

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS – PUC GOIÁS
ESCOLA DE GESTÃO E DE NEGÓCIOS - EGN
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS - ECO

ARTHUR SOUZA SANTOS

**COMPARATIVO NO SETOR AUTOMOTIVO ENTRE AS MARCAS
COMUM E PREMIUM NA CIDADE DE GOIÂNIA NOS ANOS DE 2015 A 2019**

Goiânia

2020

ARTHUR SOUZA SANTOS

**COMPARATIVO NO SETOR AUTOMOTIVO ENTRE AS MARCAS
COMUM E PREMIUM, NA CIDADE DE GOIÂNIA, NOS DE 2015 A 2019**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Ciências Econômicas da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Economia.

Orientador: Prof. Ms. Miguel Rosa dos Santos.

Goiânia

2020



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE GESTÃO E DE NEGÓCIOS
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

ARTHUR SOUZA SANTOS

2018.1.0021.0089-6

**COMPARATIVO NO SETOR AUTOMOTIVO ENTRE AS MARCAS
COMUM E PREMIUM, NA CIDADE DE GOIÂNIA, NOS ANOS DE 2015 A 2019**

Monografia apresentada como pré-requisito para obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, submetida à aprovação da banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Presidente: Prof. Ms. Miguel Rosa dos Santos

Membro: Prof. Ms. Edilson G. de Aguiaris

Membro: Prof. Dr. Jeferson de Castro Vieira

Goiânia - Goiás
Data da Aprovação: 09/12/2020

AGRADECIMENTOS

Á minha instituição Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC-GO).

Á toda a minha família.

Aos meus amigos da faculdade.

Aos meus professores.

E ao meu orientador, Miguel Rosa dos Santos.

*“A verdadeira viagem do descobrimento
não consiste em procurar novas paisagens,
mas em ter novos olhos. ”*

Marcel Proust

RESUMO

Esta monografia trata-se de um comparativo no setor automotivo das marcas Comum e Premium entre os anos de 2015 a 2019. O objetivo maior consiste em analisar o mercado de vendas dos anos de 2015 a 2019 das Marcas Comuns e Premium. O problema a ser estudado foi se o mercado Automotivo de Veículos Premium em relação ao Mercado Automotivo de Veículos Comum foi igualmente afetado, em Goiânia, entre 2015 e 2019. Será considerada, a hipótese de que as Marcas Premium em Goiânia foram menos afetadas pela crise instaurada no país em relação as Marcas Comum. Inicialmente, será demonstrada uma evolução histórica do setor automotivo, após os incentivos fiscais do Governo e, finalmente um comparativo entre as Marcas Comum e Premium na cidade de Goiânia.

Palavras-chave: Setor Automotivo. Marcas Comum e Premium. Goiânia.

LISTA DE SIGLAS

BNDE – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico

CAOA – Carlos Alberto de Oliveira Andrade

CMN – Conselho Monetário Nacional

ECO – Curso de Ciências Econômicas

EGN – Escola de Gestão e Negócios

FSE – Fundo Social de Emergência

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

IPI – Produtos Industrializados

MP – Medida Provisória

NRA – Novo Regime Automotivo

OMC – Organização Mundial do Comércio

PIB – Produto Interno Bruto

PMC – Pesquisa Mensal de Comércio

SFH – Sistema Financeiro de Habitação

TIB – Tecnologia Industrial Básica

LISTAS DE TABELAS

Tabela 01: Vendas Totais e Carros Populares ao Mercado Interno – 1992/95.....	19
Tabela 02: Alíquotas e Participação dos tributos no Preço dos Automóveis (%)...20	
Tabela 03: Montadoras que participaram do Inovar-Auto no Primeiro Ano.....	24
Tabela 04: Emplacamento de Veículos no Brasil.....	25
Tabela 05: Veículos Emplacados Importados.....	25
Tabela 06: Emplacamentos de Veículos no Estado de Goiás.....	26
Tabela 07: Indicadores do Volume e Receita do Comércio Varejista Ampliado no Brasil.....	26
Tabela 08: Indicadores do Volume e Receita do Comércio Varejista Ampliado de Goiás.....	27
Tabela 09: Veículos Emplacados em Goiânia.....	29
Tabela 10: Veículos Importados Emplacados em Goiânia.....	29

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Veículos Emplacados no Estado de Goiás em Goiânia.....	29
---	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	09
1 - HISTÓRIA DO SETOR AUTOMOTIVO MUNDIAL	11
1.1 - Surgimento das Marcas.....	11
1.2 - Setor Automotivo no Brasil.....	12
1.3 - Setor Automotivo em Goiás.....	13
2 – OS INCENTIVOS FISCAIS NO SETOR AUTOMOBILÍSTICO.....	15
2.1 - Plano Real.....	15
2.2 - Camaras Setoriais e os Incentivos Tributários – 1992 a 1994.....	18
2.3 - Novo Regime Automotivo de 1995 a 1999.....	20
2.4 - Inovar-Auto 2013 a 2017.....	22
3 - COMPARATIVO DO SETOR AUTOMOTIVO.....	25
3.1 - Comparação do Setor Automotivo Brasileiro e Goiano.....;	25
3.2 - Comparativo entre as Marcas Comum e Premium na cidade de Goiânia.....	27
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	31
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	33

INTRODUÇÃO

O Setor Automotivo no Brasil surge na década de 1900, com a chegada dos primeiros veículos importados a Ford, General Motors e Fiat. Na década de 90, o Brasil tornou um dos principais alvos de investimento das montadoras sendo favorecido pelo governo com redução das alíquotas do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) e do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), assim, visando reduzir o preço ao consumidor, programas de financiamentos para automóveis, investimentos para expansão da capacidade produtiva.

Em 2015, com um parque industrial composto por 27 empresas, que produziram 2.428,029 veículos neste ano, o setor foi responsável por gerar 144.508 empregos diretos.

A indústria automobilística no Brasil atualmente representa cerca de 24% do Produto Interno Bruto (PIB). Industrial. O Brasil ocupa hoje a 6ª posição em vendas de veículos leves, com 2,7% do mercado, atrás apenas da China, Estados Unidos e Japão, Índia e Alemanha.

O Governo Brasileiro está implementando programas de incentivo visando estimular a produção doméstica. Uma medida foi a regulamentação do Rota 2030, estratégia elaborada pelo Governo Federal para desenvolvimento do setor automotivo no país, e compreende regramentos de mercado, o regime automotivo sucessor do Programa Inovar-Auto, encerrado em 31 de dezembro de 2017, e um regime tributário especial para importação de autopeças sem produção nacional equivalente. O Programa Rota 2030 foi elaborado em um contexto no qual o setor automotivo mundial sinaliza profundas transformações, seja nos veículos e na forma de usá-los, seja na forma de produzi-los.

Com isso, as montadoras estão com investimentos bilionários no país que soma R\$36,7 bilhões concentrando em nove montadoras, das quais quatro dedicadas à produção de automóveis: Caa-Chery, GM, Toyota e Volkswagen, e as demais de veículos comerciais, entre caminhões e ônibus: Iveco, MAN Latin América, Mercedes-Benz, Scania e Volvo.

