



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA,
CONTABILIDADE E SECRETARIADO EXECUTIVO
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

THIAGO DA SILVA PINÉO

ANÁLISE DOS EFEITOS DO AUMENTO DO IPI DOS CARROS IMPORTADOS
SOBRE A SOCIEDADE BRASILEIRA ATÉ 2012.

Fortaleza
Dezembro - 2013

THIAGO DA SILVA PINÉO

ANÁLISE DOS EFEITOS DO AUMENTO DO IPI DOS CARROS IMPORTADOS
SOBRE A SOCIEDADE BRASILEIRA ATÉ 2012.

Monografia apresentada à Faculdade de Economia,
Administração, Atuária, Contabilidade e Secretariado
Executivo, como requisito parcial para obtenção do grau
de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientadora: Prof^a. Eveline Barbosa Silva Carvalho

Fortaleza - CE

2013

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade

P716a Pinéo, Thiago da Silva.

Análise dos efeitos do aumento do IPI dos carros importados sobre a sociedade brasileira até 2012/ Thiago da Silva Pinéo - 2013.

43 f.: il.

Monografia (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Ciências Econômicas, Fortaleza, 2013.

Orientação: Profa. Dra. Evelini Barbosa Silva Carvalho.

1. Imposto sobre produtos industrializados 2. Veículos a motor I. Título

CDD 330

THIAGO DA SILVA PINÉO

ANÁLISE DOS EFEITOS DO AUMENTO DO IPI DOS CARROS IMPORTADOS
SOBRE A SOCIEDADE BRASILEIRA ATÉ 2012.

Esta monografia foi submetida à Coordenação do Curso de Ciências Econômicas, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas, outorgado pela Universidade Federal do Ceará – UFC e encontra-se à disposição dos interessados na Biblioteca da referida Universidade.

A citação de qualquer trecho desta monografia é permitida, desde que feita de acordo com as normas de ética científica.

Data da aprovação ____/____/____

_____ Profª Evelini Barbosa Silva Carvalho Professora Orientadora	Nota _____
_____ Profª. Mônica Alves Amarin Membro da Banca Examinadora	Nota _____
_____ Profª. Sandra Maria dos Santos Membro da Banca Examinadora	Nota _____

A minha amada esposa Liana Almeida e aos meus familiares Marluce Venâncio, Camila Maria e Luzanira Píneo.

“Quanto mais custoso, maior a satisfação da recompensa”.

Thiago Pinéo

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a DEUS que nos criou com capacidade e inteligência para entendermos Seus infinitos reflexos e beleza de sua criação.

A minha esposa Liana, por todo o carinho, compreensão, apoio e incentivo nestes dias intensos de trabalho.

Aos meus familiares que sempre estão ao meu lado me apoiando, em especial a minha querida mãe, irmã e avó, Marluce, Camila e Luzanira.

Aos amigos que mesmo distante tiveram sua importância em meu crescimento pessoal.

As Professoras da banca, por sua pronta ajuda e disponibilidade para com este trabalho, bem como pelos felizes conhecimentos transmitidos em suas disciplinas, de grande valia para a minha formação.

E a professora Eveline Barbosa, por toda a atenção, dedicação e direcionamentos para uma ótima conclusão deste projeto.

Sem vocês este trabalho não seria possível!

E aos demais, que de alguma forma contribuíram na elaboração desta monografia.

RESUMO

Este trabalho analisa o aumento da alíquota de IPI (imposto sobre produto industrializado) sobre os carros importados ocorrida em setembro de 2011. Relata a importância da indústria automobilística no Brasil, o resultado do aumento do imposto sobre os preços dos automóveis importados, a situação da demanda e oferta destes bens, os impactos sobre os consumidores e produtores e as consequências no bem-estar social do país. Por conta do aumento do referido imposto, verificou-se um aumento no preço unitário dos veículos importados, uma retração na oferta e na demanda destes bens, logo um aumento nos custos dos consumidores e produtores dos carros importados e uma perda de bem-estar social, portanto um custo para a sociedade brasileira.

Palavras-chave: Imposto sobre Produtos industrializados. Veículo automotor. Bem-estar da Sociedade.

ABSTRACT

This paper analyzes the increased rate of IPI (tax over industrialized products) on imported cars which took place in September 2011. Reports the importance of the automobile industry in Brazil, the result of the tax increase on imported car prices, the situation of demand and supply of these goods, the impacts on consumers and producers and the impact on the social well-being of the country. Due to the increase of this tax, there has been an increase in the unit price of the imported vehicles, a pullback in supply and demand of these goods, a rise in costs for consumers and producers of imported cars and a loss of social welfare, therefore a cost to the Brazilian society.

Key-words: Tax on industrialized products. Motor vehicle. Welfare of the society.

SUMÁRIO

DEDICATÓRIA.....	i
EPÍGRAFE.....	ii
AGRADECIMENTO.....	iii
RESUMO.....	iv
LISTA DE GRÁFICOS.....	vii
LISTA DE TABELAS.....	viii
1. INTRODUÇÃO.....	01
2. COBRANÇA DE TRIBUTOS.....	05
2.1 Política Fiscal.....	05
2.2 Políticas Anticíclicas.....	06
2.3 Tributos.....	07
2.4 Imposto sobre Produto Industrializado – IPI.....	07
2.5 Excedente do Consumidor.....	08
2.6 Excedente do Produtor.....	10
2.7 Impostos.....	11
3. METODOLOGIA.....	14
3.1 Bem-Estar Social.....	15
3.1.1 Equilíbrio Geral.....	16
3.1.2 Distribuição Ótima de Produtos.....	16
3.2 Produção, Vendas Internas de Veículos no Brasil.....	17
3.4 Quem Perde e Quem Ganha com a Medida.....	24
4. ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	27
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	30
6. REFERÊNCIAS.....	31

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 -	Excedente do consumidor a uma variação de preço P, em uma curva de demanda agregada.....	08
GRÁFICO 2 -	- Excedente do produtor a uma variação de preço P, em uma curva de oferta agregada.....	09.
GRÁFICO 3 -	Incidência de um imposto T sobre as curva de oferta e demanda.....	11
GRÁFICO 4 -	Produção total e vendas de autoveículos nos mercados interno e externo – De Jan 2004 a Dez 2009.....	17
GRÁFICO 5 -	Comportamento das vendas de automóveis importados por montadoras dos anos de 2007 a 2012.....	21
GRÁFICO 6 -	Oferta e demanda para os carros da KIA Motors.....	28

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 -	Dez modelos mais vendidos no Brasil no ano de 2012.....	18
TABELA 2 -	Mercado brasileiro de automóveis e comerciais leves. Vendas internas no atacado de 1991 a 2012.....	19
TABELA 3 -	Vendas de automóveis importados por montadoras dos anos de 2007 a 2012 no Brasil.....	20
TABELA 4 -	Vendas de automóveis nacionais por montadoras dos anos de 2007 a 2012 no Brasil.....	22
TABELA 5 -	Vendas de automóveis e comerciais leves no mês de março de 2011 no Brasil.....	24
TABELA 6 -	Preço dos 10 carros importados mais vendidos no Brasil antes do aumento do IPI e depois do aumento em 2011.....	27

INTRODUÇÃO

O início das atividades automobilísticas no Brasil ocorreu no ano de 1953 com a montagem da Kombi ainda pelo Grupo Brasmotor, feito totalmente com peças importadas. A indústria se instalou de fato em 1956, na cidade de Santa Bárbara d'Oeste (São Paulo).

Ainda nos anos 50, com incentivo do Governo Federal, a Volkswagen se instalou em São Bernardo do Campo e deu o primeiro passo na fabricação dos Volkswagen sedans com o famoso Fusca. Mais tarde vieram a Chevrolet e a Ford em 1968. Estas antes atuavam somente na fabricação de peças importadas.

Posteriormente em 1976 veio a Fiat (Fábrica Italiana de Automóveis – Turim), por incentivo do Governo de Minas Gerais, instalou-se em Betim, região metropolitana de Belo Horizonte. Estas quatro empresas juntas dominaram o mercado brasileiro até o final da década de 90. Até então as importações eram proibidas.

A partir da implantação do Plano Real e o reaquecimento do mercado brasileiro ainda nos anos 90, cresceu o número de carros importados no país, o que prejudicou o mercado interno para as fábricas de modelos nacionais. Por outro lado, incentivou a modernização da frota nacional como alternativa para a concorrência com o mercado estrangeiro, fato que motivou a vinda de novas fabricantes estrangeiras.

Outras montadoras e fabricantes como Renault, Peugeot, Citroën também se instalaram no Brasil, como foi o caso da Mercedes-Benz, que já fabricava caminhões, e montou sua fábrica em São Bernardo do Campo. Outras pequenas montadoras também foram sendo incorporadas às maiores.

Alguns fabricantes genuinamente brasileiros foram a Puma, Gurgel, Miura entre outros. A maioria não sobreviveu à abertura das importações e a competição com os modelos importados ocorrida no início dos anos 90, ou foram incorporadas à grandes montadoras como a Troller adquirida pela Ford em 2007.

No âmbito internacional, de acordo com a OICA (Organização Internacional dos Fabricantes de Veículos Automotores), a indústria automobilística mundial movimentou cerca de US\$ 2,5 trilhões no ano de 2005. Isso corresponderia ao sexto maior PIB mundial caso se atribuísse a um país.

GABRIEL et al., 2011, p. 2 apud Casotti e Goldenstein (2008, p.149) relata que essa indústria possui importantes encadeamento produtivos sobre outros setores, como por exemplo o setor da borracha, vidro e aço. Emprega pouco mais de oito milhões de

funcionários diretamente e a cada emprego direto é gerado mais cinco indiretos, se incluir o setor de autopeças.

Além da importância econômica, a indústria automobilística tem sido a desenvolvedora de novos processos tecnológicos e novos modelos de gestão fabril, como por exemplo o Toyotismo e o Fordismo. No último século, foi a responsável pelas principais mudanças ocorridas no processo produtivo de toda a cadeia industrial, desenvolvendo novas técnicas de produção e fundando o que hoje se conhece por Indústria Moderna.

