido atingido pelo possível reconhecimento da invalidade, devendo ser cumprido pelas partes no prazo e condições neles estabelecidos;

VII - o **ESTADO** reafirma o compromisso de envidar todos os esforços para o encaminhamento e aprovação de projetos de lei que visem a adequação da legislação estadual ao cumprimento das obrigações assumidas neste protocolo, quando necessários.

CLÁUSULA SÉTIMA- FORO

Para dirimir quaisquer controvérsias ou dúvidas oriundas do presente PROTOCOLO, fica eleito o foro de Comarca de Goiânia, Capital do Estado de Goiás, renunciando as partes a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem assim plenamente ajustadas, as partes subscrevem este Protocolo em 03 (três) vias, de igual teor e para um só efeito, com eficácia a partir da data de sua assinatura, na presença das testemunhas infra-assinadas.

Goiânia, 06 de junho de 1997.

Luiz Alberto Maguito Vilela
GOVERNADOR DO ESTADO

MMC-AUTOMOTORES DO BRASIL LTDA:

Eduardo Souza Ramos
DIRETOR

Gil Alberto Resende e Silva
PROCURADOR-GERAL DO ESTADO

Ednan Bueno de Morais
SECRETÁRIO DE INDÚSTRIA, COMÉRCIO E TURISMO

Romilton Rodrigues de Moraes
SECRETÁRIO DA FAZENDA

Benjamin Beze Júnior
SECRETÁRIO DE MINAS, ENERGIA E TELECOMUNICAÇÕES

José Sebba Júnior
SECRETÁRIO DO TRABALHO

Pedro Pinheiro Chaves
SECRETÁRIO DOS TRANSPORTES E OBRAS PÚBLICAS

Euripedes Pereira Ferreira
PREFEITO MUNICIPAL DE CATALÃO

Luciano Eurípedes da Cruz
PROCURADOR-GERAL DO MUNICÍPIO

Cesmar Moura de Oliveira
DIRETOR-PRESIDENTE DA GOIASINDUSTRIAL

José Francisco das Neves
DIRETOR-PRESIDENTE DA CENTRAIS ELÉTRICAS DE GOIÁS S.A. - CELG

Walmir Martins de Lima
DIRETOR-PRESIDENTE DO BANCO DO ESTADO DE GOIÁS S.A. - BEG

Kennedy de Souza Trindade
PRESIDENTE DO CONSÓRCIO RODOVIÁRIO INTERMUNICIPAL S.A.

Testemunhas:

