

FACULDADE DE TECNOLOGIA PADRE DANILO JOSÉ DE OLIVEIRA OHL

GUSTAVO WASHINGTON DA SILVA ANDRADE

JÚLIAH COSTA DE ALMEIDA

NATAN MORAIS

YASMIN ANDRADE DE SOUSA

**A IMPORTÂNCIA DO PROGRAMA REMESSA CONFORME PARA A ECONOMIA
BRASILEIRA.**

Barueri

2025

Resumo

O presente trabalho analisa os efeitos do Programa Remessa Conforme, criado pela Receita Federal em 2023 devido ao aumento dos e-commerces internacionais durante o período da pandemia de COVID-19, nas importações realizadas por comércio eletrônico estrangeiros e suas consequências na economia brasileira. Essa decisão ocorreu devido a uma desaceleração da economia brasileira que ocorreu nos anos de 2020 e 2021, que gerou uma concorrência desleal entre e-commerces internacionais e varejistas nacionais, essa deslealdade acontece devido à falta de tributação de produtos importados de até 50 dólares. Após a implementação da Instrução Normativa RFB nº 2146 de 29 junho de 2023 essas remessas passaram a ser tributadas o que gera uma isonomia no comércio entre varejo nacional e e-commerce internacional, porém isso levou ao aumento do preço e diminuição da variedade de produtos e causou uma insatisfação do público consumidor em geral. A pesquisa foi realizada de forma qualitativa e exploratória, utilizando dados bibliográficos e levantamento de campo aplicado a consumidores e analisando as declarações de CEOs de e-commerces estrangeiros.

Palavras-chave: Remessa Conforme; comércio eletrônico; importação; economia brasileira; tributação.

Abstract

This study analyzes the effects of the Remessa Conforme Program, introduced by the Brazilian Federal Revenue Service in 2023 in response to the expansion of international e-commerce during the COVID-19 pandemic, on foreign online retail imports and their economic implications for Brazil. The policy was implemented following an economic downturn in 2020 and 2021, which exacerbated unfair competition between international e-commerce platforms and domestic retailers due to the tax exemption on imported goods valued at up to 50 US dollars. With the enactment of Normative Instruction RFB No. 2146 on June 29, 2023, such imports became subject to taxation, thereby promoting equity between domestic retail and foreign e-commerce. However, this measure also resulted in increased consumer prices, reduced product diversity, and widespread dissatisfaction among buyers. The research employs a qualitative and exploratory methodology, drawing on bibliographic sources, consumer surveys, and statements from foreign e-commerce executives.

Keywords: Remessa Conforme; e-commerce; import; Brazilian economy; taxation.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	5
2. OBJETIVOS.	6
2.1. Objetivo Geral.	6
2.2. Objetivos Específicos.	6
3. JUSTIFICATIVA	7
4. REFERENCIAL TEÓRICO	8
4.1 Varejo	8
4.1.2 Estrutura do varejo nacional	9
4.1.3 História do varejo nacional	9
4.1.4 Varejo na pandemia	11
4.5 E-commerce	11
4.6 Programa remessa conforme	12
4.7 Medidas de proteção ao varejo brasileiro	14
5. METODOLOGIA	15
6. O IMPACTO DO PROGRAMA REMESSA CONFORME	16
7. PESQUISA DE CAMPO	17
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS	22
REFERÊNCIAS.	23

1. INTRODUÇÃO

A pandemia de COVID-19 afetou profundamente a atividade econômica mundial. No Brasil, as ações de saúde pública, principalmente as medidas de isolamento, ocasionaram no fechamento das lojas, diversos setores produtivos foram afetados, resultando numa queda brusca do PIB brasileiro. Setores como o varejo enfrentaram uma crise sem precedentes e um novo cenário econômico surgiu.

O isolamento social fez com que as pessoas desenvolvessem novos hábitos de consumo e fossem à Internet adquirir seus produtos. Contudo, as redes sociais impulsionaram os e-commerces, promovendo um cenário de marketing agressivo, onde as pessoas buscavam bens de consumo no meio digital através de lojas de comércio eletrônicos estrangeiras, que ganhavam mercado frente às companhias brasileiras.

À entrada dessas lojas foram consideradas uma concorrência desleal por parte da indústria nacional, que começaram a cobrar do Governo Federal alguma medida que freasse a entrada desses varejistas. Contudo, buscando ter mais controle sobre as mercadorias que entravam em território nacional, foi criada a **Instrução Normativa RFB nº 2146**, que estabelecia o Programa Remessa Conforme. A Lei determina que para uma plataforma estrangeira continuar operando legalmente no Brasil, ela precisa se submeter a este programa, onde pagará os impostos antecipadamente, no ato da compra, fazendo com que a Receita Federal tenha um controle muito mais abrangente e prático do que está sendo importado.

Porém, tal medida não foi recebida amistosamente por uma parcela da população, uma vez que esses e-commerces estrangeiros aderiram ao programa, os preços dos produtos comercializados já não eram mais tão interessantes por conta da implementação da nova lei. As pessoas que não concordavam com a medida alegavam que essas lojas tornavam o consumo de roupas, eletrônicos, utensílios etc., acessível para aqueles com baixo poder aquisitivo, que sofreram ainda mais com a crise econômica causada pela pandemia.

Diante do exposto, qual a importância do Programa Remessa Conforme para a economia brasileira?

O Programa Remessa Conforme foi essencial para a tentativa da busca por isonomia na concorrência entre o varejo tradicional brasileiro e os e-commerce internacionais, porém a que ser analisado o impacto dessa medida na capacidade de compra dos consumidores.

2. OBJETIVOS.

2.1. Objetivo Geral: Analisar o reflexo do Programa Remessa Conforme nas importações das empresas chinesas no mercado brasileiro.