O automóvel desde os anos 60 vem sendo protagonista da indústria brasileira. Porém é a partir de 2002, num governo com um modelo econômico de incentivo ao consumo por meio de programas de bem-estar social, aumentos salariais e expansão do acesso ao crédito, que essa indústria teve uma “explosão”.

Esse governo teve tanto êxito no estímulo a indústria automobilística que ver-se hoje em quase todas as capitais do país uma quantidade imensa de carros. Muitas vezes bem maior do que a estrutura da cidade poderia suportar. E esses números são, a cada dia, mais crescentes.

O *Financial Times*, um diário britânico de grande influência na Inglaterra, afirma que desde 2002 a frota de veículos no Brasil mais do que dobrou chegando em 2012 a uma cifra de quase 79 milhões de veículos por conta dos incentivos do governo, levando o país a ocupar o quarto maior mercado automotivo do mundo.

Segundo a ANFAVEA (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores), o Brasil teve durante todo o ano de 2011 um total de 2.775.327 veículos licenciados incluindo caminhões e ônibus. Ainda existe uma alta concentração destes veículos nas montadoras Volkswagen, Ford, Fiat e GM, líderes do mercado. Aproximadamente 82,53% da produção está praticamente concentradas nas regiões metropolitanas do sul e sudeste brasileiro.

Segundo dados da ABEIVA (Associação Brasileira de Empresas Importadoras de Veículos Automotores), a quantidade de venda de carros importados era cerca de 5,77% da produção local em 2011. Isso inclui os carros produzidos no Mercosul, México e outros países. Em números equivale a cerca de 197.686 carros vendidos no mesmo período observado.

Conforme Decreto 7565, publicado no Diário Oficial da União em 15 de setembro de 2011, é declarado o aumento do IPI sobre os veículos importados. Para evitar o aumento do imposto, as montadoras têm de cumprir três dos quatro seguintes pré-requisitos:

- I. montadora ter no mínimo 65% das peças fabricadas no Brasil;
- II. cumprir no país pelo menos oito, do total de doze etapas de fabricação dos carros leves (nos automóveis pesados, são dez, de quatorze etapas), elevando gradualmente esse número mínimo;
- III. aderir ao programa de etiquetagem para consumo eficiente de combustível para pelo menos 25% dos automóveis produzidos em 2013, até chegar a 100% em 2017;
- IV. investir no mínimo 0,5% da receita operacional bruta em engenharia nacional, até chegar a 1% em 2017 - investir pelo menos 0,15% em inovação desenvolvida no Brasil (até chegar a 0,5% em 2017).

Conforme o Ministro da Fazenda Guido Mantega, na audiência pública na Comissão de Fiscalização Financeira e Controle da Câmara em 2011, o impacto sobre os preços finais do aumento do imposto será de 25% a 30%. No caso dos automóveis até mil cilindradas, o IPI passará de 7% para 37%. Para os veículos acima de mil a 2 mil cilindradas excluídos dos benefícios, a alíquota, atualmente entre 11% e 13%, subirá para 41% a 43%.

Nesta audiência pública para explicar o aumento do imposto, MANTEGA (2011) falou que a decisão do governo de aumentar o Imposto sobre Produtos Importados (IPI) para carros importados tem como objetivo fazer com que o país consiga competir na guerra cambial instalada com a crise mundial. Além da desvalorização excessiva de outras moedas, o Brasil, segundo o ministro, tem de enfrentar o que ele chamou de "vale-tudo" no comércio entre os países com práticas como a adoção de "subsídios disfarçados".

O ministro afirmou em relação aos investimentos nacionais que o aumento do IPI para carros importados vai gerar investimentos no País, já que algumas montadoras decidiram se instalar no Brasil para escapar do reajuste anunciado pelo governo. Segundo ele, os planos das montadoras de investimentos no Brasil são de 21 bilhões de dólares (cerca de R\$ 35 bilhões) até 2015.

O ministro acrescentou que o governo quis proteger os empregos nacionais com a medida. Também previu um cenário mundial de crise para os próximos anos. Segundo ele, “a situação econômica na Europa e nos Estados Unidos pode resultar em uma nova crise financeira como a de 2008 e em recessão. No Brasil, o ministro lembrou que essa situação

tem gerado um aumento das importações, por causa da guerra cambial (desvalorização excessiva de outras moedas)”.

Conforme o Ministério da Fazenda, o impacto sobre os preços finais do aumento do imposto é de 25% a 30%. No caso dos automóveis até mil cilindradas, o IPI passou de 7% para 37%. Para os veículos acima de mil a dois mil cilindradas, a alíquota, que variava entre 11% e 13%, subiu para 41% a 43%.

O presente trabalho tem como objetivo analisar os efeitos causados pelo aumento da alíquota do IPI sobre o carro importado na sociedade brasileira e suas consequências no bem-estar dos consumidores de automóveis em todo o país. A análise se dará no período a partir da vigência da medida provisória do governo brasileiro que determinou o fato.

Para cumprimento do objetivo, este trabalho estará dividido em mais quatro seções além desta introdução. Na seção dois apresenta-se o referencial teórico a cerca da cobrança de tributos, impostos e análise do comportamento da oferta e demanda. Na seção três explica-se a metodologia, juntamente com os dados coletados a cerca da indústria automobilística do Brasil. Na seção quatro analisam-se os efeitos da alíquota de acordo com os dados coletados na seção anterior e suas consequências sobre o bem-estar. E, por fim, são realizadas as considerações finais.

2 – COBRANÇA DE TRIBUTOS

O governo brasileiro utiliza uma série de medidas para intervenção na economia. Estas ações buscam regular o mercado de acordo com o critério do Governo Federal: conter as oscilações existentes no mercado capitalista, captar recursos para uma melhor redistribuição de renda, para investimentos públicos e ações de cunho social.

2.1 – Política Fiscal

Falar de arrecadação ou gastos estatais é falar de política fiscal. Esta é definida por SANTIAGO (2011, p. 1) como o nome dado as ações de arrecadação feitas pelo governo destinadas a ajustar seus níveis de gastos. Juntamente com a política monetária, busca influenciar diferentes aspectos da economia: comportamento da moeda, nível de arrecadação governamental, juros, gastos estatais entre outros. Todo governo irá utilizar as duas políticas estrategicamente de acordo com o cenário econômico mundial e conforme seus interesses.

A forma de arrecadação de recursos pela política fiscal se dá através da aplicação de impostos. Isso ocorre também no setor tributário, modificando as despesas do setor privado. Segundo SANTIAGO (2011):

“Uma maior arrecadação de impostos irá influenciar diretamente a disponibilidade de moeda no mercado, provocando uma redução de recursos que particulares poderão destinar ao consumo e à poupança. Assim, quanto maior a carga de impostos ditada pela política fiscal do governo haverá menor renda disponível para a população em geral, inibindo o consumo. Esta é uma das armas disponíveis aos governos para controlarem a taxa de inflação, pois tem como objetivo atingir a demanda.”

O governo arrecada receitas para custear os seus ônus através da taxação, a imposição de impostos sobre o país. Os impostos cobrados pelo governo também podem afetar a demanda agregada da economia, porém de forma indireta. O consumo das famílias, um dos componentes da demanda agregada, depende da renda disponível das famílias. Essa, por sua vez, é definida como a renda que as famílias auferem (através do trabalho e de ganhos de capital) menos os impostos que elas pagam. Assim, o governo, ao aumentar os impostos, diminui a renda disponível e, dessa forma, diminui o consumo das famílias. O contrário também é verdade: o governo, ao diminuir os impostos, aumenta a renda disponível das famílias, que podem utilizar parte desse ganho para aumentar seu consumo.

ESCÓSSIA (2009, p. 1) fala que quando a economia está com tendência de queda na atividade comercial, o governo pode usar o corte de impostos para estimulá-la. No entanto, se a intenção é diminuir o nível da atividade os impostos irão aumentar. Além disso, qualquer aumento de impostos ou criação de um novo só poderá entrar em vigor no próximo ano da data de sua promulgação.

A política fiscal é baseada nas teorias do economista britânico John Maynard Keynes. Essa teoria estabelece que os governos devem influenciar os níveis de produtividade macroeconômicos diminuindo ou aumentando os níveis dos tributos e os gastos públicos. Essa influência, por sua vez, segura a inflação, esse por sua vez, pode ser considerada saudável quando está em um nível entre 2-3%, já que aumenta o nível de emprego e conseqüentemente mantém uma valorização da moeda nacional.

2.2 – Políticas Anticíclicas

Gradualmente, a partir da crise de 1929, foi sendo reconhecida a necessidade de uma intervenção do governo no âmbito econômico, controlando possíveis excessos danosos às contas do país.

A economia do mercado capitalista funciona com ciclos econômicos de expansão e contração, desta forma é necessária à intervenção do governo na economia para estabilizar o mercado adotando políticas anticíclicas.

A Política Anticíclica ocorre no momento em que o governo por meio da autoridade fiscal ou monetária realiza políticas econômicas de maneira a interferir na demanda agregada (quantidade de bens ou serviços que os consumidores estão dispostos a adquirir em determinado período de tempo e por determinado preço).

De acordo com PINHEIRO (2009, p. 1), o governo dispõe de três alternativas para o controle anticíclico: as políticas monetária e fiscal e o crédito público. Este último praticamente não é usado devido à demora na resposta dos resultados esperados, pois é preciso selecionar empresas financeiramente saudáveis para emprestar. Além disso, em um momento de contração, a demanda por investimento cai e as empresas dispostas a adquirir o crédito são as mais arriscadas. Por isso, essas empresas são as primeiras a serem abandonadas pelos bancos privados: trabalhar com elas pode aumentar a inadimplência futura.

Por outro lado, as políticas monetária e fiscal são mais fáceis de serem aplicadas e produzem efeitos relativamente mais rápidos sobre a demanda e a inflação. A política fiscal é a opção preferida, pois aumenta o consumo e o investimento público gerando renda que

posterior será gasta por famílias e empresas. Porém, o autor alerta que este tipo de política aumenta a dívida pública e cria um ônus para futuras gerações com mais impostos e menos crescimento.