Dessa maneira, Goiânia apesar de não possuir nenhuma montadora instalada no seu campo industrial possui 63 concessionárias de veículos leves na cidade, sendo a cidade que mais vende veículos no estado de Goiás.

Neste cenário, o objetivo geral desta monografia é analisar o mercado de vendas dos anos 2015 a 2019 das marcas Comuns e marcas Premium. Enquanto que, o objetivo específico é identificar a renda per capita dos consumidores e verificar a relação de taxa de juros e comparar a atividade econômica, para o período compreendido entre janeiro de 2015 a janeiro de 2019 na cidade de Goiânia-Go.

Por definição Marcas Premium são marcas quando acreditamos que vale o preço adicional que por ela se cobra, uma marca premium é construída sobre atributos específicos, tangíveis e intangíveis, que lhe dão um senso de valor. Marcas Comum são marcas que são “populares” de alta circulação, de grande volume e demanda alta.

A problemática que norteia monografia parte da seguinte questão: com a crise econômica instaurada no país, será que o Mercado Automotivo de Veículos Premium em relação ao Mercado Automotivo de Veículos Comum foi igualmente afetado, em Goiânia, no período de 2015 a 2019?

Como hipótese será considerada de que o Grupo Premium em Goiânia foi menos afetado nesse período de 2015 a 2019, de retração na economia brasileira, em relação ao Grupo de Veículos Comum.

A metodologia utilizada nesta monografia tratará de uma revisão bibliográfica, com uma pesquisa científica, de caráter qualitativa e quantitativa, utilizando assim consultas a livros, artigos, teses, revistas e sites especializados. Também serão utilizados os métodos dedutivo e histórico.

Esta monografia conterá três Capítulos. No primeiro Capítulo, será abordado a história do Setor Automotivo no Mundo, no Brasil e em Goiânia. No Capítulo 2, será mostrado os incentivos fiscais do Governo no setor automobilístico. Finalizando, o Capítulo 3 será feito um comparativo entre as Marcas Comum e Marcas Premium na cidade de Goiânia, mostrando os impactos da crise nos dois segmentos

1 - HISTÓRIA DO SETOR AUTOMOTIVO MUNDIAL

1.1 - Surgimento das Marcas

A Ford Motor Company Foi fundada por Henry Ford e incorporada em 16 de junho de 1903. A companhia vende carros e veículos comerciais sob a marca de Ford e a maioria de seus carros de luxo sob a marca Lincoln. A primeira companhia fundada por Henry Ford levava seu nome Henry Ford Company, em 3 de novembro de 1901. Em 11 de Agosto do ano seguinte ela se tornou a Cadillac Motor Company, logo depois Henry Ford deixa a companhia e carrega os direitos de seu nome. A Ford Motor Company foi fundada em 1903 com um investimento de 28 mil dólares de 12 investidores.

Outra norte-americana, a General Motors foi fundada em 1908 sendo na altura a empresa proprietária da Buick. No ano seguinte a GM adquiriu as marcas Cadillac, Oldsmobile, Pontiac e a Chevrolet, totalizando mais de 30 empresas até 1930. Em 1923, Alfred Sloan Jr assumiu a presidência do grupo, na altura responsável pela comercialização de 10% no mercado americano. Quando saiu, em 1956 a GM era já a maior montadora de automóveis do mundo.

A italiana FIAT é um acrônimo de Fabbrica Italiana Automobili Torino ("Fábrica Italiana Automobilística de Turim" em português) A empresa foi fundada por Giovanni Agnelli, em 11 de julho de 1899. Após a primeira guerra mundial, a empresa com apoio do governo começou a investir em diversas áreas, como o mercado de jato, tratores, trens e construção. As atividades do grupo eram inicialmente centralizadas na fabricação de automóveis e de veículos industriais e agrícolas. Na primeira década do século XX já fabricava também locomotivas e, com o início da Primeira Guerra Mundial, passou a fabricar ambulâncias, metralhadoras e até motores para submarinos. Ao longo do tempo, diversificou suas atividades, e hoje o grupo atua em vários setores industriais e financeiros.

A Volkswagen teve origem da empresa remonta à década de 1930, na Alemanha Nazi, e ao projeto de construção do automóvel que ficaria conhecido no Brasil como "Fusca", em Portugal como "Carocha", na Alemanha como "Käfer" e nos Estados Unidos e Reino Unido como "Beetle". O termo "Volkswagen" foi

criado por volta de 1924 pelo engenheiro alemão-judeu Josef Ganz, que lutava para modernizar a indústria automobilística alemã, publicando suas ideias de introduzir suspensões independentes com semieixos oscilantes, baixo centro de gravidade e chassi com tubo central num automóvel popular que custasse o mesmo que uma motocicleta.

1.2 - Setor Automotivo no Brasil

Segundo Ferro (1992), o Brasil teve sua primeira unidade de montagem de veículos, a Ford, instalada no bairro Ipiranga em São Paulo no ano de 1919. Os veículos eram montados a partir de componentes enviados diretamente pela matriz. Em 1923, a General Motors se instalou na mesma região paulista, buscando atender a demanda por veículos comerciais.

Ferro (1992) diz que naquela época, as condições viárias eram bastante precárias. A primeira rodovia nacional, a Rio-São Paulo, foi inaugurada somente em 1928, e era constituída de terra batida. A frota de veículos registrava larga expansão no cenário urbano brasileiro, passando de 30 mil unidades no início dos anos 20, para 250 mil em 1930.

Como a produção nacional era limitada, que o mercado doméstico apresentava extrema dependência dos produtos importados. Segundo Baer (1995) a estrutura produtiva brasileira da época não permitia a produção local de automóveis. Além de apresentar uma indústria metalúrgica incipiente, voltada para a produção de bens de baixo grau de sofisticação produtiva, o país ainda necessitava do desenvolvimento de uma indústria siderúrgica.

No Governo de Juscelino Kubitschek ele adota o programa Plano de Metas, que cobria cinco áreas: energia, transporte, fornecimento de alimentos, educação e indústria. O Plano de Metas contemplava um programa de desenvolvimento para a indústria automobilística, organizado por intermédio do BNDS (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico).

Santos e Burity (2002) afirmam que a concessão de cotas para importação de peças não produzidas no país, o câmbio favorecido para importação de equipamento e a isenção tarifária para importação de componentes destinados a automóveis, consistiram em alguns dos incentivos de natureza cambial e fiscal, adotados pelo governo federal neste período.

No início dos anos 90, a presença do governo na elaboração de políticas para o setor. Como destacam Bonelli e Veiga (2003), em nenhum outro segmento industrial os incentivos foram tão extensos e a política setorial tão explícita.

Em 1995 o governo brasileiro adota o Regime Automotivo que estabelecia um regime de proteção elevado para o setor e foi reformulado em 1997. Além de um pacote de incentivos fiscais para a implantação das empresas incluía incentivos diferenciados para as plantas instaladas nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste.