2.2. Objetivos Específicos.

1. Descrever as principais mudanças nas políticas de importação a partir do Programa Remessa Conforme.
2. Entender as reações dos consumidores nacionais dos produtos chineses após a implementação do Programa Remessa Conforme.
3. Verificar como essas novas políticas afetam os preços ao consumidor final, a competitividade das empresas importadoras e a economia nacional.

3. JUSTIFICATIVA

O presente trabalho se justifica pela necessidade de compreender os efeitos das novas políticas de tributação nas importações, implementadas em julho de 2023 pelo Governo Federal, com o objetivo de reduzir os impactos das plataformas de e-commerce chinesas sobre o mercado local. Essas medidas influenciam diretamente a competitividade das empresas brasileiras em relação às estrangeiras, que oferecem produtos a preços mais baixos.

Tabela 1: Audiência digital de moda no Brasil.

Participação de tráfego digital no Brasil em computadores e dispositivos móveis	
Lojas	Traffic Share
Shein	16,17%
Renner	9,42%
Dafiti	8,10%
Enjoei	5,69%
Riachuelo	3,35%
C&A	3,20%
Farm	2,41%
Hering	2,08%
Arezzo	2,07%
Zattini	1,96%

Fonte: Snaq e SimilaWEB.

De acordo com a tabela 1, nota-se que a Shein é a plataforma digital de moda com mais acesso do Brasil, obtendo 16,17% da audiência dos brasileiros, contra 9,42% da Renner, uma varejista que está a décadas estabelecida no mercado brasileiro, porém, assim como outras empresas, vêm perdendo espaço para e-commerces chineses como a Shein desde a pandemia de Covid-19.

Tabela 2: Quantidade de usuários ativos nas plataformas de e-commerce no Brasil.

Usuários ativos mensais nos aplicativos em milhões	
Lojas	Usuários ativos
Shein	21.8
Renner	4.5
C&A	2.3
Dafiti	1.8
Enjoei	1.3
Marisa	0.8
Zatini	0.7

Fonte: Snaq e SimilaWEB.

De acordo com a tabela 2 nota-se que a plataforma chinesa possui aproximadamente 21.8 milhões de usuários ativos, um número quatro vezes maior do que a segunda colocada Renner, utilizada por com 4.5 milhões de brasileiros.

A escolha do tema se fundamenta na relevância do comércio internacional para a economia nacional, na necessidade de adequação das empresas estrangeiras às novas regulamentações, e da adaptação das companhias brasileiras para continuarem sendo competitivas em meio a entrada desses e-commerces.

4. REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 Varejo

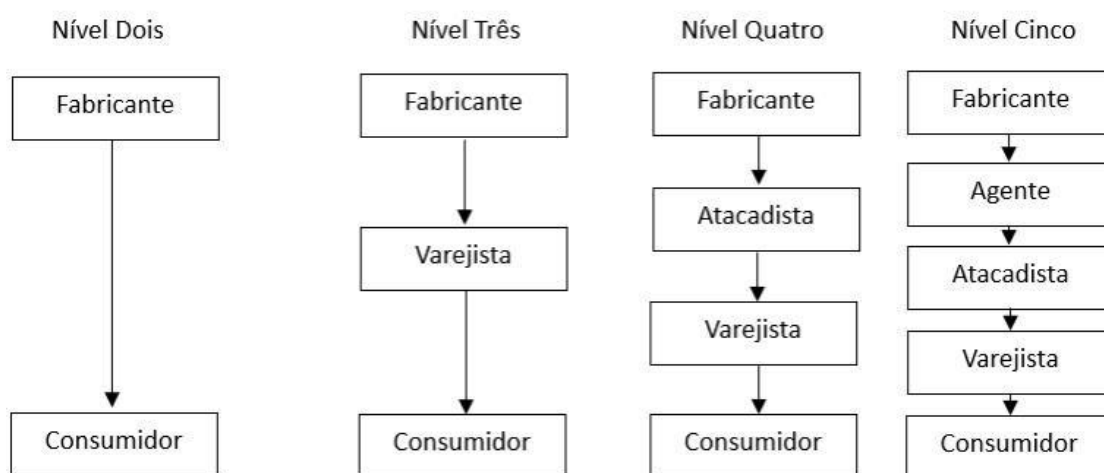
O varejo inclui todas as atividades relativas à comercialização de bens ou serviços diretamente ao consumidor final para uso pessoal e não comercial. Um varejista ou loja de varejo é qualquer empreendimento comercial cujo volume de vendas provenha principalmente do varejo. Toda organização que vende para consumidores finais — seja ela um fabricante, um atacadista ou um varejista — está envolvida em varejo. Não importa como os bens ou serviços são vendidos (pessoalmente, pelo correio, por telefone, por máquinas de venda automática ou pela internet) ou onde são vendidos (em uma loja, na rua ou na casa do consumidor). Segundo (Kotler e Keller. 2019)

4.1.2 Estrutura do varejo nacional

Para compreensão do cenário varejista, que acarretou a criação do programa Remessa Conforme, sancionado através **da Instrução Normativa NBR nº2146**, é necessário entender como o varejo se organizou nas últimas décadas.

A estrutura do varejo brasileiro se dá em diferentes níveis, em que para o produto chegar ao consumidor final, ele pode passar por um ou mais intermediários:

Figura 01 – Níveis do varejo



Fonte – Parente, Juracy (2000)

Segundo Parente (2000), o varejista faz parte dos sistemas de distribuição entre o produtor e o consumidor, desempenhando um papel de intermediário, funcionando como um elo entre o nível do consumo e o nível do atacado ou da produção.

4.1.3 História do varejo nacional

Para uma melhor compreensão da história recente do varejo brasileiro, é relevante discorrer sobre os recentes ciclos que este tipo de comércio enfrentou nas últimas décadas, sobretudo a partir do período de pré-abertura econômica no âmbito internacional e da criação da moeda nacional vigente, o Real.