Quanto à política monetária, o autor argumenta que havia certa preferência pela política monetária, sendo no último quarto de século o mecanismo mais utilizado por ser uma política fácil de manejar e apresentando impacto rápido sobre demanda e inflação, porém frente às crises econômicas, esta política se mostrou insuficiente para conter a queda na demanda.

2.3 – Tributos

A carga tributária faz parte do dia-a-dia da população de qualquer país. A maioria dos produtos que se compra, ou serviços prestados traz embutido os impostos, as contribuições, taxas, que são pagos pelo consumidor ou denominado de contribuintes (pessoas físicas ou jurídicas que pagam os tributos).

O conceito legal de tributos esta previsto no artigo 3º do CTN (Código Tributário Nacional):

“Art. 3º Tributo é toda prestação pecuniária compulsória, em moeda ou cujo valor nela se possa exprimir, que não constitua sanção de ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada.”

O Sistema Tributário Nacional está sustentado pelo artigo 145 a 156 da Constituição Federal, onde se encontra definido os princípios gerais da Tributação, que por sua vez está regulamentada por meio do Código Tributário Nacional. Por meio do artigo 145 a Constituição Federal regulamenta a existência de três tributos que são da competência da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, sendo eles: os impostos, as taxas e as contribuições de melhoria, decorrente de obras públicas.

2.4 – Imposto Sobre Produto Industrializado - IPI

O Imposto sobre Produto Industrializado (IPI) é um dos vários tributos da sociedade brasileira, típico da sociedade industrial. Surge com a lei federal nº 25, de 03/12/1891, embora haja indícios de seu surgimento na época imperial.

O IPI legaliza-se na Constituição Federal, artigo 150, no Código Tributário Nacional aprovado pela lei 5.172 de 25/10/1966, o qual destina e caracteriza os limites da hipótese do tributo, pela lei 4.502 de 1964 e pela RIPI, Regulamento do Imposto sobre Produto Industrializado, aprovado pelo decreto 4.544/2002, normas destinadas a regulamentar a instituição do tributo.

De acordo com o Decreto nº 7.212 de 15 de julho de 2010, o qual regulamenta a cobrança, fiscalização, arrecadação e administração do IPI, este incide sobre os produtos industrializados nacionais e estrangeiros de acordo com as especificações contidas na tabela de incidência do tributo.

O IPI define também o produto industrializado caracterizado por qualquer operação que modifique a natureza, o funcionamento, o acabamento, a apresentação ou a finalidade do produto, ou o aperfeiçoe para o consumo, sendo irrelevantes para caracterizar como industrialização o tipo de processo usado para a transformação do produto.

O IPI também tem uma característica de seletividade, podendo dizer que o imposto onera mais os produtos que são menos essenciais, ou seja, produtos de caráter supérfluo devem ter a carga tributária mais elevada, por exemplo, os cigarros têm alíquotas maiores do que os produtos que são considerados essenciais. Isso é uma particularidade extrafiscal do imposto.

Diante disso nota-se a natureza extrafiscal do IPI, porque além de servir para a arrecadação tributária, serve de instrumento para o controle e intervenção de setores da economia nacional.

2.5 – Excedente do Consumidor

O excedente do consumidor é definido por VARIAN (1994, p. 271) como termo que mede os benefícios de consumir n unidades do bem discreto: a utilidade $v(n)$ menos a redução no gasto de consumo no outro bem.

Para se entender no Gráfico 1, a área que determina o excedente do consumidor utilizou-se a curva de demanda, uma curva que relaciona a quantidade demandada aos preços. Ela descreve a quantidade demandada a cada preço possível.

Nesta análise também se deve utilizar o conceito de utilidade quase-linear. Conforme VARIAN (1994, p. 274), o preço, ao qual o consumidor está disposto a comprar alguma quantidade do bem 1, dependerá de quanto dinheiro ele dispuser para consumir em outros

bens. Isso significa que, em geral, os preços de reserva do bem 1 dependerão da quantidade do bem 2 que estiver sendo consumida.

No entanto, no caso da utilidade quasilinear, os preços de reserva independem da quantidade de recurso que o consumidor tem para gastar com outros bens. Ou seja, com a utilidade quasilinear não há “efeito renda”, dado que variações da renda não afetam a demanda. Usar a área abaixo da curva de demanda para medir a utilidade só será completamente correto quando a função de utilidade for quasilinear.

Geralmente não se procura interpretar o nível absoluto do excedente do consumidor, e sim a variação do excedente do consumidor devido a alguma variação política. Segue no Gráfico 1 um exemplo para ser entendido com mais convicção como varia o excedente do consumidor.

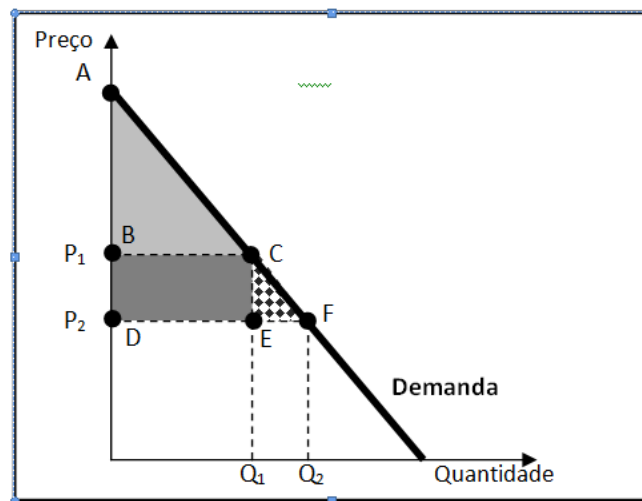


Gráfico 1

Excedente do consumidor a uma variação de preço P , em uma curva de demanda agregada.

Fonte: Autor

Como demonstrado acima, o excedente do consumidor inicial, a um dado preço P_1 , é igual à área sombreada mais clara, correspondente à área do triângulo ABC. Agora, a um preço P_2 menor que P_1 , temos que o excedente do consumidor para os compradores iniciais (isso é, aqueles que compram esse produto quando o preço é igual a P_1) aumenta, como se pode ver pela área sombreada mais escura, correspondente ao retângulo BCED. Além disso, há uma nova quantidade de compradores ($Q_2 - Q_1$) disposta a também adquirir esse produto, caso seja comercializado ao preço P_2 . Tem-se, assim, que o excedente do consumidor para os

novos compradores corresponde à área quadriculada no Gráfico 1, correspondente à área do triângulo CEF. Desse modo, tem-se que o excedente do consumidor total a um preço P2 equivale ao somatório das áreas do triângulo ABC, do retângulo BCED e do triângulo CEF, ou simplesmente à área do triângulo maior ADF.

Portanto, o excedente do consumidor mede objetivamente o benefício que o consumidor recebe ao adquirir um bem, de acordo com o seu próprio ponto de vista. O excedente do consumidor é, então, uma medida do bem-estar econômico, e quanto maior o seu valor, maior o benefício aos consumidores desse mercado.

2.6 – Excedente do Produtor

Vale lembrar que curva de oferta mede simplesmente a quantidade de um bem que seria ofertada a cada possível preço. Esta curva é positivamente inclinada no gráfico, onde relacionamos o preço com a quantidade ofertada. Esse bem pode ser ofertado por um indivíduo ou por uma firma, sendo este último o mais usual nas análises.

Segundo VARIAN (1994, p. 282), assim como a área abaixo da curva de demanda mede o excedente do consumidor, a área acima da curva de oferta mede o excedente desfrutado pelos ofertantes de um bem, chamada de excedente do produtor.

Do mesmo modo que se pode mensurar o excedente do consumidor em um mercado maior, por meio das relações estabelecidas entre preço e quantidade no Gráfico 1 que representa a curva de demanda, conforme mostrado anteriormente, pode-se também calcular o valor do excedente do produtor por meio das relações entre preço e quantidade, como no Gráfico 2, que representa a curva de oferta agregada.

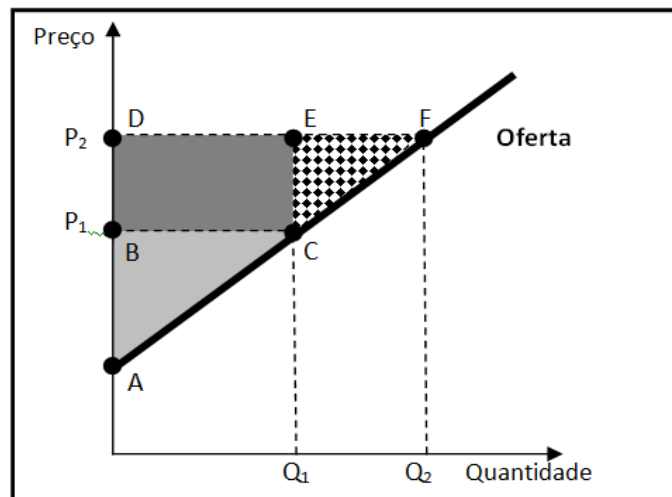


Gráfico 2

Excedente do produtor a uma variação de preço P , em uma curva de oferta agregada.

Fonte: Autor

O excedente do produtor ao preço P_1 é igual à área delimitada pela curva de oferta e esse preço, ou seja, corresponde à área do triângulo ABC . O excedente adicional em P_2 para os primeiros produtores, ou seja, aqueles que já possuíam excedente do produtor em P_1 (Q_1), é igual à área do retângulo $BCED$, sombreado mais escuro. O excedente do produtor para os novos produtores, ou seja, aqueles que não produziam em P_1 ($Q_2 - Q_1$) é igual à área quadriculada, que é correspondente à área do triângulo CEF . Temos, portanto, que o excedente do produtor total em P_2 é igual à soma das áreas do triângulo ABC , do retângulo $BCED$ e do triângulo CEF , ou simplesmente à área do triângulo maior ADF .

Dessa maneira, o excedente do produtor mede objetivamente o benefício que o produtor recebe ao vender um bem, de acordo com o seu próprio ponto de vista. O excedente do produtor também é, portanto, uma medida do bem-estar econômico, e quanto maior o seu valor, maior o benefício aos produtores desse mercado.

2.7 – Impostos

Segundo VARIAN (1994, p. 30), os impostos consistem num instrumento de política econômica que afeta a restrição orçamentária do consumidor. Por exemplo, se o governo impõe um imposto sobre quantidade, isso significa que o consumidor irá pagar certa quantia

em cada unidade consumida deste bem. Também é um instrumento que o governo usa para captar receitas e financiar-se.