Segundo Santos e Burity (2002), o regime concedia redução de 50% do imposto de importação de veículos para as montadoras que já produzissem ou estivessem em vias de produzir no país. As importações de bens de capital, ferramental e moldes para matérias-primas também sofreram reduções tarifárias drásticas.

No período de 1990 a 2003, a produção de auto veículos- automóvel comercial leve caminhões e ônibus duplicaram na economia brasileira, passando de 914 mil para 1,8 milhões de unidades. Esse crescimento foi mais expressivo na produção de automóveis de passeio, cujo volume de 663 mil unidades observando em 1990 cresceu 2,3 vezes, atingindo em 2003, 1,5 milhões.

1.3 - Setor Automotivo em Goiás

O Setor automotivo em goiás possui atualmente, duas montadoras consolidadas, a MMCB e a Carlos Alberto de Oliveira Andrade (CAOA) representante oficial da montadora sul-coreana Hyundai Motor Company no Brasil e Cherry e Suzuki provisoriamente, na qual são nacionalizados alguns modelos de veículos importados. No contexto das políticas públicas e decisão empresarial que Goiás se insere nacionalmente como um estado em franco desenvolvimento no setor.

Com base nas vantagens oferecidas por estados e municípios que as empresas decidem onde instalar suas indústrias. Em geral, são concedidas atrás de acordo firmado entre as partes interessados.

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

mudança em nova localização da indústria no país, proporcionada pela desconcentração industrial, por parte do governo federal. O processo de desconcentração de indústria automobilística para as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do país, atrás da regulamentação de incensos diversos.

Portanto, foi com base nessa medida estatal, que Goiás recebeu, em 1998, a primeira montadora de veículos do Centro-oeste: a Mitsubishi. Os planos de transformar Goiás em um polo automotivo não cessaram, as atividades iniciadas em 1997 tiveram prosseguimento dentro das instituições do Estado.

Em meio a uma guerra fiscal e visando novo investimento, Goiás entrou em uma disputa com a Bahia e acabou trazendo a fábrica da Hyundai Motor Company. Segundo Vasconcelos e Teixeira (1998) a disputa começou no início de 1997, mas só veio se confirmar em 2006, após decisão da empresa em instalar sua unidade no município de Anápolis.

2 - OS INCENTIVOS FISCAIS DO GOVERNO NO SETOR AUTOMOBILÍSTICO

2.1 - Plano Real

Com a abertura da economia no início da década de 90 a indústria nacional depara-se com uma nova realidade, em que passaram a imperar a competitividade e a eficiência, diretamente ligada a escala de produção, redução de custos e maior qualidade. Devido, a facilidade no acesso a produtos importados, a preço mais baixo e de qualidade superior, várias empresas não resistiram à forte pressão concorrencial e sucumbiram.

Devido à falta de competitividade dos produtos da indústria nacional, a demanda interna foi redirecionada para o mercado externo, com o câmbio sobrevalorizado e facilidade no acesso a fontes de financiamento no exterior. O resultado disso foram sucessivos acréscimos de importações, provocando acentuados déficits comerciais.

Segundo Anderson e Resende (1999), o coeficiente de importação apresentava grandes flutuações durante o período de substituição de importações, sendo essa flutuação comparada a um sistema de bandas, inferior e superior, não possibilitando grandes deslocamentos em relação a produção doméstica de bens de capital.

Neste cenário:

[...] as importações dessa categoria de bens aparentemente perderam sua característica de complementaridade e de alavanca da produção doméstica, embora continuassem a exercer papel crucial nos ganhos de produtividade da indústria nacional e nos estímulos ao incremento das taxas de inversão (ANDERSON; RESENDE, 1999, p.20).

O Plano Real surge com características que sua disposição está a consolidação de uma série de reformas estruturais, como a continuidade do processo de abertura externa da economia brasileira, a desregulamentação e liberalização do mercado de cambio e a reordenação fiscal com o objetivo de sanear as finanças públicas.

Em 07 de dezembro de 1993, o Ministro Fernando Henrique Cardoso, anunciou que o programa de estabilização, o Plano Real, seria em três fases. O primeiro seria um mecanismo de equilíbrio orçamentário. O segundo introduziria

uma unidade de conta estável para alinhar os preços relativos mais importantes da economia. O terceiro estabeleceria a conversão dessa unidade de conta na nova moeda do país, a uma taxa de paridade semifixa com o dólar.

Conforme Bacha (1995), o Plano Real se diferenciou das propostas anteriores de estabilização, a começar pela forma de enxergar a causa principal da inflação, que para a equipe econômica era o desajuste das contas públicas.

A primeira foi o ajuste fiscal que buscava o equilíbrio orçamentário a fim de evitar pressões por excessiva emissão de moeda ou manutenção de elevadas taxas de juros. Para isso criaram-se elementos de controle das contas públicas com adoção do FSE (Fundo Social de Emergência) que representava uma proposta não só de controle, mas também de aumentar a arrecadação do Tesouro Nacional dando maior flexibilidade ao Governo na utilização das receitas desvinculando as verbas federais de suas destinações constitucionais, aliado aos cortes nas despesas governamentais (FONSECA-NETO, 1996).

Sendo assim, nas seguintes reflexões:

[...] a segunda fase é iniciada em março de 1994 representada pela transição entre o cruzeiro, real e a URV. Assim, “a URV tinha como objetivo eliminar o fator inercial da inflação”. Foi fruto da proposta de combate à inflação inercial conhecida como ‘moeda indexada’, proposta da dupla de economistas Pérsia Arida e André Lara Resende, feitos nos anos 80 e apresentados como opção de ação a ser implantada na época do Plano Cruzado. A intenção era que estando toda a economia indexada com base num só indexador houvesse a eliminação do conflito distributivo, fator determinante da inflação inercial. Deixava-se que os preços continuassem a subir em cruzeiro real, enquanto permaneciam constantes em URV. Quando todos os preços estivessem convertidos para o indexador geral, esse se tornaria moeda” (FONSECA-NETO, 1996, p.55).

Em 1º de julho de 1994, após quatro meses de conversões de contratos, a URV se tornou uma moeda plena, nomeada de Real, completando a reforma monetária. A URV passou a exercer também as funções de meio de troca e reserva de valor. Foi fixada uma taxa de conversão de R\$1 para CR\$ 2.750 para a troca de estoque de moeda e conversão dos contratos e preços que ainda estavam em Cruzeiro Real. Em relação à política cambial, promoveu-se continuidade do teto de R\$1/US\$ 1, tendo como mudança a introdução de um piso, ainda que informal, com um valor aproximado de R\$0,85 (BACHA, 1995).

A segunda fase do Plano Real se mostrou crucial para o seu sucesso. A reforma monetária não eliminou completamente a indexação da economia brasileira, mas a reduziu bastante, assim como o componente inercial da inflação. Dessa forma, ela foi de extrema importância para recobrar a eficácia das políticas usuais de combate à inflação.