Figura 03 - Ciclo de evolução do varejo brasileiro

Pré-Abertura Real	Pós-Real	Boom de consumo	Maturidade e Produtividade
Até 1993	1994 2002	2003 2012	A partir de 2013

Fonte: Serrentino, A. **Varejo e Brasil, reflexões estratégicas**. 2. ed. 2016. p. 20, fig. 1

A figura 03 mostra a evolução do varejo brasileiro dividida em quatro ciclos. No âmbito do comércio internacional, no período até 1993, o Brasil era um país em que varejistas estrangeiros não se interessavam em atuar, pois era um país recém democratizado com alta inflação e instável politicamente. A importação de produtos não era possível de ser realizada porque a economia era fechada, e o fornecimento de produtos se restringia a fornecedores locais, não havia uma alta competitividade como a de mercados de outros países. No entanto, a partir de 1994 essa perspectiva começou a mudar, e o país passou a adotar práticas similares à de mercados mais maduros. (Serrentino, 2016).

Serrentino (2016) continua explicando que logo após a implementação do Plano Real, e abertura econômica promovida durante o período de 1994 até 2002, o país começava a se tornar mais competitivo, e empresas internacionais começaram a observar o varejo brasileiro como um cenário atrativo, visto que agora o modelo econômico era mais parecido com o de outros países, pois foram implementadas as regras necessárias para operar no mercado nacional. Neste momento, com as multinacionais se instalando no país, as empresas brasileiras tiveram que aprender como de fato se fazia varejo, tendo que desenvolver um planejamento comercial, selecionar produtos, gestão de estoque, operações e precificação.

Nos anos posteriores, no período de 2003 à 2012, o Brasil experimentou um grande crescimento econômico, sobretudo com a grande internacionalização do comércio exterior brasileiro, onde a grande valorização de commodities, o aumento exponencial da economia Chinesa, e liquidez internacional promoveram uma transformação social e econômica brasileira, que resultou em um cenário de alto consumo por parte da população, e mudanças estruturais no varejo. (Serrentino, 2016)

Por fim, Serretino exemplifica que a partir de 2013, a matriz econômica do país entra em um novo ciclo. O Brasil não apresenta mais o crescimento que foi promovido pela exportação de commodities, consumo interno, aumento da renda e expansão de crédito. O

cenário deste período era de uma desaceleração da economia, com o PIB apresentando um crescimento negativo e pressão inflacionária.

Portanto, isso fez com que o varejo buscasse aumentar sua produtividade nas operações, e para que isso acontecesse, foi necessário desenvolver um ambiente com equilíbrio macroeconômico, expansão de investimentos e uma melhoria na infraestrutura.

As empresas varejistas tiveram que se adaptar novamente e tiveram que criar estratégias para continuarem competitivas e lucrativas, caracterizando uma maturidade e produtividade por parte do setor. (Serrentino, 2016)

4.1.4 Varejo na pandemia

O cenário começa a se alterar quando a Organização Mundial da Saúde (OMS), declara em 11 de março de 2020 que a contaminação do vírus Sars-Cov-2 se elevou para uma Pandemia; período em que as lojas foram totalmente fechadas, o que promoveu um novo cenário econômico.

Durante a pandemia de Coronavírus, que eclodiu no início de 2020 e ainda perdura até hoje, a maioria das atividades econômicas teve seus resultados negativamente impactados. No comércio eletrônico, o isolamento social deu a oportunidade a diversos consumidores de terem seu primeiro contato ou de estreitar o relacionamento com esse canal de venda. O crescimento do e-commerce, que já vinha ocorrendo de forma gradual, passou por rápido incremento e deve permanecer, pois a população se acostumou com as conveniências desse meio de compra e venda. (TOMÉ. LUCIANA. 2021)

De acordo com o SEBRAE (2020), no mês em que a Pandemia de COVID-19 foi decretada, demonstrou que 12 milhões de empresas foram diretamente afetadas, o que impactou aproximadamente 46,6 milhões de brasileiros. A pesquisa complementa também que houve uma diminuição de 29% na receita do comércio varejista, o que significou uma redução de 69% no faturamento quando comparado ao mesmo período do ano anterior.

4.2 E-commerce

Com o avanço da tecnologia nos últimos anos, o varejo se adaptou à nova dinâmica que a Internet promoveu, permitindo os consumidores adquirirem um produto em segundos através de um clique do *mouse* de um computador e/ou de um celular, sem precisar se deslocar para uma loja física, proporcionado para o usuário uma experiência muito prática.

Conforme Turchi (2015), os e-commerce são “operações de compra e venda de produtos e serviços pela Internet”. Logo, as lojas virtuais estrangeiras se enquadram no perfil de comércio eletrônico, tendo as suas operações de venda no Brasil somente através do meio digital, sem necessidade de lojas físicas, estando disponíveis nos celulares e computadores de todos que queiram quaisquer bens de consumo

Ademais, também definido por SEBRAE (2017):

[...]o termo e-commerce é a abreviação em inglês de electronic commerce, cuja tradução em bom português significa “comércio eletrônico”. Trata-se de uma modalidade de comercialização de bens e serviços, que realiza suas transações financeiras por meio de dispositivos e plataformas eletrônicas, como computadores e dispositivos móveis (smartphones e tablets), sem barreiras geográficas.

Estas definições são fundamentadas na Instrução Normativa RFB nº 2.208 de 31 de julho de 2024:

Art. 2º Para efeitos do disposto nesta Instrução Normativa entende-se por:

XVI - empresa de comércio eletrônico, a empresa nacional ou estrangeira que utilize plataformas, sites e meios digitais de intermediação de compra e venda de produtos, por meio de solução própria ou de terceiros. (IN RFB 2.208 de 31 de julho de 2024).

As remessas internacionais são transferências de bens ou dinheiro de um país para outro. O governo percebeu que através da portaria nº 156 do MF de 24 de junho de 1999, que previa isenção de imposto de importação de remessa de até 50 dólares, desde que fossem feitas por pessoas físicas, estava sendo usado por empresas internacionais como forma de burlar a legislação e pagar menos impostos.

