

# AS ESTRATÉGIAS DAS TRANSNACIONAIS NO ESPAÇO BRASILEIRO: UM ESTUDO DE CASO DA EMPRESA PIRELLI

*Enilson Silva Sousa<sup>1</sup>*

## RESUMO

Em um mundo globalizado as transnacionais desenvolvem estratégias de expansão no espaço a fim de buscar melhores oportunidades para atender às suas demandas, ampliando tanto a dispersão de suas filiais pelo globo, em especial nos países em desenvolvimento, quanto ao acúmulo de capital. Sendo assim, o presente artigo tem por objetivo analisar as estratégias de expansão da empresa Pirelli no território brasileiro. Para o desenvolvimento do trabalho foi realizado consultas e pesquisas no site oficial da empresa Pirelli no Brasil, levantamentos bibliográficos e fichamentos. O artigo foi resultado, também, das discussões feitas durante as aulas de Geografia Econômica II, na UEFS, em 2016. Para o trabalho foi fundamental o embasamento teórico conceitual, balizado pelos teóricos: Andrade (1998); Arruda, Rossi e Rennó (2012); Bedin (2001); e Pirelli (2009, 2010 e 2011); Trindade (2009); e dentre outros. O nosso propósito neste artigo foi enfatizar as formas de atuação e as estratégias de expansão realizada pela Transnacional Pirelli no território brasileiro, bem como suas características, influências e contribuições. Entretanto as transnacionais criaram e se apropriaram das mais diversas redes em que constitui a base para o sistema produtivo, a economia funcionar, como também da própria organização da sociedade.

**Palavras-chaves:** Território. Globalização. e Pirelli.

## INTRODUÇÃO

Em um mundo globalizado as transnacionais desenvolvem estratégias de expansão no espaço a fim de buscar melhores oportunidades para atender às suas demandas, ampliando tanto a dispersão de suas filiais pelo globo, em especial nos países em desenvolvimento, quanto ao acúmulo de capital.

Todavia a localização de uma determinada transnacional é de fundamental importância para facilitar tanto as demandas de circulação de bens e mercadorias quanto de pessoas. Assim o espaço é organizado de forma diferente para atender não só a sociedade, mas principalmente as grandes empresas. Qual o Estado cria mecanismo de infraestrutura para atender as necessidades da mesma. As

---

<sup>1</sup> Mestrando em Geografia pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), enilsonstb@gmail.com.

transnacionais em virtude do seu poder econômico e influência política, organizam o espaço para o desenvolvimento de suas atividades e de acordo aos seus interesses.

Sendo assim, o presente artigo tem por objetivo analisar as estratégias de expansão da empresa Pirelli no território brasileiro. Tendo em vista a longevidade e a consolidação da Pirelli no mercado mundial, onde se faz presente a 144 (cento e quarenta e quatro) anos e no Brasil a 87 (oitenta e sete) anos. Serão evidenciados os pré-requisitos utilizados pela transnacional para se instalar num determinado espaço e destacando a sua forma de atuação. Entendendo assim sobre o modo como esta acaba por promover mudanças sócio-espaciais por onde se instala e as consequências resultantes neste espaço.

Os fatores evidenciados acima são de fundamental importância ao entendimento da dinâmica expansionista da Pirelli no território brasileiro, onde será possível compreender a principal função desta no Brasil, e a forma como 'esta' acaba por promover uma série de mudanças num âmbito sócio-espacial e econômico.

Segundo Arruda; Rossi e Rennó (2012), a Pirelli é uma empresa de origem Italiana que foi fundada em Milão em 1872, por Giovanni Batista Pirelli. A princípio a empresa de produção limitada de itens de borracha, provenientes da Índia, como placas, correias e mangueiras onde abrigava 45 funcionários. Sendo que o primeiro e principal produto da empresa o "Pneu" só foi produzido em 1890. No Brasil a Pirelli chegou em 1929, comprando uma fábrica de condutores elétricos em Santo André. Sendo ativada em 1941 a primeira fábrica de pneus em Santo André, que permanece funcionando até os dias atuais.

Atualmente a empresa se faz presente segundo o autor em mais de 160 países e tem cerca de 36.000 mil funcionários, possui um faturamento anual de cerca de 6 bilhões de Euros, fator que condiciona a empresa a uma das maiores do mundo e conseqüentemente uma das principais forças econômicas da Itália.

Sendo assim, o trabalho visa contribuir para um maior entendimento das estratégias de expansão utilizadas pelas transnacionais, nesse caso a Pirelli no espaço brasileiro. E compreender a dinâmica expansionista da mesma, bem como a sua organização, características e influências. Com isso, será possível compreender que o espaço está em constantes transformações e organização pelos seus agentes, estes que promovem as mudanças espaciais de acordo ao interesse do capital, nesse caso a Pirelli.

A relevância acadêmica gira em torno do aprofundamento do conhecimento disciplinar. Como discentes e futuros profissionais da área docente, o conhecimento aprofundado é essencial para a transformação social, pessoal e estímulos para colegas da academia. Pois aponta o caminho incessante do conhecimento e da aplicação desses no cotidiano, dilatando o pensar, o senso crítico e oportunizando ou criando meios para realizar mudanças em seu espaço de disciplina acadêmica pessoal residencial e comunitário.

