SOUZAEAD
Revista Acadêmica Digital

ISSN 2595-5934



PERIODICIDADE
MENSAL

NOV 2026 EDIÇÃO Nº103

IDIOMAS
PORTUGUÊS E INGLÊS

QUALIS B3

CAPES

www.souzaeadrevistaacademica.com.br

SOUZAEAD
Revista Acadêmica Digital
ISSN 2595-5934
NOV 2026 EDIÇÃO Nº103

TRIBUTAÇÃO NA IMPORTAÇÃO E COMPETITIVIDADE NO *E-COMMERCE* NACIONAL: ANÁLISE DOS REGIMES ADUANEIROS COMO ESTRATÉGIA DE REDUÇÃO DE CUSTOS

IMPORT TAXATION AND COMPETITIVENESS IN NATIONAL E-COMMERCE: ANALYSIS OF CUSTOMS REGIMES AS A COST REDUCTION STRATEGY

SILVA, Maria Luiza Pinheiro da[1]

RESUMO
O crescimento acelerado do comércio eletrônico reconfigurou o varejo brasileiro, expondo empresas nacionais a uma concorrência direta com plataformas globais de alta eficiência. Nesse cenário, a carga tributária sobre importações — composta pela incidência de II, IPI, PIS/PASEP, COFINS e ICMS — deixa de ser um mero detalhe contábil para se tornar o principal determinante da formação de preços e da sobrevivência no mercado digital. O presente estudo analisa como a gestão estratégica desses custos serve de diferencial competitivo. A análise foca nos regimes aduaneiros especiais, especialmente no *drawback*, que permite a suspensão ou isenção de tributos sobre insumos, preservando o fluxo de caixa empresarial. Por meio de uma pesquisa qualitativa e exploratória de base bibliográfica e documental, fundamentada em diretrizes da Receita Federal e do Portal Siscomex, evidenciou-se que o uso adequado desses mecanismos resulta em economias substanciais e otimização logística. Contudo, os resultados revelam que o acesso a esses benefícios ainda é desigual. A densa complexidade burocrática e a exigência de expertise técnica especializada limitam a adesão, especialmente entre pequenos empreendedores. Além disso, mudanças como o Programa Remessa Conforme mostram que o repasse inevitável de encargos ao consumidor final impacta diretamente a frequência de compras e a dinâmica concorrencial. Conclui-se que a eficiência tributária consolidou-se como um pilar estratégico vital. Para competir com *marketplaces* globais, o domínio de incentivos fiscais não é apenas uma vantagem administrativa, mas uma condição indispensável para a sustentabilidade econômica no ecossistema digital contemporâneo.
PALAVRAS-CHAVE: Tributação. Importação. E-commerce. Drawback. Competitividade.

ABSTRACT
The rapid expansion of e-commerce has reconfigured the Brazilian retail sector, exposing domestic companies to direct competition from high-efficiency global

[1] Graduação em Comércio Exterior pelo Instituto Federal do Rio Grande do Norte. luiza.pinheiro1@escolar.ifrn.edu.br

SOUZAEAD
Revista Acadêmica Digital
ISSN 2595-5934
NOV 2026 EDIÇÃO Nº103

platforms. In this environment, the tax burden on imports—comprising taxes such as II, IPI, PIS/PASEP, COFINS, and ICMS—is no longer a mere accounting detail but has become the primary determinant of price formation and market survival. This study analyzes how the strategic management of these costs serves as a competitive differentiator. The analysis focuses on special customs regimes, particularly drawback, which allows for the suspension or exemption of taxes on inputs, thereby preserving corporate cash flow. Through qualitative and exploratory research based on a bibliographic and documentary survey—grounded in guidelines from the Federal Revenue and the Siscomex Portal—the research demonstrates that the proper use of these mechanisms results in substantial savings and logistical optimization. However, the results reveal that access to these benefits remains unequal. Dense bureaucratic complexity and the requirement for specialized technical expertise limit adoption, especially among small entrepreneurs. Furthermore, shifts such as the "Remessa Conforme" Program demonstrate that the inevitable transfer of tax costs to the end consumer directly impacts purchase frequency and competitive dynamics. In conclusion, tax efficiency has consolidated itself as a vital strategic pillar. To compete with global marketplaces, mastering fiscal incentives transcends administrative routine; it is an indispensable condition for economic sustainability within the contemporary digital ecosystem.
KEYWORDS: Taxation. Importation. E-commerce. Drawback. Competitiveness.

