

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS**

THAÍS TOMIELLO

**ANÁLISE DE VIABILIDADE DE IMPORTAÇÃO DE ARTIGOS RELIGIOSOS
ORIUNDOS DA CHINA PARA UMA LOJA VAREJISTA DA SERRA GAÚCHA**

**CAXIAS DO SUL
2021**

THAÍS TOMIELLO

**ANÁLISE DE VIABILIDADE DE IMPORTAÇÃO DE ARTIGOS RELIGIOSOS
ORIUNDOS DA CHINA PARA UMA LOJA VAREJISTA DA SERRA GAÚCHA**

Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação, apresentado ao Centro de Ciências Sociais da Universidade de Caxias do Sul, como parte das exigências para a obtenção do título de Bacharel em Comércio Internacional.
Orientador: Prof. Dr. Guilherme Bergmann Borges Vieira

CAXIAS DO SUL

2021

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a agradeço a Deus por ter me dado saúde e energia para superar as dificuldades.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Guilherme Bergmann Borges Vieira, pelo suporte neste período, pelas suas correções e incentivos.

Ao meu pais, Sra. Eliana Maria Pellizari e Sr. Everton Luiz Tomiello, pelo amor e apoio incondicional para chegar até aqui.

A empresária Sra. Daiane Pereira Tomasi, pela colaboração e disponibilidade, durante o processo de obtenção dos dados.

Ao meu namorado, meus amigos e familiares, pela compreensão das ausências e pelo afastamento temporário.

E a todos que, direta ou indiretamente, fizeram parte da minha formação e do meu processo de aprendizagem, o meu muito obrigada.

RESUMO

O presente trabalho teve como objetivo realizar uma análise da viabilidade de importação de artigos religiosos para uma empresa localizada em Caxias do Sul-RS. O intuito da pesquisa é o de analisar a operação de importação e buscar produtos diferenciados para a loja varejista, com outras opções de venda mais competitivas do que a atual. Para que se pudesse cumprir os objetivos do presente trabalho, foi desenvolvida uma pesquisa aplicada com uma abordagem qualitativa e de caráter exploratório através de uma entrevista com a proprietária de empresa, complementada por análise documental. O estudo foi realizado em cinco etapas: análise da habilitação para importação e do conhecimento de importação por parte da empresa; definição do produto que se pretende importar; seleção do país exportador; seleção do fornecedor e análise das condições de fornecimento; e análise financeira da importação. Os resultados indicaram que a importação é inviável no atual cenário, devido ao preço de venda que necessita ser aplicado para que a operação seja vantajosa para a empresa.

Palavras-chave: Importação. Estudo de Viabilidade. Artigos Religiosos. China.

ABSTRACT

The present work aimed to carry out an analysis of the viability of importing religious articles for a company located in Caxias do Sul. The purpose of the research is to analyze the import operation and search for differentiated products for the retail store, thus having other sales options more competitive than the current one. In order to fulfill the objectives of this work, an applied research with a qualitative and exploratory approach was developed through an interview with the owner of the company, complemented by document analysis. The study was carried out in five stages: analysis of the authorization to import and knowledge of importation by the company; definition of the product to be imported; selection of the exporting country; supplier selection and analysis of supply conditions; and import financial analysis. The results indicated that importation is unviable in the current scenario, due to the sale price that needs to be applied so that the operation is advantageous for the company.

Keywords: Import. Viability study. Religious articles. China.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fluxograma do processo de importação Receita Federal.....	23
Figura 2 - Simulador de tratamento tributário e administrativo	34
Figura 3 - Modelos Castiçais Fornecedor Pujiang Minghuang Crystal Co Ltda.....	38
Figura 4 - Modelos Castiçais Fornecedor Shanghai Foryou Decor Co., Ltda.....	39
Figura 5 - Embalagem Primária.....	42
Figura 6 - Embalagem Secundária.....	42

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Fases da Seleção de Fornecedores de WU de AL. (2011)	17
Quadro 2 - Métodos disponíveis para a seleção de fornecedores	18
Quadro 3 - Órgãos anuentes na importação	24
Quadro 4 - Procedimentos de Coleta e Análise de Dados.....	30
Quadro 5 - Grupo de Produtos da Loja	32
Quadro 6 - Classificação da NCM	34
Quadro 7 - Retorno dos potenciais fornecedores.....	37
Quadro 8 - Informações dos fornecedores pré-selecionados.....	38
Quadro 9 - Classificação dos Critérios Competitivos dos Fornecedores.....	39
Quadro 10 - Matriz Importância x Desempenho.....	40

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Critérios de Avaliação de Fornecedores Citados em Literatura	19
Tabela 2 – Faturamento Curva ABC	33
Tabela 3 – Principais origens de importação NCM 9405.50.00 nos últimos 5 anos..	35
Tabela 4 - Estimava de Custos de Importação.....	43
Tabela 5 – Custo Internado por Produto	44
Tabela 6 – Comparativo custo unitário de importação x custo unitário MI	44
Tabela 7 – Simulação Markup Item 5X5X5cm	45
Tabela 8 – Simulação Markup Item 5X5X5cm	46

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

DSI	Declaração Simplificada de Importação
DTA	Declaração de Trânsito Aduaneiro
FCA	<i>Free Carrier</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ITC	<i>International Trade Centre</i>
NAPM	<i>National Association of Purchasing Managers</i>
OMC	Organização Mundial do Comércio
PIB	Produto Interno Bruto
RADAR	Registro e Rastreamento da Atuação dos Intervenientes Aduaneiros
RFI	<i>Request for Information</i>
RFP	<i>Request for Proposal</i>
RFQ	<i>Request for Quotation</i>
RTS	Regime de Tributação Simplificada
Siscomex	Sistema Integrado de Comércio Exterior
SH	Sistema Harmonizado
TIPI	Tabela de incidência do Imposto sobre produtos industrializados

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	DELIMITAÇÃO DO ESTUDO E PROBLEMA DE PESQUISA.....	11
1.2	OBJETIVOS	12
1.2.1	Objetivo geral.....	12
1.2.2	Objetivos específicos.....	12
1.3	JUSTIFICATIVA.....	13
2	REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1	<i>GLOBAL SOURCING</i>	15
2.2	SELEÇÃO DE FORNECEDORES.....	16
2.3	IMPORTAÇÃO.....	20
2.3.1	Conceito	20
2.3.2	Modalidades.....	20
2.3.3	Fluxo operacional.....	21
2.4	VIABILIDADE DE IMPORTAÇÃO: PRINCIPAIS CRITÉRIOS E ANÁLISES.....	26
3	MÉTODO.....	28
3.1	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	28
3.2	PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	29
4	RESULTADOS.....	31
4.1	HABILITAÇÃO E CONHECIMENTO PARA A IMPORTAÇÃO	31
4.2	DEFINIÇÃO DO PRODUTO QUE SE PRETENDE IMPORTAR	32
4.3	SELEÇÃO DO PAÍS EXPORTADOR	35
4.4	SELEÇÃO DO FORNECEDOR E ANÁLISE DAS CONDIÇÕES DE FORNECIMENTO.....	36
4.5	ANÁLISE FINANCEIRA.....	41
5	CONCLUSÃO.....	47
5.1	IMPLICAÇÕES GERENCIAIS.....	47
5.2	LIMITAÇÕES DO ESTUDO E SUGESTÕES PARA PESQUISAS FUTURAS	48
	REFERÊNCIAS.....	49
	APÊNDICES	53
	ANEXOS	59

1 INTRODUÇÃO

Ao longo do tempo, os acontecimentos globais fizeram com que as organizações se reinventassem a cada novo desafio imposto para sobreviver a um mercado cada vez mais competitivo e dinâmico. Uma das soluções encontradas foi a internacionalização que, no contexto da globalização, proporcionou inúmeras oportunidades de negócios e aumento nos lucros. A importação, por sua vez, possibilitou a diversificação dos produtos oferecidos ao mercado, o acesso a menores custos nas aquisições e uma menor dependência das condições dos fornecedores e atacadistas locais.

Para Barral (2007), fica evidente que o Brasil é um dos atores desse processo de integração econômica mundial. Através de suas características particulares e interesse de mudança, após anos de um regime autoritário, o país obteve uma maior visibilidade no comércio internacional após a liberalização comercial ocorrida anos 1990 e conservou crescimento gradativo nos saldos da balança comercial nos anos seguintes.

Segalis, França e Atsunami (2009) caracterizam o termo importação como as compras internacionais realizadas por um país, sejam efetuadas pelas pessoas jurídicas de direito público, privado ou pessoas físicas. Segundo dados da Organização Mundial do Comércio (WTSR/ OMC, 2019), o Brasil terminou o ano de 2019 no 28º lugar no ranking de importadores mundiais. Nesse mesmo período, o Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro apresentou um crescimento de 1,4%, e os valores correntes de suas importações, ao final do 4º trimestre, fecharam em 277.917 milhões de reais. Já em 2020, nos últimos meses do ano, a quantia importada pelo país foi de 336.393 milhões de reais, apresentando um crescimento nas operações internacionais de compra de bens de serviços (IBGE, 2020).

Em âmbito nacional, considerando especificamente o comércio varejista, apesar de o setor ter sofrido grandes quedas em suas vendas devido à pandemia da Covid-19, seu acumulado geral, no ano de 2020, foi positivo. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020), a receita nominal teve alta de 6%, sendo que, no acumulado desse mesmo ano, quatro dos oito segmentos do varejo tiveram alta nas vendas: supermercados, alimentos, bebidas e fumo (4,8%); móveis e eletrodomésticos (10,6%); artigos farmacêuticos, médicos e de perfumaria (8,3%); e outros artigos de uso pessoal e doméstico (2,5%).

Muitas são as crenças e as denominações religiosas presentes na sociedade brasileira, por tratar-se de um país rico em diversidade cultural. Os censos revelaram que cerca de 90% da população brasileira declara se inscrever em algum ideal religioso, tornando-o um dos países mais religiosamente inclinados do que qualquer outro país sul-americano (ELIADE, 1989). Com base nos dados disponibilizados pelo IBGE (2010), a divisão ocorre da seguinte maneira: 64,6%, Igreja Católica; 22,2%, Igrejas Evangélicas; 2%, Espíritas; 0,3%, Umbanda e Candomblé; 2,7% outras religiões, e o restante da população se considera sem religião, não sabe ou não declarou. Essa proporção desperta a criação de novos empreendimentos religiosos, principalmente no atendimento ao turismo religioso, bem como na confecção e na venda de artigos (produtos) religiosos. Diante dos dados apresentados, o presente trabalho tem como objetivo o desenvolvimento de um estudo de viabilidade de importação de artigos religiosos provenientes da China para uma loja varejista da Serra Gaúcha.

1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA

Em busca de um diferencial em seus produtos perante os concorrentes, muitas empresas recorrem ao mercado internacional. Para que seja possível decidir com exatidão e segurança se a prática de importação é realmente proficiente, os custos da operação devem ser devidamente mensurados. A dificuldade de verificar se a importação será vantajosa torna-se ainda mais desafiadora para empresas que nunca se arriscaram nos mercados fora do país.

Fundada em 30 de setembro de 1970, a loja varejista objeto do presente estudo dedica-se à comercialização de artigos religiosos, esotéricos e produtos de ervanária para todos os tipos de cultos, seitas ou religiões. Optante pelo enquadramento fiscal do Simples Nacional, a empresa conta com um estabelecimento físico para vendas na cidade de Caxias do Sul-RS e conta com um site em que oferta seus produtos na modalidade e-commerce. Atualmente, a empresa oferece ao mercado uma variedade de 22.000 itens, atendendo mais especificamente à Serra Gaúcha, e que também almeja alcançar presença nacional através das vendas on-line.

Os artigos e produtos religiosos são objetos de devoção, que auxiliam na relação espiritual e materializam aquilo que é invisível ao olho humano. Eles podem ser ofertados de diversas formas como: velas, terços, imagens, quadros, livros, medalhas, banhos, entre outros. Segundo dados ExpoCatólica (2010), estima-se que o mercado religioso fature R\$ 15 bilhões por ano no Brasil. Atualmente, um dos maiores exportadores desses produtos para o país é a China que, desde 2019, comercializou aproximadamente US\$ 17.476.204 milhões em estatuetas e outros objetos de ornamentação sendo de plástico, madeira e porcelana. Outro artigo em que os chineses se destacam pelo fornecimento são os seguintes: velas, pavios, círios e artigos semelhantes, que acumulou um total geral nas importações de US\$ 4.857.654 milhões neste mesmo período de tempo (ComexStat, 2021).