O Gráfico 3 ilustrar-se o caso de um imposto específico no valor de R\$ T por unidade produzida e vendida do bem X. A introdução desse imposto cria uma divergência entre o preço pago pelos consumidores e o preço recebido pelos produtores. Isto é, além de haver uma redução no volume de transações no mercado, o imposto cria uma distorção, de modo que passam a existir dois preços de equilíbrio, em vez de apenas um. Em outras palavras, esse imposto cria uma cunha entre o preço de demanda (preço pago pelos consumidores) e o preço de oferta (preço recebido pelos produtores), cuja diferença é exatamente o valor do imposto T.

A incorporação de um imposto específico incidindo sobre os produtores, é mostrada no Gráfico 3 como um deslocamento da curva de oferta S para a posição S' pelo exato valor do imposto, ou seja, por T. A nova curva de oferta S' mostra o quanto os produtores estão dispostos a ofertar ao preço líquido $p_s = p_d - T$. Com o imposto, o novo ponto de equilíbrio é determinado pela interseção entre essa nova curva de oferta e a curva de demanda (ponto E' no mesmo gráfico). Em consequência desse imposto, o preço pago pelos consumidores aumenta de p^* para p_d^* , o preço recebido pelos produtores cai de p^* para p_s^* (com a diferença $T = p_d^* - p_s^*$ sendo drenado para o governo como receita) e a quantidade de equilíbrio reduz-se para x^{**}

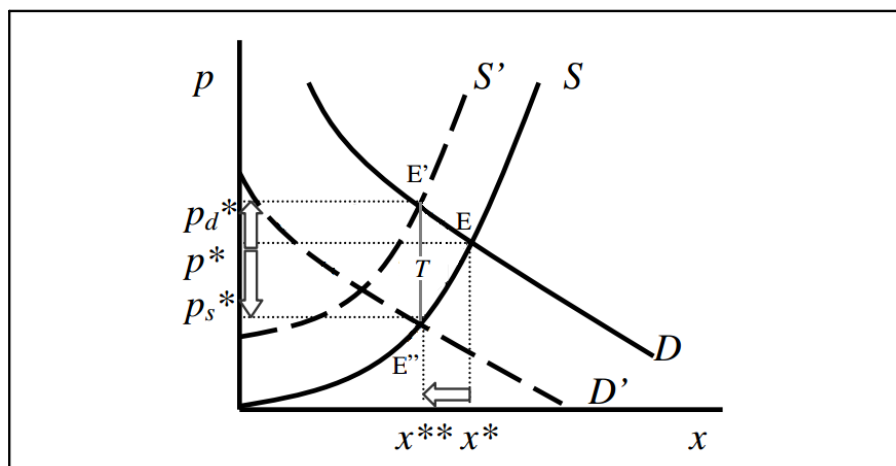


Gráfico 3

Incidência de um imposto T sobre as curva de oferta e demanda.

Fonte: CARREIRA, F., p. 34.

De forma análoga, a incorporação de um imposto específico incidindo agora sobre os consumidores pode ser interpretada como um deslocamento da curva de demanda para a

posição D' , pelo exato valor do imposto. Essa nova curva de demanda D' , mostra, para cada preço de mercado $p_d = p_s + T$, a respectiva quantidade desse bem que os consumidores estariam dispostos a demandar. Nesse caso específico, o equilíbrio após a imposição desse imposto se desloca para o ponto E'' . Esse ponto é determinado pela interseção da nova curva de demanda, D' , e a curva de oferta S . Em consequência, o preço recebido pelos produtores cai de p^* para p_s^* ; o preço pago pelos consumidores aumenta de p^* para p_d^* ; e a quantidade transacionada reduz-se para x^{**} .

Embora o ajustamento do imposto incidindo sobre os consumidores tenha se mostrado diferente daquele incidindo sobre os produtores, o efeito final é o mesmo. Portanto, não importa se o imposto incide sobre os produtores (deslocamento da curva de oferta) ou sobre os consumidores (deslocamento da curva de demanda), o efeito final é o mesmo, ou seja, aumento do preço pago pelos consumidores, $p_d^* > p^*$; redução do preço recebido pelos produtores $p_s^* < p^*$; e diminuição do nível de transações $x^{**} < x^*$.

3 – METODOLOGIA

Nesta sessão, serão abordados assuntos referentes ao tipo de pesquisa que foi realizada. A abordagem que foi feita para a obtenção dos dados relativos ao tema principal, à unidade de estudo que será tomada, bem como as suas devidas limitações na aquisição das variáveis descritas. Assim, essa seção visa descrever o conjunto de abordagens e técnicas científicas que serão utilizados para formulação e resolução dos problemas, bem como, a descrição dos procedimentos utilizados para a obtenção dos dados.

Esta obra constitui-se de uma pesquisa descritiva quanto aos seus objetivos, já que aborda a descrição do aumento da alíquota do IPI sobre os carros importados, tendo como enfoque principal a análise do comportamento do bem-estar social, no ano de 2012, com base em um levantamento de dados estatísticos oriundos de fontes secundárias.

Deste modo, será feita uma exposição dos dados coletados, tomando em conta uma série de tempo bem definida, expondo a real situação do mercado de automóveis, a influencia do aumento da alíquota de IPI sobre este mercado e os impactos no bem-estar da população em geral.

A pesquisa pode ainda, ser classificada como bibliográfica, no que diz respeito aos procedimentos de classificação técnica por ter como apoio primordial a utilização de um referencial teórico já elaborado, obtendo como vantagem, o fato de propiciar uma cobertura muito mais ampla em relação ao contexto geral.

Em relação à coleta e tratamento dos dados obtidos, utilizaram-se dados prontos, elaborados a partir de fontes de terceiros, citando como principais referências, fontes que trazem referenciais estatísticos e teóricos referentes ao tema proposto do trabalho. Os principais, site da ANFAVEA (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores), FENABRAVE (Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores), site da ABEIVA (Associação Brasileira das Empresas Importadoras de Veículos Automotores), site da ANEF (Associação Nacional das Empresas de Financeiras das Montadoras), site da FIPE (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas) dentre outros.

Os dados foram analisados de forma quantitativa, indicando as principais variáveis, a fim de apresentar um diagnóstico característico sobre o bem-estar da população brasileira após aumento do IPI sobre os carros importados. A partir disso, foram elaboradas várias tabelas e gráficos com os dados coletados, a fim de demonstrar com clareza e contundência a real situação do mercado de automóveis e sua influência na sociedade.

3.1 – Bem-Estar Social

De acordo com Pierson (1996), o bem-estar social é um conjunto articulado de políticas e instituições que expressam o reconhecimento da responsabilidade pública sobre o bem-estar social (entendido como bem-estar de indivíduos e grupos dentro da sociedade), a partir do entendimento de que este não pode ser garantido pelas instituições de uma economia de mercado em seu funcionamento normal.

A Economia do Bem-estar tem lugar em diversos ambitos importantes, frente à análise de alocação dos recursos escassos da sociedade, já que direciona sua filosofia por um caminho de justiça e igualdade para toda a população. Toda discussão que envolve o mecanismo de pesquisa neste campo está montada em teoremas que definem todo o procedimento do assunto. Os teoremas que regulamentam a Economia do Bem-estar, segundo BAUMOL (1972), são os seguintes:

- I - “No mundo da concorrência perfeita a tarifa deve resultar na grande alocação de recursos, e na redução no bem-estar social líquido quando todas as nações afetadas são consideradas juntas;
- II - De qualquer maneira, é necessário restringir o uso de um número de produtos, é melhor fazer assim, pelo significado do sistema de ponto racional, em que para cada consumidor, é designado um igual número de pontos para ser usado por sua preferência. Este é melhor que o mais usual método de designação de um montante de cada bem para cada consumidor;
- III - Se o governo decide obter algum montante de dinheiro pelo significado da tributação, é melhor que assim faça pela tributação sobre a renda, do que a tributação sobre o consumo, ou venda”.

A ideia central deste último teorema é que um contribuinte, como tem X unidades monetárias tomadas pelo imposto de renda; pode, se ele quiser, ter sempre recursos para comprar as combinações de bens que são preferidas das suas combinações avaliáveis, se ele tem exatamente, o mesmo montante tomado pelo imposto sobre venda, ou sobre alguns produtos. Uma tributação sobre a venda ou consumo, torna o produto mais caro, prejudicando, o acesso de outras pessoas ao produto.

Vilfredo PARETO (1897) foi um italiano que trabalhou o bem-estar social fortemente em seu tempo, propondo um ótimo que ficou com o seu nome e diz o seguinte: “o ótimo é aquele em que a produção e a distribuição não podem ser reorganizadas de modo a aumentar a utilidade de um ou mais indivíduos sem diminuir de outros”.

O critério de Pareto fala sobre um equilíbrio geral no consumo e produção, recorda o seu nível de eficiência, sabendo que é uma situação onde qualquer mudança na estrutura da

economia faz com que alguns ganhem e outros percam, devido a todos já estarem no equilíbrio econômico e social.

3.1.1 – Equilíbrio Geral

Não se pode falar de Economia do Bem-estar se não tiver uma política de melhoramento das alocações de recursos, com a distribuição de insumos para vários produtos e a distribuição de produtos para vários consumidores. Isso só fará sentido se tiver o objetivo de alcançar o ótimo definido por Pareto (1927).

Isso é um gargalo de equilíbrio geral, pois se são destinados recursos para as indústrias, eles devem ser destinados de outras e o inter-relacionamento constitui o centro da matéria. A grande dificuldade da determinação do ótimo da produção de vários produtos produzidos na economia aumenta por conta da quantidade de recursos serem limitados.

A alocação ótima de recurso de dois bens no mercado é um tema de relativa urgência da demanda e seus relativos custos de produção. Logo, o nível ótimo de produção de um produto não deve ser destinado isoladamente, em comparação com outros produtos com que compete para os recursos limitados da sociedade.