Nome:
RG nº
CPF/MF nº

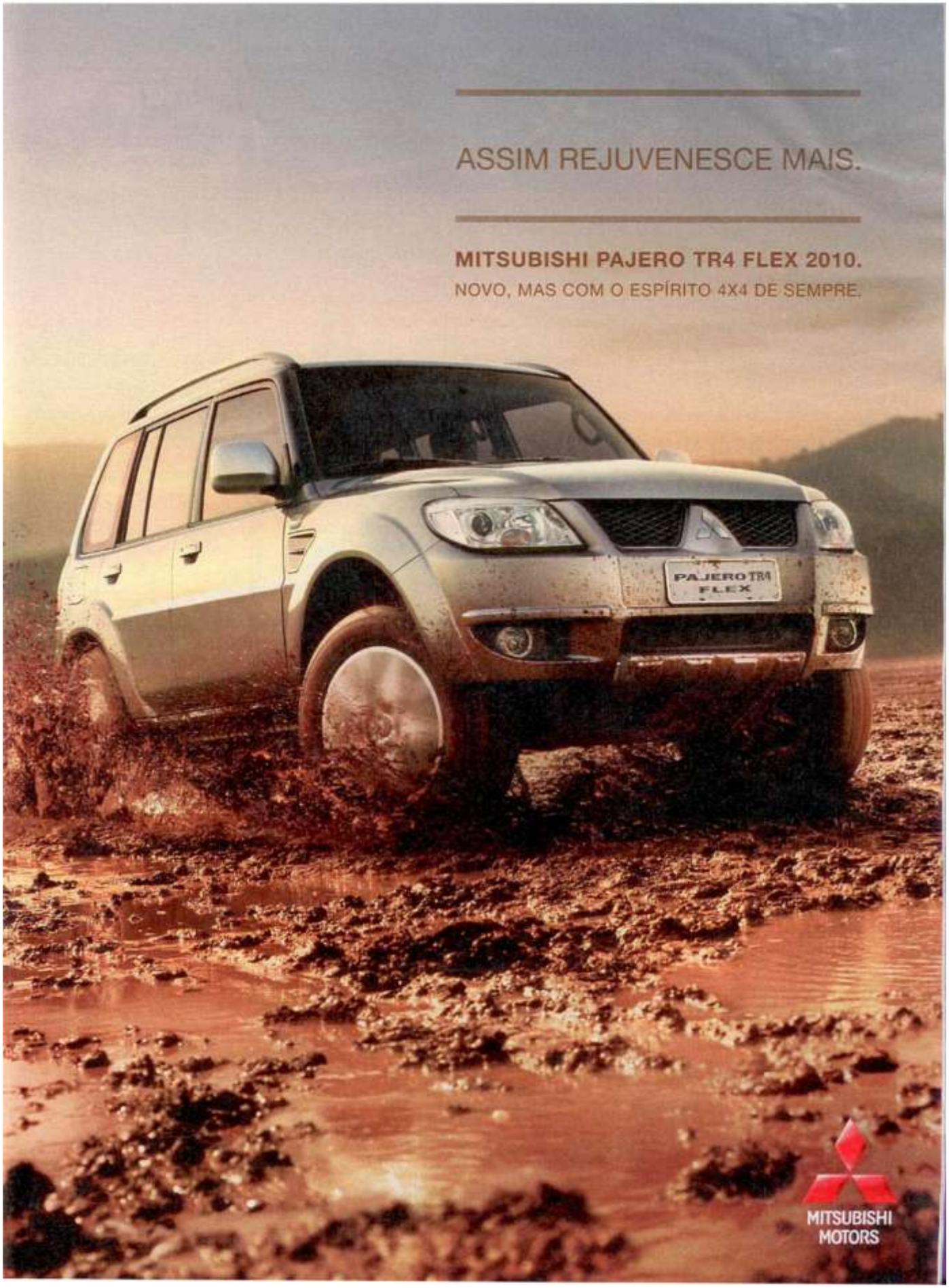
Nome:
RG nº
CPF/MF nº

mmc-4.doc-versão do dia 05.06.97-10h00

ANEXO 6

Campanha Publicitária da Pajero TR4 Flex – Revista Veja,

edição 2154, ano 43, nº 9, 03 de março de 2010


ASSIM REJUVENESCE MAIS.
MITSUBISHI PAJERO TR4 FLEX 2010.
NOVO, MAS COM O ESPÍRITO 4X4 DE SEMPRE.
PAJERO TR4
FLEX
MITSUBISHI
MOTORS

O NOVO:

- Novo motor 2.0 Flex 16V HCR.
- Novo conjunto óptico dianteiro e traseiro.
- Novas rodas aro 17".
- Saída de ar lateral.
- Computador de bordo com temperatura, horário e data.
- Novo sistema de áudio Premium integrado com CD player, MP3 e entrada frontal para iPod e USB.
- Novos porta-objetos no painel e nas portas dianteiras.
- Novo volante de couro mais ergonômico e esportivo.

O ESPÍRITO 4X4 DE SEMPRE:

- O legítimo SUV 4x4.
- Tração Super Select com 4x2, 4x4, 4x4 com diferencial central bloqueado e 4x4 reduzida, com até 20 combinações de marcha.
- Suspensão dianteira independente e suspensão traseira com eixo rígido e estrutura 5-Link.
- Ângulo de entrada e saída de 35°.

O 4X4 VERSÁTIL:

- Raio de giro de 5,2 m que facilita a manobra no uso urbano.
- Chassi reforçado preparado para uso urbano e severo.
- O primeiro 4x4 Flex do mercado.

Imagens ilustrativas com opcional.

MITSUBISHI PAJERO TR4 FLEX 2010.
BEM-VINDO AO MUNDO 4X4.