Conjuntamente com o que foi exposto acima, a escolha por este tema também é justificada pelo interesse comum em discutir as estratégias de expansão utilizadas pela Pirelli no território brasileiro, analisando como as filiais no Brasil se articulam em rede com a sua matriz, ou seja, qual o modo, estratégias de atuação utilizadas pela transnacional para se consolidar e expandir no território brasileiro. E é a partir daí, que se tem o consenso que o espaço brasileiro é modificado, transformado, fragmentado e articulado por seus agentes nesse caso o Estado e a transnacional, em favor do capital atender as suas próprias necessidades.

Sendo assim a elaboração deste artigo contribuirá como fonte de informação tanto para a comunidade acadêmica quanto sociedade de modo geral, onde a partir das análises que serão feitas os indivíduos terão conhecimentos teórico e de causa sobre as estratégias de atuação e expansão utilizadas pela transnacional Pirelli no espaço brasileiro e em virtude de quais fatores ocorrem a instalação da empresa em determinados lugares em detrimento de outros.

A relevância social consiste em demonstrar o que faz com que uma transnacional se instale em um determinado local e quais os procedimentos esta realizara para que se possa obter êxito, e com isto se compreenderá o que levava a abertura de postos de trabalho que a empresa oferecerá e quais as exigências desta para que os indivíduos que residem nas proximidades da empresa sejam contratados, além disso, haverá algumas melhorias de infraestrutura nos locais que estão próximos onde está é instalada, a sociedade também entenderá quais benefícios e malefícios.

## **PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

O artigo foi baseado a princípio numa discussão em sala de aula acerca do tema a ser abordado, onde, com base em tais discussões foi delimitada a transnacional Pirelli como objeto de estudo, em virtude da forma como esta atua no território brasileiro, face a

sua importância mundial. Foram realizadas consultas e pesquisas no site oficial da empresa Pirelli no Brasil, onde foi possível identificar elementos fundamentais ao desenvolvimento da empresa e a sua forma de atuação. A partir destes, foram realizadas pesquisas, levantamentos bibliográficos, revisão de livro, artigos científicos, fichamentos, onde foi possível desenvolver o referencial teórico na perspectiva de vários autores, seguindo dessa forma uma linha qual consideramos adequada ao desenvolvimento do artigo e a conjuntura do que fora abordado neste.

Esses procedimentos foram essenciais ao desenvolvimento do trabalho. O artigo foi resultado, também, das discussões feitas durante as aulas de Geografia Econômica II, na UEFS – Universidade Estadual de Feira de Santana. Para o trabalho foi fundamental o embasamento teórico conceitual, balizado pelos teóricos: Andrade (1998); Arruda, Rossi e Rennó (2012); Bedin (2001); e Pirelli (2009, 2010 e 2011); Trindade (2009); e dentre outros.

## **A ATUAÇÃO DA PIRELLI NO TERRITÓRIO BRASILEIRO**

Com o advento do capitalismo, sua imposição como modelo econômico e a nova forma de demonstrar poder pelas classes dominantes “acumulação de capital”, as transnacionais desenvolveram ao longo dos anos métodos para se instalarem, apropriarem e conseqüentemente se expandirem por determinados territórios.

Um dos fatores que pode justificar o parágrafo anterior é o fato que, para determinada empresa, em especial a Pirelli, possa se instalar num dado espaço, esta necessita de uma série de fatores benéficos ao desenvolvimento comercial e à ampliação do capital, dentre os quais podemos citar: localização geográfica, disponibilidade de mão de obra, condições favoráveis para fluxo de veículos, disponibilidade de materiais necessários ao desenvolvimento das atividades, incentivos fiscais, dentre outros fatores.

Com base no que foi elencado acima podemos identificar alguns fatores que propiciam a instalação das transnacionais num dado espaço, onde, além de usufruir de uma série de benefícios, acaba por promover também uma série de mudanças sócio-espaciais. Pois, promovem o aquecimento da economia local, gerando empregos diretos (empregados com vínculos direto com a empresa) e indiretos (contratação de empresas terceirizadas nos mais variados setores, ex.: portaria, zeladoria, refeitório, contratação de empresa de ônibus para o transporte de funcionários, dentre outros); regional e nacional pelo fato dos materiais produzidos

serem distribuídos pelo território para serem comercializados tanto no mercado interno quanto no mercado externo, por ser uma empresa com várias ramificações pelo mundo, tendo assim um grande fluxo de rotatividade de mercadorias, face ao seu modo operante.

E é em virtude dos fatores que foram evidenciados que temos de certa forma a dependência e submissão dos órgãos estatais às grandes empresas, pois as grandes multinacionais se apoderaram de elementos essenciais ao desenvolvimento da sociedade, onde tanto o Estado quanto a sociedade ficaram reféns dos investimentos privados por conta do poder hegemônico exercido por este.

Atualmente no Brasil o desenvolvimento econômico está acentado sobre um discurso ideológico de expansão, progresso e a melhora do bem-estar coletivo de todas as regiões. A expansão de uma Transnacional se dá por um conjunto de idéias; que origina princípios e normas políticas, econômicas e sociais.

Para Bedin (2001, p. 310), as transnacionais portadoras de uma dinâmica extraordinária surgiram num momento de avanço tecnológico e científico, “de grande desenvolvimento da produção e comercialização,” em que ocasionou o surgimento de produtos, demandas e hábitos de consumo. Elas por ser entidades privadas, cuja característica essencial é a obtenção de lucros.

Sendo assim a Pirelli se configura como uma transnacional por possuir grande dinamismo econômico, alto desenvolvimento tecnológico, e também possui uma grande produção e comercialização de seus produtos, que abastece o mercado interno e externo.

