

O IMPACTO DAS TAXAS DE IMPORTAÇÃO E O MERCADO DE ELETRÔNICOS NO BRASIL

Ana Beatriz Alves dos Santos

Juan Juliani Moyses

Lucas Henrique Pinheiro de Oliveira

Magno de Mesquita dos Santos Roberto

Oliveira dos Reis

Resumo: A crescente globalização e o avanço tecnológico transformaram o mercado de produtos eletrônicos em um ambiente altamente competitivo, no qual as políticas tributárias exercem papel decisivo na formação de preços e na competitividade empresarial. Este trabalho teve como objetivo analisar os impactos das taxas de importação sobre o mercado de eletrônicos no Brasil, considerando preços, comportamento do consumidor e competitividade industrial. A pesquisa adotou abordagem descritiva e qualitativa, fundamentada em dados de órgãos oficiais, como Receita Federal, IBGE e MDIC, além de revisão bibliográfica. Os resultados demonstraram que o recente aumento do ICMS sobre compras internacionais, de 17% para 20%, somado a outras tarifas, elevou significativamente o custo final dos produtos, reduzindo o acesso da população a tecnologias importadas e limitando a diversidade de itens disponíveis no mercado. Observou-se ainda que o incentivo à produção nacional é restrito, em razão de fatores estruturais como altos custos logísticos, dependência de insumos importados e baixa capacidade tecnológica. Consequentemente, as medidas adotadas têm contribuído mais para o encarecimento dos produtos e a expansão do mercado paralelo do que para o fortalecimento da indústria interna. Conclui-se que o Brasil necessita de políticas tributárias mais equilibradas, capazes de conciliar a proteção da indústria nacional com o acesso da população a bens tecnológicos de qualidade, promovendo um ambiente econômico mais competitivo e inovador.

Palavras-Chave: Produtos Eletrônicos. Taxas de Importação, Mercado Brasileiro, Comércio Internacional, Comportamento do Consumidor.

Abstract: *The growing globalization and technological advancement have transformed the electronic products market into a highly competitive environment, in which tax policies play a decisive role in price formation and business competitiveness. This study aimed to analyze the impacts of import duties on the electronics market in Brazil, considering prices, consumer behavior, and industrial competitiveness. The research adopted a descriptive and qualitative approach,*

supported by data from official agencies such as the Federal Revenue Service, IBGE, and MDIC, in addition to a literature review. The results showed that the recent increase in ICMS on international purchases, from 17% to 20%, combined with other tariffs, has significantly raised the final cost of products, reducing the population's access to imported technologies and limiting the diversity of items available on the market. It was also observed that incentives for domestic production remain limited due to structural factors such as high logistics costs, dependence on imported inputs, and low technological capacity. Consequently, the measures adopted have contributed more to the increase in product prices and the expansion of the parallel market than to the strengthening of domestic industry. It is concluded that Brazil needs more balanced tax policies capable of reconciling the protection of national industry with the population's access to quality technological goods, promoting a more competitive and innovative economic environment.

Keywords: Electronic Products, Import Duties, Brazilian Market, International Trade, Consumer Behavior.

INTRODUÇÃO

A crescente globalização e o avanço tecnológico têm transformado significativamente o mercado de produtos eletrônicos, tornando-o cada vez mais dinâmico e competitivo (CASTELLS, 2011). Nesse contexto, as políticas tributárias aplicadas pelo governo brasileiro, especialmente as relacionadas às taxas de importação, desempenham papel fundamental na formação de preços, no acesso da população a novas tecnologias e na competitividade das empresas nacionais (FONSECA, 2018).

Ao longo das últimas décadas, o Brasil passou por diversas alterações em sua política de importação de produtos eletrônicos, refletindo tanto o cenário econômico interno quanto as estratégias comerciais adotadas pelo governo (OLIVEIRA; SILVA, 2020). A legislação brasileira que regula esse processo é composta por normas e regulamentos que visam controlar a entrada desses bens no país, impactando diretamente os custos, a oferta e a inovação disponíveis no mercado consumidor (BRASIL, 2000).