Realizar uma análise de viabilidade de importação por completo é essencial para a correta mensuração dos custos e riscos da operação. Também é importante buscar as melhores opções de fornecedores e avaliar comparativamente a competitividade dos mesmos e definindo qual é o que mais atende as necessidades da empresa, assim como ponderar todas as condições oferecidas pelo mercado interno. Nesse sentido, este trabalho é orientado pelo seguinte problema de pesquisa: *É viável a importação de artigos religiosos oriundos da China para uma loja varejista da Serra Gaúcha?*

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Analisar a viabilidade de importação de artigos religiosos oriundos da China para uma loja varejista da Serra Gaúcha.

1.2.2 Objetivos específicos

Visando alcançar o objetivo geral, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- a) identificar fornecedores do produto no país escolhido;

- b) analisar comparativamente a competitividade desses fornecedores, considerando critérios-chave a serem ponderados na importação;
- c) analisar os custos envolvidos na importação;
- d) comparar o custo internado do produto importado com valores no mercado interno;

1.3 JUSTIFICATIVA

De acordo com Santaella (2001), a justificativa visa colocar em relevo a importância da pesquisa proposta, quer no campo da teoria, quer no da prática, para a área de conhecimento em que a pesquisa se desenvolve. Nessa mesma linha, o trabalho contribuirá na literatura da área como um mecanismo de apoio e consulta para a realização de um estudo de importação e os critérios a serem considerados, visto que, atualmente, as bases de pesquisa científicas não possuem muitas obras que auxiliem a definição de critérios em uma análise mais apurada para a viabilidade de uma importação.

Para Minervini (2019), atualmente, as empresas encontram-se em um período de transição, em que estão se transformando de fornecedoras de produtos a fornecedoras de soluções. Além do desafio de uma nova postura, é necessário descobrir como dar os primeiros passos em um mundo cada vez mais competitivo e diversificado quanto o do comércio internacional.

A urgência na busca de alternativas que reduzam os custos das operações e diferenciais mais vantajosos para investir e adquirir estoques fazem com que as importações sejam consideradas estratégicas para o aumento do poder competitivo entre as organizações. A escolha do tema justifica-se pela sua relevância como potencial instrumento que possibilitará a tomada de decisão do proprietário da loja varejista, com relação ao processo de importação e inserção do mercado internacional.

Segundo Hiratuka e Sarti (2019), é possível considerar que um dos fenômenos mais importantes ocorridos na economia mundial é a ascensão da China como potência emergente. Além de ter conquistado a posição de maior exportador mundial em 2009, conseguiu manter sua economia crescendo em um ritmo acelerado. Crescimento esse que possui influência direta e indireta no desempenho

geral do comércio exterior brasileiro. No caso das exportações, provocou-se um aumento das quantidades exportadas de um grande conjunto de commodities provenientes do Brasil. Por conseguinte, nas importações, verifica-se um crescimento intenso das importações de produtos chineses manufaturados.

Observando os dados gerais do comércio bilateral entre Brasil e China, a parceria comercial vem resultando em um aumento contínuo ao longo dos anos, sendo que, de 2016 a 2020, a China foi o principal país de destino das exportações brasileiras, representando, no último ano analisado, 2,590,607,686 trilhões de dólares do total referido ao comércio internacional, e a segunda maior origem das importações brasileiras, com uma participação de 2,055,590,612 trilhões de dólares (ITC, 2021). Diante disso e dos fatores já descritos referentes ao fornecimento de artigos religiosos, o país escolhido para o desenvolvimento de fornecedores foi a China. Por fim, os resultados deste estudo promovem melhora nas operações da empresa, buscando uma maior competitividade perante a concorrência interna, com novas alternativas de poder comprar e vender produtos com custos reduzidos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para que seja possível corroborar os objetivos específicos desta pesquisa, são apresentados os conceitos centrais e referências necessárias para a validação da presente análise de viabilidade. No início do capítulo, serão abordadas as características do *Global Sourcing* e os critérios e métodos mais relevantes para a seleção de fornecedores do país escolhido e também serão expostos os aspectos relevantes sobre o processo de importação. Por fim, o trabalho apresentará os principais critérios e análises a serem considerados em uma viabilidade de importação.

2.1 GLOBAL SOURCING

O surgimento da globalização impôs importantes transformações no ambiente competitivo. Na direção desses acontecimentos, surgiu o *global sourcing* que, de acordo com Grant (2014), apresentou-se pela primeira vez na década de 1980 como uma abordagem reativa cuja finalidade era a de reduzir custos de produção para neutralizar a concorrência estrangeira e aproveitar a vantagem de produtos internacionais de melhor qualidade. Ao longo do tempo, as definições sobre o termo foram se aprimorando, e foi possível constatar que essa operação serviria também para suprir as necessidades dos clientes, cada vez mais exigentes.

Para Corrêa (2010), o *sourcing* é a prática de identificar oportunidades e buscar os insumos necessários à produção de bens ou serviços nos locais onde existem melhores condições de custos, qualidade e entrega. Seguindo nessa mesma linha de raciocínio, Grant (2014) afirma que o processo de *global sourcing* é igual ao de compra; todavia, há elementos complementares como o planejamento prévio mais detalhado, a avaliação mais acurada de custos, incluindo taxas, tarifas, impostos, custos de transporte e de manutenção de estoque, e assim por diante.

Grant (2014) ainda destaca os benefícios do *sourcing global* que incluem: redução de custo de mão de obra e materiais; garantia de disponibilidade e melhor desempenho na entrega; acesso a mercadorias de alta qualidade em outros mercados; acesso a tecnologias no mundo inteiro; acesso a novos mercados; e desenvolvimento de vantagem competitiva. Contudo, há alguns riscos envolvidos,

tais como: tempo de trânsito mais longo; atrasos e escassez ou desmantelamento do suprimento; controle de qualidade possivelmente pior; turbulência e instabilidade política; mudanças em regulamentações como cotas, tarifas, impostos e taxas; flutuação de taxas de câmbio; riscos de expedição mais altos; questões de responsabilidade corporativa e social como trabalho infantil, responsabilidade social e poluição; e proteção da propriedade intelectual.

Diante disto, verifica-se a necessidade de analisar os riscos e benefícios envolvidos na busca de fornecedores internacionais para saber se, de fato, a operação se tornará vantajosa. Com a definição do *global sourcing*, é necessário encontrar uma maneira para realizar a seleção dos possíveis fornecedores.

2.2 SELEÇÃO DE FORNECEDORES

O aumento da interdependência entre as várias economias dos países, a globalização, o crescimento da competição internacional, o desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação, e a remoção das barreiras do comércio internacional têm levado muitas empresas a se abastecerem de recursos e serviços além de suas fronteiras nacionais (SARTOR et al., 2014). Nesse contexto, a adequada seleção de um fornecedor que tenha a capacidade para fazer o que se propõe é uma das formas mais eficazes de se obter materiais com a qualidade certa (AMATO NETO et al., 2014).

A escolha dos fornecedores que atendam a todas as condições estabelecidas pelo comprador é tarefa das mais difíceis e essenciais no âmbito da gestão de fornecedores. Amato Neto et al. (2014) sugerem que, quando a empresa não possui nenhuma experiência anterior com um determinado fornecedor, a seleção possa ser realizada a partir dos seguintes fatores: reputação e imagem do fornecedor; informação disponível de outros compradores que tenham experiência com esse fornecedor para produtos ou serviços similares; informações de bancos de dados governamentais ou de entidades de classe; testes de qualificação do fornecedor; e pré-avaliação das instalações do fornecedor.

Segundo Wu et al. (2011 apud Mendes, 2013), o processo de seleção de fornecedores possui quatro fases. Essas fases são descritas no Quadro 1.

Quadro 1 – Fases da seleção de fornecedores

Fase	Nova Tarefa	Recompra	
	Cadeia de fornecimento ágil	Recompra modificada	Recompra direta
Formulação de critérios	Não existem critérios utilizados anteriormente; conjunto inicial de parceiros moderado;	Crítérios utilizados anteriormente disponíveis; grande conjunto de parceiros iniciais;	Crítérios utilizados anteriormente disponíveis; pequeno conjunto de parceiros;
Qualificação	Triagem em vez de qualificação; sem registros históricos disponíveis;	Triagem bem como classificação; dados históricos disponíveis;	Triagem em vez de qualificação; dados históricos disponíveis;
Seleção Final	Qualificação em vez de triagem; muitos critérios; muita interação; modelo utilizado uma vez;	Classificação em vez de triagem; menos critérios; menor interação; modelo utilizado novamente;	Avaliação em vez de seleção; alguns critérios; alguma interação; modelo utilizado novamente;
Feedback aplicação	Alguma procura nova por parte dos consumidores? Modificar ou reconstruir os modelos utilizados anteriormente?	Alterar a estrutura atual de fornecimento? A performance da estrutura de cadeia atual de abastecimento cobre a procura?	Fortes relações? Mais alternativas?

Fonte: Wu et al. (2011 apud Mendes, 2013)

Ademais Mendes (2013) salienta que a seleção de fornecedores envolve duas tarefas principais que também são centrais para qualquer problema de decisão: processo de avaliação e análise; e conjunção da avaliação e análise para tomar a decisão.

Tradicionalmente, a avaliação dos fornecedores foi baseada em critérios financeiros. Atualmente, tem-se dado maior ênfase a outros aspectos, trazendo múltiplos critérios para o processo de avaliação. Dickson (1966 apud GENOVESE et al., 2013), em um estudo materializado a partir de entrevistas com 247 firmas canadenses e americanas, todos membros da *National Association of Purchasing Managers* (NAPM) elencou e hierarquizou 23 critérios para a seleção de fornecedores, sendo todos ainda extremamente importantes até hoje. A análise indicou que a qualidade, a performance de entrega e histórico de desempenho podem ser considerados, nessa ordem, os três parâmetros de maior relevância.

Tratando-se de critérios para a seleção de fornecedores internacionais, Rossi (2015) destaca que a aquisição de fornecedores estrangeiros merece um tratamento especial com relação à aprovação para o fornecimento. Muitas vezes, a cultura administrativa e profissional do país em que está inserido o fornecedor se revela de forma negativa ou incompatível com os valores morais, profissionais e éticos cultivados pela empresa compradora. Além disso, percebem-se novos

critérios identificados como prioritários na análise do parceiro a ser selecionado, como a preocupação com questões culturais e com a legislação e regulamentação para o comércio internacional (ROSSI, 2015).

Viana e Alencar (2011) relatam que a complexibilidade do processo seletivo requer ferramentas e técnicas capazes de facilitar o processo decisório e de aumentar a eficiência da escolha. Para a resolução do problema de seleção de fornecedores, estudiosos vêm trabalhando no desenvolvimento de metodologias específicas que, através da literatura, apresentam diversas modelagens, as quais utilizam desde modelos de ponderação até métodos mais sofisticados com programação matemática e métodos de apoio à decisão multicritério.

A variedade das ferramentas e técnicas para a solução do problema em questão é bastante extensa. No Quadro 2 são brevemente descritos os principais métodos usualmente utilizados.