4x4 É MITSUBISHI

WWW.MITSUBISHIMOTORS.COM.BR | WWW.YOUTUBE.COM/MITSUBISHIMOTORS

MITSUBISHI MOTORS

ANEXO 7

Roteiro de Entrevista - Setor de Compras Linha de Produção MMCB

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Programa de Pós-Graduação em Geografia
Análise, Planejamento e Gestão dos Espaços
Rural e Urbano

ROTEIRO DE ENTREVISTA - Setor de Compras Linha de Produção MMCB

PERGUNTAS

1. Atualmente a Mitsubishi (MMCB) possui quantos fornecedores ligados a linha de produção?
2. Quais os critérios são usados para a seleção/escolha de fornecedores pela Mitsubishi?
3. Quais as dificuldades encontradas pela Mitsubishi no relacionamento com os fornecedores?
4. A Mitsubishi faz uma divisão dos seus fornecedores (sistemistas, segundo nível, terceiro nível ...; e/ou locais, nacionais e internacionais, etc) para o controle da cadeia produtiva? Se sim, por quê? E se não, por quê?
5. Quais os fornecedores (sistemistas) são parceiros da MMCB no desenvolvimento de produtos? Qual o percentual de fornecedores são sistemistas?
6. Qual percentual de componentes a MMCB importa (volume e valor)?
7. A MMCB influencia os sistemistas na escolha de seus subfornecedores (segundo nível)?
8. A localização de Catalão influencia na relação com os fornecedores? (preço final, transporte, distância, etc)
9. A MMCB ou o município tem alguma política para atrair fornecedores para Catalão?
10. A MMCB possui algum Centro de Coleta e à medida que necessite de suprimentos estes são trazidos a Catalão? Se sim, por quê? E se não, por quê?
11. Como se dá o sistema de troca de informações entre a montadora e seus fornecedores?
12. Como se dá o controle de estoque (estoque zero, estoque de segurança) da MMCB?

ANEXO 8

Questionário - Fornecedores enviado por *e-mail*

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Programa de Pós-Graduação em Geografia
Análise, Planejamento e Gestão dos Espaços
Rural e Urbano

QUESTIONÁRIO - Fornecedores enviado por *e-mail*

PERGUNTAS

1. Quais os tipos de componentes são fornecidos a MMC Automotores do Brasil Ltda. (MMCB)? Se possível, especificar por tipo de veículos e informar onde são fabricados?
2. A empresa mantém parceria com outras montadoras no Brasil? Se sim, quais?
3. Desde quando esta empresa é fornecedora da Mitsubishi (MMCB)?
4. A empresa já considerou a possibilidade de instalar uma unidade/filial em Catalão/GO? Se sim, por quê? E se não, por quê?
5. Há alguma espécie de contrato entre a empresa e a Mitsubishi? Se existe, quais são as principais exigências?
6. Quais medidas foram e estão sendo tomadas pela empresa para atender as necessidades da Mitsubishi?
7. Esta empresa desenvolve produtos em parceria com a MMCB? Se sim, quais são os componentes? E como que ocorre essa relação comercial.
8. A empresa possui técnicos/engenheiros atuando diretamente na fábrica da Mitsubishi em Catalão/GO? Se sim, por quê? E se não, por quê?
9. Como se dá o sistema de comunicação, ordens, solicitações e programações de fornecimento de componentes/produtos entre a MMCB e a empresa
10. A empresa usa o software Peoplesoft (programa de gestão informacional que gere a cadeia produtiva) da MMCB? Se não, como que se dá essa comunicação? E se sim, explique os procedimentos usados?
11. Qual empresa de transporte/logística realiza o transporte desses componentes da fábri empresa até o Centro de Coleta em São Paulo?
12. Quais são as principais dificuldades encontradas pela empresa em manter essa relação com a montadora?
13. A localização de Catalão influencia na relação com os fornecedores? (preço final, transporte, distância, etc.)
14. A MMCB influencia a empresa na escolha de seus fornecedores de insumos (segundo nível)?

ANEXO 9

Roteiro de Entrevista - Empresas Parceiras da MMCB

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Programa de Pós-Graduação em Geografia
Análise, Planejamento e Gestão dos Espaços
Rural e Urbano