Em virtude dessas características, conceitua-se empresa transnacional, aquelas que “correspondem a pessoas de nacionalidades diferentes e que são por elas dirigidas. As decisões tomadas carecem, em consequência, de inspiração nacional.” (BEDIN, 2001, p. 313). Assim entende-se que a Pirelli é uma transnacional, porque se encontra em vários países atuando em diversos setores, ou seja, possuem subsidiária em outros países, em especial no Brasil, em que é dirigida por sua empresa-mãe (sede) localizada no país de origem. E que todas as decisões vão ser tomadas pela empresa sede que se encontra em determinado país, nesse caso a Pirelli que atua em vários países e sua sede localiza-se na Itália.

Devido a sua expansão pelo mundo pode-se constatar atualmente que a Transnacional Pirelli possui 25 unidades industriais em 14 países e atividades comerciais em mais de 160 países, como aponta Pirelli (2009 e 2011); Arruda et al

(2012). Onde é possível identificar segundo os autores, os países de atuação da empresa e suas Fabricas e Centro de Pesquisa e Desenvolvimento, conforme apresentado na tabela 01.

**Tabela 01**

<b>Países onde a Transnacional PIRELLI se faz presente e atuante</b>			
Itália	Quatro fabricas	Centros de Pesquisa e Desenvolvimento	
Alemanha	Duas fabricas	Centros de Pesquisa e Desenvolvimento	
Brasil	Cinco fabricas	Centros de Pesquisa e Desenvolvimento	
Reino Unido	Duas fabricas	Centros de Pesquisa e Desenvolvimento	
Argentina	Uma fabrica		
Venezuela,	Uma fabrica		
Espanha	Uma fabrica		
México	Uma fabrica		
Estados Unidos	Uma fabrica	Centros de Pesquisa e Desenvolvimento	
Romênia	Duas fabricas	Centros de Pesquisa e Desenvolvimento	
Turquia	Duas fabricas		
Rússia	Uma fabrica		
Egito	Uma fabrica		
China	Duas fabricas	Centros de Pesquisa e Desenvolvimento	
Fonte: Pirelli, 2009, 2010 e 2011.; Arruda et al, 2012. Elaborado: Enilson Silva Sousa, 13/10/2016.			

Segundo Pirelli (2009), a transnacional Pirelli pelas seguintes empresas: tecnologias sustentáveis Pirelli Labs, Pirelli Ambiente, Pirelli Real Estate, Pirelli Eco Technology e Pirelli Broad band Solutions. Assim nota-se que a empresa não se limita somente no setor de pneus mais também se faz presente em outros setores.

Todavia Pirelli (2011) salienta que os procedimentos, em todas as linhas de trabalho na Pirelli são regidos pela política de qualidade. Também ressalta a “relevância de preservação do meio ambiente nas atividades realizadas e envolve premissas como a excelência no atendimento ao cliente, a colaboração estratégica de fornecedores, a ética nos negócios e a busca permanente por inovação, tanto em

tecnologia quanto em novas propostas de redução de custos e eficiência operacional.” (PIRELLI, 2011, p. 53).

Assim uma empresa bem localizada visa ter um rápido crescimento e a obtenção de lucros e que sua localização lhe proporcione baixos custos de suas atividades para atingir o seu fim. Sendo assim o espaço de atuação de uma transnacional como a Pirelli, segundo Andrade (1998), leva em conta a área que está localizada, como também para o fornecimento de matéria-prima, energia, serviços e mercado para os seus produtos.

Assim uma transnacional para atuar em determinado espaço começar pela procura de um bom lugar para se localizar. Assim tornar-se possível identificar a área de atuação de uma determinada transnacional, nesse caso a Pirelli, em busca de condições favoráveis as suas necessidades, sejam elas de circulação de bens, mercadorias, pessoas, capital, matéria-prima e etc.

Embora o desenvolvimento seja do interesse de todos, é preciso entender que, a estrutura da sociedade, constrói-se a partir de relações sócias, ou melhor, de uma determinada hierarquia, onde o poder é dado a quem detém o capital, nesse caso teremos o Estado e as transnacionais em constantes negociações, embora estas tragam vantagens para os locais onde se instalam, é de fundamental importância que se perceba os fatores que influenciam para que a Pirelli se instale em determinadas localidades.

A Pirelli como qualquer outra transnacional tem como características segundo Bedin (2001), obter o máximo de lucro ao menor custo em escala global, tornado-se o maior agente transformador das estruturas econômicas, sociais e políticas; as transnacionais possuem uma sede, em que são submetidos os regulamentos do Estado, pôr elas deter filiais em outros países as atividades não têm personalidade internacional, sendo regida pelos direitos de suas atividades nacionais; possuem hierarquia interna bem estruturada, e cria relação de dependência das filiais com a empresa-mãe, além de ser o centro de decisão, que envolve sua atuação e as estratégias comuns a todos.

Para Bedin (2001), as transnacionais possuem funções, como sendo: numa dimensão geográfica, em alcance mundial, as empresas desenvolvem função produtiva – bens e serviços; as transnacionais têm como finalidade o máximo de benefício, as perdas e ganhos devem ser distribuídos entre as filiais a nível mundial; elas desenvolvem planos para potencializar os seus lucros, contendo as seguintes

estratégias em seus planos: interiorização dos mercados; diversificação operativa; inovação científico-tecnológica.

Assim notam-se as características e funções das transnacionais, incluindo a Pirelli, destaca-se que elas são diferentes de outros atores internacionais, pois visam à obtenção de lucros e possuem uma “estrutura hierarquicamente centralizada e dirigida à conquista do mercado globalizado.” (BEDIN, 2001, p. 317).