Quadro 2 – Métodos disponíveis para a seleção de fornecedores

Método	Conceito
Ponderação linear	Neste método, pesos são atribuídos a cada critério, geralmente de forma subjetiva. A avaliação global de cada fornecedor é dada pela soma do seu desempenho nos critérios multiplicado pelos seus respectivos pesos (WEBER; CURRENT; BENTON, 1991 apud VIANA; ALENCAR, 2011)
Programação matemática	O problema é formulado em uma função matemática objetiva a qual posteriormente é maximizada ou minimizada. (DE BOER; LABRO; MORLACCHI, 2001 apud VIANA; ALENCAR, 2011)
Modelo multicritério	Ajuda o decisor a sistematicamente avaliar um conjunto de alternativas em relação a vários critérios. (VINCKE, 1992 apud VIANA; ALENCAR, 2011)
Total cost of ownership (TCO)	Incorpora, na escolha do fornecedor, todos os custos mensuráveis incorridos durante o ciclo de vida do item comprado (DEGRAEVE; ROODHOOFT, 1999 apud VIANA; ALENCAR, 2011)
Data envelopment analysis (DEA)	As alternativas são avaliadas de acordo com os critérios de benefício (outputs) e os critérios de custo (inputs). A eficiência de uma alternativa, no caso de um fornecedor, é obtida através da razão da soma ponderada de seus outputs pela soma ponderada de seus inputs (DE BOER; LABRO; MORLACCHI, 2001 apud VIANA; ALENCAR, 2011)
Lógica fuzzy	Valores linguísticos são expressos em números fuzzy, sendo utilizados para avaliar e atribuir pesos aos critérios (CHENA; LINB; HUANG, 2006 apud VIANA; ALENCAR, 2011)
Inteligência artificial	São baseados em sistemas computacionais (DE BOER; LABRO; MORLACCHI, 2001 apud VIANA; ALENCAR, 2011)

Fonte: Adaptado de Viana e Alencar (2011)

Cerná e Buková (2016) elencam os critérios de avaliação de fornecedores como: preço, qualidade, desempenho de entrega, flexibilidade e responsabilidade. Seguindo nessa mesma linha, Viana e Alencar (2011) afirmam que as organizações buscam critérios quantitativos (preço, quantidades de entregas no prazo) e

qualitativos (compromisso, dedicação do fornecedor com o cliente) para avaliar seus fornecedores. Em um estudo realizado por Viana e Alencar (2011), foram lidos aproximadamente 70 artigos e identificados os principais critérios de avaliação de fornecedores. Tais critérios são apresentados na Tabela 1.

Tabela 1 - Critérios de avaliação de fornecedores citados em literatura

Criérios	Citações	% Artigos
Qualidade	47	83,93
Preço	46	82,14
Entrega (pontualidade e conformidade)	45	80,36
Capacidade tecnológica	21	37,50
Capacidade de produção e instalações	16	28,57
Serviço ao cliente	12	21,43
Flexibilidade	10	17,86
Posição financeira	9	16,07
Localização geográfica	9	16,07
Capacidade de relacionamento/ cooperação	9	16,07
Práticas e sistemas de gestão de qualidade	7	12,50
Credibilidade/ Reputação	7	12,50
Gestão e organização	7	12,50
Diversidade de itens	5	8,93

Fonte: Viana e Alencar (2011 apud MARTINI et al., 2018).

Segundo Rushton e Walker (2007), a maior parte do processo de seleção do fornecedor internacional gira em torno da provisão de dados detalhados e informações referentes aos fornecedores pré-selecionados para desenvolver um plano e *custear a operação proposta*. Os resultados são então comparados pela empresa para permitir a identificação de um ou dois fornecedores a serem considerados nas negociações finais. Esse processo é baseado em documentos, conhecidos, como *Request for Information (RFI)*, *Request for Proposal (RFP)*, *Request for Quotation (RFQ)*.

Durães (2019) caracteriza *Request For Information (RFI)* uma solicitação de informações elaborada para entender o que esse mercado oferece e saber quem são as empresas aptas a atender as necessidades da companhia. Logo, *Request for Proposal (RFP)* é um documento de proposta quando o fornecedor elabora um orçamento para atender às necessidades do cliente de maneira livre. E por fim, *Request for Quotation (RFQ)* é designado como um registro de requisição de cotação, confeccionado de forma estruturada e com todas as especificações detalhadas, tornado o processo de compras mais transparente e assertivo.

2.3 IMPORTAÇÃO

Ao longo desta sessão, são abordados alguns conceitos fundamentais da importação e suas modalidades, bem como um panorama geral sobre o fluxo operacional que compreende a entrada das mercadorias em território brasileiro.

2.3.1 Conceito

Segundo a Receita Federal Brasileira (2021), a importação compreende a entrada temporária ou definitiva, em território nacional, de bens ou serviços originários ou procedentes de outros países, a título oneroso ou gratuito. Seguindo a mesma linha, o Guia de Comércio Exterior e Investimento (2021) declara que a importação é o ingresso seguido de internalização de mercadoria estrangeira no território aduaneiro. Em termos legais, a mercadoria somente é considerada importada após sua internalização no país, por meio da etapa de desembaraço aduaneiro e do recolhimento dos tributos exigidos em lei.

Já para Vieira (2015), a importação é a prática de inserir, em um país, produtos ou serviços provenientes do exterior, sendo que tal aquisição oportuniza o intercâmbio entre os países. O autor também afirma que a importação possibilita a obtenção de novas tecnologias, objetivando a modernização do parque industrial, bem como a compra de insumos a preços competitivos, destinados à fabricação de mercadorias com maior produtividade e qualidade.

2.3.2 Modalidades

Fontes (2010) expõe que, através do processo de desembaraço e do recolhimento dos devidos impostos federais e estaduais, exigidos pela legislação, a mercadoria pode ser nacionalizada e, posteriormente, comercializada ou utilizada no mercado interno. A importação simplificada é uma das formas empregadas para o ingresso de produtos através de remessa postal ou de empresas *courier*. Esse Regime de Tributação Simplificada (RTS) permite o pagamento do Imposto de Importação na importação de bens contidos em remessa internacional, destinada à pessoa física ou jurídica, mediante aplicação da alíquota única de 60% referente ao

tributo federal. Os bens contidos em remessa internacional deverão ter valor total de até US\$ 3.000,00 ou o equivalente em outra moeda e se faz necessário o registro da Declaração Simplificada de Importação (DSI) (RECEITA FEDERAL, 2021).

A importação direta é aquela realizada por uma pessoa jurídica habilitada pela Receita Federal, responsável pelo ingresso e nacionalização da mercadoria em nome da própria empresa importadora. Neste tipo de operação, não há intermediários, ou seja, o importador é o adquirente da mercadoria no exterior e promove, em seu nome, a importação (FONTES, 2010).

De acordo com Segalis, França e Atsunami (2012), o governo brasileiro autoriza também que uma empresa possa usar outra, devidamente cadastrada no Rastreamento da Atuação dos Intervenientes (Radar), caso a primeira não tenha interesse em fazer importações de forma direta. Tais procedimentos, são conhecidos como importação por conta e ordem de terceiros e importação por encomenda. A primeira se caracteriza por uma prestação de serviço, por uma empresa que promove, em seu nome, o despacho aduaneiro de importação de mercadorias adquiridas por outra empresa, em razão de contrato previamente firmado.

Já a segunda modalidade é aquela em que uma empresa adquire mercadorias no exterior com seus próprios recursos e promove o seu despacho aduaneiro de importação, a fim de revendê-las, posteriormente, a uma empresa encomendante previamente determinada, em razão de contrato entre a importadora e a encomendante, cujo objeto deve compreender, pelo menos, o prazo ou as operações pactuadas (RECEITA FEDERAL, 2021).

2.3.3 Fluxo operacional

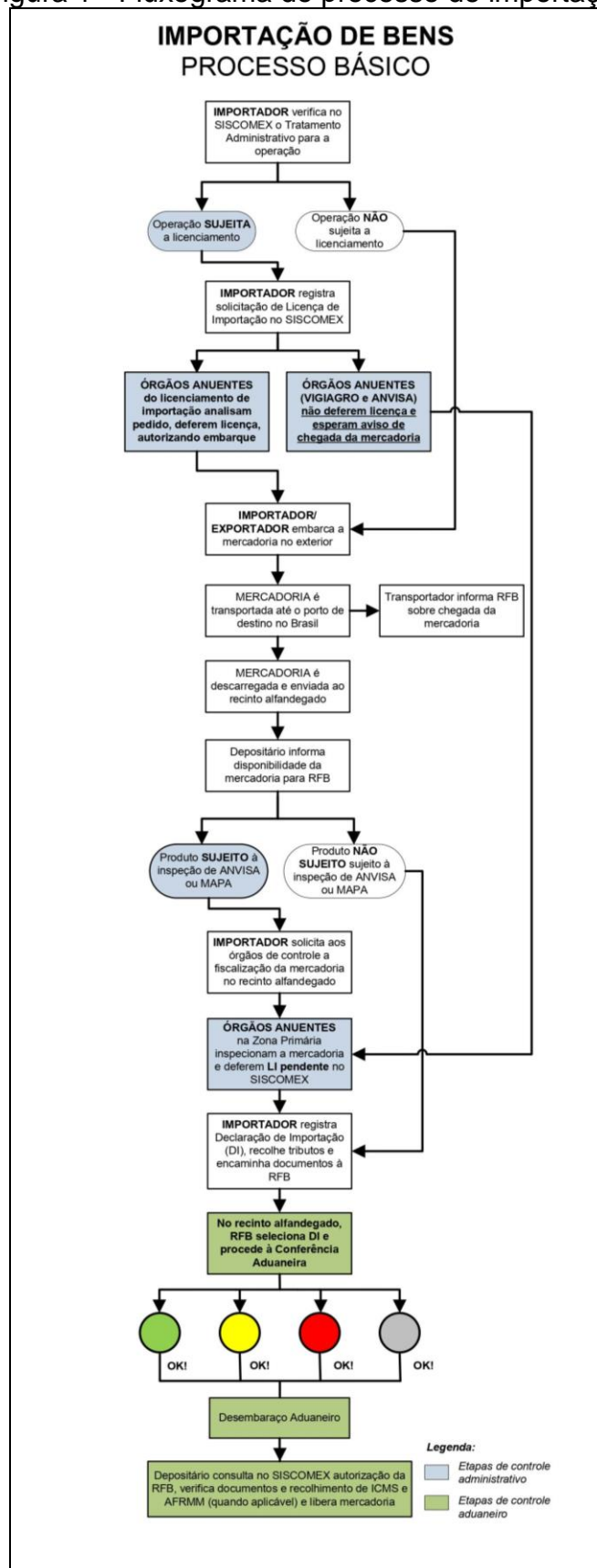
O primeiro passo para a importação de um bem é o registro da empresa importadora. De acordo com a Receita Federal (2021), o despacho aduaneiro de importação é processado no Sistema Integrado de Comércio Exterior (Siscomex). Dessa forma, para que a pessoa jurídica possa realizar operações de comércio exterior, é necessária a prévia habilitação, junto à própria Receita Federal do Brasil (RFB), de seu responsável pelo declarante de mercadorias e o credenciamento de seus usuários nos sistemas.

Para Fontes (2010), caso a situação não configure hipótese de dispensa de habilitação, a pessoa jurídica deverá providenciar a habilitação de seu responsável legal no Siscomex. Com isso, é possível a utilização das seguintes submodalidades de radar: expressa, a qual permite que o importador importe semestralmente a quantia de USD 50.000 dólares CIF, sendo essa quantia de mercadoria, frete internacional e seguro internacional; limitada: cuja habilitação permite que o importador traga para o país, semestralmente, a quantia de USD 150.000,00 dólares CIF; e ilimitada, que autoriza o importador a importar sem limites, desde que os valores coincidam com a capacidade financeira da empresa.

No Brasil, o controle de entradas e saídas de mercadorias do País é responsabilidade do Governo Federal e ocorre por meio de órgãos públicos, dividindo-se em controle administrativo e controle aduaneiro. O controle administrativo diz respeito à autorização das importações, que ocorre por meio da emissão de licenciamentos. Já o controle aduaneiro é todo controle realizado após a chegada da mercadoria ao território nacional; ele ocorre, portanto, no momento do despacho da carga (SILVA et al., 2019).

Entendem-se como aspectos operacionais do processo de importação os procedimentos necessários para realizar essa operação. Tais procedimentos são apresentados na Figura 1.

Figura 1 - Fluxograma do processo de importação



Fonte: Receita Federal (2021)

Conforme o art. 550 do RA (BRASIL, 2009), a importação de mercadorias está sujeita a licenciamento prévio, realizado por meio do Siscomex. A fim de regulamentar as importações brasileiras, foi criada a Portaria nº 23/2011, que administra as tramitações das licenças, e nela constam as possíveis classificações adotadas. Tais classificações dividem as importações em: importações dispensadas de licenciamento, importações sujeitas a licenciamento automático e importações sujeitas a licenciamento não automático (BRASIL, 2011). Tanto as importações sujeitas a licenciamento automático quanto as sujeitas a licenciamento não automático necessitam de autorização de entrada por um órgão anuente responsável, conforme apresentado no Quadro 3.

