



## ANÁLISE DO IMPACTO DAS TAXAÇÕES SOBRE COMPRAS INTERNACIONAIS: UM ESTUDO COM CONSUMIDORES

Thiago Reis<sup>1</sup>; Ana Clara Sant'ana<sup>1</sup>; Eduarda Bonifácio<sup>1</sup>; Isaque Kanadani<sup>1</sup>; Laura Silva<sup>1</sup>; Lucas Andrade<sup>1</sup>; Maria Luiza Sales<sup>1</sup>; Mateus Vette<sup>1</sup>; Felipe Gouvêa Pena<sup>2</sup>  
(Dr.)

### RESUMO

Em um mundo globalizado e competitivo as transações comerciais passam a ser problematizadas não apenas pelo mercado empresarial, mas também pelos clientes finais. Nesse sentido, e sob a ótica de uma pesquisa de abordagem mista, o trabalho teve como objetivo analisar as experiências de consumidores brasileiros em relação às taxações sobre compras internacionais. Os dados revelam que as taxações influenciam consideravelmente a perspectiva de compra dos consumidos, que estão cada vez mais atentos e seletivos no momento da aquisição de produtos ao realizarem comparações sobre os valores praticados pelas empresas. Espera-se que o trabalho forneça condições estruturais para o desenvolvimento de novas abordagens de estudo sobre a temática.

**PALAVRAS-CHAVE:** taxações, compras internacionais, consumidores.

### INTRODUÇÃO

A presença crescente de produtos chineses no Brasil tem impactado de forma significativa o consumo e a produção nacional. Com preços extremamente competitivos, esses produtos ganham espaço em diversos setores, desde carros elétricos que segundo a matéria de Marli Olmos representaram em 2024 um aumento de 245% na importação no mercado de híbridos e elétricos em relação ao período de janeiro a setembro de 2023 (VALOR ECONÔMICO, 2024), até mesmo peças de vestuário. Esse fenômeno não ocorreu de forma abrupta, mas reflete um longo período de abertura comercial chinesa e o fortalecimento das relações comerciais entre Brasil e China ao longo dos anos. No entanto, o aumento das importações tem gerado debates sobre o impacto na indústria local, levantando questões sobre se a tributação de produtos importados seria benéfica ou prejudicial aos consumidores brasileiros. Entre os fatores que evoluíram para a desindustrialização do país e o

<sup>1</sup> Discentes da área de Gestão & Negócios do Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH).

<sup>2</sup> Docente do Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH). Doutor em Administração pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas).



consequente aumento das importações estão: o aumento dos salários sem um correspondente crescimento na produtividade, a crise econômica da década de 1980 e a dificuldade do Brasil em acompanhar a Terceira Revolução Industrial (HAFFNER; BARBOSA, 2020). Diante disso, o objetivo do trabalho é analisar as experiências de consumidores brasileiros em relação às taxações sobre compras internacionais. Será possível compreender se essas percepções são fundamentais para garantir que as políticas públicas atendam às necessidades da população, em vez de se alinharem apenas aos interesses burocráticos.

## MÉTODO

A pesquisa foi desenvolvida a partir de uma abordagem mista (qualitativa e quantitativa). Adotou-se o questionário como método de coleta de dados. A escolha desse método foi fundamentada pela necessidade de se obter informações diretas e aprofundadas a partir das experiências e percepções dos participantes, permitindo uma compreensão mais detalhada dos fenômenos investigados. Essa abordagem se mostrou essencial para capturar nuances que outros métodos poderiam não revelar, principalmente ao explorar temas tão pessoais. O foco central foi compreender as opiniões e vivências dos participantes, permitindo a construção de uma análise ampla e diversificada sobre a tributação de compras internacionais, observada sob a ótica do consumidor. Para garantir uma condução eficaz, foi elaborado um roteiro de questões com base nos objetivos da pesquisa, alinhando as questões aos tópicos pertinentes à problemática investigada. A coleta foi realizada por meio de um formulário digital, permitindo maior abrangência geográfica e inclusão de um público diversificado. Ao todo, foram obtidas 375 respostas, provenientes de homens e mulheres com idades entre 17 e 36 anos. Essa diversidade de perfis demográficos e contextos sociais revelou-se um fator significativo para a análise, possibilitando uma avaliação sob diferentes perspectivas. A diversidade da amostra foi então um fator relevante, enriquecendo ainda mais os resultados obtidos e fortalecendo as conclusões do estudo. Além disso, o formato digital facilitou a coleta de dados em larga escala, otimizando o processo e garantindo a representatividade.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES





As taxas sobre compras internacionais desempenham um papel crucial no comportamento do consumidor, influenciando tanto suas escolhas quanto o mercado como um todo. Produtos importados frequentemente se tornam menos acessíveis devido às altas tributações, o que pode impulsionar a demanda por produtos nacionais e, assim, ter um impacto direto na economia local. Entretanto, a falta de clareza no sistema tributário gera insatisfação entre consumidores e desafiam a confiança em políticas econômicas. A comunicação transparente e eficaz sobre os impostos e suas justificativas pode, de fato, mitigar a frustração do consumidor e beneficiar tanto empresas quanto clientes. As empresas que operam no comércio internacional precisam se adaptar, oferecendo transparência sobre custos adicionais e potencialmente reconsiderando suas estratégias de precificação. No Brasil, os altos impostos sobre bens importados não apenas limitam a internacionalização dos negócios e afetam as indústrias locais que dependem de insumos externos, como também podem gerar desigualdades no acesso a produtos internacionais. Os "impostos pesados" aumentam o custo final dos bens e serviços e tornam o mercado brasileiro menos atrativo para as empresas multinacionais, que enfrentam dificuldades em competir com empresas locais e empresas de países com políticas fiscais mais favoráveis. Os países que incentivam o investimento estrangeiro em pesquisa e desenvolvimento, como os Estados Unidos e a União Europeia, apresentam um progresso tecnológico mais forte, enquanto o Brasil está restrito na inovação e na integração nas cadeias industriais globais, segundo a UNCTAD (2022). Uma análise mais aprofundada sobre o impacto das taxas nas diferentes faixas de renda pode revelar desigualdades no acesso a produtos internacionais, apontando para a necessidade de políticas que promovam uma maior equidade no consumo. O estudo das questões aborda o comportamento do consumidor em relação ao comércio eletrônico internacional, com foco no impacto das taxas e impostos sobre suas decisões de compra. A frequência com que os consumidores realizam compras em plataformas como Shein, Shopee e AliExpress (questão 2) fornece uma visão da relevância do mercado internacional e revela o grau de exposição dos consumidores a taxas alfandegárias. As questões 3 e 4 do questionário investigam se esses consumidores já foram impactados por tributos e como isso influencia suas futuras escolhas, demonstrando que a maioria foi desencorajada a comprar novamente devido às taxas. Por fim, a questão 5 explora a comparação entre preços nacionais e



internacionais, identificando que o tipo de produto e o preço final, incluindo as taxas, são fatores cruciais na decisão de compra. Esses insights auxiliam na análise de como as políticas tributárias influenciam o comportamento do consumidor e indicam uma possível resistência a essas imposições, especialmente quanto ao custo-benefício de comprar fora do país. As questões 6 e 7 destacam aspectos críticos da relação entre consumidores e as políticas de tributação sobre produtos internacionais. A percepção de que a tributação é injusta, apontada pela maioria dos participantes, sugere que as políticas protecionistas enfrentam resistência popular, possivelmente por serem vistas como onerosas e pouco transparentes. Essa insatisfação reflete a necessidade de revisões que promovam um equilíbrio mais justo. A questão 7 reforça essa perspectiva ao mostrar que muitos consumidores deixam de comprar em lojas internacionais devido às taxas elevadas, evidenciando que, embora a tributação possa proteger a indústria nacional, ela também influencia qualidades no consumo e no acesso a produtos internacionais. Esses resultados indicam que as políticas fiscais precisam ser compensadas para garantir equidade sem prejuízo.

## CONCLUSÕES

O estudo evidenciou que, em um contexto de globalização, as taxações sobre compras internacionais, embora visem proteger o mercado nacional, geram insatisfação entre consumidores devido à falta de transparência e ao impacto nos preços. A demanda persistente por produtos estrangeiros reforça a necessidade de políticas fiscais mais equilibradas e claras, que considerem a competitividade global e a satisfação do consumidor. Contudo, uma limitação deste trabalho é o uso de uma amostragem não probabilística, o que pode restringir a representatividade dos resultados e aponta para a necessidade de pesquisas futuras com amostras mais amplas. Espera-se que o trabalho abra espaço para novas investigações.

## REFERÊNCIAS

- HAFFNER, J.; BARBOSA, M. J. Mudanças Estruturais da Economia Brasileira: O Fator China como Impulsionador da Desindustrialização Nacional. Revista Brasileira de Políticas Públicas e Internacionais, v. 5, n. 3, p. 134-156, 2020. MDIC, Ministério do Desenvolvimento. Indústria e Comércio. Balança Comercial Mensal - Dados Consolidados Disponível em: [https://balanca.economia.gov.br/balanca/publicacoes\\_dados\\_consolidados/nota.html](https://balanca.economia.gov.br/balanca/publicacoes_dados_consolidados/nota.html) Acesso em: 09/10/2024. OLMOS, Marli. Puxadas pelas chinesas, vendas de carros



importados crescem 204% no acumulado do ano. Valor Econômico, São Paulo, 15 de out. de 2024. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2024/10/15/puxadas-pelas-chinesas-vendas-de-carros-importados-crescem-204percent-no-acumulado-do-ano.ghtml>. Acesso em: 22 de out. de 2024. DACHS, BERNHARD; ZAHRADNIKB, GEORG From few to many: main trends in the internationalization of business R&D, Center for Innovation Systems and Policy, AIT Austrian Institute of Technology, Vienna, Austria , 21 de março 2022. Disponível em: [https://unctad.org/system/files/official-document/diaeia2022d2a4\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/diaeia2022d2a4_en.pdf) Acesso em: 07/11/2024.