4.3 Programa remessa conforme.

O Programa Remessa Conforme, determina, através da IN RFB N°2.146 de 29 de junho de 2023, que para uma plataforma estrangeira continuar operando legalmente no Brasil, ela precisa se submeter a este programa, onde pagará os impostos antecipadamente, no ato da compra, fazendo com que a Receita Federal tenha um controle muito mais abrangente e prático do que está sendo importado. Ao ser notificada por uma plataforma a respeito de uma compra internacional, a Receita Federal poderá agilizar os processos aduaneiros e a mercadoria ficará menos tempo nas Alfândegas.

O Programa Remessa Conforme também é apoiado pelo Art. 20-A da Instrução Normativa da RFB nº 2.146 de 29 de junho de 2023, que determina:

Art. 20-A. Fica instituído o Programa Remessa Conforme, com vistas a:

- I - Conferir maior agilidade e previsibilidade ao fluxo do comércio exterior; e
- II - Promover o cumprimento da legislação tributária e aduaneira.

O parágrafo único do Art.20-A da Instrução Normativa da RFB nº 2.146 adiciona que a adesão ao Programa Remessa Conforme é voluntária, condicionada à certificação que comprove o cumprimento dos critérios estabelecidos no Art. 20-B, como por exemplo, possuir contrato firmado com a ECT (Correios) ou uma empresa *courier*; fornece todas as informações para emissão da Declaração de Importação de Remessa (DIR) antes da chegada do veículo transportador no país; repassar os valores de frete, seguro internacional e dos impostos cobrados e discriminados tanto para o responsável pela emissão da DIR quanto ao cliente, e exibir o valor total da compra.

A Receita Federal informa que as pessoas que importaram produtos alguns anos atrás e não pagaram nenhum tipo de tributação ainda podem ter suas compras revisadas dentro de um período de 5 anos e exigir o pagamento dos devidos impostos.

Através do programa remessa conforme, as importações por meio de sites internacionais estão sendo tributadas em:

Figura 04 – Tabela descrevendo os impostos aplicados no Programa Remessa Conforme

60% de I.I. = Imposto de Importação – um imposto federal administrado pela Receita Federal
17% de ICMS = Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços – um imposto estadual, repassado aos cofres do Estado de residência do comprador

Fonte: Receita Federal (2024)

A isenção de compras de até cinquenta dólares também sofreu alterações. Ao invés de 60%, o Imposto de Importação cobrado é reduzido para 20%, desde que a plataforma onde a compra foi realizada esteja cadastrada no Remessa Conforme; juntamente com o imposto de ICMS que irá variar de acordo com o Estado em que o cidadão reside.

4.4 Medidas de proteção ao varejo brasileiro

O protecionismo no Brasil é uma prática adotada para proteger a produção nacional da concorrência externa. E ele funciona principalmente por meio de tarifas de importação e barreiras não tarifárias, como exigências técnicas, sanitárias ou burocráticas, que dificultam a entrada de produtos estrangeiros. O objetivo é garantir competitividade à indústria local, preservar empregos e evitar práticas desleais de comércio, como o *dumping*. Salvatore (1986) já alertava que medidas protecionistas são comuns em momentos de crise, como forma de lidar com o desemprego e a perda de competitividade. No setor têxtil, as tarifas elevadas e a burocracia alfandegária tornam muitas importações desvantajosas. Apesar disso, em grandes volumes, importar ainda pode ser vantajoso devido à inovação e ao menor custo de produção em países como China.

No passado, o Brasil já adotou medidas protecionistas como a exigência de licença prévia de importação para alimentos e produtos farmacêuticos, o subsídio ao algodão para favorecer a indústria têxtil, e medidas antidumping contra importações de aço, têxteis e calçados. Essas ações buscavam equilibrar a balança comercial e defender setores estratégico, mesmo com críticas sobre seus efeitos nos preços e na competitividade. A Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX) fez apelos ao governo federal durante o ano de 2023 para acabar com a isenção de impostos de produtos importados no valor de até 50,00 dólares.

Essas medidas servem para garantir a competitividade das empresas brasileiras contra as empresas estrangeiras, pelo fato delas não terem esses tributos cobrados dos varejistas nacionais podem oferecer preços menores assim podendo gerar uma competição desleal entre essas empresas.

Não somos contrários às importações, mas precisamos de condições de isonomia para concorrer com os calçados estrangeiros. A indústria nacional paga impostos em cascata, que chegam a 120%, enquanto esses produtos pagam apenas o ICMS, de 17%. A indústria brasileira vem perdendo competitividade e o reflexo se dá diretamente na geração de empregos, alerta Bianco Neto. Bianco Neto, 2024.

Grandes varejistas brasileiros foram a favor da implantação do programa Remessa Conforme, por verem como uma forma de isonomia na concorrência do comércio, uma vez que os e-commerce pagavam menos impostos que os varejos nacionais, podendo ser considerado uma forma de protecionismo do mercado local. (BRASIL, Receita Federal, 2025)

5. METODOLOGIA

Uma pesquisa pode ter uma natureza quantitativa ou qualitativa, as duas naturezas se diferenciam no tratamento dos dados coletados. Para Richardson (1999) a pesquisa quantitativa é caracterizada pela quantificação da coleta de dados e do tratamento deles através de métodos estatísticos. No que tange ao método qualitativo, segundo Oliveira (2011) uma pesquisa tem a natureza qualitativa quando “o pesquisador tem contato direto e prolongado com o ambiente e a situação a ser investigada, através do trabalho de campo”. Também segundo Oliveira (2011, p 25) “Todos os dados coletados na realidade, que são predominantes descritivos, são importantes. Esses dados podem ser descrições de pessoas, documentos, fatos, situações, acontecimentos etc.”

Através destas afirmações, a metodologia escolhida para esta pesquisa é a qualitativa exploratória; a escolha deste método se dá ao fato de que esta pesquisa visa compreender o que é o programa remessa conforme, e seu impacto nas vendas dos e-commerce estrangeiros.