O setor de produtos eletrônicos, que abrange categorias como smartphones, laptops, televisores e equipamentos de áudio, é fortemente afetado por essas políticas. As taxas de importação incidem de maneira diferenciada sobre cada segmento, influenciando não apenas o preço final ao consumidor, mas também o comportamento

de compra, a competitividade entre marcas nacionais e estrangeiras e a própria inovação tecnológica (CUNHA; MARTINS, 2019).

O artigo irá abordar os principais impactos das taxas de importação de produtos eletrônicos no Brasil, entre os quais se destacam:

- Aumento do preço final ao consumidor: as tarifas elevam o custo dos produtos importados, tornando-os menos acessíveis à população (SANTOS; LIMA, 2021).
- Redução da diversidade de produtos disponíveis: taxas elevadas podem desestimular a entrada de novas tecnologias no mercado nacional, limitando opções para os consumidores (FONSECA, 2018).
- Incentivo à produção nacional limitada: embora o objetivo seja proteger a indústria nacional, em muitos casos a carga tributária não é suficiente para estimular a competitividade das empresas locais frente a multinacionais, podendo gerar ineficiências e produtos de menor qualidade (MARTINS, 2017).
- Influência sobre o comportamento de compra: consumidores podem optar por produtos mais baratos no mercado paralelo ou importar por meios alternativos, aumentando riscos de fraudes e compras irregulares (OLIVEIRA; SILVA, 2020).

Impactos econômicos mais amplos: as taxas podem afetar o equilíbrio comercial do país, reduzir a competitividade global e limitar o acesso a tecnologias de ponta essenciais para o desenvolvimento tecnológico e industrial (CUNHA; MARTINS, 2019).

Além disso, fatores como variações cambiais e acordos comerciais internacionais exercem influência decisiva na formação de preços e na dinâmica do mercado interno (SANTOS; LIMA, 2021). Diante desse cenário, surge a seguinte problemática: de que forma as taxas de importação de produtos eletrônicos impactam os preços finais, o comportamento do consumidor e a competitividade no mercado brasileiro?

A escolha deste tema justifica-se por duas razões principais. Do ponto de vista teórico, o estudo contribui para a compreensão das relações entre comércio internacional, políticas tributárias e economia nacional, possibilitando ampliar o conhecimento acadêmico acerca da influência das tarifas sobre o setor tecnológico (MARTINS, 2017). Do ponto de vista prático, a pesquisa é relevante por analisar como tais políticas afetam diretamente a vida dos consumidores, a competitividade das empresas e a inovação tecnológica disponível no país, trazendo reflexões importantes para gestores públicos e privados (FONSECA, 2018).

Entre os benefícios esperados com este trabalho, destaca-se a possibilidade de oferecer subsídios para discussões sobre políticas públicas mais equilibradas, capazes de conciliar a proteção da indústria nacional com o acesso da população a produtos de qualidade e preço justo. Além disso, espera-se contribuir para que consumidores, empresas e estudiosos compreendam melhor os impactos econômicos e sociais das taxas de importação, fortalecendo o debate sobre estratégias que possam mitigar seus efeitos negativos (OLIVEIRA; SILVA, 2020).

OBJETIVO

Analisar o impacto das taxas de importação sobre o mercado de produtos eletrônicos no Brasil, considerando preços, competitividade e comportamento do consumidor.

DESENVOLVIMENTO

O mercado de eletrônicos no Brasil, caracterizado por sua elevada dinamicidade e dependência das inovações globais, é fortemente influenciado por políticas fiscais, notadamente pelas taxas de importação. A recente alteração na alíquota do ICMS sobre compras internacionais, elevando-a de 17% para 20% a partir de abril de 2025, em conjunto com outros tributos federais, exemplifica um contexto complexo que afeta consumidores e a indústria nacional. Nesse sentido, esta seção analisa os impactos

dessas políticas, considerando o preço final ao consumidor, a diversidade de produtos disponíveis, o incentivo à produção nacional e as mudanças no comportamento de compra.