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o comércio internacional passou por transformações profundas. A globalização e o salto das tecnologias digitais tornaram o *e-commerce* uma realidade cotidiana, permitindo que o consumidor compare preços, prazos e condições de compra com apenas alguns cliques. Nesse cenário, a estrutura de custos virou um fator decisivo: qualquer oscilação nos gastos operacionais ou nos impostos reflete diretamente no preço final e na escolha do cliente. Assim, a gestão tributária deixou de ser uma tarefa meramente contábil para se tornar uma estratégia central nos negócios internacionais.

No Brasil, esse desafio é amplificado pela enorme complexidade tributária que incide sobre as importações. A entrada de mercadorias no país envolve uma série de encargos, como II, IPI, PIS/PASEP-Importação, COFINS-Importação e ICMS, que elevam o custo final e acabam podando a competitividade das empresas nacionais perante o mercado global. Como aponta Fabretti (2017), o peso dos impostos é um

dos principais obstáculos para o planejamento financeiro e para a formação de preços de qualquer organização.

Essa pressão tributária dificulta a sobrevivência, especialmente de pequenos e médios negócios, que precisam encarar a concorrência pesada de *marketplaces* globais como *Shopee, Shein e AliExpress*. O debate sobre o tema ganhou ainda mais fôlego com o Programa Remessa Conforme, que mudou a forma como as compras internacionais são taxadas em plataformas digitais, alterando as regras do jogo e impactando diretamente a disputa entre empresas nacionais e estrangeiras.

Como uma forma de equilíbrio, a legislação brasileira possui os chamados regimes aduaneiros especiais. Esses mecanismos permitem suspender, isentar ou até restituir tributos em casos específicos, funcionando como ferramentas valiosas para reduzir custos. O *drawback* é um dos exemplos mais importantes: ele desonera os impostos sobre insumos usados na fabricação de produtos que serão exportados. Embora seja focado em quem vende para fora, o uso desse regime prova que saber utilizar a política aduaneira a seu favor é um diferencial estratégico essencial para ganhar fôlego competitivo.

Nesse cenário, é fundamental entender como os impostos de importação pesam na competitividade das lojas virtuais brasileiras e como o uso de ferramentas legais pode aliviar esses gastos. Diante do exposto, o problema central deste estudo é: de que forma a carga tributária na importação impacta o e-commerce no Brasil e como os regimes aduaneiros especiais ajudam a reduzir esse impacto?

Em contrapartida, o objetivo principal é analisar o peso desses impostos no comércio eletrônico nacional e avaliar como os regimes aduaneiros especiais podem servir para cortar custos.

Para isso, o trabalho pretende: 1. Mapear os principais tributos que incidem sobre a entrada de mercadorias no país; 2. Explicar o funcionamento dos regimes especiais, dando destaque ao *drawback*; 3. Debater o efeito desses mecanismos na redução da carga tributária final; 4. Examinar como os impostos afetam diretamente na formação dos preços de venda; 5. Mostrar como uma gestão tributária eficiente fortalece a empresa no ambiente digital.

SOUZAEAD
Revista Acadêmica Digital
ISSN 2595-5934
NOV 2026 EDIÇÃO Nº103

A pesquisa se justifica pelo crescimento acelerado do e-commerce no Brasil e pelo debate intenso sobre a taxação de compras internacionais. Com o consumidor cada vez mais atento aos preços e a forte presença de gigantes estrangeiras, entender o impacto dos impostos é vital para a sobrevivência dos negócios locais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 COMÉRCIO INTERNACIONAL, CUSTOS E COMPETITIVIDADE

A eficiência na gestão de custos e a definição das estratégias de mercado são os pilares que sustentam a força competitiva de uma organização. No comércio internacional, esse cenário ganha complexidade, pois a disputa deixa de ser local para envolver players globais que operam sob regimes tributários, logísticos e produtivos muito distintos.