Desta forma, o equilíbrio geral pela alocação dos recursos de uma economia se dará quando a taxa marginal de substituição técnica entre dois fatores para a produção de um bem for igual para todos os bens da economia, ou seja, quando a taxa de substitutibilidade dos mesmos, for igual para todas as indústrias produtoras destes bens.

3.1.2 – Distribuição Ótima de Produtos

Para GONZAGA (2011, p. 12) são três as condições essenciais para uma alocação ótima na distribuição dos bens entre os consumidores num mercado, considerando as hipóteses de concorrência perfeita e um mercado ilimitado: alocação ótima de bens para consumidores, alocação ótima dos insumos na empresa e alocação ótima para o mercado.

Para uma melhor análise dessas condições é necessário levar em conta uma economia com dois produtos, dois consumidores, dois fatores de produção e uma economia simples.

A condição de alocação ótima de bens para consumidores diz respeito a um equilíbrio na troca entre consumidores. Este equilíbrio existe quando ambos estão satisfeitos e suas utilidades estão supridas de tal forma que qualquer alteração nelas irá gerar uma insatisfação,

ou seja, um ganha quando outro perde, como descreve o pensamento pareteano. Essa condição de equilíbrio deve ser atribuída a todos os integrantes de uma economia, não se limitando somente a dois ou três indivíduos.

Na alocação ótima dos insumos na empresa, o equilíbrio geral será possível quando todos os recursos estiverem plenamente empregados, de tal maneira que, qualquer redistribuição implicará na não produção de determinado produto. Ou seja, qualquer desequilíbrio levará a um reajuste que será feito pela negociação, pois um pode sair ganhando sem prejudicar o outro, até chegar ao ótimo de Pareto, portanto equilíbrio.

Nesta igualdade anteriormente mencionada, Luiz (2011) fala que a condição geral para o equilíbrio na produção em uma economia, é aquela onde:

“a taxa marginal de substituição técnica entre os dois fatores de produção: trabalho e capital é igual para N bens. A taxa marginal de substituição técnica significa a relação entre as produtividades marginais do trabalho com o capital para determinado bem em questão”.

Chama-se de curva de conflito ou contrato as combinações ótimas dos fatores produtivos no sistema econômico que são determinados pela igualdade das taxas marginais de substituição técnica do trabalho e do capital. Desta curva de contrato deriva-se a curva de transformação que exprime as diversas produções da economia, ou indica o que a economia deseja para satisfazer a demanda efetiva nacional.

E por último, o conceito de distribuição ótima no mercado. Para se demonstrar é necessário levar em consideração o equilíbrio de produção, sabendo que o mercado é composto de consumidores e produtores, onde ambos não devem tirar proveito um do outro, pelo contrario, devem deixar a economia seguir sempre num ótimo, de acordo com Pareto.

GONZAGA (2011) afirma que nas trocas, a taxa marginal de substituição entre dois bens deve ser igual para todos os consumidores. Por outro lado, para a produção, o equilíbrio se dá onde a taxa marginal de substituição técnica é igual para todos os produtores na economia. E ainda, no mercado a distribuição ótima é aquela onde a taxa marginal de transformação é igual à taxa marginal de substituição entre os bens, daí tem-se, entretanto, distribuídos os bens e determinados os preços dos produtos e o preço dos fatores empregados.

3.2 – Produção, Vendas Internas de Veículos no Brasil

O Brasil é hoje o sétimo maior produtor de veículos do mundo, e conta com um parque industrial fortemente estruturado, onde possui fábricas modernas das principais montadoras do mundo. Da mesma forma que ocorre em vários outros países industrializados, o setor automotivo responde por uma parcela significativa das atividades produtivas.

A participação do setor no Produto Interno Bruto (PIB) da indústria saltou 45,6% em 11 anos, passando de 12,5% em 2000, para 18,2% em 2011. As empresas filiadas à Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA) empregam cerca de 100 mil pessoas. Estima-se que o setor automotivo atinja mais 1,5 milhão de postos de trabalho de empregos diretos e indiretos.

O crescimento médio anual da produção e da venda de veículos no país foi de 13% ao ano entre 2004 e 2007. O responsável por grande parte deste crescimento foi o mercado interno, uma vez que a exportação de veículos automotores não foi muito bem e cresceu somente até 2005, apresentando uma queda nos anos seguintes, sem retornar ao pico de 897 mil unidades no ano referido.

Em 2007, em relação ao ano anterior, na produção e nas vendas de veículos automotores, se pôde verificar um aumento de 14% e 28%, respectivamente. O aumento na renda das famílias, o acesso ao crédito, a melhora do emprego com carteira assinada e o progresso da classe C contribuíram para este quadro.

Em setembro de 2008, as vendas de veículos automotores estavam 30% maiores que as vendas do mesmo mês de 2007, e a produção cresciam próximos a 20%, mantida a mesma base de comparação. Essa crescente foi repentinamente interrompida pelo agravamento da crise financeira internacional em outubro de 2008, quando os sinais de desaceleração na trajetória de crescimento da indústria automobilística brasileira começaram a ficar mais nítidos.

No final de 2008, notou-se uma diminuição acentuada nas vendas e na produção. Porém, depois de novembro do mesmo ano, as empresas adotaram medidas como redução de turnos de trabalho e concessão de férias coletivas, para combater à retração da atividade.

No início de dezembro, o governo federal anunciou medidas anticíclicas de socorro ao setor automotivo mediante uma redução da alíquota do IPI que incide sobre o preço de veículos. A medida aqueceu o consumo e as vendas no mercado interno começaram a se recuperar mais acentuadamente a partir de março de 2009, conforme evidenciado no Gráfico 4.

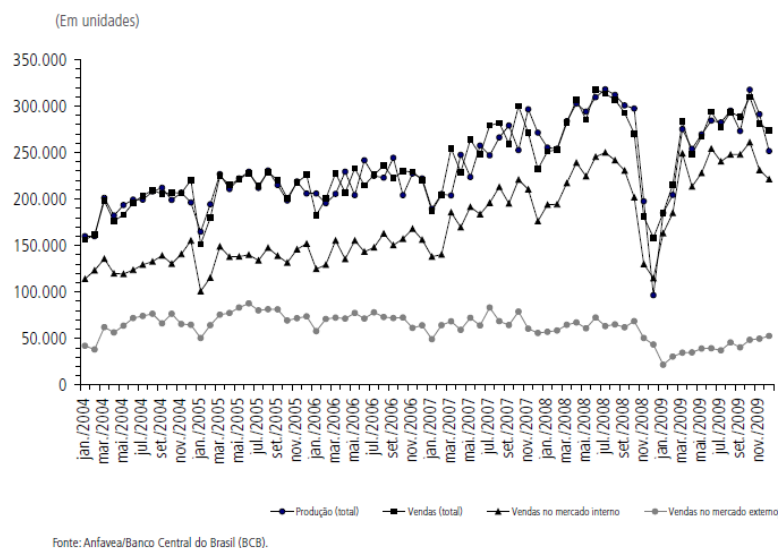


Gráfico 4

Produção total e vendas de autoveículos nos mercados interno e externo – De Jan 2004 a Dez 2009.

O comportamento do setor ao longo do período indicado no Gráfico 4 está conjuntamente associada à trajetória do crédito automotivo, uma vez que cerca de 70% do total de automóveis comercializados e 90% dos caminhões e ônibus são realizados através de financiamentos, consórcio ou leasing, segundo a Associação Nacional das Empresas Financeiras das Montadoras (ANEF).

Uma explicação para a expansão do crédito automotivo foi a queda das taxas de juros e o alargamento do prazo de financiamento dos veículos, que passou de 24 meses, em 2000, para até 84 meses, em 2007 permanecendo com uma média de 60 meses nos dias atuais. Também mudanças institucionais no mercado de crédito brasileiro, como a propagação do instituto da alienação fiduciária que influenciou a redução do risco de crédito, possivelmente contagiaram o cenário crescente a este tipo de operação.

Antes da abertura das importações, no início dos anos 90, o brasileiro que desejasse adquirir um automóvel quase certamente optaria por modelos das marcas Chevrolet, Volkswagen, Fiat e Ford. E não porque elas fossem as melhores do mercado e sim porque quase não havia outras opções, salvo algumas exceções como extinta Gurgel.

Desde então, o número de marcas dos carros que rodam no País só aumenta a ponto de hoje termos cerca de 50 marcas diferentes atuando no Brasil. Sinal inequívoco da importância do nosso mercado, hoje o 4º do mundo em vendas. O que impressiona é que nem mesmo os entraves que o governo criou para impedir o acesso livre de veículos importados têm tirado o apetite de fabricantes pelo mundo.

Na Tabela 1 é possível identificar os dez modelos mais vendidos no Brasil no ano de 2012.

Tabela 1

Dez modelos mais vendidos no Brasil no ano de 2012.

RANKING	CARRO	Fabricante	Total de unidades vendidas no ano
1	Gol	Volkswagen	293.323
2	Uno	Fiat	255.851
3	Palio	Fiat	186.393
4	Fox/CrossFox	Volkswagen	167.706
5	Celta	Chevrolet	137.622
6	Strada	Fiat	117.441
7	Fiesta Hatch	Ford	113.557
8	Siena	Fiat	103.554
9	Corsa Sedan	Chevrolet	98.555
10	Sandero	Renault	98.450

Fonte: FENABRAVE 2012

É notório que as quatro marcas mais tradicionais Volkswagen, Fiat, Ford e Chevrolet ainda dominam as garagens brasileiras, mas essa participação tem caído com o tempo graças às investidas de novas empresas como a Renault, Hyundai, Toyota e Nissan, entre outras.

A Tabela 2 mostra o histórico de emplacamentos dos carros no Brasil de 1991 a 2012. Mostra também o percentual de participação dos carros importados no mercado brasileiro, inclusive os derivados do MERCOSUL e México.

Tabela 2

Mercado brasileiro de automóveis e comerciais leves. Vendas internas no atacado de 1991 a 2012.