Quadro 3: Órgãos anuentes na importação

Órgão Anuente	Sigla
Agência Nacional de Energia Elétrica	ANEEL
Agência Nacional de Vigilância Sanitária	ANVISA
Agência Nacional do Cinema	ANCINE
Comando do Exército	COMEXE
Departamento de Operações de Comércio Exterior	DECEX
Departamento de Polícia Federal	DPF
Departamento Nacional de Produção Mineral	DNPM
Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis	IBAMA
Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis	ANP
Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico	CNPQ
Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos	EBC
Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial	INMETRO
Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento	MAPA
Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento	MCTIC
Superintendência da Zona Franca de Manaus	SUFRAMA

Fonte: 4P Logistics (apud SILVA et al. 2019)

O processo documental de compra internacional é diferente do processo de compra nacional. Para compras internacionais, é necessário cumprir as normas aduaneiras do país importador. Os documentos básicos emitidos pelo exportador em uma importação, segundo Vieira (2015), são a Fatura Proforma, a Fatura Comercial, Romaneio (*Packing List*), o Saque e os Certificados. Existe ainda o Conhecimento de Embarque, documento com informações referentes ao transporte da carga.

A Receita Federal (2021) afirma que a escolha da modalidade de pagamento é feita de comum acordo entre o exportador e o importador e depende, basicamente, do grau de confiança comercial existente entre as partes, das exigências do país importador e das disponibilidades das linhas de financiamento. Dentre as modalidades mais utilizadas estão: o pagamento antecipado, em que o

importador remete previamente o valor da transação e, após esse pagamento, o exportador providencia a exportação da mercadoria e o envio da respectiva documentação; a remessa sem saque, em que o importador recebe diretamente do exportador os documentos de embarque, sem o Saque; promove o desembaraço da mercadoria na alfândega e, posteriormente, providencia a remessa da quantia respectiva diretamente ao exportador; a cobrança documentária, caracterizada pelo manuseio documentário, pelo bancos, de títulos e/ou documentos em moeda estrangeira recebidos do exterior; e a carta de crédito, que se trata de um instrumento emitido por um banco, a pedido de um cliente, comprometendo-se a efetuar um pagamento a um terceiro (o beneficiário), contra a entrega de documentos estipulados.

A Receita Federal (2021) caracteriza o despacho de importação como procedimento pelo qual é verificada a exatidão dos dados declarados pelo importador em relação à mercadoria importada, aos documentos apresentados e à legislação específica, com vistas ao seu desembaraço aduaneiro (art. 542 do Regulamento Aduaneiro). Ainda declara que toda a mercadoria procedente do exterior, importada a título definitivo ou não, sujeita ou não ao pagamento do imposto de importação, deverá ser submetida a despacho de importação, que será realizado com base em declaração.

Essa declaração, como regra geral, é processada no Siscomex, por meio de Declaração de Importação (DI), Declaração Única de Importação (Duimp) ou Declaração Simplificada de Importação (DSI eletrônica). No entanto, existem exceções em razão da natureza da mercadoria, da operação e da qualidade do importador, em que o despacho de importação é processado sem registro no Siscomex por meio de Declaração Simplificada de Importação (DSI formulário).

De acordo com Bizelli (2006), no preenchimento da DI, deve ser informado o regime tributário aplicado, dos quais são possíveis os seguintes destaques: recolhimento integral, imunidade, isenção, redução, suspensão e não incidência. Vieira (2015) também destaca que é por meio da classificação fiscal dos produtos que são definidos os impostos incidentes na importação, sendo que se faz necessário o conhecimento da legislação pertinente à classificação fiscal e entendimento de regras para a interpretação do Sistema Harmonizado (SH), regras gerais complementares do Mercosul e regra geral complementar da Tabela de

Incidência do Imposto sobre produtos industrializados (Ipi). Por fim, Ashikaga (2008) complementa que, em uma importação de bens estrangeiros, ocorrerá fato gerador do Imposto de Importação (II), do IPI, do ICMS, além de Pis/Pasep e Cofins Importação, instituídos pela Lei nº 10.865/04.

2.4 VIABILIDADE DE IMPORTAÇÃO: PRINCIPAIS CRITÉRIOS E ANÁLISES

Segundo Pedrosa (2021), o estudo ou a análise de viabilidade de importação é uma ferramenta fundamental para a tomada de decisão de uma organização para adquirir produtos do exterior. Refere-se a um relatório que avalia as condições legais, mercadológicas e gerenciais antes de fechar um novo negócio. Tal operação de compra internacional, seja para uso na empresa ou comercialização, pode trazer uma série de vantagens competitivas e financeiras aos planos do gestor. Além disso, o autor destaca quais os principais critérios a serem considerados durante uma análise aprofundada, conforme os itens a seguir:

- i) Modelo de Importação – decidir qual a melhor modalidade para a operação, baseando-se não apenas em preços, mas também na experiência que a empresa possui com os trâmites logísticos e alfandegários;
- ii) Custos – levantar todos os custos envolvidos com o processo de importação, da retirada da mercadoria no fornecedor estrangeiro até a completa nacionalização do produto. É possível ainda acrescentar serviços extras como taxas, armazenagens, fretes e seguro;
- iii) Viabilidade do produto – estudar a classificação fiscal da mercadoria no território brasileiro, a fim de agilizar o processo e verificar quais as licenças exigidas pelo governo para o ingresso no país.
- iv) Potenciais fragilidades no negócio – fazer um diagnóstico completo do negócio, bem como aspectos internos e influenciadores externos. Também se fazem necessários o estudo da concorrência, a análise do perfil detalhado do consumidor, a capacidade e compromisso do fornecedor;
- v) Condições de Fornecimento – avaliar junto ao fornecedor da nova mercadoria as condições da negociação, dentre elas: prazos, formas de

pagamento, local de entrega e outros detalhes. Todos os deveres e obrigações entre as partes devem constar de forma precisa no contrato internacional.

Para Rebelatto (2004), realizar as estimativas de custos constitui uma das fases mais importantes do processo de elaboração e análise de um estudo de viabilidade de importação. A viabilidade de uma operação, em termos de sua rentabilidade, dependerá, em última análise, da precisão e fidedignidade dos elementos utilizados para a elaboração dessa estimativa. Assim, para buscar obter o máximo possível de informações relevantes, é necessário consultar as mais diversas fontes, como: referência a processos similares; investigações de eventuais custos extras e especificações da mercadoria; uso de regulamentos ou pesquisas de órgãos oficiais que especifiquem tarifas e taxas dos serviços públicos; e utilização de assessoria de técnicos especializados no setor que se estiver considerando. Pedrosa (2021) ainda comenta que o processo de análise da viabilidade de importação exige conhecimento legal, financeiro e gerencial.

Com as análises a serem feitas para verificar a viabilidade de importação do presente trabalho, serão discutidos nos próximos capítulos os seguintes elementos: habilitação e conhecimento para importação; definição do produto que se pretende importar; seleção do país exportador; seleção do fornecedor e análise das condições de fornecimento; e análise financeira.

3 MÉTODO

Segundo LaVille (1999), a utilização de um método é indispensável para garantir que os resultados da pesquisa sejam confiáveis e válidos. Neste capítulo são especificados os procedimentos metodológicos adotados no presente estudo. Primeiramente, é apresentada a caracterização da pesquisa e, após essa caracterização, são descritos os procedimentos de coleta e análise de dados.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

É possível perceber uma diferença de como as pesquisas podem ser classificadas ou estereotipadas. Ramos, Ramos e Busnello (2005) classificam as pesquisas quanto à sua natureza em: básica – que busca o desenvolvimento novos conhecimentos para a ciência; e aplicada – que visa a obtenção de novos conhecimentos para a prática.

Já para Gil (2017), com relação aos seus objetivos ou propósitos, as pesquisas podem ser caracterizadas como exploratórias, descritivas e explicativas. A pesquisa exploratória é a que possui objetivo de proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. A grande maioria dessas pesquisas envolve: levantamentos bibliográficos; entrevistas com pessoas que tiveram experiência práticas com o problema pesquisado; e análise de exemplos que estimulem a compreensão. O autor ainda afirma que a maioria das pesquisas realizadas com propósitos acadêmicos, pelo menos num primeiro momento, assumem o caráter de pesquisa exploratória, pois, nesse momento, é pouco provável que o pesquisador tenha uma definição clara do que irá investigar.

Com relação às estratégias de pesquisa, Diehl (2004) as divide em: quantitativa, que utiliza a quantificação, tanto na coleta quanto no tratamento das informações, empregando técnicas estatísticas, objetivando resultados que evitem possíveis distorções de análise e interpretação, e possibilitando uma maior margem de segurança; e qualitativa, que descreve a complexidade de determinado problema, sendo necessário compreender e classificar os processos dinâmicos vividos nos

grupos, contribuir no processo de mudança, possibilitando o entendimento das mais variadas particularidades dos indivíduos.

Silva e Menezes (2005) complementam que o planejamento de uma pesquisa dependerá basicamente de três fases: fase decisória, referente à escolha do tema, à definição e à delimitação do problema de pesquisa; fase construtiva, referente à construção de um plano de pesquisa e à execução da pesquisa propriamente dita; e fase redacional, referente à análise dos dados e informações obtidas na fase construtiva.

Com base na organização das ideias de forma sistematizada e diante dos conceitos tratados nos parágrafos anteriores, para que se pudesse cumprir os objetivos do presente trabalho, foi desenvolvida uma pesquisa aplicada com abordagem qualitativa e de caráter exploratório. O tipo de pesquisa escolhido se justifica por buscar a análise de viabilidade de início das operações de importação da loja varejista estudada e será conduzido de acordo com os procedimentos de coleta e análise de dados descritos no subcapítulo a seguir.

3.2 PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Para a obtenção dos dados da presente pesquisa, foi considerada a existência de registros disponibilizados pela própria organização, sob a forma de documentos, fichas, relatórios e arquivos em computador, a fim de justificar a escolha dos produtos para a empresa. Além disso, foi realizada uma entrevista semiestruturada com a proprietária da loja, com o intuito de obter informações qualitativas que auxiliassem na análise da viabilidade de importação. Essa entrevista foi realizada com base no roteiro de questões apresentado no APÊNDICE A.

Manzini (1991) considera que a entrevista semiestruturada está focada em um assunto sobre o qual é confeccionado um roteiro com perguntas principais, complementadas por outras questões pertinentes às circunstâncias momentâneas à entrevista. Para o autor, esse tipo de entrevista pode fazer emergir informações de forma mais livre, e as respostas não estão condicionadas a uma padronização de alternativas. Manzini (2003) também ressalta que é possível um planejamento da coleta de informações por meio da produção de um roteiro com perguntas que atinjam os objetivos pretendidos. O roteiro serviria, então, além de coletar as

informações básicas, como um meio para o pesquisador se organizar para o processo de interação com o informante, que foi a estratégia adotada no presente estudo.

O Quadro 4 apresenta uma síntese dos procedimentos de coleta e análise de dados adotados no presente estudo. Tais procedimentos são apresentados de acordo com cada um dos cinco tópicos de análise que compuseram o estudo.