ROTEIRO DE ENTREVISTA - Empresas Parceiras da MMCB

PERGUNTAS

1. Em que ano a empresa se instalou em Catalão?
2. A empresa teve algum incentivo fiscal do Estado ou Município? Se sim, quais?
3. Qual é a origem do capital da empresa?
4. Esta empresa é uma filial ou matriz?
5. Se filial, de onde é a matriz e são quantas filiais?
6. São quantos funcionários? E quais cargos?
7. Quais as dificuldades da empresa para a contratação de mão-de-obra?
8. A empresa prioriza a contratação de trabalhadores com cursos profissionalizantes? Quais são os principais cursos exigidos?
9. Quais os benefícios (plano de saúde, cartão alimentação, auxílio transporte etc.) os trabalhadores a empresa tem?
10. Desde quando sua empresa é parceira da Mitsubishi?
11. Qual é o tipo de parceria que a empresa mantém com a Mitsubishi? ( ) prestação de serviços ( ) terceirização ( ) fornecedora ( ) convênio ( ) outro Qual?_____
12. A empresa mantêm parceria comercial exclusivamente com a Mitsubishi? Se sim, por quê? Se não, quais são as outras empresas que mantém parcerias?
13. Há alguma espécie de contrato entre sua empresa e a Mitsubishi? Se existe, quais são as principais exigências?
14. Quais os tipos de serviços a empresa presta a MMC?
15. Quanto a empresa fatura anualmente com essa parceria?
16. A empresa tem se modernizado para atender as necessidades da Mitsubishi? E quais medidas foram e estão sendo tomadas?
17. Na opinião do senhor qual o significado para empresa dessa parceira com a Mitsubishi?
18. Em sua opinião o que representa e qual a importância da Mitsubishi para Catalão?
19. Para o senhor o que mudou em Catalão após a vinda da Mitsubishi?
20. Catalão já pode ser considerado um pólo automotivo em estágio embrionário? Por quê?
21. O senhor acredita que a Mitsubishi pode um dia sair de Catalão? Por quê?

ANEXO 10

Roteiro de Entrevista - Fornecedores Locais

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Programa de Pós-Graduação em Geografia
Análise, Planejamento e Gestão dos Espaços
Rural e Urbano

ROTEIRO DE ENTREVISTA – Fornecedores Locais

PERGUNTAS

1. Qual é o ano de fundação da empresa?
2. A empresa teve algum incentivo fiscal do Estado ou Município? Se sim, quais?
3. Qual é a origem do capital da empresa?
4. Esta empresa é uma filial ou matriz?
5. Se filial, de onde é a matriz e são quantas filiais?
6. São quantos funcionários? E quais cargos?
7. Desde quando sua empresa é parceira da Mitsubishi?
8. Qual é o tipo de parceria que a empresa mantém com a Mitsubishi? ( ) prestação de serviços ( ) terceirização ( ) fornecedora ( ) convênio ( ) outro Qual?_____
9. Quais tipos de suprimentos/componentes/produtos fornecem a Mitsubishi?
10. Esses produtos são aprimorados/desenvolvidos em Catalão?
11. A empresa mantêm parceria comercial exclusivamente com a Mitsubishi? Se sim, por quê? Se não, quais são as outras empresas que mantém parcerias?
12. Quais são os fornecedores da empresa (nome das empresas, onde se localizam e o que lhes fornecem)?
13. Há alguma espécie de contrato entre sua empresa e a Mitsubishi? Se existe, quais são as principais exigências?
14. Quanto a empresa fatura anualmente com essa parceria?
15. A empresa tem se modernizado para atender as necessidades da Mitsubishi? E quais medidas foram e estão sendo tomadas?
16. Quais as dificuldades da empresa para a contratação de mão-de-obra?
17. A empresa prioriza a contratação de trabalhadores com cursos profissionalizantes?
18. Quais os benefícios (plano de saúde, cartão alimentação, auxílio transporte etc) os trabalhadores da empresa tem?
19. Na opinião do senhor o que significa para a empresa esse parceira com a Mitsubishi?
20. Em sua opinião o que representa e qual a importância da Mitsubishi para Catalão?
21. Para o senhor o que mudou em Catalão após a vinda da Mitsubishi?
22. Catalão já pode ser considerado um pólo automotivo em estágio embrionário? Por quê?
23. O senhor acredita que a Mitsubishi pode um dia sair de Catalão? Por quê?

ANEXO 11

Roteiro de Entrevista - Gerente de TI da MMCB

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Programa de Pós-Graduação em Geografia
Análise, Planejamento e Gestão dos Espaços
Rural e Urbano