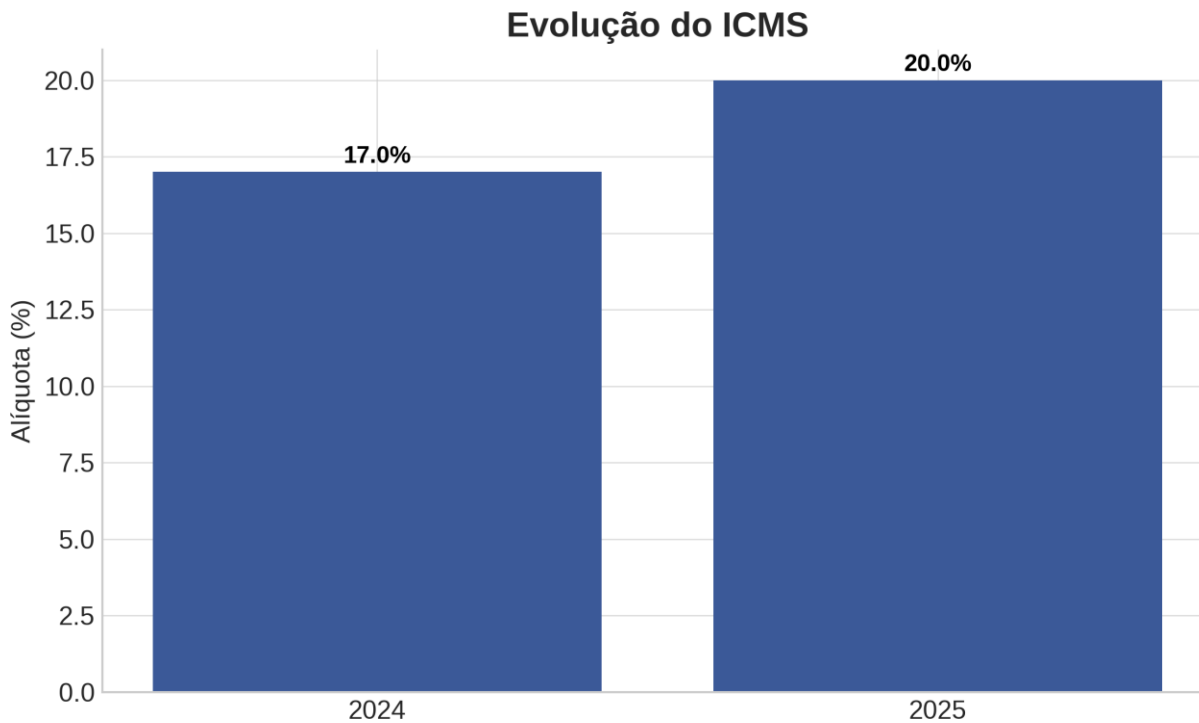
- **Aumento do Custo Final para o Consumidor**

O efeito mais imediato decorrente do aumento das taxas de importação refere-se à elevação do preço final dos produtos eletrônicos importados. A carga tributária sobre tais itens é composta por impostos federais, como o Imposto de Importação, e estaduais, notadamente o ICMS. Conforme a nova regulamentação, a combinação dessas alíquotas pode elevar o custo final de um produto em até 50% ou, em determinados casos, alcançar 100% do valor original, especialmente em compras superiores a US\$ 50, sujeitas à alíquota de 60% do Imposto de Importação federal.

Para exemplificar, um produto com preço inicial de R\$ 300 pode passar de R\$ 433,73 para aproximadamente R\$ 450 após a aplicação da nova alíquota de ICMS (RECEITA FEDERAL, 2025; MDIC, 2023). Esse aumento substancial reduz a vantagem econômica das compras internacionais, tornando os produtos importados menos competitivos em relação às alternativas nacionais. Ademais, a elevação de preços tende a desincentivar compras em plataformas internacionais, impactando diretamente a dinâmica do comércio eletrônico.

Figura 1 – Evolução do ICMS sobre compras internacionais

O gráfico apresenta a alteração da alíquota do ICMS de 17% para 20% a partir de abril de 2025.