ANOS	1991/1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	TOTAL
MERCADO BRASILEIRO	12.131.412	1.536.244	1.607.746	1.495.331	1.380.226	1.627.025	1.711.540	1.934.204	2.493.731	2.870.442	3.208.035	3.326.907	3.424.824	3.637.343	42.385.010
FABRICANTES LOCAIS	11.642.739	1.472.789	1.590.660	1.486.738	1.376.510	1.623.228	1.706.106	1.928.310	2.481.240	2.838.700	3.160.741	3.221.195	3.227.138	3.507.550	41.263.644
PRODUÇÃO LOCAL	10.553.694	1.300.459	1.413.389	1.382.817	1.314.871	1.565.166	1.631.725	1.787.020	2.223.157	2.476.289	2.718.117	2.671.431	2.571.851	2.850.536	36.460.522
IMPORTAÇÕES	1.089.045	172.330	177.271	103.921	61.639	58.062	74.381	141.290	258.083	362.411	442.624	549.764	655.287	657.014	4.803.122
- Mercosul / México	601.440	76.304	120.176	74.661	40.306	42.349	53.071	115.541	206.311	285.012	334.413	415.640	485.700	510.802	3.361.726
- Outros países	487.605	96.026	57.095	29.260	21.333	15.713	21.310	25.749	51.772	77.399	108.211	134.124	169.587	146.212	1.441.396
IMPORTAÇÕES ABEIVA	488.673	63.455	17.086	8.593	3.716	3.797	5.434	5.894	12.491	31.742	47.294	105.712	197.686	129.793	1.121.366
- Mercosul / México	76.433	25.037	1.099	702	221			9	50	2.894	3.315	5.902	11.677	6.896	134.135
- Outros países	412.240	38.418	15.987	7.891	3.495	3.797	5.434	5.885	12.441	28.848	43.979	99.910	186.009	122.897	967.231
(%) FABRICANTES LOCAIS	(95,97%)	(95,87%)	(98,94%)	(99,43%)	(99,73%)	(99,77%)	(99,68%)	(99,70%)	(99,50%)	(98,89%)	(98,53%)	(96,82%)	(94,23%)	(96,43%)	(97,35%)
(%) IMPORTAÇÕES ABEIVA	(4,03%)	(4,13%)	(1,06%)	(0,57%)	(0,27%)	(0,23%)	(0,32%)	(0,30%)	(0,50%)	(1,11%)	(1,47%)	(3,18%)	(5,77%)	(3,57%)	(2,65%)

Fonte: Anuário estatístico ANFAVEA 2013 e ABEIVA

NOTA: Apartir de 2010 as informações referem-se ao licenciamento de veículos.

De acordo com a tabela acima, o Brasil fechou o ano de 2011 com um total de 3.424.824 licenciamentos de veículos da categoria de automóveis nacionais e importados. O percentual de participação dos carros importados por montadoras que não possuem fábrica no Brasil corresponde a 5,77%, o que totaliza 197.686 unidades. Esse número vinha numa crescente desde 2004 e voltou a diminuir em 2012, o ano da elevação da alíquota do IPI para os carros importados.

Na Tabela 2, dentro da coluna de Fabricantes Locais, há uma linha de importações. Esta linha corresponde aos carros importados pelas fabricantes que possuem unidades instaladas no Brasil. Por exemplo, a Volvo que importa o seu modelo XC60, a Fiat que importa os seus modelos Alfa Romeo e as demais fabricantes que não tem todos os seus modelos produzidos em suas fábricas locais, apesar destas terem uma alta engenharia presente em suas unidades.

A diminuição ocorrida nas importações por conta do aumento do imposto impactou em quase todas as montadoras que comercializam carros importados no país. A Tabela 3 mostra as marcas que possuem maior destaque e seus respectivos volumes de vendas dos anos de 2007 a 2012, de acordo com o histórico de vendas ABEIVA no atacado. Vale lembrar que a empresa só é considerada importadora quando não possui unidade fabril no país.

Tabela 3

Vendas de automóveis importados por montadoras dos anos de 2007 a 2012.

MARCAS	2007	2008	2009	2010	2011	2012
AUDI				3.272	6.974	3.936
BMW	2.707	2.906	5.542	8.401	13.244	7.699
CHERY				8.733	30.311	978
CHRYSLER		1.749	1.554	658	778	599
DODGE		1.553	2.110	2.955	1.898	1.984
FERRARI	30	29	5	41	36	38
JAC MOTORS					38.217	7.248
JAGUAR			55	76	100	49
JEEP		404	664	969	2.840	3.395
KIA	9.005	20.900	26.027	57.626	80.492	39.309
LAND ROVER			2.004	5.102	8.968	8.096
PORCHE	459	723	553	911	1.134	524
SSANGYONG	265	1.698	2.003	5.810	7.429	620
SUZUKI		546	3.222	4.973	7.997	7.281
VOLVO CAR			365	2.198	5.460	2.824
OUTRAS IMPORTADORAS	25	1.234	3.190	17.408	43.811	8.762
T O T A L	12.491	31.742	47.294	119.133	249.689	93.342

Fonte: ABEIVA 2013

A exceção da queda nas vendas ocorreu nas marcas de alto luxo, pois o público consumidor destes produtos tende a ser indiferente a mudanças no preço ou quantidade ofertada, ou seja, demanda inelástica podendo ser interferida por outras variáveis que não seja estas. São elas: Ferrari, Dodge e Jeep.

Outras marcas já tiveram pequenas quedas. Essas possuem demanda pouco elástica, ou seja, se aplicam em parte ao raciocínio feito anteriormente. São elas: Chrysler, Land Rover e Suzuki.

Por fim, as demais marcas com demanda elástica afetadas diretamente pelo aumento do imposto tendo quedas de acima de 80% em suas vendas, são: Chery, Jac Motors e SsangYoung.

Abaixo, Gráfico 5 mostra a repercussão das vendas mostradas na Tabela 3 num gráfico de linha, para melhor visualizar o comportamento de vendas das marcas importadoras brasileiras. É possível identificar uma crescente de vendas desde 2007, com pico no ano de 2011 em quase todas as marcas, e posteriormente, uma queda acentuada no ano de 2012.

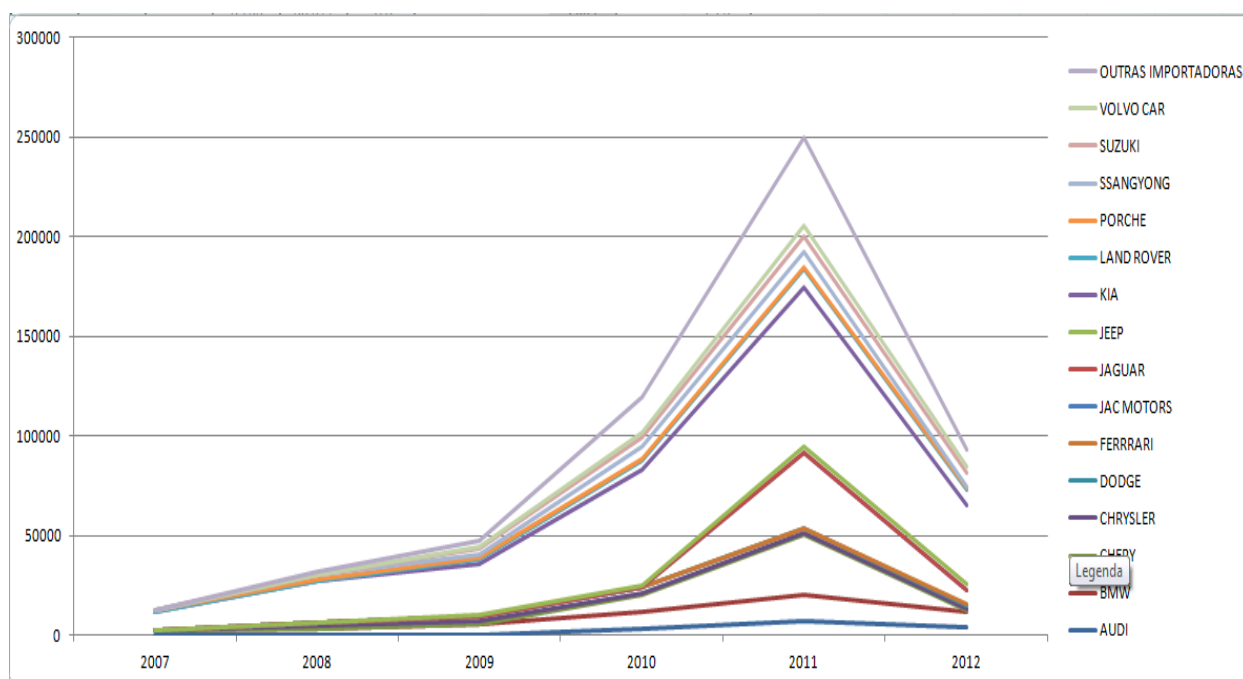


Gráfico 5

Comportamento das vendas de automóveis importados por montadoras dos anos de 2007 a 2012.

Fonte: ABEIVA 2013.

Na Tabela 4 mostra-se a quantidade de carros vendidos pelas principais montadoras nacionais por ranking de vendas dentro do país. Percebe-se um número extremamente maior se comparado com as fabricantes estrangeiras. É possível perceber também que após o

aumento do IPI, de 2011 para 2012, houve um aumento quase geral nas vendas bem acima da média de crescimento dos últimos anos. A exceção se atribui a Citroën/Peugeot, que ainda tem um quadro de fabricação de modelos bem balanceado entre os importados e os nacionais. O pequeno crescimento do Hyundai também se aplica a esse fato.

Tabela 4

Vendas de automóveis nacionais por montadoras dos anos de 2007 a 2012 no Brasil.