ROTEIRO DE ENTREVISTA - Gerente de TI da MMCB

PERGUNTAS

1. Por que a MMC Automotores do Brasil Ltda. (MMCB) resolveu aprimorar seus sistemas de comunicações?
2. Quais foram as principais dificuldades encontradas com os sistemas anteriores?
3. Quais sistemas/*softwares*/programas a montadora adota atualmente para gerir suas necessidades tecnológicas e organizacionais?
4. Em específico, quem desenvolveu o sistema PeopleSoft? E qual é a sua finalidade?
5. Quanto a MMCB investiu na aquisição/aprimoramento do sistema de gestão PeopleSoft?
6. Quanto custa para a montadora a manutenção mensal de todo sistema de gestão adotado?
7. Atualmente, o *software/*sistema depende de empresas parceiras pra está em processamento?
8. Por que a escolha deste sistema?
9. Outras montadoras também o adotam?
10. Qual a função deste sistema/*software* na linha de montagem da Mitsubishi?
11. Explique quais as funções do sistema/*software* PeopleSoft no relacionamento da MMCB e com seus fornecedores, prestadores de serviços, terceirizados, concessionárias, enfim, parceiros?
12. Quais mudanças houve na cadeia produtiva da MMCB após a aquisição desse software?
13. Quais são as funções que o portal *intranet* desempenha para unidade montadora? E quem o utiliza?
14. E as funções do portal do *extranet*? E quem o usa?
15. Qual a função da RENARO?
16. A montadora usa as etiquetas RFDI **(**Identificação por Rádio Freqüência) nos veículos montados em Catalão? Se sim, qual a função delas?
17. Considerando que há um uso comum do sistema/*software* Peoplesoft pela cadeia produtiva da MMCB, todas as informações e dados estão disponíveis a todos? Se sim, por que? E se não, por que?
18. Qual a importância do uso da Tecnologia da Informação (TI) na indústria automobilística brasileira?
19. Qual a importância do uso de TI na MMCB?
20. De que forma a TI está presente na vida da sociedade?
21. Retrate a importância da Mitsubishi para Catalão?
22. Catalão já pode ser considerado um pólo automotivo em estágio embrionário? Por quê?
23. O senhor acredita que a Mitsubishi pode um dia sair de Catalão? Por quê?

ANEXO 12

Questionário - Concessionárias enviado por *e-mail*.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Programa de Pós-Graduação em Geografia (Doutorado)
Análise, Planejamento e Gestão dos Espaços Rural e Urbano

QUESTIONÁRIO - Concessionárias enviado por *e-mail*

I - INFORMAÇÕES GERAIS

1. Descreva um histórico da concessionária?
2. Qual o ano de fundação de cada concessionária?
3. Qual a origem do capital da concessionária: (Marque com X).

( ) Familiar ( ) Grupo Eduardo de Souza Ramos e Paulo Ferraz
( ) Rede empresarial regional Qual? _____
( ) Rede empresarial nacional Qual? _____
( ) Outros. Quais? _____.

4. Quantos funcionários possui a concessionárias? Quais cargos e média salarial de cada cargo?
5. Esta empresa é uma filial ou matriz? (Marque com X) ( ) Matriz ( ) Filial

Se *matriz*, possui filiais? _____ Onde se localizam? _____
Se *filial*, de onde é a matriz e são quantas filiais? _____

6. Quantos empregos indiretos gera a concessionária?
7. Quais as marcas automotivas a concessionárias representa?
8. Desde quando a empresa é revenda autorizada da Mitsubishi?

II - RELAÇÕES COM O MERCADO

1. Qual o tipo de venda é mais efetivado? (Marque com X).

( ) a vista ( ) entrada e financiamento parcial ( ) financiamento total ( ) consórcio
( ) leasing ( ) outros Quais? _____

2. A empresa tem noção de qual classe social (perfil sócio-econômico) que mais adquire os veículos Mitsubishi? (Marque com X).

( ) classe alta ( ) classe média ( ) classe baixa ( ) classe média - alta ( ) classe média- baixa

3. Qual o faturamento do último ano da concessionária?
4. Quantos veículos Mitsubishi são vendidos por ano pela concessionária (desde que se tornou autorizada)?
5. Aponte por ordem quais modelos Mitsubishi são mais vendidos por esta concessionária?

(1- para primeiro lugar; 2 - para segundo lugar; 3 - para terceiro lugar; ... e, N - para não vendido).
Linha Off-road: ( ) L 200 Triton ( ) L 200 Sport ( ) L 200 GL ( ) Pajero Full
( ) Pajero TR4 Flex ( ) L 200 Outdoor ( ) L 200 Savana Outro: _____
Linha Cross-Over: ( ) Airtrek ( ) Outlander
Linha On-road: ( ) Grandis

Linha Esportiva: ( ) Eclipse
Linha de Competição: ( ) Pajero TR4 R ( ) L 200 RS

6. Qual tipo/estado de veículo é mais vendido?

( ) Novos ( ) Semi-novos ( ) Blindados
( ) Adaptados para portadores de deficiência física ( ) Outros

7. Há seguradora dentro da concessionária? Se sim, qual?
8. Há espera do cliente para receber definitivamente o veículo comprado? Qual a média de tempo de espera por modelo Mitsubishi?
9. Em quais aspectos/pontos a crise da economia mundial afetou essa concessionária?