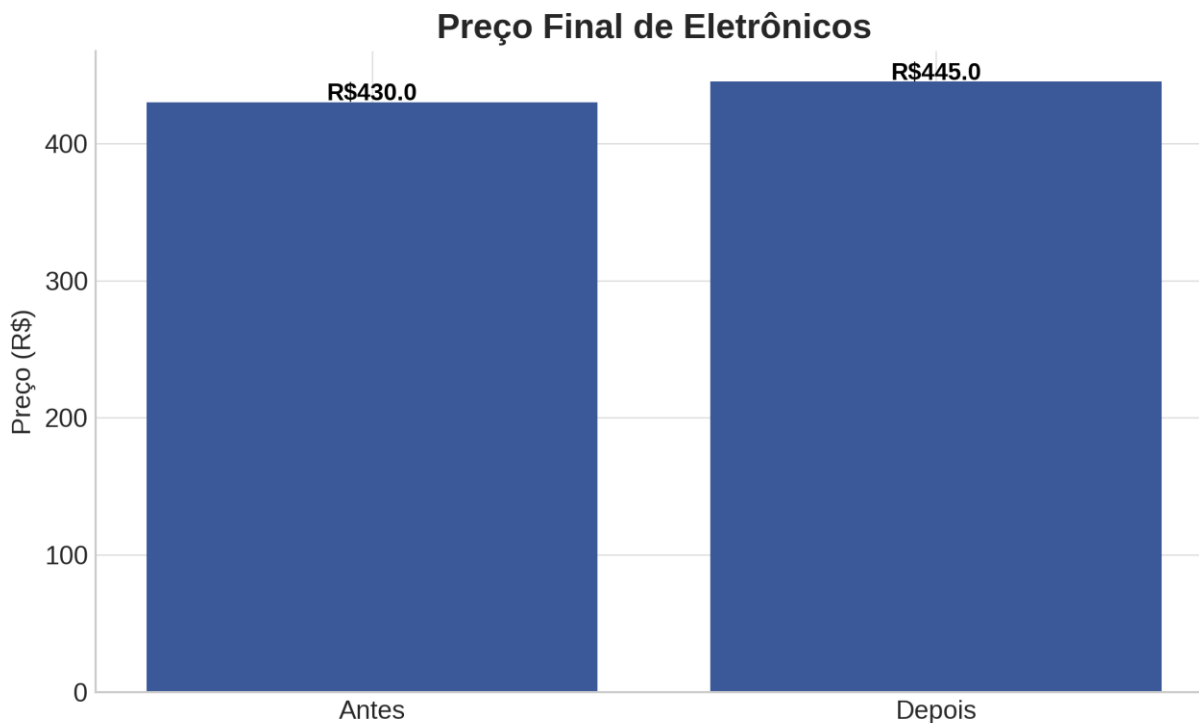


Fonte: Elaboração própria (2025)

Fonte: Receita Federal (2025).

Figura 2 – Preço final de eletrônicos importados antes e depois das novas alíquotas

Comparativo do preço final considerando a carga tributária antes e após a mudança do ICMS.



Fonte: Elaboração própria (2025)

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do MDIC (2023).

- **Redução da Diversidade de Produtos**

Além do aumento de preços, a elevação das taxas de importação contribui para a redução da diversidade de eletrônicos disponíveis no país. Com os custos de internalização mais elevados, a importação de itens de menor valor agregado, acessórios ou modelos menos avançados pode tornar-se financeiramente inviável.

Pequenos importadores e vendedores, cujas margens operacionais são restritas, tendem a descontinuar determinados produtos, pois o custo final não compensa o investimento. Produtos de nicho ou marcas de menor expressão, cuja entrada no Brasil

dependia quase exclusivamente da importação direta, tendem a deixar de ser comercializados no mercado brasileiro (ABINEE, 2024). Relatos recentes apontam queda nas remessas internacionais de plataformas de e-commerce, evidenciando que essa redução na diversidade já está em curso.