A conversão dos preços em URV se inicia pelos salários, seguridade social e os contratos envolvendo o setor público. No mercado financeiro iniciou-se pela negociação de contrato de mercado futuro e desconto de duplicatas, ambas em URV. Após foi autorizada pelo Conselho Monetário Nacional (CMN) a contratação de operações ativas das instituições financeiras, com exceção do crédito rural e o Sistema Financeiro da Habitação (SFH) que permaneceram seguindo regras próprias.

A última fase de implementação do Plano Real quando o indexador geral, URV, passou a ser moeda oficial com o nome de "Real". A adoção da moeda tinha como objetivo apagar a memória inflacionária e segurar as expectativas, resgatando de um só golpe a credibilidade da moeda.

O Governo adota a âncora monetária, através de metas de emissão do real no que se refere a base monetária (papel moeda em poder do público mais as reservas bancárias). O Governo ainda opta por elevadas taxas de juros com o objetivo de evitar uma remonetização excessiva que poderia se deslocar para o consumo e ativos reais os que pressionariam a inflação. "Nessa mudança de moeda o aumento dos preços dos últimos dez dias de junho foi expurgado da inflação do mês, algo prejudicial para os trabalhadores, pois enquanto os preços subiram livremente os índices inflacionários não captaram os aumentos de forma a repassá-los para os salários" (IBID, p.56)

Barros de Castro (2011) salienta que é importante lembrar que diferente das duas fases iniciais que envolveram longo debate econômico e possuíam diversas inovações, a terceira fase do Plano Real foi marcada por um conjunto de medidas superpostas, onde o governo agiu pragmaticamente diante das condições que se impunha, era um período de tentativas com erros e acertos.

2.2 - Câmaras Setoriais e os Incentivos Tributários – 1992 a 1994

Segundo Clark (2001) a criação das Câmaras setoriais seria uma forma de intervenção estatal combinada, em que o Estado por intermédio de suas entidades representativas, trocam informações e dados econômicos, estabelecem metas, objetivos, comportamentos conjuntos ou individuais, bem como, estabelecem as medidas políticas econômicas.

A câmara setorial automotiva iniciou seus trabalhos no final de 1991, organizada por meio de grupos de trabalho compostos por representantes dos trabalhadores, empresários e governo. Seguindo uma lógica de gestão corporativa, todos os grupos envolvidos cederam parcela de seus interesses, com vistas a proporcionar um acordo que maximizasse o resultado global. O principal acordo era o de uma redução de 22% do preço dos automóveis, o que seria obtido por uma partilha tripartite de responsabilidades (ARBIX, 1996).

Ao Governo coube as seguintes medidas: redução de 12% na carga tributária (sendo 6% de IPI e a sugestão ao Confaz para redução de 6% de ICMS); a edição de nova regulação, pelo Banco Central, que permitisse a reabertura dos consórcios; a definição de um programa de financiamento para automóveis e caminhões por meio dos bancos públicos, e a definição de um projeto de lei com incentivos para exportações.

Na mesma linha do primeiro acordo, a viabilização dos objetivos contou com a partilha dos encargos. Entre outras medidas adotadas, tais como aumento do prazo dos consórcios e ampliação dos financiamentos via BNDES, o Governo Federal assumiu um novo desconto de IPI, na faixa de 6% para automóveis e de 2% para veículos comerciais leves, e comprometeu-se ainda a propor ao Confaz as seguintes reduções de ICMS: de 12% para 9% para veículos de menos de mil cilindradas; 12 % para 7% para os caminhões e de 8,8 para 7% para os tratores e máquinas agrícolas.

Para Anderson (1999), o segundo acordo teve como os principais compromissos uma meta de produção de veículos de 1,2 milhão de unidades em 1993, 1,35 milhão em 1994, 1,5 milhão em 1995 e 2 milhões de veículos no ano de 2000. Um investimento de US\$ 20 bilhões até o ano 2000, uma redução de 6% nas alíquotas de IPI para automóveis e de 2% para comerciais leves. Foi

estabelecido, também ao Confaz a redução do ICMS de 12 % para 9 % ao veículo com menos de 1.000 cilindradas.

Em 1993, foi assinado pelo governo Brasileiro e pelas montadoras um protocolo de intenções que previa a fabricação de modelos de 1.000 cilindradas, os “carros populares” e alguns outros modelos de 1.600 cilindradas.

Com a decorrência da diferença entre as alíquotas dos modelos de veículos conforme estabelecido pelo protocolo, houve discrepância entre os preços dos populares e demais modelos, conforme Tabela 01:

Tabela 01 - Vendas Totais e Carros Populares ao Mercado Interno - 1992/95

EM UNIDADES			
Ano	Popular	Outros	Total
1992	83.335	496.331	579.666
1993	201.292	649.270	850.562
1994	447.863	527.834	975.697
1995	595.845	511.344	1.107.189

Fonte: Anfavea

A viabilização dos objetivos contou com a partilha dos encargos. Entre outras medidas adotadas, tais como aumento do prazo dos consórcios e ampliação dos financiamentos via BNDES.

O Governo Federal assumiu um novo desconto de IPI, na faixa de 6% para automóveis e de 2% para veículos comerciais leves, e comprometeu-se ainda a propor ao Confaz as seguintes reduções de ICMS: de 12% para 9% para veículos de menos de mil cilindradas; 12 % para 7% para os caminhões e de 8,8 para 7% para os tratores e máquinas agrícolas, conforme Tabela 02:

Ano	Tributos	Automóveis	Automóveis	Automóveis	Comerciais
		Até 1000 cc	Até 100 hp	Mais 100 hp	Leves
1990	IPI	20	37	42	16
	ICMS	18	18	18	18
	PIS	0,65	0,65	0,65	0,65
	Finsocial	1,2	1,2	1,2	1,2
	Participação no preço	34,5	42,2	44	32,2
1991	IPI	20	37	42	16
	ICMS	18	18	18	18
	PIS	0,65	0,65	0,65	0,65
	Finsocial	2	2	2	2
	Participação no preço	35,6	43,1	45	33,4
1992	IPI	14	31	36	10
	ICMS	12	12	12	12
	PIS	0,65	0,65	0,65	0,65
	Finsocial	2	2	2	2
	Participação	27,1	36,1	68,4	24,4

Tabela 02 - Alíquotas e Participação dos Tributos no Preço dos Automóveis (%)

	o no preço				
1993-1994	IPI	0,1	25	30	8
	ICMS	12	12	12	12
	PIS	0,65	0,65	0,65	0,65
	Finsocial	2	2	2	2
	Participação o no preço	17	33	35,3	22,7

Fonte: Anfavea

Os resultados apresentados pela câmara setorial foram assim parcialmente favoráveis. Todavia, o saldo positivo perduraria por apenas alguns anos. Já em 1995, novas pressões competitivas levariam o Governo Federal a adotar um novo plano de apoio para o setor: tratava-se do Novo Regime Automotivo. Desta vez, contudo, a margem de manobra do Governo seria menor, seja em razão dos controles exercidos pela Organização Mundial do Comércio (OMC), seja pela representação dos interesses no Congresso Nacional.