III - RELAÇÃO COM O ESTADO

1. Quais os tipos de impostos federais, estaduais e municipais a concessionária recolhe?
2. A empresa detêm algum incentivo fiscal (redução ou isenção de impostos)? Se sim, quais?
3. Qual o montante em dinheiro (salários de funcionários, pagamento fornecedores, impostos etc.) a concessionária coloca anualmente no mercado de sua cidade-sede?
4. A concessionária executa além de vendas outros serviços? Quais?
5. A concessionária mantém parcerias com prestadores de serviços/empresas terceirizadas/convênios, etc? Se sim, quais são as empresas e atuam em que área?

IV - RELAÇÃO COM A MITSUBISHI

1. Quais medidas essa empresa teve que tomar para se tornar concessionária Mitsubishi?
2. Há algum tipo de contrato? Se sim, quais as principais exigências da Mitsubishi?
3. Algum representante legal da montadora já visitou da concessionária? E vice-versa?
4. A montadora promove cursos para seus revendedores autorizados? Quais e em qual intervalo de tempo?
5. O que significa ser revendedor automotivo da marca Mitsubishi?
6. O sistema RENARO funciona de fato? O cliente prefere o atendimento agendado pessoalmente ou por telefone e/ou o pela internet?
7. Descreva como que ocorrem os pedidos de veículos da concessionária à montadora Mitsubishi?
8. A logística desenvolvida pela montadora atende as necessidades da concessionária?
9. Qual a avaliação da prestação de serviço da transportadora que faz a entrega dos veículos?
10. Qual é a avaliação da relação revenda autorizada e montadora?
11. Como se dá a assistência técnica ao cliente? De onde vêem os componentes/suprimentos/autopeças?
12. Em caso de defeito de fabricação nos veículos da Mitsubishi (nacionais e importados) quais medidas são tomadas pela concessionária?
13. Catalão já pode ser considerado um pólo automotivo em estágio embrionário?
14. Acrescente outras informações que julgarem necessárias?

ANEXO 13

Roteiro de Entrevista - Concessionárias

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Programa de Pós-Graduação em Geografia
Análise, Planejamento e Gestão dos Espaços
Rural e Urbano

ROTEIRO DE ENTREVISTA - Concessionárias

I - Informações Gerais:

9. Qual o ano de fundação da concessionária? _____
10. Qual a origem do capital desta concessionária:

( ) Familiar ( ) Grupo Souza Ramos e Paulo Ferraz
( ) Rede empresarial regional. Qual? _____
( ) Rede empresarial nacional. Qual? _____
( ) Outros. Quais? _____.

11. Quantos funcionários possui essa concessionária? _____
12. Esta empresa é uma filial ou matriz? ( ) Matriz ( ) Filial

Se *matriz*, possui filiais? _____ Onde se localizam? _____
Se *filial*, de onde é a matriz e são quantas filiais? _____

13. Quantos empregos indiretos essa concessionária gera? _____
14. Desde quando a empresa é concessionária da Mitsubishi? _____

II - Relação com o Mercado

1. Quais as marcas automotivas essa concessionária representa?
2. Quantos veículos são vendidos por mês? Qual o faturamento total?
3. Quantos veículos Mitsubishi são vendidos por ano (desde que se tornou autorizada)?
4. Qual veículo Mitsubishi é mais vendido?
5. Quais os valores de todos os tipos de veículos Mitsubishi que a empresa vende?
6. Quanto tempo o cliente espera após a compra pra pegar o veículo adquirido?

III - Relação com o Estado

6. Quais os tipos de impostos federais, estaduais e municipais a concessionária recolhe?
7. Qual o montante em dinheiro (salários de funcionários, pagamento fornecedores, impostos etc.) a concessionária coloca anualmente no mercado local (cidade sede)?