Uma pesquisa também pode ser categorizada como descritiva, exploratória e explicativa. Para Oliveira (2011) pesquisas exploratórias são aquelas que se enquadram na busca de descobrir ideias e intuições, isso permite aos pesquisadores aumentar seus conhecimentos sobre os fatos. Segundo Gil (1999) a pesquisa explicativa tem o objetivo de explicar e identificar os fatores que contribuem para a ocorrência de algum fenômeno. Na visão de Gil (1999) uma pesquisa que tenha o aspecto descritivo tem a finalidade de descrever as características de uma determinada população ou fenômeno ou estabelecer relação entre variáveis, a utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados é o principal ponto deste tipo de pesquisa.

Após a compreensão de que o método qualitativo exploratório é o mais adequado para a proposta deste trabalho, será realizada uma coleta de dados por meio de uma pesquisa de campo, sendo está um questionário fechado para os consumidores responderem na plataforma Google Forms, através de depoimentos de como os consumidores brasileiros e os e-commerces estrangeiros foram impactados com essa nova política econômica, a leitura aprofundada do Programa Remessa Conforme, o estudo de caso dos e-commerces estrangeiros afetados pela medida, e uma análise de entrevistas dos CEOS e declarações desses e-commerce.

6. O IMPACTO DO PROGRAMA REMESSA CONFORME

Contudo, a intenção do governo também é que essa nova política incentive as empresas estrangeiras a se instalarem no Brasil construindo fábricas e armazéns, gerando ainda novos postos de trabalho. Após a criação do Programa da Receita Federal, a Shein vem desde 2023 atuando em território nacional através de centros de distribuição e desenvolvendo parcerias com empresas têxteis locais para expandir sua operação, anunciando um investimento de mais de R\$ 750 milhões nessas parcerias.

Em 2025, a Shein segue expandindo suas operações pelo Brasil e não depende mais tanto das vendas dos produtos importados da China para crescer no país. As parcerias com mais de 300 fábricas brasileiras têm trazido muito resultado, com 60% das vendas da companhia no país sendo através de seu Marketplace, que segundo dados atualizados, possuem cerca de 50 milhões de usuários ativos no país. “75% dos produtos disponíveis no marketplace da Shein são produzidos localmente, e 85% dos itens de vestuário feminino, masculino e calçados já são fabricados em território nacional”.

A escolha da empresa em iniciar operações no país se deu principalmente pela criação do Programa Remessa Conforme em 2023, que tem como objetivo não só proteger a indústria nacional, como também tem a intenção de fazer com que esses Marketplace estrangeiros se instalem no Brasil, gerando empregos, renda, estimulando a indústria e pagando devidamente os impostos. “Até o final de 2026, a Shein espera gerar mais 100 mil empregos. Hoje em dia, já geramos mais de 50 mil vagas” Afirma Felipe Feistler”

Outra gigante do e-commerce é a Shopee, que também vem expandindo cada vez mais suas operações no país. A empresa conta já com 11 centros de distribuição localizados em São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, Bahia, Pernambuco, Goiás e Rio Grande do Sul. Em setembro de 2024, a marca abriu o seu primeiro centro de distribuição *Fulfillment*, neste tipo de operação, os produtos são diretamente preparados e enviados pela Shopee diretamente para o consumidor, agilizando o processo logístico e fazendo com que a mercadoria chegue de forma mais rápida para o cliente com uma maior eficiência e controle, sendo esse espaço destinado totalmente para vendedores brasileiros. (Shopee, 2025)

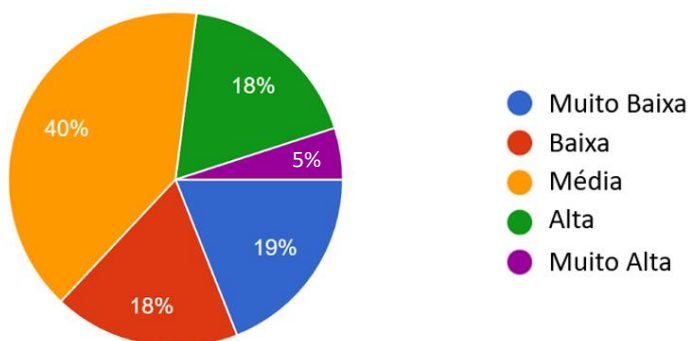
7. PESQUISA DE CAMPO.

Análise da Experiência do Consumidor com o Programa Remessa Conforme

Durante o período de março a abril de 2025, foi realizada uma pesquisa de campo a fim de compreender a opinião do consumidor brasileiro em relação a essa nova política de tributação. A pesquisa foi realizada através da plataforma Google Formulários, e divulgada de forma digital, onde foram obtidas 100 respostas.

Após dados coletados, gráficos foram elaborados para um melhor entendimento da pesquisa, sendo o principal critério para avaliação os graus de intensidade, sendo eles “Muito Baixa, Baixa, Média, Alta, Muito Alta”, buscando assim uma melhor compreensão das posições dos entrevistados.

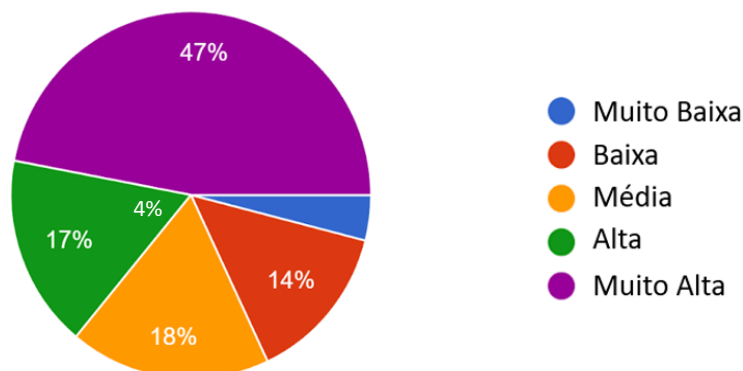
Gráfico 01 – Frequência com que os consumidores adquirem produtos importados.