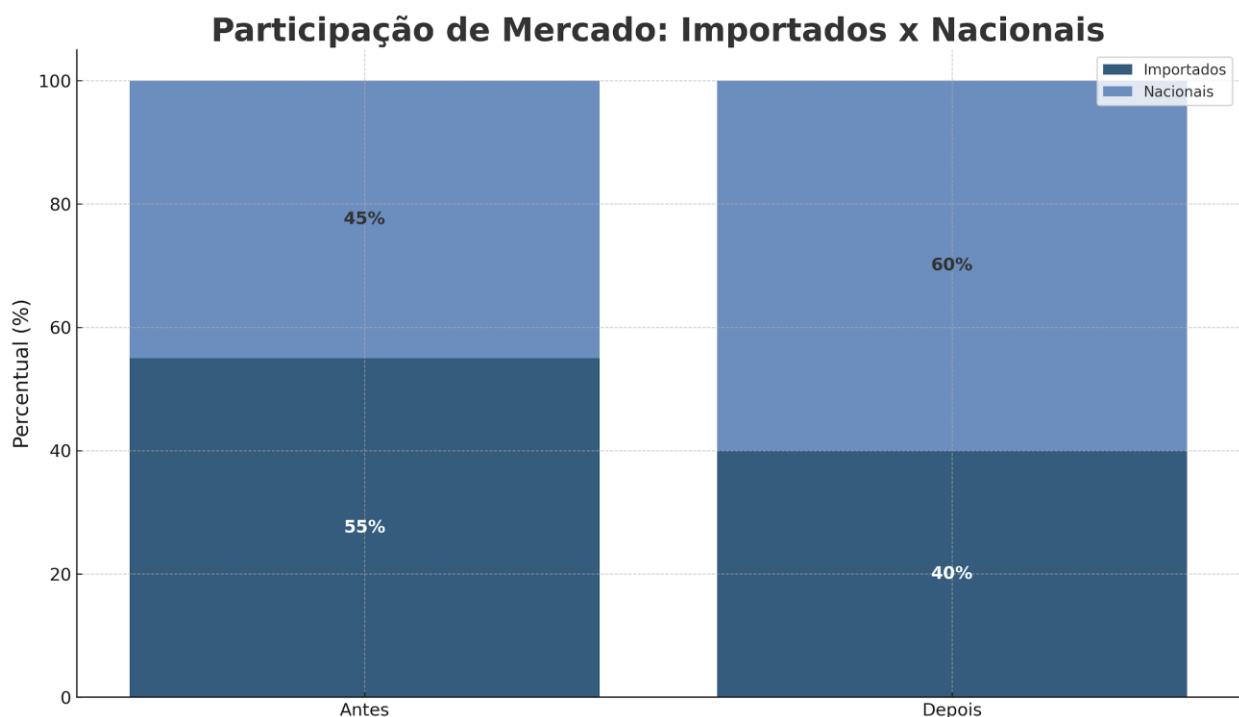
- **Incentivo Limitado à Indústria Nacional**

Um dos argumentos frequentemente utilizados em defesa do aumento das taxas de importação refere-se ao estímulo à produção nacional, uma vez que produtos importados se tornam menos competitivos. Contudo, o impacto dessa política é limitado e complexo.

A capacidade produtiva do Brasil em diversos segmentos de eletrônicos é restrita, visto que a fabricação de itens de média e alta complexidade demanda investimentos expressivos em tecnologia, mão de obra especializada e cadeias de suprimento que frequentemente dependem de insumos importados.

Além disso, a produção doméstica enfrenta desafios como custos elevados de energia, logística interna complexa e elevada carga tributária. Tais fatores podem neutralizar eventuais ganhos de competitividade, mantendo margens de lucro reduzidas ou resultando em preços finais ainda altos para o consumidor (IBGE, 2024; MDIC, 2023).

Figura 3 – Participação de mercado de eletrônicos importados e nacionais
Evolução da participação de mercado de produtos importados e nacionais em função das taxas de importação.



Fonte: Elaboração própria (2025)

Fonte: ABINEE (2024); IBGE (2024).