MONTADORAS	2007	2008	2009	2010	2011	2012	TOTAL POR MONTADORA
FIAT	607.536	642.333	677.582	684.306	662.841	755.971	4.030.569
VOLKSWAGEN	500.192	546.422	633.251	661.682	642.330	706.947	3.690.824
CHEVROLET	440.068	481.720	532.505	574.303	542.244	556.459	3.127.299
FORD	201.185	216.477	253.273	267.967	230.804	232.245	1.401.951
RENAULT	65.725	97.325	92.883	118.812	147.568	197.777	720.090
PEUGEOT/CITROËN	95.299	109.414	107.670	116.655	114.599	93.252	636.889
HONDA	82.177	108.208	113.487	107.311	76.363	116.726	604.272
TOYOTA	42.983	48.367	54.620	55.030	53.159	63.337	317.496
HYUNDAI	1.461	9.868	7.577	20.279	28.208	29.011	96.404
TOTAL	2.036.626	2.260.134	2.472.848	2.606.345	2.498.116	2.751.725	14.625.794

Fonte: ANFAVEA 2013

3.4 – Quem Perde e Quem Ganha com a Medida

A aplicabilidade do aumento do IPI deve ser verificada caso a caso, de acordo com as condições impostas pelo Governo Federal. No entanto, a medida tributária desferida pelo governo brasileiro tem alguns alvos certos: todas as marcas asiáticas, com exceção das japonesas Toyota, Honda e Nissan, podem ser atingidas pelas medidas -- o caso da sul-coreana Hyundai é discutível, porque ela tem uma unidade fabril em Goiás (embora não esteja operando com a fabricação de todos os modelos existentes no mercado brasileiro), mas a conterrânea Kia (do mesmo grupo) está desprotegida nesse quesito.

Já era desejo da ANFAVEA, representante das fabricantes instaladas no Brasil, uma atitude do governo que atingisse as marcas chinesas, como JAC Motors, Chery, Lifan e Hafei, que já há algum tempo mantém um alto desempenho nas vendas de automóveis e comerciais leves no Brasil.

O bom desempenho das chinesas tem sido garantido por carros que oferecem bons pacotes de equipamentos por um preço final menor que a média do mercado, embora se tenha qualidade geral ainda questionável.

Para se mensurar a influência das 20 fabricantes mais influentes no mercado brasileiro, de acordo com dados de pesquisa efetuada pela FENABRAVE, a Tabela 5 dispõe de dados referentes ao mês de março do ano de 2011. Trata-se de um mês, o qual se registrou a maior quantidade de emplacamentos no referido ano.

Tabela 5

Vendas de automóveis e comerciais leves no mês de março de 2011 no Brasil.

Ranking	Fabricante	Unidades Vendidas	Participação em Emplacamentos
1º	FIAT	64.543	22,35%
2º	VOLKSWAGEN	58.119	20,13%
3º	GM	55.260	19,14%
4º	FORD	27.675	9,58%
5º	RENAULT	14.225	4,93%
6º	HYUNDAI	10.493	3,63%
7º	HONDA	9.123	3,16%
8º	TOYOTA	8.600	2,98%
9º	CITROEN	7.845	2,72%
10º	PEUGEOT	6.764	2,34%
11º	KIA	6.658	2,31%
12º	NISSAN	5.856	2,03%
13º	MITSUBISHI	4.323	1,50%
14º	HAFEI	1.436	0,50%
15º	BMW	1.026	0,36%
16º	MERCEDES-BENZ	1.004	0,35%

17°	CHERY	747	0,26%
18°	LAND ROVER	607	0,21%
19°	SUZUKI	529	0,18%
20°	JAC	458	0,16%

Fonte: FENABRAVE 2011.

Todas as 10 primeiras possuem ao menos uma fábrica no Brasil: Fiat, Volkswagen, General Motors, Ford, Renault, Hyundai, Honda, Citroën, Toyota e Peugeot.

Observa-se do 11° ao 20° lugar do ranking a Kia, JAC, Chery e Hafei. Somadas, as quatro detêm 3,23% dos emplacamentos no Brasil.

Parece um número pequeno, mas há exatamente um ano atrás da data da pesquisa, a JAC nem existia no Brasil, e a Kia, Chery e Hafei detinham juntas 1,91% das vendas. Isso tem servido para criar um clima de opinião negativo sobre os produtos e preços dos longevos dos atuais líderes do mercado.

De acordo com a Tabela 3, verifica-se que foram importados 249.689 carros durante o ano de 2011. Considerando que o fabricante passa para o preço o valor de aumento o IPI, tem-se um aumento de preço sobre esta oferta. Isso poderá ocasionar uma retração na demanda e conseqüentemente nas vendas, comprometendo assim o emprego dos funcionários da indústria de carros importados.

A população também poderá ser afetada, pois os consumidores desses bens terão que pagar mais caro por estes produtos ou terão que se contentar com outros produtos que não desejam, de uma montadora local.

Os grandes beneficiados com a medida são as montadoras nacionais, que ganham competitividade frente aos produtos importados, podem alterar seus preços não perdendo mercado, pois terá um produto relativamente mais barato frente aos concorrentes estrangeiros. A medida também protege o quadro de funcionários das indústrias nacionais, os quais tem suas demandas elevada pela troca de opção de compra de parte dos consumidores de carros importados, por conta do preço.

4 - ANÁLISE DOS RESULTADOS

Após apresentar a fundamentação teórica sobre o objeto de estudo deste trabalho, realiza-se a análise parcial dos resultados a partir das informações coletadas através dos dados pesquisados. A análise se fará sobre condições normais de oferta e demanda agregada num modelo de concorrência perfeita, apesar do mercado automobilístico se caracterizar um mercado oligopolista.

Abaixo a Tabela 6 apresenta os dez carros importados mais vendidos em 2011 e seus respectivos preços de mercado.

Tabela 6

Preço dos 10 carros importados mais vendidos no Brasil antes do aumento do IPI e depois do aumento em 2011.

Ranking	Marca	Modelo	Preço sem Aumento IPI	Preço com Aumento IPI
1º	Kia	Sportage EX 2.0 16V Mec.	R\$ 69.020,00	R\$ 89.726,00
2º	Jac	J3 1.4 16V Mec.	R\$ 33.026,00	R\$ 42.933,80
3º	Chery	QQ 1.1 16V 68cv 5p	R\$ 23.283,00	R\$ 30.267,90
4º	Kia	Cerato 1.6 16V Mec.	R\$ 55.420,00	R\$ 72.046,00
5º	Kia	Sorento 2.4 16V 174cv Aut.	R\$ 105.958,00	R\$ 137.745,40
6º	Kia	Picanto EX 1.0 Flex Mec.	R\$ 33.300,00	R\$ 43.290,00
7º	Kia	Bongo K-2500 2.5 4x2 Diesel	R\$ 54.283,00	R\$ 70.567,90
8º	Jac	J3 Turin Sedan 1.4 16V Mec.	R\$ 34.779,00	R\$ 45.212,70
9º	Suzuki	Gran Vitara 2.0 16V Mec.	R\$ 79.190,00	R\$ 102.947,00
10º	Land Rover	Range Rover Evoque Pure 2.0 mod 2012	R\$ 167.800,00	R\$ 218.140,00

Fonte: ABEIVA

Conforme ranking de vendas em 2011 divulgado pela ABEIVA, fez-se uma pesquisa de preço final dentre os 10 carros mais vendidos. Esses preços são de acordo com a pesquisa da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE. Na pesquisa foi usada a tabela de referência de 2011 e não a tabela atual vigente, pois se buscou precisar os valores dos carros de acordo com o ano analisado. Logo, todos os preços não consideram a depreciação dos bens.

Todos os veículos analisados são novos e suas fabricações e modelos são de 2011, com exceção da Range Rover, pois este modelo só foi lançado no mercado no início de 2012.

Na presente pesquisa calculou-se sobre os valores dos carros pesquisados na tabela FIPE a incidência do aumento do IPI em seu percentual máximo, 30%, para averiguar a diferença dos valores destes veículos antes e depois do vigor do imposto. Estes valores estão na última coluna da Tabela 6.

Foram analisados os carros da montadora KIA Motors, tendo em vista essa ser a importadora com maior número de carros vendidos em 2011. Dentre os modelos fabricados pela KIA, tem-se 5 principais que se destacam nas vendas e que irão ser levados em consideração: Sporage, Cerato, Sorento, Picanto e Bongo, de acordo com a Tabela 6. O preço médio desses modelos sem o aumento do IPI é de R\$ 63.596,20 (valor adquirido por média simples dos valores individuais dos veículos), e para simplificar as análises usar-se-á o valor de R\$ 63 mil.

Analogamente calculou-se a média dos preços após o aumento do IPI que resultou em R\$ 82.674,98, onde se usará R\$ 82 mil como média para efeito de simplicidade nas demonstrações.

De acordo com a Tabela 3, a KIA vendeu em 2011 um total de 80.482 mil veículos, o qual será levado em consideração para efeitos de análise o total de 80 mil carros. No ano seguinte suas vendas caíram para 39.

No Gráfico 6 se colocou os valores pesquisados na seção anterior nas curvas de demanda e oferta agregada.

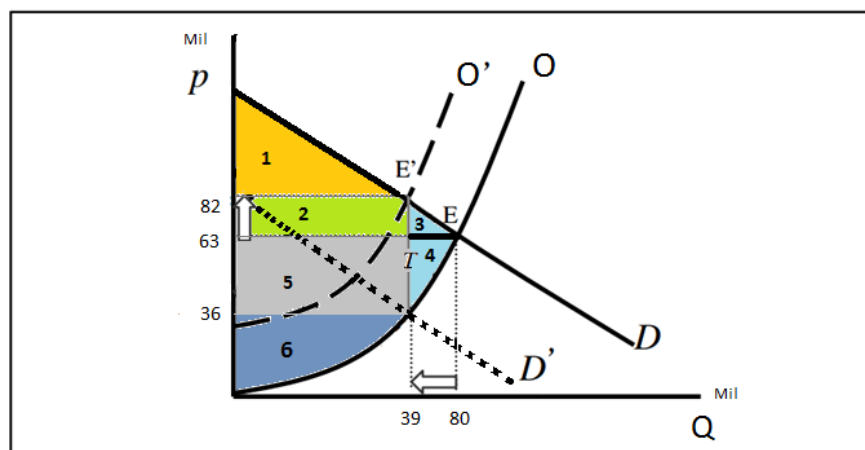


Gráfico 6

Oferta e demanda para os carros da KIA Motors

Fonte: CARREIRA, F. Elaboração própria.

De acordo com a teoria, temos nas áreas 1 e 2 o excedente do consumidor no ponto de equilíbrio. Após o aumento do IPI e conseqüente aumento do preço médio, há uma diminuição desse excedente passando somente para a área 1 no novo ponto de equilíbrio. Por essa variação há um custo social. Para se calcular esse custo será necessário calcular a área 2 da figura correspondente. Esta é formada pela multiplicação da altura versos a largura sendo: $\text{área} = (82 - 63) \times 39$. Isso corresponde a 741 milhões. Esse valor é transferido do consumidor para o governo através do imposto aplicado.