Quadro 4: Procedimentos de Coleta e Análise de Dados

Tópicos de Análise	Procedimentos de Coleta de Dados	Procedimentos de Análise de Dados
Habilitação e conhecimento para importação	<ul style="list-style-type: none"> • Questões 1 a 3 da entrevista com a proprietária da loja varejista 	<ul style="list-style-type: none"> • Análise do conteúdo das questões 1 a 3 da entrevista
Definição do produto que se pretende importar	<ul style="list-style-type: none"> • Questões 4 e 5 da entrevista com a proprietária da loja varejista • Relatório de Faturamento: Curva ABC disponibilizada pela entrevistada 	<ul style="list-style-type: none"> • Análise do conteúdo das questões 4 e 5 da entrevista • Análise do Relatório de Faturamento (Curva ABC da loja)
Seleção do País Exportador	<ul style="list-style-type: none"> • Coleta de dados estatísticos pesquisados no ComexStat 	<ul style="list-style-type: none"> • Análise dos dados estatísticos coletados.
Seleção do fornecedor e análise das condições de fornecimento	<ul style="list-style-type: none"> • Questões 6 a 11 da entrevista • Pré-seleção de fornecedores no site Alibaba.com; • Envio de RFI, RFP e RFQ aos fornecedores pré-selecionados 	<ul style="list-style-type: none"> • Análise do conteúdo das questões 6 a 11 da entrevista • Análise das respostas recebidas através do primeiro contato com os fornecedores pré-selecionados • Análise das respostas dos formulários enviados aos fornecedores e confecção de matriz de Importância x Desempenho
Análise Financeira	<ul style="list-style-type: none"> • Cotações recebidas dos fornecedores • Cotações de custos logísticos e administrativos recebidas de assessorias de comércio exterior • Pesquisa de preços dos produtos nacionais 	<ul style="list-style-type: none"> • Estimativa de custos de importação • Comparação com custos praticados no mercado interno

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Conforme se observa no Quadro 4, o estudo contou com diferentes procedimentos de coleta e análise de dados, os quais variam de acordo com os cinco tópicos abordados, os quais foram estabelecidos com base nos objetivos do estudo. Os resultados do estudo, apresentados no próximo capítulo, são organizados de acordo com cada um desses tópicos que, em seu conjunto, tornam possível constatar se a importação será ou não viável para a loja varejista.

4 RESULTADOS

A seguir, são apresentados os resultados obtidos através da análise dos dados coletados utilizando o método proposto no capítulo 3. Inicialmente será apresentada uma breve exposição sobre a habilitação e o conhecimento para a importação, seguindo com as identificações do produto, do potencial país exportador e dos fornecedores e, ao final, a análise financeira da importação.

4.1 HABILITAÇÃO E CONHECIMENTO PARA A IMPORTAÇÃO

Conforme o método já elucidado, foi realizada uma entrevista semiestruturada com a proprietária da loja varejista, com o objetivo de coletar os dados necessários para a análise de viabilidade de importação. A conversa ocorreu de modo presencial, na loja da entrevistada, respeitando todos os protocolos sanitários contra a COVID-19. Foram utilizadas como base as perguntas já preestabelecidas no roteiro elaborado anteriormente (APÊNDICE A).

As questões 1 a 3 da entrevista foram direcionadas à proprietária com o objetivo de conhecer um pouco mais sobre a loja varejista. Inicialmente, foi questionado o enquadramento fiscal da empresa para auxiliar posteriormente na verificação dos custos da importação. A entrevistada comentou que o regime de tributação aplicado pela loja é o Simples Nacional. Esse regime não dá à empresa o direito ao crédito dos impostos recolhidos na importação.

Visto que o primeiro passo para quem deseja operar com negócios internacionais é certificar-se de que a empresa esteja devidamente habilitada no Registro e Rastreamento da Atuação dos Intervenientes Aduaneiro (Radar), o segundo questionamento foi voltado para saber se a loja já possuía esse tipo de habilitação. A proprietária informou que, apesar de já realizados alguns orçamentos com empresas referentes à habilitação, a loja ainda não está habilitada no Radar. Devido à falta de análises apuradas de fornecedores, produtos e custos específicos para a importação, não foi dado o andamento ao assunto.

Na terceira questão foi perguntado se a empresa possuía algum tipo de conhecimento na área de importação ou se já havia efetivado a compra de algum item no exterior. Prontamente, foi contestado que as únicas compras de itens

importados foram realizadas em sites e por meio de pessoa física. Portanto, a empresa não possui experiência na área de importação, o que também evidencia a possibilidade da contratação de uma assessoria especializada que auxilie nessa operação para que não ocorram problemas ou contratemplos por falta de conhecimento.

4.2 DEFINIÇÃO DO PRODUTO QUE SE PRETENDE IMPORTAR

Conforme mencionado anteriormente, a loja oferece ao mercado uma variedade de 22.000 itens. Para que se possibilite uma visão ampla de suas vendas e estoque dentro da loja, a proprietária subdividiu seus produtos em 32 grupos (Quadro 5).

Quadro 5: Grupo de Produtos da Loja

Número	Grupo
01	Alimentos, Azeites e Bebidas
02	Banhos, essências e outros
03	BARALHOS, TARÔS E CIA
04	Caldeirões, tachos e esmaltados
05	Castiçais
06	Católicos
07	Cerâmica (barro)
08	Defumações e incensos
09	Esotéricos e outros
10	Ervas, Sementes e outros
11	Ferramentas e ferros
12	Gamelas e pilões
13	Guias, búzios e outros
14	Imagens
15	Instrumentos musicais
16	Livros
17	Patuás, proteções e talismãs
18	Porcelana e cia
19	Presentes e apetrechos
20	Rituais e simpatia
21	Roupas
22	Tabacaria
23	Velas
24	Itens de consumo
25	Aromaterapia
26	Bazar
27	Católica
28	Esotérico e outras religiões
29	Imagens
30	Livros
31	Kits, proteções, simpatias e talismãs
31	Umbanda, Nação e Candomblé

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Foi possível também realizar um levantamento detalhado de categorização de estoque dos últimos cinco anos, com o auxílio do relatório cedido pela empresa com a parametrização de valores de venda. Pôde-se, ainda, determinar os produtos mais relevantes para a organização, a fim de analisar a melhor opção para o início de suas operações de importação de acordo com a Tabela 2.

Tabela 2 - Faturamento Curva ABC

Categoria	Percentual	Total de Vendas	Valor Total
A	60,35%	320.048	R\$ 2.677.896,67
B	29,85 %	118.503	R\$ 1.324.522,38
C	9,81%	30.588	R\$ 435.173,04

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Através da entrevista realizada, a empresária relatou que os itens que se encontram na curva A são, em sua maioria, velas, incensos e ervas que, por sua vez, possuem valor unitário reduzido e geram lucro limitado para a loja. A entrevistada comentou, também, que possuía o desejo de importar itens diferenciados e com um valor agregado mais elevado e que apresentassem maior representatividade em suas vendas. Partindo dessa informação, primeiramente foram levantadas três grupos de produtos que a proprietária teria interesse em explorar, como: castiçais, tapetes para yoga e roupas de cunho religioso ou exotérico.

Foram efetuadas pesquisas de fornecedores internacionais no site de fornecimento global site Alibaba.com. e encaminhados e-mails para a realização de um primeiro contato. Considerando os três grupos de produtos comentados acima, os fornecedores de castiçais apresentaram maior receptividade e retorno. Com base nas informações prévias que a empresa já possui e no anseio de desenvolvimento dessa linha de produtos, o grupo de castiçais foi o escolhido para este estudo.

Com a NCM obtida através da verificação de compras feitas no mercado nacional e pelo HSCode informado pelos fornecedores internacionais, identificou-se pelo módulo NCM On-line do Sistema Classif do Portal Único do Comércio Exterior (Pucomex) que a mercadoria é enquadrada no código 9405.50.00 (Aparelhos não elétricos de iluminação), conforme Quadro 6.

Quadro 6 - Classificação da NCM

Capítulo	94 - Móveis; mobiliário médico-cirurgião; colchões, almofadas e semelhantes; aparelhos de iluminação não especificados nem compreendidos noutros Capítulos; anúncios, cartazes ou tabuletas e placas indicadoras, luminosos e artigos semelhantes; construções pré-fabricadas.
Posição	9405 - Aparelhos de iluminação (incluindo os projetores) e suas partes, não especificados nem compreendidos noutras posições; anúncios, cartazes ou tabuletas e placas indicadoras, luminosos, e artigos semelhantes, que contenham uma fonte luminosa fixa permanente, e suas partes não especificadas nem compreendidas noutras posições.
Subposição	9405.50.00 - Aparelhos não elétricos de iluminação.

Fonte: Portal Único do Comércio Exterior (Pucomex, 2021)

Por meio da ferramenta disponível no site da Receita Federal, intitulada “Simulador do Tratamento Tributário e Administrativo das Importações”, obtiveram-se as alíquotas dos impostos incidentes no produto, bem como a incidência ou não de Medidas compensatórias, Cide e Antidumping, e o tratamento administrativo. Os resultados são apresentados na Figura 2.

Figura 2 - Simulador de tratamento tributário e administrativo

Código NCM	9405.50.00		
Descrição NCM	- APARELHOS NÃO ELÉTRICOS DE ILUMINAÇÃO		
Taxa de Câmbio do Dia 16/10/2021	R\$ 1,0000		
Valor Aduaneiro Convertido	R\$0,00		
Alíquota II (%)	<input type="text" value="18,00"/>	Tributo II	R\$ 0,00
Alíquota IPI (%)	<input type="text" value="5,00"/>	Tributo IPI	R\$ 0,00
Alíquota PIS (%)	<input type="text" value="2,10"/>	Tributo PIS	R\$ 0,00
Alíquota COFINS (%)	<input type="text" value="9,65"/>	Tributo COFINS	R\$ 0,00

As alíquotas podem ser preenchidas manualmente e os tributos recalculados

■ CIDE, Antidumping e Medidas Compensatórias

Não há incidência de Antidumping.
 Não há incidência de Cide.
 Não há incidência de Medidas Compensatórias.

■ Tratamentos Administrativos

1) MATERIAL USADO
 Se mercadoria for usada, sujeita à anuência do MINISTERIO DA INDUSTRIA, COMERCIO EXTERIOR E SERVICOS

2) DESTAQUE DE MERCADORIA
 Se o destaque de NCM for igual a 555 (PRODUTO AMPARADO INCISO V ART.4 DEC.5171/04.), mercadoria sujeita à anuência do MINISTERIO DA INDUSTRIA,

Fonte: Receita Federal (2021)

Após a realização da consulta na Receita Federal, através da NCM 9405.50.00, identificou-se que não há necessidade de Licença de Importação, medidas Antidumping e compensatórias.

4.3 SELEÇÃO DO PAÍS EXPORTADOR

Para a identificação do potencial país exportador, foi utilizada a ferramenta Comexstat, disponível no site do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, para a análise da origem das importações referentes à NCM 9405.50.00, conforme Tabela 3.

Tabela 3 - Principais origens de importação NCM 9405.50.00 nos últimos 5 anos

Países	2021	2020	2019	2018	2017
China	1.861.147,00	924.390,00	3.022.870,00	355.716,00	3.347.136,00
Hong Kong	98.923,00	131.033,00	203.871,00	143.797,00	24.513,00
Índia	78.630,00	198.083,00	479.349,00	521.138,00	480.814,00
Vietnã	27.636,00	20.261,00	9.502,00	1.410,00	5.558,00
Camboja	19.995,00	00,00	00,00	00,00	00,00

Fonte: Comex Stat. Disponível em: <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/geral>

Ao analisar a Tabela 3, verifica-se que China, Hong Kong e Índia são os principais países de fornecimento desse tipo de importação. A China se consolida em primeiro lugar devido à grande concentração de fábricas produtos manufaturados, que são fabricados em larga escala e de forma padronizada. Além disso, o crescimento econômico e desenvolvimento industrial ocorrido nas últimas décadas fez com que a China conquistasse a posição de maior exportador mundial e também se tornasse o principal parceiro comercial do Brasil.

Considerando os dados apresentados e tendo em vista que a loja já adquire produtos de fornecedores nacionais que realizam importações provenientes desse país, foi escolhida a China para o desenvolvimento do produto a ser importado. Cabe salientar, também, a hegemonia do país nesse setor, bem como a familiaridade e facilidade de contato com fornecedores chineses.

4.4 SELEÇÃO DO FORNECEDOR E ANÁLISE DAS CONDIÇÕES DE FORNECIMENTO

Para que fosse possível realizar a escolha do fornecedor internacional mais adequado para a operação e que atendesse todas as condições estabelecidas pela empresa, foram analisadas as respostas às questões de 6 a 11 do roteiro de entrevista com a proprietária da loja. A pergunta 6 busca identificar se a entrevistada já possuía algum conhecimento de fornecedores internacionais para o item que desejava importar. O retorno para essa questão foi negativo, pois, especificamente para a linha de produtos como castiçais, a empresária não tinha informações sobre os fornecedores internacionais. A entrevistada também comentou que o único contato com a atividade de *global sourcing* foi através de compras nos sites como Wish e Ali Express, onde foram separadas as embalagens de alguns produtos que continham as informações de fornecedores.