Na sociedade atual podem-se destacar vários aspectos positivo e negativos em relação atuação das transnacionais, em especial a Pirelli como aponta Bedin (2001). Em relação aos pontos positivos destaca: financiamento de credito; desenvolvimento tecnológico; gera empregos; qualificação de trabalhadores; gera bem-estar e riqueza; fomenta o livre comercio e desmonta as barreiras comerciais; e dentre outros. Já em relação aos pontos negativos situa: monopoliza a produção e controla a distribuição mundial; limita os salários dos trabalhadores; aumenta a diferença entre ricos e pobres; cria oligopólios que reduz a competição e a livre concorrência; e dentre outros.

Assim cabe ressaltar que a Pirelli busca oportunidade, montando subsidiarias em vários países, objetivando a maximização do lucro, transformando-se “numa instituição de excepcional poder” (BEDIN, 2001, p. 321) e de influência na sua área de atuação. Porém esse poder e influência se ampliar como salienta o autor devido a sua adaptação as rápidas mudanças no mercado mundial e nos diversos setores da sociedade.

Todavia as Transnacionais vão se instalar em qualquer parte do mundo em que impera as vantagens econômicas. “Procurarão transferir os custos para os governos locais e para os contribuintes, ameaçarão mudar de lugar se desafiadas, e tentarão reduzir os custos de salários e os gastos sociais.” (HIRST e THOMPSON, 1998, apud TRINDADE, 2009, p. 15-16).

## **A DINÂMICA EXPANSIONISTA DA EMPRESA PIRELLI NO TERRITÓRIO BRASILEIRO**

Na atualidade a transnacional adquiriu grande relevância e o verdadeiro *status* como um dos principais atores no cenário internacional, no pós-guerra mundial como nos aponta Bedin (2001). Para compreender a importância desse ator no cenário atual é preciso relatar a sua trajetória, que possui três períodos, como nos aponta o autor, sendo eles:

1ª) o nascimento (1860-1914), impulsionadas pelos avanços tecnológicos, e desenvolvimento do meios de comunicação, transporte, e pela exploração e comercialização de recursos naturais.

2ª) a consolidação (1914-1945), ao tenta superar as crises que atingem diversos setores econômicos e financeiros, as transnacionais com o desenvolvimento tecnológico buscar aperfeiçoar os métodos de produção, a nova gestão empresarial e sua expansão.

3ª) a universalização (1945-1990), após a Segunda Guerra Mundial, as transnacionais buscar um sistema econômico global, elas se diversificaram, abrangendo novas áreas, constituindo-se e afirmando-se o seu papel no cenário mundial.

Neste sentido Bedin (2001), aponta que na sociedade atual em que os fluxos econômicos são intensos, as transnacionais adquiriram em sua trajetória, penetraram fronteiras, afetar o mercado de trabalho, o nível de vida das populações, o fluxo de capitais, e o câmbio das moedas de todos os países.

Para que uma empresa se aproprie de um espaço é preciso antes de tudo juntar ao Estado, num ato mútuo de benefícios, Estado-multinacional, enquanto a população de um modo geral apenas é explorada em sua mão de obra barata para o mercado de trabalho. Para que as ações de uma transnacional fluam é indispensável entender qual região é mais vantajosa e por que, e com os estudos feitos serão traçados os planos de meta que são realizados cautelosamente, pois uma vez que não haja lucratividade através de um intenso movimento de produtividade e venda, haverá uma desarticulação dessa transnacional.

Em nome do desenvolvimento e da produtividade, o Estado passa a realizar obras de infraestrutura visando o bem estar dessas transnacionais, com isso tem-se a ilusão de um crescimento ou evolução social, a questão é até quando o Estado servirá o interesse das transnacionais? E o que mais será preciso para manter está em um determinado espaço, além dos baixos incentivos fiscais? Não é preciso apenas criar meios, é necessário mantê-los, pois mesmo que a sociedade não seja a principal beneficiada com isto ela acaba alimentando o crescimento das transnacionais e tornando o Estado cada vez mais dependente destas empresas.

O que acarretou para a expansão da Pirelli em todo o Território brasileiro foi à alta demanda, tanto interna como externa de pneus que provocou a escassez do produto e a resposta das fábricas veio em forma de expansão. Cabe também a

reflexão sobre o motivo pelo qual o governo investe tanto no sistema viário, se temos outros meios mais eficientes.

A Pirelli no Brasil desde 1929, quando adquiriu a Conac, fábrica de condutores elétricos em Santo André (São Paulo). “O negócio marca a entrada oficial das atividades da Pirelli no Brasil. Em 1941, a empresa inaugura a fábrica de Capuava, também em Santo André, e dá a largada para a produção de pneus no país.” (PIRELLI, 2011, p. 8).

Segundo Pirelli (2010), na década de 1950, a empresa Pirelli adquiriu a fazenda Oriboca, no Pará, onde são cultivadas seringueiras, para o fornecimento de matéria-prima a sua produção. Hoje a propriedade é conhecida como “Fazenda Pirelli, uma reserva tombada e mantida pelo governo federal. Os anos 1950 marcam também a formação da rede de revendedores.” (PIRELLI, 2010, p. 14).

A partir do que fora exposto acima constata-se que a expansão e atuação da empresa Pirelli no Brasil obteve condições favoráveis para o desenvolvimento de suas atividades por conta conjuntura política e econômica que é desenvolvido no território brasileiro, pelas estratégias utilizadas pela empresa para se firmarem num dado espaço, e por conta também do mercado consumidor.