IV - Relação com a Mitsubishi

15. Quais medidas essa empresa teve que tomar para se tornar concessionária Mitsubishi?
16. Em quais parâmetros se baseia a relação com a montadora em Catalão?
17. Há algum tipo de contrato? Quais as principais exigências da Mitsubishi?
18. Algum representante legal da concessionária já visitou a montadora em Catalão?
19. A montadora promove cursos para seus revendedores? Quais e em qual intervalo de tempo?
20. Em caso de defeito de fabricação nos veículos da Mitsubishi (nacionais e importados) quais medidas são tomadas pela concessionária?
21. O que significa ser revendedor automotivo da marca Mitsubishi?
22. Catalão já pode ser considerado um pólo automotivo em estágio embrionário?

ANEXO 14

Relação Nominal das Concessionárias Localizadas no Brasil em 2010

LISTA NOMINAL DAS 141 CONCESSIONÁRIAS DA MMC AUTOMOTORES DO BRASIL S.A. (JULHO/2010).			
Nome da Concessionária	***Localização***	***Nome da Concessionária***	***Localização***
Agro Norte	Rio Branco/AC	Miwah	Salvador/BA
Amauto	Macapá/AP	Mizumi Veículos Ltda.	Londrina/PR
Aurora Veículos	Presidente Prrudente/SP	Mont Koya	Pato Branco/PR
Auto Miraí	Eunápolis/BA	Mont Koya	Guarapuava/PR
Auto Miraí	Vitória da Conquista/BA	Motopop	Aracaju/SE
Avec	Campinas/SP	Multicar	Governador Valadares/MG
Barão Motors	Barão de Cocais/MG	Multicar Mitsubishi	Ipatinga/MG
Brabus Mitsubishi Bandeirantes	São Paulo/SP	Nagoya	Arapiraca/AL
Brabus Mitsubishi Giovanni	São Paulo/SP	Nagoya	Maceió/AL
Brabus Mitsubishi Jardim Europa	São Paulo/SP	Nara Veículos	Brasília/DF
Brabus Mitsubishi Nações Unidas	São Paulo/SP	Natsu	Niterói/RJ
Brizza	Cascavel/PR	Nissei	Fortaleza/CE
Brizza	Foz do Iguaçu/PR	Nissei	Fortaleza/CE
Brizza Motors	Pato Branco/PR	Norte Motors Comércio de Veículos Ltda.	Tangará da Serra/MT
Cardinal Tatuapé	São Paulo/SP	Nova Yen	Rio de Janeiro
Cardinal Barra Funda	São Paulo/SP	NR Veículos	Franca/SP
Cosmos	Chapecó/RS	Osaka	João Pessoa/PB
Cosmos	Caçador/RS	Osaka	João Pessoa/PB
Cotril Motors	Goiânia/GO	Osaka	Campina Grande/PB
Cotril Motors	Anápolis/GO	Paraíso	Barreiras/BA
Delta	Altamira/PA	Paraíso	Luís Eduardo Magalhães/BA
Delta Veículos	Santarém	Paraíso	Balsas/MA
Ditrasa	Patos de Minas/MG	Porcino Imports	Mossoró/RS
DVM (Santo André)	Santo André/SP	R7	Itajaí/SC
DVM (ABCD)	São Bernardo do Campo/SP	R7	Joinville/SC
DVM (Oficina)	São Bernardo do Campo/SP	R7 Veículos Ltda.	Brusque/SC
Endo	Dourados/MS	R7	Blumenau/SC
Fox	Porto Alegre/RS	Raion	Rio de Janeiro/RJ
Generoso	Piracicaba/SP	Raion	Rio de Janeiro/RJ