Do lado do produtor, tem-se um excedente correspondente as áreas 5 e 6. Da mesma forma com que ocorreu com o consumidor, o produtor também terá um perda em seu excedente por conta do imposto. É possível visualizar no Gráfico 6 a área 5, o qual corresponde ao fato. Para também se calcular o valor dessa área, toma-se o valor da altura da figura vezes o valor da sua largura sendo: $\text{área} = (63 - 36) \times 39$, totalizando R\$ 1.053 milhões. Então, se somado esse resultado ao resultado obtido anteriormente pela perspectiva do consumidor, o governo arrecada toda a área 5 e 2. Portanto, por conta da incidência do imposto e a apropriação do governo, este arrecadará no total R\$ 1.794 milhões.

Essa transferência de recuso do produtor e consumidor para o governo tem um custo social para a economia. São as áreas 3 e 4, chamadas de “peso morto” ou perda de eficiência associada ao imposto. Chamada assim também, porque uma quantidade de trocas que antes estava sendo realizada na economia deixou de ser feita.

O “peso morto” se refere ao bem-estar perdido por consumidores ou produtores quando os mercados não operam de forma eficiente. O termo "peso morto" indica que o bem-estar perdido por um indivíduo não é capturado por nenhum outro indivíduo. É o que acontece no caso do aumento do IPI.

Para calcular a perda total do bem-estar por conta do aumento do imposto, será preciso achar as áreas 3 e 4 do Gráfico 6. Essa se dará pela metade da base do triângulo, multiplicado pela altura, sendo: $\text{área} = 46 \times 41/2$, totalizando R\$ 943 milhões. Logo, este foi o valor da perda de bem-estar ou ineficiência da economia causada pelo decreto de aumento da alíquota de IPI em 2011.

5- CONSIDERAÇÕES FINAIS

A introdução do aumento do IPI sobre o carro importado traz consigo um custo social, tendo em vista que o imposto reduz tanto o excedente do consumidor quanto o excedente do produtor, causando uma retração na oferta e na demanda para este bem e o aumento do valor do preço unitário. A introdução do imposto, por outro lado, traz também um ganho para a sociedade, pois há um aumento da arrecadação do governo. No entanto, o custo social do imposto supera o ganho auferido pela sociedade (receita do governo), o que implica uma perda líquida para a sociedade. Essa perda é denominada de “peso morto” do imposto, representada na seção anterior. O “peso morto” se dá porque o governo não consegue se apropriar integralmente desses excedentes perdidos.

Um imposto cria um “peso morto”, porque tanto a quantidade demandada como a quantidade ofertada diminui com a imposição do tributo. Ele aumenta o preço que o consumidor paga, diminuindo a demanda e reduzindo o preço que o produtor recebe, decrescendo a quantidade ofertada desse bem. O tamanho dessa perda é determinado pelas elasticidades da oferta e da demanda.

O tamanho do “peso morto”, bem como a incidência do imposto, depende da elasticidade da oferta e da demanda em relação ao preço. No presente estudo, a incidência foi maior sobre o produtor indicando maior tendência a inelasticidade por parte da oferta. Ou seja, a oferta demonstrou ser menos sensível a variações de preço em virtude do imposto cobrado.

A análise do aumento da alíquota do IPI também pode ser feita como uma tarifa de importação de acordo com CARVALHO e SILVA (2012), entretanto o presente estudo se fez pela ótica do imposto. A medida governamental objetivou dar mais competitividade aos fabricantes nacionais que estavam perdendo mercado para os importados. Uma medida protecionista que visa buscar uma valorização do mercado interno, proteção dos empregados das grandes fabricantes ameaçados de demissões por conta da perda de mercado e aumento nas receitas do governo através do imposto.

Verificou-se a perda de bem-estar da sociedade, porém serão necessários outros estudos para analisar a distribuição e quantificação geral dentro do cenário econômico do país desta variável.

REFERÊNCIAS

ABEIVA - Associação Brasileira de Empresas Importadoras de Veículos Automotores. **Mercado brasileiro de automóveis e comerciais leves, 2013.** Disponível em: <<http://abeiva.com.br/numeros.asp>>. Acesso em: 04 de Dezembro de 2013.

ANEF - Associação Nacional das Empresas de Financeiras das Montadoras. **Boletim anual 2011.** Disponível em: <<http://www.anef.com.br/dados-estatisticos.html>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2013.

ANFAVEA – Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores. **Anuário da indústria automobilística brasileira, 2013.** Disponível em: <<http://www.anfavea.com.br/anuario.html>>. Acesso em: 05 de dezembro de 2013.

BRASIL. Decreto-lei n. 7567, de 15 de setembro de 2011. Dispõe sobre a redução do Imposto sobre Produto Industrializado – IPI em favor da indústria automotiva e altera a tabela de incidência do IPI-TIPI, aprovada pelo Decreto nº 6006, de 28 de dezembro de 2006. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, Diário Oficial da União de 16 de setembro de 2011, Seção 1, P. 8. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2011/decreto/D7567.htm> Acesso em: 04 de dezembro de 2013.

BRASIL. Lei Nº 5.172, de 25 de outubro de 1966. Dispõe sobre o Sistema Tributário Nacional e institui normas gerais de direito tributário aplicáveis à União, Estados e Municípios. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, Diário Oficial da União - Seção 1 - 27/10/1966, Página 12451. Disponível em: <<http://www2.camara.gov.br/legin/fed/lei/1960-1969/lei-5172-25-outubro-1966-358971-exposicaodemotivos-1-pl.html>> Acesso em: 06 de dezembro de 2013.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil.** SABATOVSKI, Emilio; FONTOURA, Iara, P.(coord.). 10ª. ed. Paraná : Juruá, 2013.

CARREIRA, Fernandez José. **Curso básico de microeconomia.** Salvador: EDUFBA, 2001, 2006, 2009. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/189/1/Curso%20basico%20de%20microeconomia.pdf>>. Acesso em: 17 de dezembro de 2013.

CARVALHO, Eveline B. S. e SILVA, Paulo A. B. **Internacionalização do Brasil: dinâmica do comércio e da política internacional.** Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2012.

CASOTTI, B. P. GOLDENSTEIN, Marcelo. **Panorama do setor automotivo: as mudanças estruturais da indústria e as perspectivas para o Brasil**. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n.28, p.147-188, set. 2008. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Publicacoes/Consulta_Expressa/Setor/Complexo_Automotivo/200809_set2806.html> Acesso em: 03 de dezembro de 2013.

ESCÓSSIA, Carlos. **O que é Política Fiscal?** Disponível em: <<http://www.carloescossia.com/2009/09.html>>. Acesso em 05 de dezembro de 2013.

FENABRAVE - Federação Nacional de Veículos Automotores. **O desempenho da distribuição automotiva no Brasil, 2011 e 2012**. Disponível em: <<http://www3.fenabreve.org.br:8082/plus/modulos/listas/index.php?tac=indices-e-numeros&idtipo=6&layout=indices-e-numeros>>. Acesso em: 10 de dezembro de 2013.

FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. **Preço médio de veículos passeio/utilitário, 2013**. Disponível em: <<http://www.fipe.org.br/web/index.asp>>. Acesso em: 14 de dezembro de 2013.

GABRIEL, Luciano F. et al. **Uma análise da indústria automobilística no Brasil e a demanda de veículos automotores: algumas evidências para o período recente**. Disponível em: <<http://anpec.org.br/encontro/2011/inscricao/arquivos/000-54d87ea200247ecc320a7f5cc7ca6e2c.pdf>>. Acesso em: 04 de dezembro de 2013.

GONZAGA, Luiz Sousa. **Economia do bem-estar**, en Observatorio de la Economía Latinoamericana, Número 158, 2011. Disponível em: <<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/11/lgs.html>>. Acesso em: 11 de dezembro de 2013.

LEAHY, Joe. **Indústria automotiva tem custo político elevado no Brasil**. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2013/06/130626_dilma_carros_imprensa_bg.shtml>. Acesso em: 03 de dezembro de 2013.

MANTEGA, Guido. **Aumento do IPI para carros garante competitividade durante a crise**. Sílvia Mugnatto, 2011. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/ECONOMIA/205837.html>>. Acesso em: 12 de dezembro de 2013.

PARETO, Vilfredo. **Manual de Economia Política**. João Guilherme Vargas Netto, 1996, Disponível em: <http://home.ufam.edu.br/andersonlfc/Cole%C3%A7%C3%A3o%20-%20Economistas/Vilfredo_Pareto_-_Manual_de_Economia_Pol%C3%ADtica.pdf>. Acesso em: 07 de dezembro de 2013.

PARETO, Vilfredo. **Manual of Political Economy**. Augustus M. Kelley, 1971 (translation of French edition from 1927). Disponível em: <<http://www.econ.umn.edu/~jchipman/DALLOZ5.pdf>> Acessado em: 08 de dezembro de 2013.

PIERSON, P. **The New Politics of the Welfare State**. World Politics, v.48, n.2, p. 143-179, 1996. Disponível em: <http://rszarf.ips.uw.edu.pl/welfare-state/pierson_politics.pdf>. Acesso em: 17 de dezembro de 2013.

PINDYCK, R. S. e RUBINFELD, D. L. **Microeconomia**. 5ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

PINHEIRO, Armando Castelar. **Crise e Política Anticíclica**. 02/01/2009. Disponível em: <<http://www.imil.org.br/artigos/crise-e-politica-anticiclica/>>. Acesso em: 05 de dezembro de 2013.

REBOUÇAS, Fernando. **Indústria automobilística no Brasil**. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/economia/industria-automobilistica-no-brasil/>>. Acesso em: 03 de dezembro de 2013.

SANTIAGO, Emerson. **Política Fiscal**. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/economia/politica-fiscal/>>. Acesso em: 05 de dezembro de 2013.

VARIAN, Hal R. **Miroeconomia: princípios básicos**. Tradução da 2ª ed. original de Luciane Melo. Rio de Janeiro: Campus, 1994.