Tendo em vista que não havia conhecimento prévio de fornecedores por parte da empresa, a prospecção dos potenciais parceiros se deu através de contato adquirido por uma solicitação de cotação aberta no site Alibaba.com. Com o primeiro contato, foram solicitadas, via e-mail, informações prévias aos potenciais fornecedores. Após isso, foi realizada uma reunião com a proprietária da loja para apresentar as informações recebidas dos produtos, como catálogos, fotos, dimensões, lote mínimo e preços. A empresária, verificando a necessidade da loja, definiu três fornecedores para o envio dos formulários RFI, RFQ e RFP, apresentados no APÊNDICE B.

Foram contatados dez fornecedores ao total, onde três empresas não responderam ao primeiro contato. Com o intuito de manter as informações mais organizadas, foi elaborado o Quadro 7 abaixo com os retornos adquiridos dos fornecedores.

Quadro 7: Retorno dos potenciais fornecedores

Fornecedores	Retorno do Primeiro contato	Escolhido pela proprietária da loja	Respondido RFI, RFQ e RFP
Pujiang Minghuang Crystal Co	S	S	S
Hangzhou Hopeful Technology Co.	N	N	N
Hangzhou Shiyi Trade Co., Ltda.	S	N	N
Hangzhou Zihao Trading Co., Ltda.	S	N	N
Jinhua Bida Bags Co., Ltda.	S	N	N
Shanghai Foryou Decor Co., Ltda.	S	S	S
Shenzhen Ounipaisente Technolo	N	N	N
Xianju Yijia Art & Crafts Co., Ltda.	S	S	N
Yiwu City Youchun E-Commerce	N	N	N
Yiwu Ruily Craft Co., Ltda.	S	N	N

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Apenas dois dos três fornecedores indicados pela empresa responderam ao questionário e solicitaram novo contato após o envio dos mesmos. A empresa Xianju Yijia Art & Crafts Co., Ltda., respondeu ao primeiro contato, porém, após o envio do RQF, do RFI e do RFQ, não retornou as solicitações. Para demais empresas apresentadas no Quadro 7, não foi dado andamento às solicitações de informação, pois os produtos desses fornecedores não foram selecionados pela proprietária da loja para a prospecção. O Quadro 8 dispõe as informações referentes aos dois fornecedores pré-selecionados quanto ao tempo em que a empresa está estabelecida no mercado, aos preços praticados, aos modelos oferecidos, ao pedido mínimo e ao tempo de produção.

Quadro 8: Informações dos fornecedores pré-selecionados

Fornecedor e tempo de empresa	Preços e Modelos	Pedido mínimo	Tempo produção (dias)
Pujiang Minghuang Crystal Co – 8 anos	Tamanho :5*5*5cm - US\$1.31 Tamanho 5*5*8cm - US\$1.54 Tamanho 5*5*10cm - US\$2 Tamanho 5*5*12cm - US\$2.15 Tamanho :5*5*15cm -US\$3.62 Tamanho:5*5*18cm - US\$3.69	30 peças por produto	5
Shanghai Foryou Decor Co., Ltd – 11 anos	CH-32541 set of 2 – US\$12,89 CH-32486-13 – US\$3,29 CH-32486-16 – US\$4,29 CH-32486-19 – US\$5,29 CH-32413-1 – US\$ 2,15 CH-32413-2 - US\$ 2,45 CH-31675-14 – US\$ 0,89 CH-31675-18 – US\$ 0,99 CH-31675-22 – US\$ 1,19 CH-32490S - US\$ 1,09 CH-32490M – US\$1,19 CH-32490L – US\$1,49	CH-32541/ 1000 CH-32486-13/ 1008 CH-32486-16/ 1008 CH-32486-19/ 1008 CH-32413-1/ 1000 CH-32413-2/ 1000 CH-31675-14/ 1000 CH-31675-18/ 1000 CH-31675-22/ 1000 CH-32490S/ 1056 CH-32490M/ 1008 CH-32490L/ 1008	45

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Para uma melhor visualização dos códigos fornecidos no Quadro 8, nas Figuras 3 e 4, são apresentadas as peças oferecidas pelos possíveis exportadores.

Figura 3 - Modelos Castiçais Fornecedor Pujiang Minghuang Crystal Co Ltda.



Fonte: Alibaba.com (2021)

Figura 4 - Modelos Castiçais Fornecedor Shanghai Foryou Decor Co., Ltda.



Fonte: Alibaba.com (2021)

A fim de identificar os critérios competitivos mais valorizados no momento da escolha do fornecedor internacional, foi efetuada a questão 7 do roteiro de perguntas, pela qual os referidos critérios foram avaliados quanto ao seu grau de importância pela empresária. Para tanto, foi utilizada uma escala de 1 a 5, em que 1 era importância muito baixa e 5 muito alta. Os resultados obtidos são apresentados no Quadro 9.

Quadro 9: Classificação dos Critérios Competitivos dos Fornecedores

Critério	Peso
Preço	5
Confiança	4
Qualidade	4
Lote mínimo	4
Mix de produtos	3
Modalidade de Pagamento	2
Tempo de entrega	1

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

A partir das informações obtidas através da entrevista com a empresária e dos retornos obtidos dos fornecedores internacionais, foi confeccionada uma matriz de Importância *versus* Desempenho para a avaliação dos fornecedores. Os resultados encontram-se no Quadro 10.

Quadro 10 - Matriz Importância x Desempenho

Critérios Competitivos	Importância	Pujiang Minghuang Crystal Co., Ltda.		Shanghai Foryou Decor Co., Ltda.	
		Nota	Total	Nota	Total
Preço	5	4	20	2	10
Confiança	4	4	16	4	16
Qualidade	4	4	16	4	16
Lote mínimo	4	4	16	2	8
Mix de produtos	3	4	12	5	15
Modalidade de Pagamento	2	3	6	4	8
Tempo de entrega	1	5	5	3	3
TOTAIS			91		76

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Com a matriz apresentada no Quadro 10, é possível identificar o peso e a importância de cada fornecedor na matriz de seleção, considerando a mesma escala utilizada anteriormente, em que 1 possui o conceito muito baixo, e 5, muito alto. Para a definição das notas dadas aos fornecedores, foram consideradas as informações recebidas dos fornecedores e as respostas das questões 9 a 11 que comentavam sobre o custo internado do produto desejado ao final da operação, o tamanho estimado do lote de produtos que a loja estaria disposta a adquirir, o período de tempo que a empresa poderia esperar pela entrega e, por fim, o que a empresária esperava com essa importação e os objetivos a serem alcançados.

Conforme exposto pela entrevistada, para que a importação seja vantajosa, o custo internado ao final da operação necessita ser menor ao valor já praticado no mercado nacional. A proprietária da loja também comentou que a dimensão do lote para a possível compra poderia ser de até 100 peças por modelo e que, atualmente, não possui um prazo estabelecido para o recebimento do produto. No entanto, quanto antes fosse disponibilizado o produto em estoque, mais rápido ocorreria o início das vendas. Ao final da entrevista, foi manifestado pela entrevistada que o esperado, com esta operação, é que ela obtenha êxito e que seja a porta de entrada a novas importações, oferecendo mais produtos diferenciados aos clientes e que sua loja seja referência no mercado de artigos religiosos no Brasil.

A partir da análise das respostas da entrevista e dos resultados das avaliações dos fornecedores, a empresa Pujiang Minghuang Crystal Co., localizada na cidade de Zhejiang, na China, foi a escolhida. Com a seleção do fornecedor finalizada, foi possível dar início à análise do preço internado e à comparação da importação com o fornecimento no mercado interno, identificando a alternativa mais vantajosa para a empresa.

4.5 ANÁLISE FINANCEIRA

Através das informações disponibilizadas no capítulo anterior, a quantidade definida para o presente estudo foi de 50 unidades para cada modelo de castiçal. Essa quantidade está de acordo com os requerimentos do fornecedor em relação aos pedidos mínimos e com as necessidades da empresa para facilitar a armazenagem da mercadoria na loja.

O levantamento das informações referentes aos custos foi realizado pela empresa Esfera Assessoria e Negócios Internacionais Ltda., localizada na cidade de Caxias do Sul. A cotação mais competitiva foi realizada através do Incoterm Free Carrier (FCA), com embarque pelo modal aéreo. O trânsito da mercadoria iniciará no Aeroporto Internacional de Xangai Pudong (PVG), com escala no Aeroporto Internacional Bole (ADD) na Etiópia, com chegada ao Brasil pelo Aeroporto Internacional de São Paulo-Guarulhos (GRU), com transferência via DTA ao Aeroporto Internacional de Porto Alegre Salgado Filho (POA) e, finalmente, com frete rodoviário até o estabelecimento em Caxias do Sul.

A embalagem utilizada para o transporte da mercadoria será por meio de 13 caixas de papelão com peso bruto total de 212,70 quilogramas e cubagem de 0,23m³, conforme *packin list* demonstrado no APÊNDICE E. Nas Figuras 5 e 6, é apresentado o modo como o fornecedor Pujiang Minghuang Crystal Co. embala as mercadorias.

Figura 5 - Embalagem Primária



Fonte: Alibaba.com (2021)

Figura 6 - Embalagem Secundária



Fonte: Alibaba.com (2021).

A estimativa dos custos da importação é apresentada na Tabela 4, sendo que a taxa de conversão do dólar considerada foi de US\$ 1,00 para R\$ 5,50.

Tabela 4 - Estimava de Custos de Importação

Dados da operação				
Modal	Aéreo	Origem	Ningbo	
Taxa Estimada	5,5000	Destino	PVG-ADD-GRU+ DTA	
		Incoterm	FCA	
Dados da Mercadoria				
Descrição do produto	NCM	Valor	Quantidade	Total
MH-TZ0317 5X5X5cm	9405.50.00	\$1,31	50,00	\$65,50
MH-TZ0317 5X5X8cm	9405.50.00	\$1,54	50,00	\$77,00
MH-TZ0317 5X5X10cm	9405.50.00	\$2,00	50,00	\$100,00
MH-TZ0317 5X5X12cm	9405.50.00	\$2,15	50,00	\$107,50
MH-TZ0317 5X5X15cm	9405.50.00	\$3,62	50,00	\$181,00
MH-TZ0317 5X5X18cm	9405.50.00	\$3,69	50,00	\$184,50
Totais			300,00	\$715,50
Despesas de Origem				
Descrição da Despesa	Valor em USD	Valor em R\$		
Valor da Mercadoria no Local Embarque (V.M.L.E.)	715,50	3.935,25		
Valor do Frete Internacional + taxas de origem	2.532,55	14.625,48		
Valor da Mercadoria no Local de Despacho (V.M.L.D.)	3.248,05	18.560,73		
Valor Aduaneiro CIF	3.248,05	18.560,73		
Despesas no Destino				
Descrição da Despesa	Valor em USD	Valor em R\$		
Despachante		1.000,00		
Taxa Siscomex		154,23		
Collect Fee	75,98	438,78		
ICMS		226,91		
CHD (Carrier Handling Delivery)	50,00	288,75		
Administration Fee	38,00	219,45		
Ad Valorem		27,84		
Ad Valorem Onforwarding	3,79	21,89		
Onforwarding (remoção)	91,59	528,93		
Entrega na empresa		550,00		
Armazenagem aeroportuária		200,00		
Handling e Comissão Assessoria		3.000,00		
Total das Despesas		6.656,79		
Impostos Nacionalização				
Imposto de Importação (II)	18%	3.340,93		
IPI	5%	1.095,08		
PIS	2,10%	389,78		
COFINS	9,65%	1.791,11		
ICMS	17,5%	5.373,42		
Total de Impostos	52,25%	11.990,32		
Resumo Total Geral				
Descrição da Despesa	Valor em USD	Valor em R\$		
Mercadoria(s) Importada(s)	715,50	3.935,25		
Frete Internacional, taxas de origem, THC e Seguro	2.659,18	14.625,48		
Tributos Federais e Estadual	2.180,06	11.990,32		
Outras Despesas no destino	1.210,32	6.656,79		
Total Geral de desembolso na Importação	6.765,06	37.207,83		
Custo final Após Apropriação de Crédito de Impostos				
Regime	Valor em USD	Valor em R\$		
Simple Nacional / Mei (não possui créditos)	6.765,06	37.207,83		

Fonte: Esfera Assessoria e Negócios Internacionais Ltda (2021)

Após fazer a análise dos custos, o valor total para realizar o processo de importação dos seis modelos de castiçais foi de R\$ 37.207,83. Sendo assim, o valor unitário por castiçal, após a contabilização dos custos da importação rateados, ficou subdividido conforme Tabela 5.