2.3 - Novo Regime Automotivo de 1995 a 1999

Após a celebração do segundo acordo, em 1993, a câmara setorial foi paulatinamente desarticulada, sendo definitivamente encerrada com a vigência da governança econômica do Plano Real. A partir de então, o Governo Federal centralizou as decisões econômicas no Ministério da Fazenda e deixou de recorrer as câmaras para a tomada de decisões referentes as questões tributárias e salariais.

Neste período houve uma retração da política industrial, inclusive para o setor automotivo. Entre 1994 e 1995, o setor automotivo, foi regido pelos impulsos de mercado, sendo afetado por uma intensa redução das tarifas alfandegárias. O Governo Federal voltou a apresentar um conjunto de medidas tributárias para promover o setor automotivo. Tratava-se do Novo Regime Automotivo (NRA), disciplinado originalmente pela Medida Provisória (MP) 1024/95, convertida na Lei 9.440/97. A duração desse regime tinha data definida para o termino – 31.12.1999 - e beneficiava tanto as montadas e autopeças já presentes no país quanto aquelas que vissem a se instalar.

O decreto reduziu o imposto de importação para:

- a) Bens de capital: redução de 90% da alíquota de importação;
- b) Insumos: redução de 85% em 1996, 60% em 1997, 55% em 1998 e 40% em 1999;
- c) Importação de veículos de transporte: as montadoras aqui instaladas poderiam importar veículos com 50% de redução

A definição de uma política industrial para o setor automotivo teve o propósito de amenizar efeitos colaterais que desafiavam a gestão macroeconômica. Primeiro, tratava-se de mitigar o desequilíbrio comercial, ocasionado pelo que à é ficou conhecido como “farra das importações”. A valorização cambial e a redução das alíquotas de importação, que, por um lado, garantiam maior pressão concorrencial e favoreciam os objetivos do controle inflacionário, por outro, estimulavam em demasia as importações, o que pressionava a balança comercial (COMIM, 1998)

Calandro (2000) ressalta que com uma relação de comércio internacional desfavorável e por uma pressão competitiva exercida pela Argentina sobre o parque produtivo nacional, o Governo Federal concebeu o Novo Regime Automotivo (NRA), vigente entre 1995 e 1999. A sua linha geral era oferecer a mesma lógica de incentivos oferecidos pelo regime automotriz argentino. Em contrapartida, as empresas que aderissem ao NRA teriam que garantir um índice de nacionalização na produção de veículos de, pelo menos, 60%, sendo que considerariam, para efeitos do índice de nacionalização, as peças produzidas no Brasil ou na Argentina.

2.4 - Inovar-Auto 2013 a 2017

Cerca de dez anos depois do Novo Regime Automotivo, na sequência de uma série de reduções de IPI, implementadas como política anticíclica em razão dos efeitos da crise financeira de 2008, o Governo Federal concebeu mais um regime tributário especial para o segmento automotivo.

Trata-se do programa intitulado Inovar-Auto, estabelecido pela Lei 12.715/2012, que resultou da aprovação da Medida Provisória 563, de 3 de abril de 2012, e pelo Decreto 7.819, de 3 de outubro de 2012 (BRASIL, 2013).

O Inovar-Auto foi concebido para atender a dois objetivos estratégicos complementares. O primeiro deles era a intenção de atrair novos investimentos

para o país, garantindo assim maior nacionalização da produção dos veículos que são adquiridos pelos consumidores brasileiros, o que tenderia a impactar a indústria de autopeças.

O segundo objetivo era o de favorecer um padrão de produção que estivesse nivelado com os patamares, internacionais, e com isso favorecer uma ampliação das exportações. Esses objetivos são apresentados pelo Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio, ao listar as finalidades do Inovar-Auto (BRASIL,2013).

A medida proposta tem por objetivo fortalecer a indústria automotiva nacional e criar incentivos para que haja melhoria do conteúdo tecnológico dos veículos produzidos no País. A competição mundial nessa indústria se mostra cada dia mais condicionada ao avanço tecnológico e à eficiência produtiva. Vários são os campos onde se esperam avanços nos próximos anos, entre eles a proteção ao meio ambiente, a segurança e a eficiência energética.

A experiência internacional de políticas direcionadas à eficiência energética mostra que a introdução de um marco regulatório voltado às emissões veiculares estimulará a capacidade tecnológica das montadoras instaladas no país. A medida promoverá o aumento da eficiência veicular da frota brasileira e permitirá que a indústria automotiva nacional atenda aos atuais padrões de produção da indústria automotiva internacional.

Além disso, os níveis atuais de eficiência energética de veículos produzidos no Brasil chegam a ser até 40% menores que o de veículos semelhantes comercializados na Europa e nos EUA.

Nos termos do regime do Inovar-Auto, as empresas devem se habilitar para obter uma redução deste IPI majorado em até 30%. Uma vez habilitadas, as empresas devem realizar investimentos como contrapartida aos benefícios tributários obtidos, sendo que a principal contrapartida é o alcance de níveis preestabelecidos de eficiência energética, garantindo assim uma redução da emissão de poluentes.

A redução do IPI é concedida na forma de créditos que podem ser utilizados em atividades próprias do setor, tais como: aquisição de insumos estratégicos; ferramentaria; despesas com pesquisa, desenvolvimento tecnológico ou capacitação de fornecedores, entre outros (DECRETO 7.819/2012).

Para poderem aderir ao Programa INOVAR-AUTO, as empresas deveriam se pactuar com metas específicas. Sendo elas:

- a) Investimentos mínimos em P&D (inovação);
- b) Aumento do volume de gastos em engenharia, Tecnologia Industrial Básica (TIB) e capacitação de fornecedores;
- c) Produção de veículos mais econômicos;
- d) Aumento da segurança dos veículos produzidos.

Depois do anúncio do programa, as europeias Audi, BMW, Jaguar LandRover e Mercedes-Benz informaram que produziram carros no país: fábricas foram inauguradas entre 2013 e 2016. A chinesa Cherry também começou a produzir no Brasil, em 2015. Sua concorrente, a Jac Motors chegou a anunciar uma fábrica em 2012 e, com isso, entrou para o Inovar-Auto, mas foi descredenciada porque o projeto ainda não saiu do papel (G1, 2017)

Como observou Cunha (2017), os dispêndios em pesquisa e desenvolvimento tecnológico, capacitação de fornecedores e engenharia e tecnologia industrial básica tinham aplicação dupla para as empresas participantes do programa: serviam não só para apuração dos créditos presumidos, como também para o cumprimento das metas específicas.

Em 2012, com efeito, as 57 unidades industriais no Brasil detinham capacidade para produção de 4,50 milhões de veículos ao ano segundo; em 2017, existia 65 unidades industriais com capacidade de produção de 5,05 milhões de veículos ao ano. Com investimento realizado pelas montadoras ao longo dos anos de validade do programa teve essa ampliação do parque industrial (ANFAVEA,2013).