Como foram ressaltadas no parágrafo anterior sobre os ótimos encontrado pela Pirelli, “As décadas de 1970 e 1980 marcaram a grande evolução da produção de pneus no mercado brasileiro, com a aquisição de três fábricas, que hoje correspondem às fábricas de Campinas e Sumaré, em São Paulo, e de Feira de Santana, na Bahia, além da construção da fábrica de Gravataí, no Rio Grande do Sul, em 1976.” (PIRELLI, 2011, p. 8). Já em 1988, a Pirelli inaugurou o Campo Provas Pneus Pirelli, em Sumaré como aponta Pirelli (2011).

Tendo em vista essa espacialização da empresa no país. A Pirelli inaugura em Santo André (São Paulo) sua primeira fábrica de pneus no Brasil em 1941. Já em 1947 cria Clube Atlético Pirelli, “que chegou a ter mais de mil atletas federados, inclusive campeões olímpicos e mundiais.” Em 1970, inaugura sua segunda fábrica de pneus em Campinas no mesmo Estado, com a aquisição da fábrica de pneus Dunlop. Ainda nesse mesmo ano, lança o primeiro pneu radial para caminhões, segundo (PIRELLI, 2011, p. 15). Segundo a Pirelli (2010), a empresa adquiriu uma fazenda de seringueiras em Uma (Bahia) na mesma década.

Segundo Moraes e Feltrin (2004), em 2005 a fábrica da Pirelli em Gravataí (RS) retomaram as suas atividades, devido aos investimentos em torno de R\$ 220

milhões na expansão da atual unidade, aberta em 1976, dedicada a pneus radiais, com estrutura metálica, para ônibus e caminhões, linha que era realizada na unidade de Santo André (SP). Mas o aumento da produção na fábrica de Gravataí objetiva abastecer o mercado interno e latino-americano.

De acordo com Moraes e Feltrin (2004), os produtos Pirelli do Brasil são distribuídos para mais de 130 países. No Brasil a Pirelli, atua nos seguimentos de linha completa de pneus, além de cabos e sistemas para os segmentos de energia e telecomunicação.

Segundo Pirelli (2010), a empresa adquire na década de 1970 a BF Goodrich, em Sumaré (São Paulo). Para Pirelli (2011), a mesma se estabelece em Sumaré em 1984, como fábrica de cordas metálicas, depois de quatro anos a Pirelli revoluciona o mercado com a inauguração do campo de provas, a primeira pista de testes de Pneus da América Latina, instalada em Sumaré, no interior de São Paulo. O Campo de Provas Pneus Pirelli, “possui pistas *on/off road*, torre de controle panorâmica e moderno sistema de irrigação, para que pneus e veículos sejam submetidos aos mais rigorosos testes.” (PIRELLI, 2011, p. 19).

Ainda no país segundo Moraes e Feltrin (2004); Pirelli (2009, 2010 e 2011), a Pirelli mantém no Brasil um dos mais avançados Centros de Pesquisa e Desenvolvimento. Com integração aos demais centros, em tempo real, a unidade de estudos desenvolve, recebem e aplicam as mais “avançadas tecnologias na produção de pneus para uma gama completa de aplicações: caminhões e ônibus; automóveis e camionetas; tratores e máquinas para uso fora de estrada; motocicletas e bicicletas; além de câmaras de ar, protetores, materiais para a reconstrução de pneus e cordas metálicas.” (PIRELLI, 2011, p. 19).

Além das fábricas de pneus de caminhões, ônibus e motocicletas. A empresa é líder no mercado de pneus de carros, caminhões, motos e bicicletas no Brasil e uma das maiores do mundo. A empresa é reconhecida pelo sinônimo de qualidade e excelente desempenho. Segundo Pirelli (2009), a empresa possui parceria com várias montadoras líderes nos mais diversos setores automotivos e profissionais.

Em 2003, a Pirelli investiu R\$ 245,5 milhões para o aumento da capacidade, em novos produtos e na flexibilização do processo produtivo, e também investiu R\$ 19,6 milhões a área de pesquisa e desenvolvimento para a renovação e aprimoramento tecnológico dos produtos como aponta Moraes e Feltrin (2004).

Em Feira de Santana a Pirelli já se encontra desde 1986, quando adquiriu a Companhia Pneus Tropical, visando à produção de pneus convencionais. Em setembro de 2003 foi inaugurada a Pirelli em Feira de Santana (BA) uma linha de produção, considerada uma das mais modernas fábricas de pneus radiais do mundo. A presente expansão da unidade atende à estratégia de planejamento da empresa, são a fabricação de pneus radiais de alta performance, destinados ao mercado interno e à exportação, principalmente, para a América Latina, Estados Unidos e a Europa.

Cabe salientar que o fator que contribuiu para a expansão da Pirelli na Bahia, e em especial Feira de Santana foi a excelência da mão-de-obra e a localização privilegiada, em um importante entroncamento rodoviário (sendo o maior entroncamento rodoviário do Norte e Nordeste do Brasil), próximo ao Porto de Salvador e, praticamente, no centro da América Latina, tiveram um papel de destaque na escolha de Feira de Santana, para receber esse investimento da Pirelli. Mais também atração da Pirelli na Bahia se deve, em grande medida, à continuidade de boas políticas de atração de investimentos, (uma das o benefícios fiscais) promovidas pelos sucessivos governos. Tais políticas baseiam-se em parcerias entre o setor público e o privado, com vistas à geração de empregos, ao crescimento econômico do Estado e, ao bem-estar social.