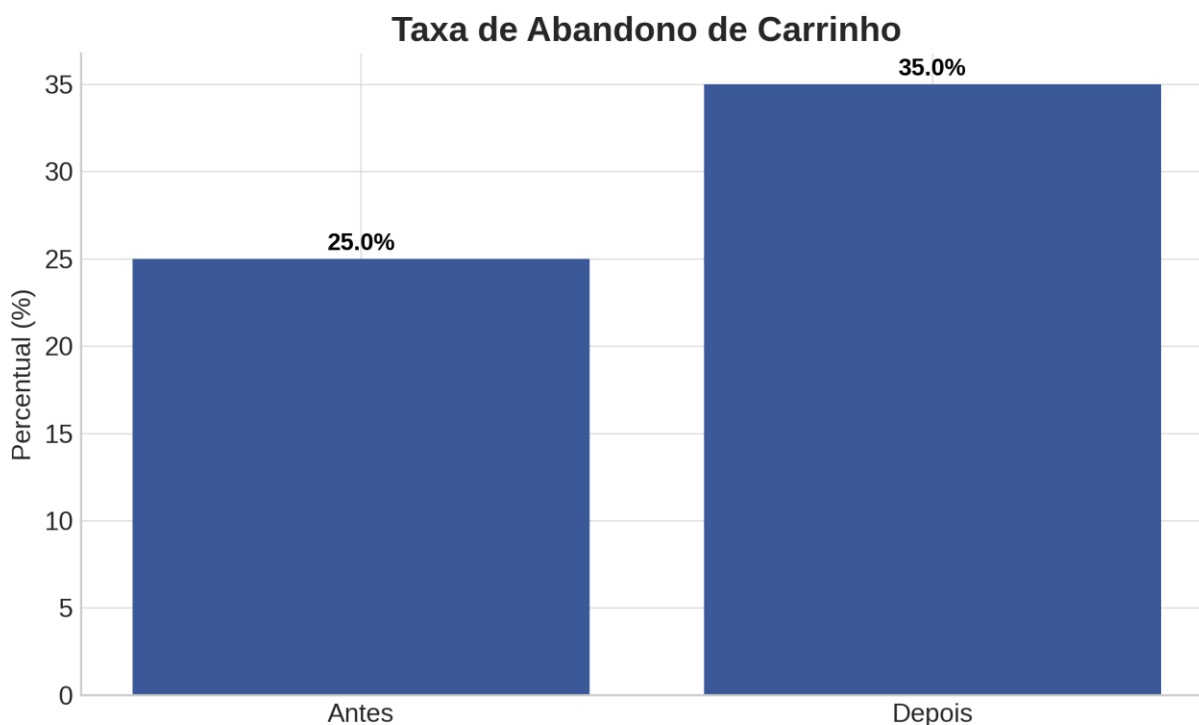
- **Influência no Comportamento de Compra do Consumidor**

A elevação do preço e a redução da diversidade de produtos influenciam diretamente o comportamento de compra dos consumidores. O aumento do custo final pode levar a maior pesquisa de preços, preferência por alternativas nacionais mais acessíveis ou desistência de compras internacionais. Relatórios apontam crescimento na taxa de abandono de carrinhos em plataformas de e-commerce após a implementação das novas medidas fiscais (IDC BRASIL, 2024).

Em resposta aos preços elevados, os consumidores podem adotar estratégias

como adiar compras, esperar promoções ou recorrer ao mercado paralelo, que, embora apresente riscos, oferece produtos a custos mais baixos. Observa-se também maior demanda por produtos usados ou recondicionados, que já se encontram no mercado interno e não são impactados pelas novas regras de importação.

Figura 4 – Taxa de abandono de carrinho em plataformas de e-commerce
Variação da taxa de abandono antes e depois da implementação das novas medidas fiscais.



Fonte: Elaboração própria (2025)

Fonte: IDC Brasil (2024).

- **Comparativo de Tributação por Faixa de Valor**

A análise das taxas de importação também pode ser ilustrada pela diferenciação dos tributos conforme o valor das compras internacionais, conforme mostra a Tabela 1.