Porém, Palmeri (2017) afirma que os planos de investimentos realizados no decorrer do programa são semelhantes aqueles anunciados pelas montadoras em 2011, sugerindo que o papel do Inovar-Auto, limitou-se a atualização de investimentos planejados.

Tabela 03 - Montadoras que Participaram do Inovar-Auto no Primeiro Ano

EMPRESA	HABILITADA NO PRIMEIRO ANO DE PROGRAMA
---------	--

NISSAN DO BRASIL	X
PEUGEOT CITROEN DO BRASIL	X
RENAULT DO BRASIL	X
MMC AUTOMOTORES DO BRASIL	X
TOYOTA DO BRASIL	X
GENERAL MOTORS, DO BRASIL	X
VOLKSWAGEN DO BRASIL	X
HONDA AUTOMÓVEIS DO BRASIL	X
FORD MOTOR COMPANY BRASIL	X
SCANIA LATIN AMÉRICA	X
FIAT AUTOMÓVEIS	X
MERCEDES BENZ DO BRASIL	X
HYUNDAI MOTOR BRASIL	X
MAN LATIN AMÉRICA	X
INTERNATIONAL INDÚSTRIA AUTOMOTIVA	X
CAOA MONTADORA DE VEÍCULOS	X
IVECO LATIN AMÉRICA	X
VOLVO DO BRASIL	X
AGRALE	X
SVB AUTOMOTORES DO BRASIL	X
BMW DO BRASIL	
DAS CAMINHÕES BRASIL	
CHERY BRASIL	
AUDI DO BRASIL	
JAGUAR E LAND ROVER BRASIL	
BYD DO BRASIL	
FOTON AUMARK DO BRASIL	

Fonte: MDIC

Com relação à meta de ampliar a quantidade mínima de atividade fabris e de infraestrutura de engenharia realizadas no país, os dados do MDIC revelam cumprimento do objetivo em 2016 (MDIC, 2018).

Assim, na Tabela 03, são mostradas todas as montadoras que conseguiram aderir ao programa seguindo todas as exigências do governo brasileiro.

3 - COMPARATIVO DO SETOR AUTOMOTIVO

Neste tópico será demonstrado todos os dados utilizados para analisar o mercado de vendas das marcas Comuns e marcas Premium. Esse trabalho se enquadra como uma pesquisa de abordagem quantitativa, utilizando-se do instrumento de coleta de dados por meio de pesquisa com referencial bibliográfico.

3.1 - Comparação do Setor Automotivo Brasileiro e Goiano

Conforme apresenta a Tabela 04 e mostram os números de emplacamentos de veículos no Brasil compreendido nos anos de 2015 a 2019:

Tabela 04 – Emplacamento de Veículos no Brasil

Ano	Total
2015	2.463.414
2016	1.986.502
2017	2.170.263
2018	2.468.068
2019	2.657.695

Fonte: Anfavea

Fazendo uma média dos emplacamentos nos anos de 2015 a 2019 temos o valor de 2.349.188 carros emplacados por ano, tendo assim o ano de 2016 como o pior ano de emplacamentos de veículos. A Tabela 05 corresponde os veículos importados que nesta monografia são os veículos de marca Premium.

Tabela 05 - Veículos Emplacados Importados

Ano	Total
2015	99.945
2016	48.165
2017	48.123
2018	61.281
2019	67.687

Fonte: Abeifa

Fazendo um comparativo dos veículos emplacados premium dividido por veículos emplacados no país temos que no ano de 2015 os veículos importados tiveram 3,89% de participação do mercado brasileiro, já 2016 teve uma queda na participação que foi para 2,42%, no ano de 2017 outra queda na participação tendo 2,21%, em 2018 um pequeno crescimento chegando à 2,48% e em 2019 teve 2,54% de participação.

A Tabela 06 corresponde ao número de emplacamentos do estado de Goiás, onde fica situada a cidade estudada e sua capital Goiânia.

Ano	Total
-----	-------

2015	79.151
2016	58.018
2017	62.508
2018	75.671
2019	77.903

Tabela 06 - Emplacamentos de Veículos no Estado de Goiás

Fonte: Sincodive

Pegando como ano base 2015 e fazendo uma relação temos que em 2016 a variação de veículos emplacados foi cerca de -0,2669, em 2017 apesar de um crescimento em relação a 2016 temos uma variação de 0,2102, em 2018 temos um crescimento nos veículos emplacados quase chegando ao número de emplacados de 2015 com uma variação de -0,0439 e por fim em 2019 com uma variação de -0,0157. Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) o PMC (Pesquisa Mensal de Comercio) e o estudo onde fica compreendido a variação de volume de vendas e receita nominal da categoria de veículos automotivos.

Conforme a Tabela 07, podemos analisar os indicadores do Brasil.

ANO	VARIÇÃO %	
	VOLUME DE VENDAS	RECEITA NOMINAL
2015	-8,7	-1,9
2016	-8,7	-0,7
2017	4,0	3,6
2018	5,0	7,0
2019	3,9	6,4

Tabela 07 - Indicadores do Volume e Receita do Comércio Varejista Ampliado no Brasil

Fonte: IBGE

Nos anos de 2015 a 2016 onde foi a crise econômica instaurada no país, temos volume de venda e receita nominal negativas por conta da crise. Nos anos de 2017 a 2019 temos um crescimento tanto no volume de vendas quanto na receita. A Tabela 08 representa os indicadores de Goiás para um comparativo entre Brasil e Goiás.

VARIÇÃO %		
ANO	VOLUME DE VENDAS	RECEITA NOMINAL
2015	-15	-8,4
2016	-11,8	-5,3
2017	-8,8	-9,0
2018	2,8	5,1
2019	3,3	5,6

Tabela 08 – Indicadores do Volume e Receita do Comércio Varejista Ampliado de Goiás

Fonte: IBGE

Em Goiás essa recuperação em relação ao Brasil foi mais demorada, onde seu volume de vendas e sua receita nominal apenas ficou positiva em 2018 tendo até em 2017 variações negativas. No auge da crise do país Goiás chegou a ter uma variação de -15% em volume de vendas e -8,4% na sua receita nominal.

3.2 - Comparativo entre as Marcas Comum e Premium na cidade de Goiânia

De acordo com o IBGE, Goiânia possui 1.536.097 habitantes. E seu PIB per capita em 2015 foi de R\$ 32.593,34; em 2016, teve uma queda de seu PIB per capita que foi de R\$ 32.176,90; e em 2017, último ano divulgado pelo IBGE teve um aumento, onde PIB per capita de R\$ 33.437, 67. Em 2018 e 2019, o IBGE ainda não divulgou seus dados.

Na cidade de Goiânia, conforme Tabela 09 têm-se os números de veículos emplacados:

Tabela 09 - Veículos Emplacados em Goiânia

Ano	Total
2015	49.185
2016	36.131
2017	38.703

2018	47.709
2019	48.844

Fonte: ABRAC

Fazendo o mesmo comparativo na cidade de Goiânia onde o ano base e 2015 temos que em 2016 teve uma variação de -0,2654, em 2017 uma variação de -0,2131, já em 2018 com -0,0300 e em 2019 com -0,0069. Em relação ao estado de Goiás, Goiânia apresentou uma menor variação negativa.