Conforme Pirelli (2011), a empresa no Brasil passa a focar no setor de pneus. Entretanto para Pirelli (2009, 2010 e 2011); Arruda et al (2012), no Brasil a Pirelli possui cinco unidades industriais das 25 fábricas espalhadas em todo o mundo, além de conta com cinco centro de montagem, e um centro de pesquisa e desenvolvimento tanto para área de pneus quanto para cabos e sistemas, e campo de provas de pneus (pista de teste). Assim nota-se a partir da imagem 01 a expansão da Pirelli em todo o território nacional.

Imagem 01



Fonte: Pirelli, 2011.

Adaptação: Enilson Silva Sousa, 16/10/2016.

A transnacional Pirelli atua no Brasil não com o setor de pneus, mais também se faz presente em outros setores de atuação, fora a empresa Pirelli LTDA. (Brasil), pertencente ao Grupo Pirelli cuja sede localiza-se em São Paulo (SP), o Grupo também atua com as seguintes empresas a Ecosil em Meleiro (SC), CORD Brasil em Sumaré (SP), Pneuac em Bela Vista – São Paulo (SP), e a TLM em Barueri (SP) segundo Pirelli (2010 e 2011).

Sendo assim, a expansão da Pirelli em todo o espaço brasileiro não aconteceu do dia para a noite, pois no contexto histórico a empresa em adquirido e feitos aquisição de empresas, bem como passando atua em outros setores de produção não ficando limitado apenas em um único setor produtivo.

Então cabe salientar aqui duas empresas das que forma citada anteriormente pertencente ao Grupo Pirelli no Brasil, a empresa TLM Logística e a PNEUAC que

são de grande destaque e possui finalidades diferentes, possibilitando aumenta a área de expansão e atuação da transnacional.

Tendo em vista o que fora salientado anteriormente, a Pirelli inaugura em 2007 a empresa TLM Logística, dedica à movimentação de carga e descarga e à “expedição de produtos dos Centros de Distribuição, presente em todas as unidades da companhia no Brasil.” (PIRELLI, 2011, p. 12). Já a Pneuac empresa que pertence a Pirelli e faz parte da Rede Oficial de Revendedores Pirelli. Segundo Pirelli (2010 e 2011), a Pneuac possui 48 lojas, distribuídas pelos seguintes Estados (Alagoas, Bahia, Espírito Santo, Goiás, Minas Gerais, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Santa Catarina, São Paulo e Sergipe).

Ao longo do tempo a empresa Pirelli tem investido para sua expansão em todo o território brasileiro, como também investiu para expansão da produção, pois o Brasil é um centro estratégico para a transnacional Pirelli.

## **A ARTICULAÇÃO DAS FILIAS NO BRASIL COM A EMPRESA MATRIZ**

No período atual, o fluxo e o funcionamento do espaço sofrem transformações a partir das redes técnicas, bem como o território, e estas ganham novas formas em um mundo globalizado, no qual as redes técnicas atendem os interesses do capital que exigem cada vez mais fluidez para acelerar a circulação do capital. Então a evolução das redes técnicas é resultado da busca pela redução do tempo para que se acelere a circulação do capital.

No contexto mediante a sua complexidade, as redes técnicas são de grande importância por sua instantaneidade e simultaneidade. “Tais redes são os mais eficazes transmissores do processo de globalização a que assistimos.” (SANTOS, 1996, p. 212). Assim ao relacionar as redes com o poder, realçam o transporte e a comunicação como elementos estratégicos apropriado pela Pirelli, que “desencadeiam para dominar as superfícies e os pontos por meio da questão e do controle das distancias” (CUNHA, 2002, p. 268).

Na concepção do autor as Transnacionais que atua em rede transformam o meio natural e social, pela inovação técnica, econômica, social e cultural. Assim o poder visa controlar, dominar a sociedade, o território e os recursos.

Na prática, a globalização é vista como a total ou parcial integração entre as diferentes localidades do planeta e a maior instrumentalização proporcionada pelos sistemas de comunicação e transporte.

A globalização é entendida como a integração com maior intensidade das relações sócio-espaciais em escala mundial, instrumentalizada pela conexão entre as diferentes partes do globo terrestre. Assim a característica principal da globalização é o fato de ela estar em constante evolução e transformação, de modo que a integração mundial por ela gerada é cada vez maior ao longo do tempo.

Para Trindade (2009, p. 18), para entender as transformações sócio-espaciais na atualidade, são de grande importância o conceito de redes. “Através das redes os lugares são conectados e a idéia de totalidade do mundo adquire maior inteligibilidade.” Segundo Dias (1995, apud Trindade, 2009, p. 18), a rede é uma forma particular de organização, e no âmbito dos processos de integração, de desintegração e de exclusão espacial ela “aparece como instrumento que viabiliza [...] duas estratégias: circular e comunicar”.

Diante de um mundo globalizado, as redes técnicas passam por constante desenvolvimento tecnológico, redefinindo o espaço geográfico na qual se destaca as redes de transporte, comunicação, dentre outros. Sendo assim Corrêa (1999), as redes são pontos sobre a superfície terrestre cuja finalidade é a circulação e articulação de fixos e fluxos. A sede da Pirelli e suas subsidiárias em todo o mundo e “articulada entre si por diversos fluxos,” constitui-se uma rede, “visando diversos fins imediatos e atuando através de diferentes meios.” (CORRÊA, 1999, p.65). Para Santos (1996), as redes também são sociais e política. Assim as redes técnicas constituem base do meio técnico-científico-informacional.