Tabela 5 – Custo Internado por Produto

Descrição do produto	Custo total	Custo unitário por produto
Tamanho 5X5X5cm	R\$ 3.406,17	R\$ 68,12
Tamanho 5X5X8cm	R\$ 4.004,20	R\$ 80,08
Tamanho 5X5X10cm	R\$ 5.200,26	R\$ 104,01
Tamanho 5X5X12cm	R\$ 5.590,28	R\$ 111,81
Tamanho 5X5X15cm	R\$ 9.412,46	R\$ 188,25
Tamanho 5X5X18cm	R\$ 9.594,47	R\$ 191,89
Total	R\$ 37.207,83	

Fonte: Esfera Assessoria e Negócios Internacionais Ltda (2021)

A partir das informações compiladas, foi feita uma comparação da importação com o fornecimento dos preços praticados no mercado interno, exposta na Tabela 6, para verificar a alternativa mais vantajosa para a empresa. A pesquisa dos preços dos itens nacionais foi realizada primeiramente em sites voltados à linha de decorações para localizar um modelo similar ao produto para a comparação, sendo que a empresa destacada abaixo foi a escolhida para a análise, por oferecer o mesmo tipo de produto a ser comparado na importação, diferenciando-se somente no tamanho dos modelos disponibilizados, conforme demonstrado no ANEXO A.

Tabela 6 – Comparativo custo unitário de importação x custo unitário MI

Modelo	Miczaza Objetos e Luminárias de Decoração	Modelo	Pujiang Minghuang Crystal Co.	Diferença Percentual Verificada
5X5X4cm	R\$82,90	5X5X5cm	R\$68,12	-17.83 %
5X5X6cm	R\$100,00	5X5X8cm	R\$80,08	-19.92 %
5X5X8cm	R\$117,80	5X5X10cm	R\$104,01	-11.71 %
5X5X10cm	R\$141,40	5X5X12cm	R\$111,81	-20.93 %

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

É possível analisar que os valores praticados pela empresa Micaza Objetos e Luminárias de Decoração, importadora varejista, que possui características semelhantes ao escolhido, apresenta os preços unitários para o consumidor final

muito próximos aos apresentados no estudo. Vale ressaltar que essa empresa está localizada em São Paulo, e o valor exposto na Tabela 6 não inclui o frete até Caxias do Sul, o que também representaria um acréscimo no preço unitário dos produtos. Outro ponto muito importante a ser considerado nesta análise diz respeito à definição do preço ideal de venda para os produtos importados. Logo, faz-se necessário que a empresa analise: o *markup* que será possível aplicar sobre o custo internado do produto, considerando o preço referencial praticado no mercado interno; e a margem líquida que o produto geraria para a empresa, considerando o *markup* possível, a tributação incidente sobre o produto e os custos indiretos. Essa análise é apresentada na Tabela 7.

Tabela 7 – Simulação Markup Item 5X5X5cm

Item 5X5X5CM	Atual
Preço Internado	R\$ 68,12
Preço de venda Praticado no mercado interno	R\$ 82,90
Diferença em relação ao custo internado	22%
Impostos 8,2%	6,7978
Custos indiretos (50% sobre o preço de venda no mercado interno)	41,45
Margem de Lucro Líquida	-33,4678
Margem de Lucro Líquida %	-40,37%

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Observa-se, na Tabela 7, que, considerando o preço referencial praticado no mercado interno, seria possível aplicar um *markup* de apenas 22% sobre o custo internado do produto, que seria vendido a R\$ 82,90. Descontando-se desse preço de venda os impostos (8,2%) e os custos indiretos (estimados em 50% sobre o preço de venda), a margem líquida seria negativa.

A partir de uma consulta realizada com a proprietária da loja, foi informado que a margem de lucro aplicada para a venda desta linha de produtos na loja é de, em média, 15%. Para que essa margem fosse alcançada, o produto teria que ser vendido por aproximadamente R\$ 255,00, a um preço muito superior ao praticado no mercado interno, conforme análise apresentada na Tabela 8.

Tabela 8 – Simulação Markup Item 5X5X5cm

Item 5X5X5CM	Atual
Preço Internado	R\$ 68,12
Preço de venda Praticado no mercado interno	R\$ 255,00
Diferença em relação ao custo internado	274%
Impostos 8,2%	20,91
Custos indiretos (50% sobre o preço de venda no mercado interno)	127,5
Margem de Lucro Líquida	38,47
Margem de Lucro Líquida %	15,09%

Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Percebe-se que a importação não se tornaria viável a uma taxa de câmbio de R\$ 5,50, considerada no estudo. Cabe salientar que a projeção de taxa de câmbio, para 2022, de acordo com o Boletim Focus de 05/11/2021, é de R\$ 5,32, sendo pouco provável que alcance o patamar necessário para viabilizar a importação.

5 CONCLUSÃO

Com o objetivo de diversificar seus produtos oferecidos ao mercado, obter acesso a custos menores nas aquisições e diminuir a dependência das condições dos fornecedores e atacadistas locais, os empresários buscam a importação como forma de se tornarem mais competitivos e dinâmicos no mercado atual. Diante disso, o presente estudo teve como objetivo analisar a viabilidade de importação de artigos religiosos para uma loja varejista, localizada em Caxias do Sul-RS. Para tanto, primeiramente, foi realizada uma entrevista com a proprietária da empresa com o intuito de conhecer mais sobre as necessidades da loja e, em seguida, foram levantados dados documentais para que fosse possível buscar a melhor opção para a empresa.

Foi selecionada a linha de produto de castiçais que possuía relevância para a empresa estudada. Por meio de uma análise no banco de dados do Comex Stat, constatou-se que a China é o país do qual o Brasil mais importa o produto em questão. Através de uma busca no site Alibaba.com, foram selecionados dez possíveis fornecedores para o estudo. Desses, três foram pré-selecionados para o envio dos formulários RFI, RFQ e RFP. Após o recebimento das respostas desses fornecedores, foi conduzida uma análise de importância e de desempenho dos mesmos nos critérios elencados pela empresária, resultando no melhor fornecedor possível para o presente estudo.

A composição do custo de importação foi feita com o auxílio de uma empresa de assessoria em comércio internacional, que contribuiu com informações relevantes quanto ao processo. Com a realização da estimativa de importação, foi possível calcular o preço internado do produto e identificar o potencial de competitividade do produto no mercado interno. Considerando a margem de lucro que a empresa espera, foi possível verificar que a importação não é viável no cenário atual.

5.1 IMPLICAÇÕES GERENCIAIS

Os resultados deste trabalho poderão auxiliar na compreensão dos passos a serem seguidos para a análise de viabilidade de importação por parte da empresa

estudada. Esses passos poderão ser adotados com outros itens, associados às demais linhas de produtos comercializadas pela empresa.

Este documento também poderá servir como base para outras lojas do ramo varejista, voltadas ao segmento de artigos religiosos (ou não) que desejem realizar estudos de viabilidade de importação. O estudo também é útil como ferramenta de consulta para orientar ações de melhoria nas empresas no que se refere à avaliação de fornecedores internacionais.

5.2 LIMITAÇÕES DO ESTUDO E SUGESTÕES PARA PESQUISAS FUTURAS

Na presente análise de viabilidade de importação, existiram alguns fatores que limitaram as conclusões obtidas. Um desses fatores foi a falta de respostas de alguns potenciais fornecedores, o que fez com que as análises finais ficassem restritas a dois fornecedores.

Outro fator limitante foi a grande variedade de produtos disponibilizados pela loja, o que dificultou a definição de um produto específico para o desenvolvimento internacional, bem como a busca por itens do mercado interno para a comparação de valores. Nesse sentido, sugere-se que o estudo seja estendido a outros itens comercializados pela empresa.

Também deve ser considerada a falta de conhecimento prévio da empresa a respeito do potencial fornecedor. Nesse sentido, indica-se que sejam feitas visitas em sua fábrica, a fim de comprovar as informações prestadas e verificar o padrão de qualidade existente.

A atual instabilidade do dólar também é um fator que limita a análise dos custos de importação, pois podem existir oscilações que não foram consideradas inicialmente. Isso sugere que o estudo seja refeito em um momento futuro, sujeito a um cenário cambial e a uma conjuntura econômica diferentes.

Outra limitação que pode ser considerada é a questão do conhecimento existente e do capital necessário para iniciar o processo de importação. Nesse sentido, sugere-se uma análise mais aprofundada da capacidade importadora da empresa antes ou no momento de realizar um novo estudo de viabilidade de importação.

REFERÊNCIAS

ASHIKAGA, C. E. G. **Análise da Tributação**: na Importação e na Exportação. 4. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2008.

BARRAL, W. O. **O Comércio Internacional**. Belo Horizonte: Del Rey, 2007.

BIZELLI, J. S. **Importação**: sistemática administrativa, cambial e fiscal. 3. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2006

BRASIL. **Decreto no 6.759, de 5 de fevereiro de 2009**. Regulamenta a administração das atividades aduaneiras, e a fiscalização, o controle e a tributação das operações de comércio exterior. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/decreto/d6759.htm. Acesso em: 19 jun. 2021

BRASIL. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Pesquisa Mensal de Comércio (PMC)**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/comercio/9227-pesquisa-mensal-de-comercio.html?edicao=30024&t=destaques>. Acesso em: 10 abr. 2021.

BRASIL. **Ministério da Economia, Receita Federal**. Despacho aduaneiro. 2021. Disponível em: <https://receita.economia.gov.br/orientacao/aduaneira/importacao-e-exportacao/despacho-aduaneiro-de-importacao>. Acesso em: 15 maio 2021.

BRASIL. Ministério da Economia. **Exportação e Importação Geral**. 2021. Disponível em: <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/geral>. Acesso em: 26 abr. 2021.

BRASIL, Banco Central do. **Focus - Relatório de Mercado**. 2021. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/publicacoes/focus>. Acesso em: 9 nov. 2021.

CASTRO, C. M. **A prática da pesquisa**. São Paulo: McGraw-Hill, 1978.

ČERNÁ, L; BUKOVÁ, B. *Supplier evaluation methodology in the logistics company*. **Procedia Engineering**, Žilina, v. 134, n 379, p. 377-385, 2016.

CORRÊA, H. L. **Gestão de redes de suprimentos**: integrando cadeias de suprimento no mundo globalizado. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

DICKSON, G. W. *An analysis of supplier selection systems and decisions*. **Journal of Purchasing**, v. 2, n. 1, p. 5-17, 1996.

DURÃES, S. A. **BID, RFI, RFQ, RFP**. Afinal o que significa essa “Sopa de Letrinhas”? 2019. ABRAFAC. Disponível em: <https://www.abrafac.org.br/blog/bid-rfi-rfq-rfp-afinal-o-que-significa-essa-sopa-de-letrinhas/#>. Acesso em: 28 jun. 2021.

ELIADE, M. **Origens**: história e sentido na religião. Lisboa: Edições 70, 1989.

EXPOCATÓLICA. **Números potenciais do mercado**. Disponível em: http://www.expcatolica.com.br/index.asp?CA=SOBRE_A_FEIRA. Acesso em: 26 abr. 2021.

FONTES, K. **7 Passos para o Sucesso na Importação**: o manual para ser bem-sucedido no exterior. São Paulo: Labrador, 2017. 188 p.