A Tabela 10 mostra os veículos importados emplacados na cidade de Goiânia:

Ano	Total
2015	1.984
2016	1.219
2017	1.331
2018	1.618
2019	1.853

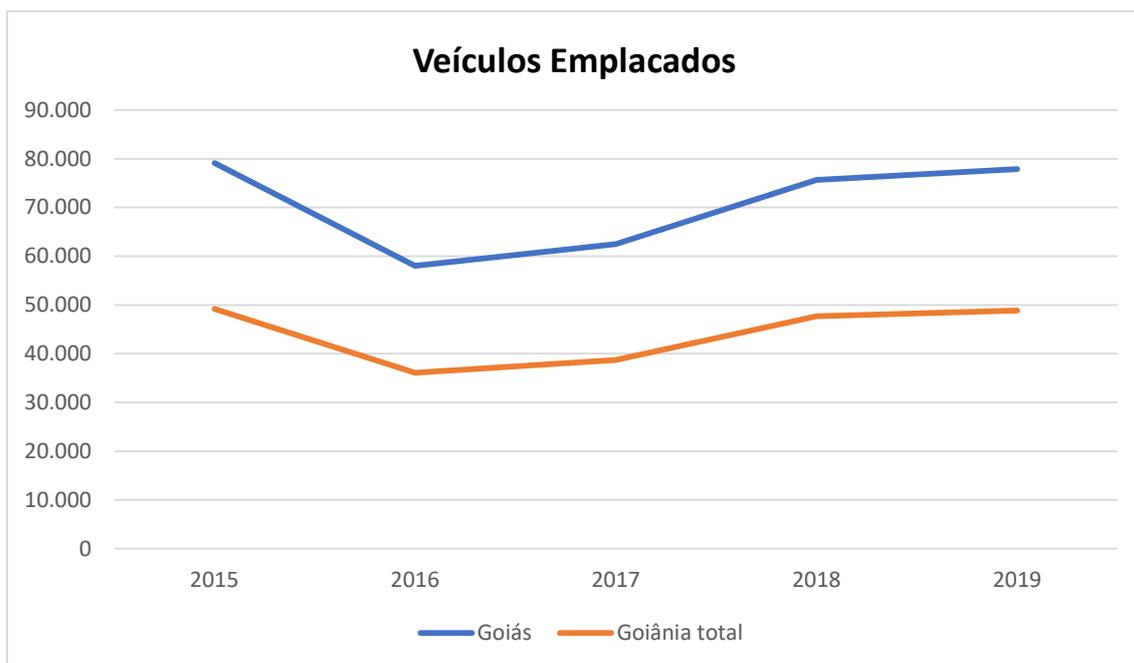
Tabela 10 - Veículos Importados Emplacados em Goiânia

Fonte: ABRAC

Foi considerado as seguintes marcas para Goiânia como veículos Premium (Mercedes, Bmw, Land Rover, Jaguar, Mini, Troller, Porsche, Ferrari, Audi, Volvo). Fazendo o mesmo comparativo temos 2015 como ano base, tem-se 2016 com variação de -0,3855, em 2017 -0,3291, já em 2018 de -0,1844 e em 2019 de -0,0660.

O Gráfico 01 ilustra o mercado de veículos emplacados no estado de Goiás, em Goiânia:

Gráfico 01 – Veículos emplacados no Estado de Goiás em Goiânia



Fonte: ABRAC/Sincodive

Assim com os resultados de variações e o gráfico temos uma semelhança no comportamento de veículos emplacado tanto no estado de Goiás quanto na sua capital Goiânia.

Contemplando das marcas tendo como Marcas Comuns (Chevrolet, Ford, Fiat e Volkswagen) em comparação ao período estudado neste trabalho com as Marcas Premium (Mercedes, Bmw, Land Rover, Jaguar, Mini, Troller, Porsche, Ferrari, Audi e Volvo) em relação ao número de emplacamentos. Em 2015 a Volkswagen, Chevrolet, Fiat e a Ford totalizaram 29.222 veículos emplacados de marca comum, no mesmo ano as marcas premium obtiveram 1.984 veículos emplacados. Onde as marcas comuns tiveram 59,4% de participação de mercado e as marcas premium obtiveram 4,03 %.

Em 2016 as Marcas comuns obtiveram um total de 19.378 veículos emplacado assim tendo 53,63% de participação de mercado, logo as marcas premium obtiveram 1.219 veículos com 3,37 % de participação de mercado. Já em 2017 as marcas comuns atingiram 20.043 veículos emplacados e 51,78% de participação de mercado, as marcas premium tiveram 1.331 veículos emplacados com 3,39% de participação. Em 2018 as Marcas Comum obtiveram 25.680 veículos emplacados com um total de 53,82% de participação de mercado,

enquanto as Marcas Premium obtiveram 1.618 veículos emplacado com 3.39% de participação de mercado. E por fim 2019 onde os veículos de marca comum tiveram 25.137 veículos emplacados com 51,46% de mercado e os de marcas premium com 1.853 obtendo 3,79 % de mercado.

De acordo com o que foi visto percebe-se que as Marcas Comum foram mais afetadas do que as Marcas Premium na cidade de Goiânia, isso pode ser notado com os índices de participação de mercado, onde o melhor ano para ambas as Marcas Comum e Premium foi em 2015.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O setor automotivo possui uma importante participação na estrutura industrial mundial. No Brasil, representa aproximadamente 22% do Produto Interno Bruto (PIB) industrial. Devido aos seus desencadeamentos, torna-se um setor cujo desempenho pode afetar de forma significativa a produção de vários outros setores industriais.

No estado de Goiás, segundo a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea) do ano de 2020, foram fabricadas 210,9 mil unidades de auto veículos no mês, com um aumento de 23,6% em relação a julho. Os números ainda comprovam, segundo o órgão, que a crise mais aguda se delimitou ao segundo trimestre, o que corresponde ao mês de julho do mesmo ano. Logo, os números apontam, que ainda é necessário percorrer um longo caminho de recuperação econômico.

No município de Goiânia, nota-se que, apesar de não possuir nenhuma montadora instalada no seu campo industrial automobilístico, possui 63 concessionárias de veículos leves na cidade, sendo a cidade que mais vende veículos no estado de Goiás e, deste modo, acaba influenciando consideravelmente no cenário econômico municipal.

Nota-se que os objetivos geral e específico foram atingidos, uma vez que, ao realizar o comparativo entre as Marcas Comum e Premium, estabeleceu-se que o grupo de Marcas Premium foi menor afetado que o grupo de Marcas Comum, isto é, a participação no mercado de ambas reduziu. No entanto, o grupo de Marcas Premium teve uma queda menor na participação de mercado se comparado com o grupo de Marcas Comum.

Sob este ponto de vista, o problema proposto nessa monografia respondido, visto que dentre o período escolhido para o levantamento de dados, ficou demonstrado que o ano de 2015 foi o que obteve melhor resultado para ambas as marcas.