Fonte: Elaborado pelo autor.

De acordo com o gráfico 01, 40% responderam comprar produtos importados com frequência Média, 18% informaram uma frequência Alta, e 5% afirmaram Muito Alta. Logo, nota-se que realmente as remessas internacionais são relevantes nos hábitos de consumo dessa população em geral. Este fato corrobora que os varejistas nacionais a pressionarem o Governo Federal a criarem novas práticas protecionistas, e que acarretou na implementação da Instrução Normativa da RFB nº 2.146/2023.

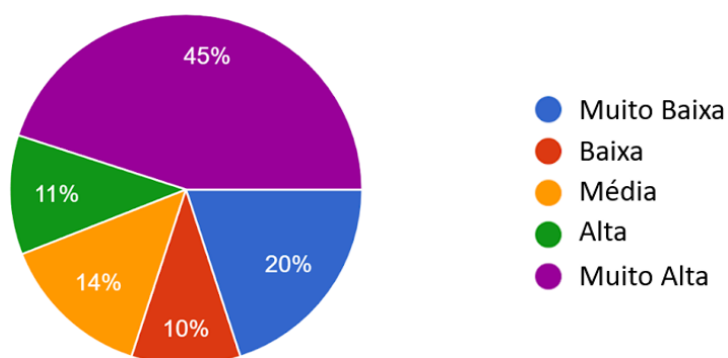
Gráfico 02 – Intensidade com que o Programa Remessa Conforme afetou o acesso do consumidor a produtos variados



Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 02 mostra como o acesso ao consumo à uma ampla variedade de roupas foi afetado pela nova lei, onde 47% do público afirma que o seu acesso foi impactado em uma categoria de “Muito Alta”, e 17% em “Alta”, demonstrando que a IN da RFB nº 2.146/2023 impactou em mais da metade na obtenção de roupas a preços mais baixos e de diferentes tendências, principalmente em relação ao mercado nacional, visto que as importações encareceram após o programa passar a vigorar.

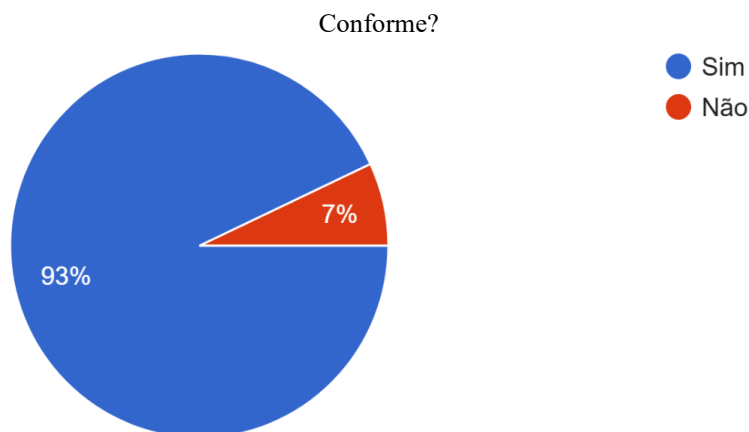
Gráfico 03 – Frequência de consumo de remessas internacionais após a taxa de 50 dólares.



Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 03 refere-se à diminuição das compras internacionais após a taxa de produtos importados de até 50 dólares. Percebe-se que mais da metade dos consumidores diminuíram suas compras internacionais de forma acentuada, atingindo assim um dos objetivos da taxa, evitando que empresas brasileiras percam mercado para companhias estrangeiras.

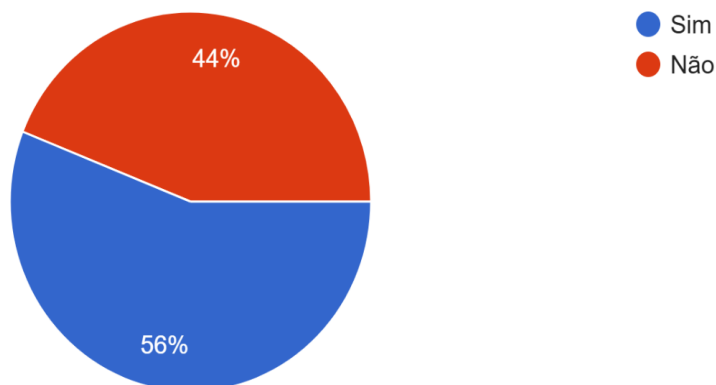
Gráfico 04 – Houve aumento dos preços dos produtos importados após a implementação do Programa Remessa



Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 04 busca compreender se o consumidor realmente sentiu um aumento dos preços dos produtos importados. Contudo, a grande maioria, 93% das respostas, declaram que houve um aumento nos preços. Uma consequência diretamente ligada à implementação de pagamento de tributos no ato da compra em plataformas estrangeiras.

Gráfico 05 – Houve aumento no consumo de produtos nacionais após as taxações entrarem em vigor?

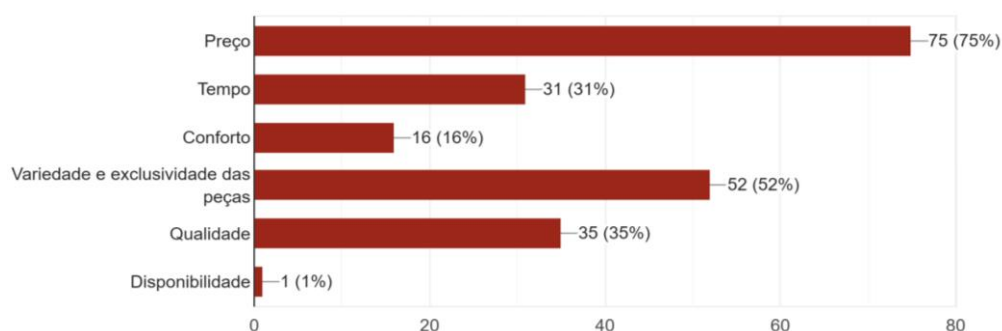


Fonte: Elaborado pelo autor.