Para Corrêa (1999), as transnacionais, a exemplo da Pirelli criam e participam das mais modernas redes, de alcance global. Assim, quanto mais à rede tem fluidez ela é competitiva, ou seja, a fluidez permite com que a circulação dessas atividades ganhe mais competitividade no âmbito global e local. Por isso “as redes, linhas que se relacionam e se entrecruzam pelos nós, têm como finalidades o transporte e a circulação de fluxos, tanto materiais como imateriais, pelo território.” (CUNHA, 2002, p. 265). Então pode se dizer, que o Poder das Transnacionais, em especial a Pirelli, esta ligada as redes técnicas que são apropriadas e utilizadas.

As redes técnica é um empreendimento conjunto do poder público e do ator privado que visa maior fluidez na circulação de atividades como: ideias, mensagens,

produtos no âmbito global e local, podendo incluir ou excluir, seus agentes sociais. A rede das transnacionais, nesse caso a Pirelli, que envolve diversas atividades vinculadas ao seu próprio interesse financeiro. Possui uma rede complexa e ampla, para maior obtenção de mercado a empresa atua com a rede de transporte e comunicação.

A partir de sua atuação com a rede de transporte facilitando o escoamento de sua produção, atuando com a empresa TLM, dedicada a movimentação de carga e descarga de suas unidades indústrias para o mercado e para a Pneuac empresa do Grupo Pirelli no Brasil. Já a rede de comunicação possui uma especificidade não só para atender os clientes comerciais, e até na organização interna e externa da empresa tanto em âmbito nacional como global.

Mas na concepção de Santos (1996), devido ao avanço tecnológico e a mundialização da economia e produção, cabe salienta que a Pirelli também atua com as redes produtivas e de comércio, porque cada vez mais são globais, ou seja, atua em escala global. Assim, destaca a atuação em rede da Pirelli no Brasil com a sua sede na Itália e com outras filias em outros países, atuando com o setor produtivo e comercial em escala mundial, nada mais é do que a internacionalização e mundialização da sua produção e/ou economia.

Graças aos avanços tecnológicos onde a empresa tem investido no Brasil em pesquisa e desenvolvimento tecnológico principalmente na produção de pneus para atende o mercado interno e, sobretudo o externo, onde a comercialização de seus produtos se dá no país a partir da Pneuac empresa própria da Pirelli e da rede de revendedores oficial de seus produtos tornando-se de forma nítida a sua atuação a partir da rede de comércio, onde esta intrínseca a rede de transporte realizado pela empresa TLM logísticas da própria marca. Claro que toda essa atuação percebe que a Pirelli opera com a rede de comunicação tornando-a de forma nítida todas as operações anteriores em rede tanto em escala local quanto de alcance global, todas as redes vinculadas à acumulação capitalista.

A globalização é um dos processos que influencia as relações sociais e econômicas, transformando-a entre os agentes da economia toda sistêmica de interação. Esses processos de mudanças para Gonçalves (1999), ocorrem através do aumento dos fluxos internacionais (de bens, serviços e capital); concorrência no âmbito global; integração dos sistemas econômicos nacionais. "A globalização pode se definida como interação de três processos distintos, que [...] afetam as dimensões

financeiras, produtivo-real, comercial e tecnológica nas relações econômicas internacionais” (GONÇALVES, 1999, p. 24).

Para Carlos (1999), o fenômeno da globalização liga-se a internacionalização da produção, enquanto a mundialização liga-se a produção *latu sensu*. “A mundialidade é o projeto de construção de um espaço mundial – é nesse contexto que novas contradições se manifestam, se inventam novos valores, se reorganizam novos espaços a partir da reorganização da sociedade inteira, em função dos centros de poder, dando um novo sentido para o espaço.” (CARLOS, 1999, p. 177).

Assim, a globalização vem tomando proporções de fundamental importância no ambiente macroeconômico das transnacionais cuja tendência, em especial a Pirelli, é ocupar grande parcela do cenário competitivo nas industriais através das fusões, aquisições e alianças. Cabe salientar que as fusões, aquisições e alianças fazem parte do processo de globalização. A transnacional não só passa a se preocupar com seus concorrentes locais, mais com aqueles rivais de atuação global.

Assim para a Pirelli ser competitiva no mercado local e global, impõe inovações técnicas ou organizacionais e aquisições, objetivando a acumulação de capital, tendo sua própria maneira de operar. Para melhor entendimento cabe historicizar o processo de atuação da empresa Pirelli, que possui sua sede na Itália e atua em vários países, em especial no Brasil, que começa com a aquisição de uma fábrica de condutores elétricos em Santo André para depois adquirir fábricas de pneus em todo o território, devido ao aumento de produção, crescimento de mercado, mão de obra, localização, inserção fiscal, dentre outros meios favoráveis a expansão e atuação da empresa, em que a mesma faz aquisições de algumas empresas como a Dunlop Pneus, Tropical Pneus, Conac, etc.

Em virtude do que fora exposto anteriormente a Pirelli por ser uma transnacional conhecida a nível nacional e global, esta necessita de um espaço que lhes proporcione crescimento e lucro, para que isso ocorra à empresa se faz presente trabalhando dentro de um espaço e tempo, buscando os principais meios para uma boa produtividade, tanto que está busca assim como as outras transnacionais de espaço que privilegie o seu desenvolvimento. Um bom exemplo é perceber que a Pirelli atua em todo o Brasil e possui fábricas instaladas em Feira de Santana (Bahia); Sumaré, Santo André e Campinas (São Paulo); e Gravataí (Rio Grande do Sul), que corresponde ao interesse da Pirelli no que se refere tanto a sua

localização quanto as possibilidades de se escoar produção e o principal venderem seus produtos ocasionados uma maior lucratividade.