Nessa monografia foi respondido o problema por meio de uma hipótese, em que foi considerado que o Grupo Premium em Goiânia foi menos afetado no período compreendido entre 2015 a 2019 de retração econômica em relação ao Grupo de Veículos Comum. Ela foi confirmada através de um levantamento de dados, em que o resultado obtido foi que o grupo de Marcas Premium foi menos afetado que o grupo de Marcas Comum, tido que a participação de mercado de ambas caiu, mas o grupo Premium teve uma menor queda na participação de

mercado em relação ao grupo Comum. Tendo 2015 como melhor resultado para ambos os grupos, onde as Marcas Comum obtiveram cerca de 59,4% de mercado e as Marcas Premium 4,03%.

Assim sendo, faz-se necessário fomentar que a indústria automotiva é importante para a atividade industrial como um todo, dado que movimenta uma série de outros setores, como a produção de aço, autopeças, entre outras. Desse modo, a perspectiva segue favorável para a produção industrial, que deve somente acelerar para um crescimento significativo nos próximos anos, em específico, no estado de Goiás e no município de Goiânia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Patrícia. **“Câmaras setoriais: histórico e acordos firmados - 1991/95”**. Texto para Discussão (Ipea), n.º 667, 1999.

ANDERSON, Patrícia; RESENDE, Marco Flávio C. **Mudanças estruturais na indústria brasileira de bens de capital**. 1999. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/pub/td/tda1999a.htm>>.

ARBIX, Glauco. **Uma Aposta no Futuro. Os Primeiros Anos da Câmara Setorial da Indústria Automobilística**. 1ª Ed. São Paulo: Scritta, 1996.

BACHA, E. **Plano Real: uma avaliação preliminar**. *Revista do BNDES*, n. 3, junho, 1995.

BAER, W. **Economia brasileira**. São Paulo: Nobel, 416p, 1995.

BARROS DE CASTRO, L. Esperança, Frustração e Aprendizado: **A História da Nova República (1985-1989)**. In: GIAMBIAGI et. al. (org.) **Economia Brasileira Contemporânea: 1945-2010**. 2ª ed. Rio de Janeiro, Elsevier, 2011.

BRASIL. **“Inovar Auto – 2013/2017”**. Apresentação do Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio. 2013. Disponível em <www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1349358208.ppt>.

BRASIL. **“Exposição de Motivos – MP 563**. 2013. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato20112014/2012/Mpv/563.htm>.

CALANDRO, Maria Lucrécia. **“A indústria automobilística brasileira: integração produtiva no Mercosul, regimes automotivos e perspectivas”**. In: 2000. Disponível em: <<http://revistas.fee.tche.br/index.php/indicadores/article/viewFile/1661/2029/>>.2000

CLARK, Giovani; CORRÊA, Leonardo Alves; NASCIMENTO, Samuel Pontes do. **Ideologia Constitucional e Pluralismo Produtivo**. *Revista da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Minas Gerais*, v. Especial, p. 265-300, 2013.

COMIN, Alexandre. **De Volta para o Futuro: política e reestruturação industrial no setor automobilístico nos anos 1990**. São Paulo: Anablume: Fapesp, 1998.

CUNHA, Roberto da. **Avaliação dos aspectos tributários do Inovar-Auto: programa de incentivos à indústria automotiva**. 2017. 125 f. Dissertação (Mestrado Profissional) – Escola de Direito de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2017.

FERRO, J.R. **A produção enxuta no Brasil**. In: WOMACK, J.P.; JONES, D.T.; ROSS, D.et al. **A máquina que mudou o mundo**. Rio de Janeiro: Campus, 1992. p.311-337.

FONSÊCA-NETO, Josué Queirós. **Efeitos dos planos de estabilização, do Cruzado ao Real, sobre os níveis de rendimento e emprego**. Salvador,

Monografia de graduação em Ciências Econômicas, Universidade Federal da Bahia, 1996.

G1, O Globo. **Entenda os pontos de o programa Inovar-Auto condenados pela OMC:** a chegada do programa ROTA 2030 Organização Mundial do Comércio (OMC) também critica regras menos favoráveis a veículos importados, alvos do 'SuperIPI'. 2017. Disponível em <<https://g1.globo.com/carros/noticia/omc-condena-beneficios-fiscais-do-inovar-auto-para-producao-nacional-de-carros.ghtml/>>.

MDIC. **Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços.** 2018. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/index.php/competitividade-industrial/setor-automotivo/inovar-auto/objetivo-geral-e-especifico-6.>>

SANTOS, A.M.M.M.; BURITY, P. **Complexo automotivo.** In: BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **BNDES 50 anos:** histórias setoriais. Rio de Janeiro, p.387, 2002.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

MONOGRAFIA II: ACEITE DO ORIENTADOR

Goiânia, 27 de Novembro de 2020.

ALUNO: ARTHUR SOUZA SANTOS

MATRÍCULA: 2018.1.0021.0089-6

ORIENTADOR: Prof. Ms. Miguel Rosa dos Santos Comum

TEMA: “Comparativo no Setor Autobilístico entre as Marcas Comum e Premium, na Cidade de Goiânia, nos Anos de 2015 a 2019”

À COORDENAÇÃO DO CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

Havendo acompanhado a elaboração da monografia II, com o Tema acima mencionado e tendo examinado a versão final, considero satisfatório o trabalho monográfico e julgo por bem encaminhá-lo à **Banca Examinadora**.

Orientei o aluno *Arthur Souza Santos*, para que incluía este **ACEITE** no exemplar final a ser enviado à Coordenação do Curso de Ciências Econômicas, no formato digital, conforme regras da ABNT para realização de Trabalhos de Final de Cursos.

O exemplar definitivo deverá conter na capa, os dizeres da folha de rosto e, na lombada, o título da monografia e o último sobrenome do autor.

Caso não sejam cumpridas essas e outras exigências institucionais, solicito que a Coordenação do Curso de Ciências Econômicas/**Coordenação de Monografia** notifique o aluno que a nota atribuída à Monografia não será considerada até que satisfaça essas determinações e não poderá colar grau até que as cumpram inteiramente.

Atenciosamente,



Prof. Ms. Miguel Rosa dos Santos

RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

ANEXO I

APÊNDICE ao TCC

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O estudante ARTHUR SOUZA SANTOS, do Curso de Ciências Econômicas, matrícula: 2018.1.0021.0089-6, telefone: (62) 99951-0553, e-mail:sosarthur@hotmail.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado COMPARATIVO NO SETOR AUTOMOTIVO ENTRE AS MARCAS COMUM E PREMIUM NA CIDADE DE GOIÂNIA NOS ANOS DE 2015 A 2019, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 13 de dezembro de 2020.

Assinatura do autor:

utor:

do autor: Arthur Souza Santos

Nome completo do autor: Arthur Souza Santos

Assinatura do professor-orientador:

Nome completo do professor-orientador: Miguel Rosa dos Santos