De acordo com o gráfico 05, onde é questionado se após o aumento de preço dos produtos importados as pessoas passaram a comprar mais produtos nacionais, nota-se que 56% afirmam que consumiram mais produtos brasileiros. Este dado vai diretamente de encontro ao que políticas protecionistas do Estado Brasileiro buscam alcançar com medidas como o Programa Remessa Conforme. Apesar de 56% não ser um resultado tão expressivo, demonstra que políticas como essas voltam o foco do público consumidor ao mercado interno, e que à

longo prazo a prática beneficia tanto as empresas e trabalhadores, como também a União com o pagamento de tributos.

Gráfico 06 – Principais fatores que levam o consumidor a realizar a compra de um produto nacional ou importado.

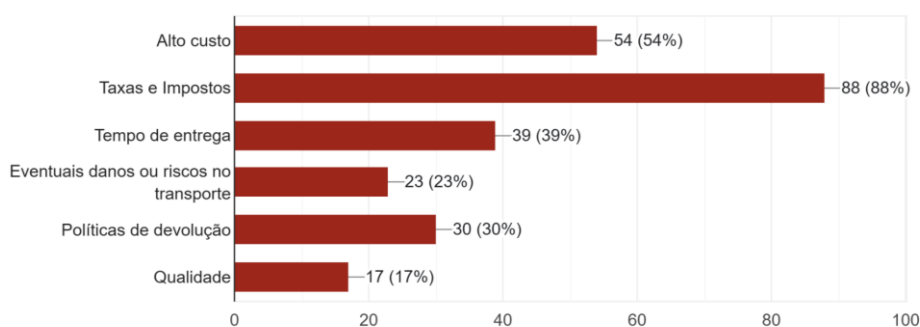


Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 06 refere-se aos motivos pelos quais as pessoas compram produtos nacionais ou importados. As respostas mostram que os preços e a variedade dos produtos são determinantes na hora da escolha da compra de um produto nacional ou importado, seguidos diretamente pelas variáveis de qualidade e tempo.

Um dos objetivos da IN da RFB nº 2.146/2023 é otimizar o processo aduaneiro, fazendo com que o tempo de entrega aos compradores das mercadorias seja reduzido. O Estado também entende que políticas como esta sejam um estímulo para que empresas estrangeiras passem a atuar no Brasil, mantendo assim seus consumidores, e podendo beneficiar tanto a economia nacional, como agradando mais seu público alvo, disponibilizando artigos mais baratos e de maior variedade, bem como de maior qualidade e tempo de entrega reduzido.

Gráfico 07 – Principais Fatores impeditivos na realização da compra de produtos internacionais.



Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 07 mostra os fatores impeditivos que se encontram ao realizar uma compra internacional. Como é possível notar no gráfico, as Taxas e Impostos são o principal motivo que desestimulam a compra de um produto em cerca de 88%, seguido diretamente de 54% de um alto custo resultante dessas tributações. Entende-se também que tratativas mais burocráticas como políticas de devolução, ou riscos de eventuais danos e transporte, são menos relevantes para o consumidor do que essas variáveis, exemplificando como medidas protecionistas tem um potencial muito grande de frear o consumo de remessas importadas.

Gráfico 08 – Você é a favor do Programa Remessa Conforme?



Fonte: Elaborado pelo autor.

Ao analisar o gráfico 08, é notório a rejeição dos consumidores em relação a IN da RFB nº 2.146/2023, onde na pergunta questiona-se “Você concorda com a implementação dessa lei?” 55% responderam ser contra, 31% parcialmente contra, e somente 12% das pessoas entrevistadas se manifestaram a favor.

Alguns entrevistados expressaram diretamente suas opiniões, alguns afirmando que é chato pagar impostos, sendo um protecionismo barato e que beneficia apenas as grandes empresas já consolidadas, prejudicando o pequeno comerciante e principalmente o consumidor final. No entanto, outros afirmam que era necessário regularizar e pagar algum tipo de tributação, porém expressam que as taxas cobradas são sim elevadas. Por fim, outros complementam dizendo que o setor industrial é fraco, e que medidas como está poderiam diminuir a concorrência.

As opiniões descritas demonstram que o consumidor brasileiro compreende a necessidade da regularização de importados e do protecionismo às empresas locais, porém citam pontos contrários em como a implementação do Programa Remessa Conforme foi feita, prejudicando o acesso do consumidor brasileiro à produtos que acabam não tendo uma oferta no cenário interno, como também à artigos com preços muitos mais acessíveis e compatíveis com o poder de compra da população.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.

Dado o cenário varejista durante a pandemia de Covid-19, os e-commerce internacionais tinham capacidade de superar os comércios nacionais no quesito de preço e variedade dos produtos, que são os aspectos mais importantes na hora do consumidor escolher o que comprar. Contudo, após a implementação da IN da RFB nº 2.146/2023, as empresas estrangeiras perderam a vantagem de manter os preços mais baixos devidos aos impostos, o que as induziu a se instalarem no Brasil para manter seu público consumidor, gerando empregos, estimulando a indústria local com novas parcerias e aumentando a arrecadação tributária para o Estado brasileiro.

Antes da implementação da medida, a Receita Federal não possuía um controle eficaz sobre as remessas internacionais que entravam no país, fazendo com que a maioria das mercadorias não fossem devidamente tributadas. No entanto, após o Programa Remessa Conforme, é possível monitorar e tariffar todas as mercadorias. A medida otimiza o processo aduaneiro, regulariza e torna mais fácil a compra internacional de um produto. No entanto, como analisado na pesquisa de campo, parte da população não concorda com a forma que foi implementada.