Conforme Trindade (2009), o processo de globalização é simultaneamente homogeneizante e seletivo, na medida em que as Transnacionais e o Estado priorizam investimentos em “lugares portadores da densidade técnica e informacional necessária à reprodução do capital no tempo mais rápido possível; por outro lado, lugares e regiões são deixados à margem do processo por não possuírem a densidade técnica necessária à plena fluidez das finanças, das informações, das mercadorias e das pessoas.” (TRINDADE, 2009, p. 17).

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O nosso propósito neste artigo foi enfatizar as formas de atuação e as estratégias de expansão realizada pela Transnacional Pirelli no território brasileiro, bem como suas características, influências e contribuições. Atualmente a Pirelli conta com outras empresas como já fora salientado anteriormente e se faz presente em todo o território brasileiro, atuando em diversos setores de produção ou econômico.

Com o fenômeno da globalização cuja finalidade e a internacionalização e mundialização da produção, do capital. As transnacionais têm realizado ao longo tempo fusões, aquisições e alianças, garantindo-se maior competitividade e domínio em boa parte do cenário industrial, ou seja, aumento de sua competitividade e domínio em determinado setor econômico ou de produção em âmbito global e local. Assim as redes são mecanismos estratégicos para que as empresas, em especial a Pirelli, proporcionando maximização de lucros em menor custo de produção em escala global.

Entretanto as transnacionais criaram e se apropriaram das mais diversas redes em que constitui a base para o sistema produtivo, a economia funcionar, como também da própria organização da sociedade.

Assim as redes fundamentam a mundialização da produção, da economia, nesse processo de globalização, ultrapassando fronteiras nacionais, sendo contemplados com benefícios fiscais, financiamentos privilegiados, concessão de áreas infra-estruturadas e amplo suporte logístico.

## REFERÊNCIA

ANDRADE, Manuel Correia de. **Empresa e Integração Espacial**. In.: **Geografia econômica**. 12 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

ARRUDA, Carlos; ROSSI, Anderson; RENNÓ, Luisa. **Caso de Inovação: PIRELLI - Inovação para Performance e Sustentabilidade**. Casos FDC - Nova Lima - 2012 - CF1215. Disponível em: <<http://www.fdc.org.br/pt/publicacoes>>. Acesso em: 02/08/2016.

BEDIN, Gilmar Antonio. **A sociedade internacional contemporânea: as relações internacionais em transformação**. In.: \_\_\_\_\_, Gilmar Antonio. **A sociedade internacional e o século XXI: em busca da construção de uma ordem judicial justa e solidária**. Ijuí – Rio Grande do Sul. Editora Unijuí, 2001.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O consumo do espaço**. In: \_\_\_\_\_, Ana Fani Alessandri. (Org). **Novos caminhos da geografia**. São Paulo: Contexto, 1999.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Dimensões de análise das redes geográficas**. In: \_\_\_\_\_, Roberto Lobato. **Trajetórias geográficas**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Redes geográficas – cinco pontos para discussão**. In: VASCONCELOS, Pedro A.; SILVA, Sylvio Bandeira M. **Novos estudos de geografia urbana brasileira**. Salvador: Editora da Universidade Federal da Bahia, 1999.

CUNHA, Fábio César Alves da. **Redes técnicas e poder: a “relevância” dos agentes relevantes**. Geografia - Volume 11 - Número 2 - Jul/Dez. 2002.

FELTRIN, Ariverson; MORAES, Sonia. **Pirelli abre outra fábrica no Brasil**. Gazeta Mercantil, 01/12/2004, Transportes & Logística, p. A-10. Disponível em: <<https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/493485/noticia.htm?sequence=1>>. Acesso em: 17/08/2016.

GONÇALVES, Reinaldo. **Globalização e Desnacionalização**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

PIRELLI. **Pirelli apresenta plano industrial 2011-2013 e visão para 2015**. Milão, 04 NOV 2010. Disponível em: <<http://www.pirelli.com/tyre/br/pt/news/2010/11/04/pirelli-apresenta-plano-industrial-2011-2013-e-visao-para-2015/>>. Acesso em: 17/08/2016.

PIRELLI. **Pirelli completa 80 anos de atuação industrial e um século de história no Brasil**. Santo André - 02 JUL 2009. Disponível em: <<http://www.pirelli.com/tyre/br/pt/news/2009/07/02/pirelli-completa-80-anos-de%20atuacao-industrial-e-um-seculo-de-historia-no-brasil/>>. Acesso em: 17/08/2016.

PIRELLI. **Relatório de sustentabilidade**. América latina, 2010.

PIRELLI. **Relatório de sustentabilidade**. América Latina, 2011.

SANTOS, Milton. **Por uma geografia das redes.** In: \_\_\_\_\_, Milton. **A natureza do espaço:** Técnica e Tempo, Razão e Emoção. São Paulo: Ed. Hucitec, 1996.

TRINDADE, Gilmar Alves. **Globalização, Redes e Relação Mundo - Lugar:** Insistindo em um debate ainda não esgotado na geografia. GEONORDESTE, Ano XX, n. 2, 2009. (p. 11 – 34).