GENOVESE, A. et al. *Greener supplier selection: state of the art and some empirical evidence*. *International Journal of Production Research*, v. 51, n. 10, p. 2868-2886, 2013.

GRANT, D. B. **Gestão de Logística e Cadeia de Suprimentos**. São Paulo: Saraiva, 2014.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Importação e exportação de bens e serviços - Valores a preços correntes (Milhões de Reais), 1º trimestre 1996 - 4º trimestre 2020**. 2020. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/contas-nacionais/9300-contas-nacionais-trimestrais.html?=&t=series-historicas&utm_source=landing&utm_medium=explica&utm_campaign=pib#evolucao-taxa. Acesso em: 24 abr. 2021.

INTERNATIONAL MONETARY FUND. **Real GDP growth**. Disponível em: https://www.imf.org/external/datamapper/NGDP_RPCH@WEO/BRA. Acesso em: 24 abr. 2021.

INTERNATIONAL TRADE CENTRE (ITC). **Trade Map - Trade statistics for international business development**. 2021. Disponível em: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1. Acesso em: 4 jun. 2021.

INVEST & Export Brasil – Guia de Comércio Exterior e Investimento. **Fluxograma do processo de importação**. Disponível em: <http://www.investexportbrasil.gov.br/fluxograma-processo-de-importacao-0?l=pt-br>. Acesso em: 15 maio 2021.

LAVILLE, C.; DIONE, J. **A construção do saber**: manual de metodologia em ciências humanas. Porto Alegre: Artmed, 1999.

MANZINI, E. J. **A entrevista na pesquisa social**. São Paulo: Didática, 1990/1991, p. 149-158. (Vol. 26/27).

MANZINI, E. J. Considerações sobre a elaboração de roteiro para entrevista semi-estruturada. *In*: MARQUEZINE: M. C.; ALMEIDA, M. A.; OMOTE; S. (Orgs.). **Colóquios sobre pesquisa em Educação Especial**. Londrina: Eduel, 2003, p.11-25.

MARTINI, C G; RIBAS, F. T. T.; MENEZES, U. G. De. **Avaliação de Performance de Fornecedores Internacionais**. 2018. 10 f. Monografia (Especialização) - Curso

de Administração de Empresas, XVIII Mostra de Iniciação Científica, Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2018.

MENDES, L. P. L. S. **Análise dos Métodos de Seleção de Fornecedores**. 2013. 89 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia Eletrotécnica e de Computadores, Instituto Superior de Engenharia do Porto, Porto, 2013.

IMPORTAÇÕES, Micaza. **Micaza Objetos e Luminárias de Decoração**. 2019. Disponível em: https://micaza.com.br/produto/castical-de-vidro-de-cristal-estilo-europeu-para-jantar-casamento-festa-romantico/?attribute_pa_tamanho=3cj-40-60-80mm. Acesso em: 24 out. 2021.

MINERVINI, N. **O exportador: construindo o seu projeto de internacionalização**. 7. ed. São Paulo: Almedina, 2019.

NETO, J. A. et al. **Gestão estratégica de fornecedores e contratos: uma visão integrada**. São Paulo: Editora Saraiva, 2014.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO. **World Trade Statistical Review 2019**. 2019. Disponível em: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2019_e/wts19_toc_e.htm. Acesso em: 21 abr. 2021.

PEDROSA, R. **Análise de Viabilidade de Importação: saiba o que é e as suas funções**. 2021. Disponível em: <http://imvroslog.com.br/viabilidade-de-importacao/>. Acesso em: 19 jun. 2021.

RAMOS, P; RAMOS, M. M; BUSNELLO, S. J. **Manual prático de metodologia da pesquisa: artigo, resenha, projeto, TCC, monografia, dissertação e tese**. Blumenau: Acadêmica, 2005.

REBELATTO, D. A. N. (Org.). **Projeto de Investimento: com estudo de caso completo na área de serviços**. Barueri: Manole, 2004.

ROSSI, J. **Fornecedores e sua Importância nos dias Atuais: avaliação pela qualidade**. In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, 11, 2015, Rio de Janeiro.

RUSHTON, A; WALKER, S. **International Logistics and Supply Chain Outsourcing: From Local to Global**, Kogan Page; 1ª edição 2007. 424 p.

SANTAELLA, L. **Comunicação e Pesquisa: Projetos para Mestrado e Doutorado**. São Paulo: Hacker Editores, 2001. 216 p.

SARTI, F.; HIRATUKA, C. Relações Econômicas entre Brasil e China: Análise dos Fluxos de Comércio e Investimento Direto Estrangeiro. Revista Tempo do Mundo, Campinas, v. 2, n. 1, p. 83-98, 4 dez. 2019.

SARTOR, M. et al. International Purchasing Offices: Literature Review and Research Directions. **Journal of Purchasing & Supply Management**, Udine - Itália, v. 20, n. 1, p. 1-17, 2014.

SEGALIS, G.; FRANÇA R.; ATSUNAMI, S. Y. K. **Fundamentos de exportação e importação do Brasil**. Rio de Janeiro; Editora FGV, 2012. 164 p. (Série Cademp - FGV Management).

SILVA, D. A. S. et al. **Planejamento e viabilidade das operações de exportação e importação**. Porto Alegre: SAGAH, 2019.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

SISCOMEX. **Modalidades de Pagamento**. 2021. Disponível em: <http://siscomex.gov.br/aprendendo-a-exportar/negociando-com-o-importador/modalidades-de-pagamento/>. Acesso em: 17 jun. 2021.

VIANA, J. C; ALENCAR, L. H. Metodologias para seleção de fornecedores: uma revisão da literatura. **Production**, Pernambuco, v. 22, n. 4, p. 625-636, 2012.

VIEIRA, A. **Importação: práticas, rotinas e procedimentos**. 6. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2015.

WU, C., BARNES, D. *A literature review of decision-making models and approaches for partner selection in agile supply chains*. **Journal of Purchasing & Supply Management**, Londres, v. 17, n. 4, p. 256-274, 2011.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA USADO NA COLETA DE DADOS

Este roteiro tem como objetivo obter informações qualitativas que auxiliem na análise da viabilidade de importação de artigos religiosos oriundos da China para uma loja varejista da Serra Gaúcha.

1. Qual o enquadramento fiscal da empresa?
2. A loja possui habilitação no Radar?
3. A empresa possui algum tipo de conhecimento na área de importação ou já efetivou a compra de algum item no exterior?
4. Quais produtos possuem maior venda em sua loja?
5. Quais produtos a empresa tem interesse em importar?
6. A empresa possui conhecimento de fornecedores internacionais para o item que deseja importar?
7. Dentre os requisitos citados abaixo, enumere por grau de importância de 1 a 5 (1- Irrelevante; 2- Pouco Relevante; 3- Relevante; 4- Muito Relevante; 5- Extremamente Relevante) considerados indispensáveis para a compra do produto?
 - Mix de produtos;
 - Preço;
 - Lote Mínimo;
 - Modalidade de Pagamento;
 - Confiança;
 - Tempo de entrega;
 - Qualidade.

8. Qual é o custo internado desejado pela loja na compra dos itens escolhidos para a importação?
9. Qual o tamanho estimado do lote de produtos que a loja possui a intenção de adquirir?
10. Qual o período de tempo que a empresa pode esperar pela entrega do produto, considerando a sua disponibilidade em estoque?
11. O que a empresa espera com esta importação e quais os objetivos a serem alcançados nesta operação?

APÊNDICE B: QUESTIONÁRIO - PROPOSTA DE COTAÇÃO

RFI - Request for Information	
Company's name	
Address	
Phone	
Responsible export person	
E-mail Address	
The company has a certification? Which?	
Main Suppliers	
Main Clients	
Bank reference	

RFP - Request for Proposal	
Which are the main countries do you export?	
Do you have warranty?	
Do you produce the material according to the drawing?	
Do you have minimum lot?	
Is it possible send a free sample?	

RFQ - Request for Quotation	
Delivery time	
Origin port	
Incoterm	
Payment Term	
Tooling Fee	

Fonte: Elaborada pela Autora (2021)

**APÊNDICE C: QUESTIONÁRIO RESPONDIDO PELO FORNECEDOR PUJIANG
MINGHUANG CRYSTAL CO**

RFI - Request for Information	
Company's name	Pujiang Minghuang Crystal Co.,Ltd.
Address	178#, Shuijing Road, Pujiang County, Jinhua City,Zhejiang Province ,China
Phone	P:86182578602461
Responsible export person	SUSAN LIN
E-mail Address	info@pjmhcrystal.com
The company has a certification? Which?	SGS
Main Suppliers	Secrecy
Main Clients	Secrecy
Bank reference	

RFP - Request for Proposal	
Which are the main countries do you export?	North America, South America, Europe
Do you have warranty?	Do not have
Do you produce the material according to the drawing?	Yes
Do you have minimum lot?	What we quote price the lowest price
Is it possible send a free sample?	Do not have

RFQ - Request for Quotation	
Delivery time	Depends on the quantity
Origin port	Ningbo
Incoterm	EXW/ FCA/ FOB
Payment Term	30% deposit, 70% balance before shipment
Tooling Fee	-

Fonte: Elaborada pela Autora (2021)

**APÊNDICE D: QUESTIONÁRIO RESPONDIDO PELO FORNECEDOR SHANGHAI
FORYOU DECOR CO., LTD**

RFI - Request for Information	
Company's name	Shanghai Foryou Decor Co.,Ltd
Address	No.66, Lane 111, Shun Da Road, Nan Xiang Town, Jia Ding District, Shanghai China
Phone	0086-21-64639491
Responsible export person	Kitty Gao
E-mail Address	fyd02@foryoudecor.com
The company has a certification? Which?	BSCI
Main Suppliers	
Main Clients	JYSK, Dunelm,Hobby Lobby,Bauhaus,NKD,xxxlutz....
Bank reference	Bank of China, Shangai da Lian Road Sub-Branch

RFP - Request for Proposal	
Which are the main countries do you export?	Germany, Finland, Kuwait, UK, USA, France, Denmark, Norway, Sweden....
Do you have warranty?	Yes
Do you produce the material according to the drawing?	Yes
Do you have minimum lot?	Yes
Is it possible send a free sample?	First time we need to charge the sample cost

RFQ - Request for Quotation	
Delivery time	Based on different time
Origin port	Ningbo
Incoterm	FOB
Payment Term	TT with 30% deposit

Fonte: Elaborada pela Autora (2021)

APÉNDICE E: PACKING LIST PUJIANG MINGHUANG CRYSTAL CO., LTD

PUJIANG MINGHUANG CRYSTAL CO.,LTD.

Shui Jing Road 178 #, PuJiang County, ZheJiang Province, China

PACKING LIST						
	Esfera				INVOICE NO.: 09M831	
					DATE:OCTOBER ,08TH, 2021	
	Carton	DESCRIPTION	QTY (PCS)	Gross Weight (KGS)	Net Weight (KGS)	MEASUREMENT (CBM)
	1	5X5X5CM	50	14,60	14,10	0,017
	1	5X5X8CM	30	14,40	13,90	0,014
	1	5X5X8CM	20	9,60	9,10	0,010
	1	5X5X10CM	24	15,20	14,70	0,015
	1	5X5X10CM	26	16,80	16,30	0,017
	1	5X5X12CM	24	18,50	18,00	0,017
	1	5X5X12CM	26	20,00	19,50	0,018
	2	5X5X15CM	18	17,60	17,10	0,016
			36	35,20	34,20	0,033
	1	5X5X15CM	14	13,40	12,90	0,016
	2	5X5X18CM	15	16,50	16,00	0,022
			30	33,00	32,00	0,044
	1	5X5X18CM	20	22,00	21,50	0,030
	PLATE		300	212,70KG	206,20KG	0.23CBM
SAY TOTAL ONE THIRTEEN (13) CARTONS ONLY						
FOR AND ON BEHALF OF						
PUJIANG MINGHUANG CRYSTAL CO.,LTD.						

AUTHORIZED SIGNATURE						

ANEXO A: PRODUTO OFERECIDO PELA MICAZA OBJETOS E LUMINÁRIAS DE DECORAÇÃO



Fonte: Micaza Objetos e Luminárias de Decoração. Disponível em: <https://micaza.com.br/produto>.