Generoso	Americana/SP	Rally Motors	Araçatuba/SP
Guamá Veículos	Imperatriz/MA	Rally Motors	São José do Rio Preto/SP
HC Veículos Especiais	Campo Grande/MS	Rally Motors	Três Lagoas/MS
Horizonte	Mogi das Cruzes/SP	Ramada	Novo Hamburgo/RS
iPPON	Ponta Grossa/PR	Ramada	Porto Alegre/RS
Intercar	São Luiz/MA	Riama	Água Boa/MT
Intersan	Rio de Janeiro/RJ	Roraima	Boa Vista/RR
Itaciara Motors	Sinop/MT	RR Imports	Marabá/PA
Itamotors Alphaville	Barueri/SP	Salvador Car	Salvador/BA
JC Motors	Juína/MT	Salvaterra	Juiz de Fora/MG
Kimera	São Carlos/SP	Scapini	Caxias do Sul/RS
Kimera	Limeira/SP	Scapini	Lajeado/RS
Kinpai	Maringá/PR	SEAGAIA	Santos/SP
Kyoto	Ribeirão Preto/SP	Sendai	Vitória/ES
Kyoto Assistência Técnicas e Peças	Ribeirão Preto/SP	Sentana	Feira de Santana/BA
LF Imports	Vilhena/RO	Superauto	São José/SC
LF Imports	Cacoal/RO (filial)	Tayô	Caruaru/PE
LF Imports	Ji- Paraná/RO (filial)	Tayô Motors	Recife/PE
LF Imports	Porto Velho/RO	Tayô	Recife/PE
Macom	Belém/PA	Tauro	Cuiabá/MT
Macom	Ananindeua/PA	Tchoy Motors	Jundiaí/SP
Macom	Paragominas/PA	Terraverde	Juazeiro do Norte/CE
Manaus	Manaus/AM	Tokyo	Brasília/DF
Maqnelson	Catalão/GO	Top Car	Natal/RN
Maqnelson	Itumbiara/GO	Trilha	Teresina/PI
Maqnelson	Uberlândia/MG	TVL Park	Curitiba/PR
Maqnelson	Uberaba/MG	TVL Marecehal	Curitiba/PR
Marca	Palmas/TO	União	Petrolina/PE
Marca	Araguaína/TO	Via Jap	Belo Horizonte/MG
Marca	Rio Verde/GO	Via Jap	Curitiba/PR
Marcovel	Redenção/PA	Via Jap	Curitiba/PR

Marcovel	Parauapebas/PA	Via Jap	Atibaia/SP
MegaMit	Guarulhos/SP	Via Jap	Bragança Paulista/SP
MegaMit	Sorocaba/SP	Via Jap (showroom)	Atibaia/SP
Mitcar	Belo Horizonte/MG	Via Terra	Montes Claros/MG
Mitrio	Rio de Janeiro/RJ	Vila Rica Motors	Rondonópolis/MT
Mitnorth	São Paulo/SP	Virage	São José dos Campos/SP
Mito Veículos	Fortaleza	Virage	Taubaté/SP
Mitsubishi Motors Manaus	Manaus/AM	Virage	Guaratinguetá/SP
Mitsul	Criciúma/SC	Yen Recreio	Rio de Janeiro/RJ
Mitsul	Tubarão/SC	Yen Botafogo	Rio de Janeiro/RJ
---	----	Yume	Sobral/CE

Fonte: MMCB (2010) Org.: SILVA, M. V. da. 2010

ANEXO 15

Roteiro de Entrevista - Funcionários da MMCB residentes

nas cidades da Microrregião de Catalão

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

Programa de Pós-Graduação em Geografia

Análise, Planejamento e Gestão dos Espaços
Rural e Urbano

Roteiro de Entrevista - Funcionários da MMCB residentes nas cidades da Microrregião de Catalão

PERGUNTAS

1. Desde quando você trabalha na Mitsubishi?
2. O que o motivou a trabalhar nesta empresa?
3. Que horário você sai de sua cidade para ir trabalhar? E que horas chegam?
4. *Opcional*: Qual é o valor de seu salário?
5. Você considera sua renda mensal alta em relação a dos trabalhadores locais?
6. Você gasta seu salário no comércio local ou em Catalão? Quantos por cento é gasto aqui?
7. O que você compra em Catalão? Por quê?
8. A cidade tem hospital? Se sim, ele atende pela Unimed? Se não, onde busca atendimento médico-hospitalar?
9. Os cartões Valecard (alimentação e farmácia) são aceitos nos comércios locais? Se não, onde faz o uso deles?
10. Por que você não se muda para Catalão? E o que a cidade tem que o mantém aqui?
11. Em sua opinião a Mitsubishi tem alguma importância para sua cidade? Por quê?

ANEXO 16

Roteiro de Entrevista - Moradores de Catalão/GO.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

Programa de Pós-Graduação em Geografia

Análise, Planejamento e Gestão dos Espaços

Rural e Urbano

Roteiro de Entrevista - Moradores de Catalão/GO

PERGUNTAS

1. Em sua opinião o que representa e qual a importância da Mitsubishi para Catalão?

Para o (a) senhor (a) o que mudou em Catalão após a vinda da Mitsubishi?