Sob a ótica de Porter (1989), a vantagem competitiva se consolida quando o valor entregue ao comprador ultrapassa o custo total necessário para criá-lo. O autor sustenta que o êxito organizacional depende da capacidade de aplicar estratégias de diferenciação ou de liderança em custos. Para o e-commerce, essa premissa é vital, pois o peso dos impostos sobre importações limita diretamente a margem para praticar preços atraentes no mercado digital. Como o autor destaca, a competitividade nasce do valor excedente ao custo de produção; portanto, a tributação na importação deve ser tratada como um componente estratégico de posicionamento, e não meramente como um encargo fiscal.

No ambiente digital, a sensibilidade aos custos é ainda mais acentuada. A facilidade de comparação permitida pelas plataformas eletrônicas possibilita que o consumidor verifique instantaneamente preços, prazos e condições entre diversos fornecedores. Consequentemente, o encarecimento do produto final, provocado pela carga tributária sobre mercadorias estrangeiras, reduz o apelo da empresa frente a concorrentes nacionais ou internacionais que operam em maior escala.

SOUZAEAD
Revista Acadêmica Digital
ISSN 2595-5934
NOV 2026 EDIÇÃO Nº103

2.2 TRIBUTAÇÃO NA IMPORTAÇÃO E FORMAÇÃO DE PREÇOS

No comércio eletrônico, a definição do preço de venda transcende os gastos operacionais e logísticos, sendo profundamente impactada pela carga tributária que incide sobre as importações. O peso de tributos como II, IPI, PIS/PASEP-Importação, COFINS-Importação e ICMS atinge diretamente o vigor comercial das empresas que dependem de mercadorias estrangeiras.

Fabretti (2017) reforça que o controle desses encargos deve ser feito de forma preventiva, focando nos reflexos financeiros de cada operação. Para o autor, o planejamento tributário é o estudo realizado antes do fato administrativo, pesquisando seus efeitos jurídicos e econômicos. Assim, negócios que atuam no ambiente digital precisam calcular o impacto fiscal antes de efetivar a importação, uma vez que a negligência nesse planejamento pode corroer as margens de lucro e inviabilizar a permanência no mercado.

2.3 COMÉRCIO ELETRÔNICO E SENSIBILIDADE AO PREÇO

A ascensão do comércio eletrônico reformulou profundamente a interação entre consumidores e empresas, deslocando o foco das lojas físicas para os ambientes digitais, onde a comparação de produtos ocorre de maneira instantânea e ininterrupta. Esse dinamismo intensifica a pressão sobre os preços, transformando a eficiência operacional em um diferencial estratégico indispensável para a sobrevivência no mercado.

As estatísticas da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABIACOM, 2025) revelam que o faturamento do e-commerce no Brasil alcançou aproximadamente R$ 204,3 bilhões em 2024. Esse resultado não apenas confirma a ascensão vigorosa do setor, mas também evidencia o acirramento da disputa de mercado entre as organizações nacionais e as plataformas internacionais.

Conforme observado por Turban *et al*. (2018), essa amplitude digital amplia drasticamente a concorrência ao permitir que o cliente acesse múltiplos fornecedores em poucos segundos. Tal realidade torna a precificação uma decisão crítica: frente à elevação dos custos de importação, as empresas veem-se diante do dilema de

repassar o ônus ao consumidor ou sacrificar suas margens de lucro para manter a competitividade.

Por fim, seguindo a lógica de Kotler e Keller (2012), o valor é percebido pelo equilíbrio entre os benefícios e o custo assumido. Assim, quando a tributação encarece o produto final, o consumidor tende a buscar alternativas ou migrar para concorrentes que apresentem condições financeiras mais vantajosas, o que reforça a necessidade de uma gestão tributária estratégica.

2.4 REGIMES ADUANEIROS ESPECIAIS

Os regimes aduaneiros especiais são instrumentos previstos na legislação brasileira para conceder tratamento tributário diferenciado a determinadas operações de comércio exterior. Esses regimes podem permitir a suspensão, isenção ou restituição de tributos, desde que cumpridas as exigências legais aplicáveis (BRASIL, 2024a; KEEDI, 2017).

Esses regimes mostram que a legislação aduaneira não possui apenas função arrecadatória. Em determinadas situações, ela também pode atuar como instrumento de política econômica e de incentivo à competitividade. Para empresas que operam com importação, conhecer esses mecanismos é fundamental, pois a correta utilização de regimes aduaneiros especiais pode reduzir custos, melhorar o fluxo de caixa e permitir uma formação de preços mais eficiente (DESIDERÁ NETO, 2011; KEEDI, 2017).