Essa medida causou um impacto direto na disponibilidade de produtos para a maioria da população, as tributações que entraram em vigor por meio da aplicação da IN da RFB nº 2.146/2023 acabaram elevando significativamente o preço final dos produtos, fazendo com que os consumidores voltassem a adquirir bens de consumo das empresas nacionais. Dessa forma, conclui-se que, apesar de prejudicar o poder de compra em um primeiro momento, está retomada de aquisições de itens de companhias locais promove o desenvolvimento da indústria, gera empregos, aquece a economia e contribui para o aumento da arrecadação pública.

REFERÊNCIAS

ABVETEX. **Relatório Anual do programa ABVTEX 2023**. ABVTEX, 2023. Disponível em: <https://www.abvtex.org.br/relatorio-anual-do-programa-abvtex/>. Acesso em: 02 de nov. de 2024.

SERRENTINO, Alberto. Varejo e Brasil, Reflexões estratégicas. 2ª ed. 2016.

ALVES, Ana Paula Branco. Shein Acelera Produção no Brasil e Já Produz 85% das Vendas Nacionalmente. *Forbes*, 2025 Disponível em: forbes.com.br/forbes-money/2025/02/shein-acelera-producao-no-brasil/#:~:text=Em%20abril%20de%202023%2C%20a,nacional%20vem%20crescendo%20desde%20ent%C3%A3o. Acesso em: 25 de Mar. 2025

BRASIL **Projeto de Lei Nº914/2024**. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2422697&fichaAmigavel=nao>. Acesso em 21 de out. 2024.

BRASIL. **IN RFB Nº1.737/2017**. Disponível em: <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=86226>. Acesso em: 30 de out. 2024.

BRASIL. **IN RFB Nº2.146/2023**. Disponível em: <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=131702>. Acesso em: 10 de Out. 2024.

BRASIL. **IN RFB Nº2.208/2024**. Disponível em: <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=139575#2545881>. Acesso em: 28 de set. 2024.

BRASIL. **Lei Nº11.4902**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2024/lei/114902.htm. Acesso em 08 de out. 2024.

CALADO, Nadedja. Shein mantém metas de gerar 100 mil empregos no Brasil até o ano que vem. *CBN*, 2025. Disponível <https://cbn.globo.com/economia/noticia/2025/02/13/shein-mantem-metas-de-gerar-100-mil-empregos-no-brasil-ate-o-ano-que-vem.ghtml>. Acesso em: 12 de mar. 2025.

COMEX STAT. Disponível em: <https://comexstat.mdic.gov.br/pt/comex-vis>. Acesso em 18 de out. 2024.

SEBRAE. Crescimento do e-commerce na pandemia é fruto de investimentos e muito trabalho. Disponível em: <https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/crescimento-do-e-commerce-na-pandemia-e-fruto-de-investimentos-e-muito-trabalho>. Acesso em 12 de out. 2024.

ABCOMM. Crescimento exponencial ao longo da pandemia. Disponível: <https://abcomm.org/noticias/marketplaces-crescimento-exponencial-ao-longo-da-pandemia> Acesso em: 22 de out. 2024.

DEUS, Nayra De. SHEIN: com plano ambicioso, empresa escala atuação no Brasil. *Consumidor Moderno*, 2025. Disponível em: <https://consumidormoderno.com.br/shein-com-plano-ambicioso-chinesa-escala-atuacao-no-brasil/>. Acesso em: 20 de fev. 2025.

KOTLER, Philip. Keller, Kevi, Administração de Marketing. Tradução de Sonia Midori Yamamoto. 15 Ed. São Paulo: Pearson. 2019.

SENADO. Lula Sanciona taxação de compra internacional e criação do programa mover. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2024/06/28/lula-sanciona-taxacao-de-compra-internacional-e-criacao-do-programa-mover>. Acesso em 29 de set. 2024.

MATTAR, F. Administração de Varejo. 2 ° Ed. Rio de Janeiro: Elsevier. 2011.

PARENTE, Juracy. Varejo No Brasil: Gestão e Estratégia. 1 ° ed. 28 set. 2000.

RECEITA FEDERAL. Aduana e Comércio Exterior. Disponível em: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/assuntos/aduana-e-comercio-exterior/manuais/remessas-postal-e-expressa/programa-remessa-conforme-o-que-e-como-funciona/>. Acesso em: 17 de set. 2024.

SHEIN: entenda o sucesso e desafios da loja das "blusinhas" no Brasil. *CNN Brasil*, 25 maio 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/negocios/shein-entenda-o-peso-do-brasil-na-receita-da-loja-das-blusinhas/>. Acesso em: 12 de mar. 2025.

SHOPEE. Shopee expande presença em Minas Gerais e Bahia. *Blog Shopee*, 2024. Disponível em: <https://shopee.com.br/blog/shopee-expande-presenca-em-minas-gerais-e-bahia/>. Acesso em: 19 de abr. 2025.

SHOPEE. Shopee inaugura seu primeiro centro de distribuição Fulfillment no Brasil. *Blog Shopee*, 2024. Disponível em: <https://shopee.com.br/blog/shopee-inaugura-seu-primeiro-centro-de-distribuicao-fulfillment-no-brasil/>. Acesso em: 19 de abr. 2025.

ABCOMM. **Tendências no e-commerce no pós pandemia.** Disponível em: <https://abcomm.org/noticias/tendencias-no-e-commerce-no-pos-pandemia/>. Acesso em 05 de set. 2024.

SEBRAE. **Varejo no Brasil cenário atual futuro e oportunidades.** Disponível em: <https://sebraeplay.com.br/content/varejo-no-brasil-cenario-atual-futuro-e-oportunidades>. Acesso em 13 de out. 2024.

YAMADA. Fernando et al. **Informe de Mercado E-commerce. Oportunidades para Micro e Pequenas (MPE) paraenses no cenário nacional.** Pará: SEBRAE. 2017. Disponível em: Acesso em: 15 de out. 2024.