Tabela 1 – Comparativo de tributação por faixa de valor
A tabela apresenta as alíquotas do Imposto de Importação e ICMS aplicadas em diferentes faixas de valor de compras internacionais, evidenciando o custo ao consumidor final.

| Faixa de valor (US\$) | Imposto de Importação (%) | ICMS (%) | Custo adicional estimado (%) |
|-----------------------|---------------------------|----------|------------------------------|
| 0 – 50 | 0 | 20 | 20 |
| 51 – 500 | 60 | 20 | 96 |
| Acima de 500 | 60 | 20 | |
| | | | |

Fonte: Receita Federal (2025)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise demonstrou que o recente aumento da alíquota do ICMS sobre compras internacionais impacta diretamente o mercado de eletrônicos no Brasil, elevando os preços ao consumidor, reduzindo a diversidade de produtos disponíveis e exercendo influência limitada sobre o fortalecimento da indústria nacional. Embora a justificativa da medida esteja no estímulo à produção interna, a ausência de infraestrutura tecnológica adequada, aliada aos altos custos de produção e à burocracia fiscal, limita severamente os avanços nesse sentido.

Em comparação, mercados como os Estados Unidos e a União Europeia adotam políticas tributárias mais equilibradas. Nos EUA, por exemplo, produtos importados de pequeno valor (geralmente até US\$ 800) são isentos de taxas federais, o que estimula o consumo e o dinamismo do comércio eletrônico. Já na China, o governo combina incentivos fiscais à indústria local com acordos bilaterais estratégicos que reduzem

custos de importação de componentes tecnológicos, fortalecendo toda a cadeia produtiva.

No modelo brasileiro, por outro lado, a alta carga tributária sobre importados — especialmente em plataformas como Shopee, AliExpress e Shein — acaba penalizando o consumidor final e os pequenos empreendedores que dependem da revenda de produtos eletrônicos. Em vez de impulsionar a indústria nacional, o resultado tende a ser o oposto: incentiva a informalidade, o contrabando e o mercado paralelo, que oferecem preços mais competitivos justamente por estarem fora da legalidade.

Nesse contexto, é fundamental que o Brasil adote políticas tributárias mais equilibradas, capazes de conciliar o incentivo à produção interna com estratégias de integração global. Parcerias comerciais com polos tecnológicos como China, Coreia do Sul e Estados Unidos poderiam estimular transferência de tecnologia e investimentos em pesquisa. Além disso, torna-se urgente repensar o modelo de tributação do e-commerce internacional, buscando alinhar-se às boas práticas internacionais sem sacrificar o poder de escolha e consumo da população brasileira.

REFERÊNCIAS

ABINEE – Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica. **Relatório Anual 2024**. São Paulo: Abinee, 2024.

BRASIL. **Lei nº 10.833, de 29 de dezembro de 2003**. Dispõe sobre a legislação tributária federal. Diário Oficial da União, Brasília, 2000.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

CUNHA, L.; MARTINS, R. **Tributação e competitividade no setor eletrônico brasileiro**. Revista de Economia e Negócios, v. 12, n. 3, p. 45-60, 2019.

FONSECA, P. **Políticas tributárias e comércio internacional no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV, 2018.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Síntese de Indicadores Econômicos 2024**. Rio de Janeiro: IBGE, 2024.



IDC BRASIL. **Relatório de Comércio Eletrônico no Brasil – 2024**. São Paulo: IDC, 2024.

MARTINS, A. **Impactos das tarifas de importação no mercado de tecnologia**. MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio. **Relatório de Comércio Exterior 2023**. Brasília: MDIC, 2023.

OLIVEIRA, T.; SILVA, M. **Importação de produtos eletrônicos: desafios e estratégias**. Revista Brasileira de Comércio Exterior, v. 15, n. 2, p. 23-38, 2020.

RECEITA FEDERAL. **Boletim sobre alterações na alíquota de ICMS em compras internacionais**. Brasília: Receita Federal, 2025.

SANTOS, R.; LIMA, J. **Economia digital e políticas de importação**. Revista de Administração Contemporânea, v. 25, n. 1, p. 89-105, 2021. São Paulo: Atlas, 2017.