Para Keedi (2017), o comércio exterior exige conhecimento técnico e planejamento, pois envolve procedimentos fiscais, cambiais, logísticos e administrativos. Essa observação é relevante porque demonstra que a importação não pode ser tratada apenas como uma compra internacional. Trata-se de uma operação complexa, que demanda análise tributária e aduaneira antes da tomada de decisão.

2.5 O *DRAWBACK* COMO INSTRUMENTO DE REDUÇÃO DE CUSTOS

Entre os regimes aduaneiros especiais, o *drawback* se destaca por sua relação com a redução de custos na produção destinada à exportação. O regime permite que

insumos importados ou adquiridos no mercado interno sejam utilizados na fabricação de produtos exportados com tratamento tributário favorecido, conforme a modalidade aplicável (BRASIL, 2024b; CARVALHO, 2015).

A Receita Federal informa que o *drawback* possui três modalidades: isenção, suspensão e restituição de tributos. A modalidade de isenção está relacionada à reposição de mercadoria anteriormente importada com pagamento de tributos e utilizada na industrialização de produto exportado; já a modalidade suspensão refere-se à importação de mercadoria a ser utilizada na industrialização de produto que deverá ser exportado (BRASIL, 2024b).

Na modalidade suspensão, os tributos incidentes sobre a importação ou aquisição no mercado interno ficam suspensos, desde que os insumos sejam utilizados na produção de mercadorias posteriormente exportadas. Essa sistemática contribui para reduzir o desembolso inicial da empresa e preservar o capital de giro durante o processo produtivo (BRASIL, 2024b).

Em termos práticos, o drawback pode influenciar diretamente a estrutura de custos da empresa. Quando os tributos deixam de ser recolhidos no momento da importação ou são objeto de isenção em operação posterior, o custo total da produção tende a diminuir. Essa redução pode permitir preços mais competitivos, aumento da margem de lucro ou maior capacidade de reinvestimento (DESIDERÁ NETO, 2011; KEEDI, 2017).

Desiderá Neto (2011) analisa o *drawback* como instrumento de estímulo às exportações brasileiras e demonstra que o regime possui relevância para a política de comércio exterior. Embora o presente artigo tenha foco no e-commerce nacional, a discussão sobre drawback é útil porque evidencia como os instrumentos aduaneiros podem ser utilizados para reduzir custos e fortalecer a competitividade empresarial em mercados integrados.

De forma indireta, o estudo do *drawback* também permite compreender que a competitividade no comércio eletrônico não depende apenas da venda ao consumidor final. Muitas empresas que atuam no ambiente digital estão inseridas em cadeias globais de suprimentos, importando insumos, componentes ou produtos acabados.

SOUZAEAD
Revista Acadêmica Digital
ISSN 2595-5934
NOV 2026 EDIÇÃO Nº103

Por isso, a gestão tributária e aduaneira deve ser considerada parte da estratégia empresarial.

2.6 PROGRAMA REMESSA CONFORME E IMPORTAÇÕES NO *E-COMMERCE*

No âmbito desse programa, a arrecadação do Imposto de Importação (II) e do ICMS passou a ocorrer no momento da compra em plataformas internacionais participantes do programa. Para remessas de até US$ 50 destinadas a pessoas físicas, aplica-se a alíquota reduzida de 20% de Imposto de Importação, além da incidência do ICMS, conforme as regras vigentes do programa. Essa sistemática tributária influencia diretamente a formação dos preços no comércio eletrônico internacional, afetando a competitividade dos produtos e a decisão de compra do consumidor em um mercado marcado pela elevada transparência de preços (BRASIL, 2024c).

A Receita Federal também informa que, no Programa Remessa Conforme, as Declarações de Importação de Remessas podem ser registradas antes da chegada das encomendas ao Brasil, permitindo a análise antecipada pelos órgãos de fiscalização e processamento prioritário pelos Correios e empresas de courier. Essa informação mostra que o programa não envolve apenas cobrança tributária, mas também procedimentos aduaneiros capazes de alterar prazos e fluxos logísticos.

2.7 PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO E COMPETITIVIDADE NO *E-COMMERCE* NACIONAL

O planejamento tributário é um instrumento essencial para empresas que desejam reduzir custos dentro dos limites da legalidade. No caso das importações, esse planejamento envolve a análise dos tributos incidentes, da classificação fiscal das mercadorias, dos regimes aduaneiros disponíveis e dos impactos desses fatores na formação do preço final (FABRETTI, 2017; KEEDI, 2017).

Dessa maneira, os regimes aduaneiros especiais, especialmente o drawback, devem ser compreendidos como importantes instrumentos de planejamento tributário e aumento da competitividade nas operações de comércio exterior. Embora nem todas

as empresas de e-commerce utilizem diretamente esse regime, sua análise evidencia como os mecanismos legais de suspensão, isenção ou restituição de tributos podem contribuir para a redução de custos e para o fortalecimento da competitividade empresarial. Nesse contexto, observa-se que a competitividade no mercado digital brasileiro não depende apenas de fatores como marketing, tecnologia e logística, mas também de uma gestão tributária estratégica, eficiente e juridicamente adequada, capaz de minimizar encargos e ampliar a capacidade competitiva das empresas diante do cenário internacional.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa fundamenta-se em uma abordagem qualitativa, com caráter exploratório e descritivo. A opção por esse modelo justifica-se pelo propósito de compreender como os custos de importação interferem na competitividade do e-commerce nacional, priorizando a análise de processos e relações em vez de mensurações puramente numéricas. Além disso, o estudo investiga a viabilidade dos regimes aduaneiros especiais, com foco no drawback, como alternativas legais para a desoneração de custos nas operações internacionais.

O método qualitativo mostra-se adequado devido à necessidade de interpretar conceitos, normas e legislações que regem os setores tributário, aduaneiro e mercadológico. Essa abordagem permite conectar o arcabouço legal à realidade prática das empresas que operam no comércio eletrônico. Segundo Minayo (2009), esse tipo de pesquisa trabalha com significados, relações e processos que não podem ser explicados apenas por números.

Quanto aos objetivos, a pesquisa é exploratória ao buscar maior familiaridade com a tríade tributação, regimes especiais e competitividade digital. É, simultaneamente, descritiva, pois mapeia os principais tributos incidentes na importação (II, IPI, PIS/PASEP, COFINS e ICMS), explicita o funcionamento dos regimes aduaneiros e analisa sua influência direta na formação de preços no ambiente virtual. Gil (2002, p. 41) afirma que a pesquisa exploratória tem como objetivo

"proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito".

Os procedimentos metodológicos envolveram pesquisas bibliográficas e documentais, priorizando publicações contemporâneas (2015 a 2026) e autores clássicos sobre competitividade e comércio exterior.

A pesquisa documental concentrou-se em materiais oficiais sobre processos de importação, o regime de *drawback* e o Programa Remessa Conforme. Essa etapa foi essencial para fundamentar o estudo em normas e procedimentos vigentes, especialmente nas diretrizes da Receita Federal e do Portal Siscomex, que regram a tributação e os fluxos aduaneiros.

A etapa de análise dos dados pautou-se em uma abordagem bibliográfica interpretativa, buscando alinhar o referencial teórico à vivência das empresas no cenário do e-commerce nacional. Na sequência, o estudo explorou o papel dos regimes aduaneiros especiais, com ênfase no drawback, vinculando esses mecanismos à composição de preços e à capacidade de disputa das organizações brasileiras no mercado digital.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 TRIBUTAÇÃO NA IMPORTAÇÃO E IMPACTOS REAIS SOBRE A COMPETITIVIDADE DO *E-COMMERCE* BRASILEIRO

A análise da tributação incidente sobre as importações demonstra que o principal impacto da carga tributária não está apenas no aumento do custo operacional das empresas, mas na redução prática da capacidade competitiva dos negócios nacionais dentro do ambiente digital. No comércio eletrônico, onde a comparação de preços ocorre em poucos segundos, qualquer elevação no preço final influencia diretamente a decisão de compra do consumidor.

Observou-se que a incidência simultânea de II, IPI, PIS/PASEP-Importação, COFINS-Importação e ICMS cria um efeito cumulativo que amplia significativamente o custo final da mercadoria importada. Em muitos casos, o empresário nacional deixa

de competir pela qualidade do produto e passa a disputar mercado exclusivamente pela capacidade de absorver custos tributários sem comprometer totalmente sua margem de lucro.

Na prática, isso cria um cenário de forte pressão financeira, sobretudo para pequenos e médios empreendedores. Enquanto grandes plataformas internacionais operam com escala global e elevado poder de negociação logística, parte significativa das empresas brasileiras trabalha com margens reduzidas apenas para permanecer ativa no mercado digital. Em determinados segmentos do *e-commerce*, o custo tributário da operação aproxima-se do próprio valor da mercadoria importada, tornando inviável competir apenas por preço.

4.2 *MARKETPLACES* INTERNACIONAIS E A MUDANÇA NO COMPORTAMENTO COMPETITIVO DO CONSUMIDOR

O crescimento acelerado de plataformas internacionais como *Shopee*, *Shein* e *AliExpress* alterou profundamente a lógica competitiva do *e-commerce* brasileiro. Essas empresas não disputam mercado apenas através de preços menores, mas por meio de uma combinação de escala global, logística integrada, forte investimento tecnológico e capacidade de absorção operacional muito superior à maioria das empresas nacionais.

Durante a análise, percebeu-se que o avanço desses *marketplaces* também modificou o comportamento do consumidor brasileiro. O processo de compra tornou-se mais racional e menos vinculado à fidelização de marcas ou empresas nacionais. Em muitos casos, o consumidor aceita prazos maiores de entrega desde que exista redução significativa no preço final da mercadoria.

A competitividade dessas plataformas internacionais também evidencia outro aspecto importante: o problema do *e-commerce* nacional não pode ser reduzido exclusivamente à questão tributária. Em diversos casos, *marketplaces* globais conseguem oferecer preços menores devido à elevada eficiência logística internacional, capacidade de negociação com fornecedores e utilização massiva de tecnologia para redução operacional.

Outro aspecto observado é que o avanço dos *marketplaces* internacionais contribuiu para uma espécie de "commoditização digital" de parte do comércio eletrônico. Produtos semelhantes passaram a competir quase exclusivamente por preço, reduzindo espaço para diferenciação e pressionando empresas locais a operar com rentabilidade cada vez menor.

4.3 REGIMES ADUANEIROS ESPECIAIS E A DESIGUALDADE DE ACESSO AOS BENEFÍCIOS TRIBUTÁRIOS

A análise dos regimes aduaneiros especiais demonstra que esses instrumentos possuem potencial relevante para redução de custos operacionais e fortalecimento da competitividade empresarial. Contudo, observou-se que o acesso efetivo a esses mecanismos ainda ocorre de maneira desigual entre empresas de diferentes portes.

Isso revela uma contradição importante dentro do próprio sistema tributário brasileiro. Embora os regimes aduaneiros tenham sido criados para ampliar competitividade, o grau de complexidade burocrática acaba favorecendo empresas que já possuem maior capacidade financeira, técnica e operacional.

Na prática, grandes empresas conseguem contratar consultorias especializadas, equipes tributárias e departamentos próprios de comércio exterior, enquanto pequenos negócios frequentemente enfrentam dificuldades até mesmo para compreender integralmente a legislação aplicável às operações internacionais.

Esse cenário demonstra que competitividade tributária não depende apenas da existência de benefícios legais, mas também da democratização do acesso técnico e operacional a esses instrumentos. Em outras palavras, reduzir custos tributários no Brasil também exige capacidade administrativa e conhecimento especializado — elementos que nem sempre estão disponíveis para pequenos empreendedores inseridos no comércio eletrônico.

4.4 *DRAWBACK* E A LÓGICA DA COMPETITIVIDADE TRIBUTÁRIA

O *drawback* destacou-se como um dos mecanismos mais relevantes dentro da política aduaneira brasileira voltada à redução de custos nas operações

internacionais. O regime permite a suspensão, isenção ou restituição de tributos incidentes sobre insumos utilizados na fabricação de produtos destinados à exportação (BRASIL, 2024a).

Na modalidade suspensão, observou-se que o principal benefício está relacionado à preservação do capital de giro empresarial. Ao suspender tributos incidentes sobre insumos importados, a empresa reduz o desembolso financeiro inicial necessário para produção, melhorando o fluxo de caixa e ampliando capacidade operacional.

Carvalho (2015) afirma que o *drawback* constitui importante instrumento de estímulo às exportações brasileiras. Contudo, durante a análise, percebeu-se que sua relevância ultrapassa o próprio campo exportador. O regime evidencia como a gestão tributária estratégica pode alterar significativamente a posição competitiva de uma empresa em mercados globalizados.

Ainda assim, verificou-se que o *drawback* permanece distante da realidade operacional de grande parte dos pequenos negócios digitais. A burocracia, a necessidade de comprovação documental rigorosa e a própria dinâmica operacional do regime acabam restringindo sua utilização principalmente a empresas mais estruturadas.

4.5 PROGRAMA REMESSA CONFORME E AS CONTRADIÇÕES DA PROTEÇÃO ECONÔMICA

A implementação do Programa Remessa Conforme ampliou significativamente o debate sobre concorrência, tributação e proteção econômica dentro do comércio eletrônico nacional. As mudanças promovidas pelo programa alteraram a dinâmica das compras internacionais realizadas por meio de plataformas digitais estrangeiras.

Por um lado, empresas brasileiras passaram a defender maior equilíbrio competitivo no ambiente digital. Muitos empresários argumentam que *marketplaces* estrangeiros operam em condições tributárias mais favoráveis, dificultando a concorrência das empresas nacionais.

SOUZAEAD
Revista Acadêmica Digital
ISSN 2595-5934
NOV 2026 EDIÇÃO Nº103

Por outro lado, verificou-se que parte do aumento tributário incidente sobre remessas internacionais acabou sendo transferida diretamente ao consumidor final. Em consequência disso, determinados produtos passaram a apresentar preços mais elevados, reduzindo parcialmente a atratividade das compras internacionais.

Outro aspecto importante é que o Programa Remessa Conforme também modificou procedimentos aduaneiros e logísticos. A possibilidade de processamento antecipado das remessas internacionais demonstra que o programa não atua apenas sobre tributação, mas também sobre eficiência operacional das importações digitais.

Dessa forma, percebe-se que medidas tributárias isoladas possuem capacidade limitada para equilibrar completamente a concorrência dentro do comércio eletrônico. O problema competitivo do *e-commerce* brasileiro envolve fatores estruturais muito mais amplos do que apenas a incidência tributária sobre importações.

4.6 PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO E SOBREVIVÊNCIA COMPETITIVA NO AMBIENTE DIGITAL

Crepaldi (2019) diferencia planejamento tributário lícito de evasão fiscal, ressaltando que a gestão tributária preventiva constitui mecanismo legítimo de redução de custos dentro dos limites legais. No contexto do comércio eletrônico, essa prática tornou-se essencial diante da elevada pressão competitiva existente no mercado digital.

Observou-se que empresas com maior domínio técnico sobre tributação, classificação fiscal e regimes aduaneiros conseguem operar com maior flexibilidade na formação de preços. Isso amplia a capacidade competitiva dessas organizações diante de concorrentes nacionais e internacionais.

Entretanto, a realidade observada também demonstra que planejamento tributário eficiente ainda permanece distante da estrutura operacional de muitos pequenos negócios brasileiros. Em diversos casos, empreendedores atuam sem suporte técnico adequado, tomando decisões tributárias apenas de forma reativa, já diante do impacto financeiro das operações.

Por fim, observou-se que competitividade no *e-commerce* não depende exclusivamente de tecnologia, *marketing* ou logística. A gestão tributária eficiente passou a integrar o núcleo estratégico das organizações inseridas no comércio eletrônico contemporâneo. Nesse sentido, regimes aduaneiros especiais, *drawback* e planejamento tributário devem ser compreendidos não apenas como instrumentos fiscais, mas como mecanismos diretamente relacionados à sobrevivência empresarial em um ambiente digital globalizado e altamente competitivo.

5 CONCLUSÃO

A conclusão deste estudo permite afirmar que o êxito competitivo no *e-commerce* brasileiro não depende exclusivamente de inovações tecnológicas ou eficiência logística. A análise dos dados demonstrou que a estrutura tributária incidente sobre as importações é o fator determinante na formação de preços e na manutenção das margens de lucro, definindo, em última instância, a sobrevivência das empresas no mercado digital.

Ficou evidente que a carga tributária brasileira — composta pela incidência simultânea de II, IPI, PIS/PASEP, COFINS e ICMS — configura um obstáculo severo para os negócios que dependem de mercadorias estrangeiras. Esse cenário onera o custo operacional e reduz drasticamente o poder de reação das empresas nacionais frente aos grandes *players* globais. No entanto, é importante destacar que a competitividade não é prejudicada apenas pelo fisco. A expansão de *marketplaces* globais, especialmente os asiáticos, revelou abismos estruturais relacionados à escala de operação e integração tecnológica que superam a questão tributária isolada.

Nesse contexto, os regimes aduaneiros especiais, com destaque para o *drawback*, consolidam-se como ferramentas estratégicas indispensáveis. Mais do que simples mecanismos de arrecadação, esses instrumentos permitem a preservação do fluxo de caixa e a redução efetiva dos custos de produção, funcionando como um motor para o desenvolvimento econômico. Como apontam Santos et al. (2024), “a

utilização adequada desses regimes resulta em significativas economias, otimização logística e aumento da competitividade no mercado global".

Todavia, a pesquisa revelou uma desigualdade crítica no acesso a esses benefícios. A burocracia inerente e a exigência de alta capacidade técnica e documental acabam restringindo as vantagens dos regimes especiais a empresas de maior porte, deixando micro e pequenos empreendedores à margem dessa eficiência tributária. Portanto, a competitividade no Brasil não depende apenas da legislação vigente, mas da democratização do conhecimento técnico necessário para operacionalizá-la.

Por fim, o debate em torno do Programa Remessa Conforme trouxe à tona a complexidade da balança entre arrecadação e consumo. Embora o programa busque corrigir distorções competitivas, o repasse inevitável dos custos ao consumidor final influencia diretamente a frequência de compras e o acesso ao mercado digital. Conclui-se que a sustentabilidade do *e-commerce* nacional exige um planejamento tributário que equilibre a necessidade de arrecadação fiscal com a urgência de fortalecer a indústria e o varejo interno diante da concorrência global.

Conclui-se, portanto, que o domínio técnico sobre mecanismos como os regimes aduaneiros especiais, com destaque para o *drawback*, deixou de ser um diferencial administrativo opcional. No atual ecossistema digital, o planejamento tributário estratégico configura-se como um requisito de sobrevivência e uma condição *sine qua non* para o crescimento sustentável das organizações que buscam competir em pé de igualdade com os grandes *players* globais.

REFERÊNCIAS

ABIACOM - Associação Brasileira de Comércio Eletrônico. Principais Indicadores do e-Commerce: 2020/2025. Disponível em: <https://dados.abcomm.org/crescimento-do-ecommerce-brasileiro>. Acesso em: 19 maio 2026.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. Drawback. Brasília, DF: Portal Siscomex, 2024a.

BRASIL. Receita Federal. Drawback. Brasília, DF: Receita Federal, 2024b.

BRASIL. Receita Federal. Em que momento vou pagar os impostos? Brasília, DF: Receita Federal, 2024c.

CARVALHO, Aline da Silva. A evolução da utilização do drawback como incentivo à exportação no Brasil. In: ENGEMA – Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente, 17., 2015. Anais [...]. São Paulo, 2015. Disponível em: <https://engemausp.submissao.com.br/17/anais/arquivos/298.pdf>. Acesso em: 21 abril 2026.

CREPALDI, Silvio Aparecido. Planejamento tributário: teoria e prática. 3. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

DESIDERÁ NETO, Walter Antonio. O regime aduaneiro especial de drawback como estímulo às exportações: o desempenho no Brasil de 2004 a 2010. Brasília, DF: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2011.

FABRETTI, Láudio Camargo. Contabilidade tributária. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

KEEDI, Samir. ABC do comércio exterior: abrindo as primeiras páginas. 5. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2017.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O desafio da pesquisa social. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; GOMES, Romeu. Pesquisa social: teoria, método e criatividade. 28. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

PORTER, Michael E. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

SANTOS, Gabriela Virginio Amorim dos, *et al*. O comportamento dos consumidores de produtos importados, a partir da tributação nas operações de importação. In: Congresso Brasileiro De Custos, 31., 2024, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: Associação Brasileira de Custos, 2024.

SOUZAEAD
Revista Acadêmica Digital
ISSN 2595-5934
NOV 2026
EDIÇÃO Nº103

TURBAN, Efraim *et al*. Electronic commerce 2018: a managerial and social networks perspective. 9. ed. Cham: Springer, 2018.