

Legislação tributária aplicada a compras internacionais e limitações impostas pelo programa

Remessa Conforme

Tax legislation applied to international purchases and limitations imposed by the Remessa

Conforme program

Autor 1: Pedro Henrique Ribeiro Rosa

pedro.rosa@alunos.unis.edu.br

0009-0000-4764-3888

Autor 2: Stephani Costa Barbosa

stephani.barbosa@alunos.unis.edu.br

0009-0009-6955-8727

Orientadora: Rafaela Saraiva Correia

rafaela.correia@professor.unis.edu.br

0009-0003-0472-6845

Coorientador: Gustavo de Souza Terra

gustavo.terra@professor.unis.edu.br

0009-0003-3903-542X

RESUMO

O presente trabalho analisa os impactos da taxação sobre as compras digitais em plataformas de e-commerce como: Shopee, Shein e AliExpress, focando na implementação do Programa Remessa Conforme. Tal análise se faz necessária para detalhar a história e ascensão das plataformas digitais no comércio brasileiro, explicar o funcionamento da nova medida implementada pela Receita Federal, que por meio de adesão voluntária, a responsabilidade fiscal de recolher os impostos antecipadamente ficam a cargo das empresas digitais. Listar todos tributos envolvidos e por fim discutir a reação dos consumidores à medida. Acreditamos que este trabalho contribui para a ampliação de conhecimentos sobre a história tarifária brasileira e de como a tecnologia, globalização e essa nova vinda de plataformas digitais de comércio afetou o mercado e o fez se adaptar. A metodologia adotada foi uma pesquisa explicativa, baseada em análise bibliográfica de artigos acadêmicos e dados governamentais dos últimos três anos. Ao desbravar todo esse processo, conclui-se que apesar das críticas, o programa Remessa Conforme representou um salto na busca por equilíbrio e igualdade tributária, conseguindo proteger e observar o mercado interno, ajudando na competitividade e na concorrência com empresas estrangeiras, porém, ainda precisa de melhorias contínuas para equilibrar o protecionismo sem atingir com excesso o consumidor final.

Palavras-chave: Plataformas digitais. Remessa Conforme. Taxação.

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho, tem sua importância por abordar o processo histórico da taxaço às compras internacionais feitas pelo meio digital, e como o programa Remessa Conforme atua em meio ao mercado nacional, explorando a ascensão do comércio eletrônico, onde mercados como AliExpress, Shein, Shopee se tornaram protagonistas em nosso país, facilitando e oferecendo variedades de produtos com preços competitivos e entregas em tempo curto, e de que forma essas grandes lojas fizeram com que o governo brasileiro pensasse em formas de proteger o mercado interno.

Tal abordagem se faz necessária para pesquisar e desbravar como esse fenômeno, que pela sua facilidade e agilidade nas transações, se fez um novo modo de consumo, confrontando os modelos de varejo já estabelecidos pelo mercado doméstico. Pela análise das novas leis impostas, pela abordagem que nosso governo tomou e pelas medidas aplicadas, procuramos compreender como o decreto nº 11.591, de 06 de junho de 2023 propôs um modelo alternativo, programa denominado “Remessa Conforme”. A pesquisa identificará os principais acontecimentos na linha do tempo do processo dessas novas legislações, evidenciando os impactos da taxaço das compras internacionais, que se fez a partir da implementação do programa citado.

Ademais, com o crescimento desse mercado digital, trouxe um debate fiscal, pois por anos houve a isenção tributária em compras abaixo do valor de US\$ 50,00 (cinquenta dólares), e isso incentivava as transações por meio eletrônico. Com isso, comerciantes locais alegavam desvantagem competitiva, já que estão sujeitos à toda carga tributária nacional. Para isso, em 2023, o governo brasileiro implementou o programa Remessa Conforme, onde a taxaço seria em todos os produtos comercializados internacionalmente, independentemente do valor.

Através dessa pesquisa exploramos conhecimentos que contribuem para ampliação de nosso aprendizado tributário, econômico e de mercado, assim desvendando os caminhos da legislaço tributária brasileira aplicada ao comércio exterior. Ao aprofundar a análise da relação entre mercado externo e mercado interno, a pesquisa busca estimular novos estudos sobre o tema. É importante e relevante o estudo desse tema em âmbitos acadêmicos e sociais, pois do ponto de vista econômico, é crucial analisar a eficiência da nova legislaço fiscal visando a proteção do mercado interno em razão

da concorrência externa. Do ponto de vista social, a migração para lojas digitais e redução das compras físicas nos dá um medidor de grande valor sobre a volatilidade nesse segmento.

Esse trabalho tem como objetivo analisar os contratempos que a nova política fiscal nas compras em plataformas eletrônicas gerou no mercado.

Para esta tarefa, foi adotada uma pesquisa documental e também em sites sobre as mudanças políticas e tarifárias brasileiras aplicadas às compras internacionais digitais, com foco nas plataformas AliExpress, Shein e Shopee. A pesquisa permitiu um aprofundamento teórico sobre o tema, ajudando a construir um caminho a tal ponto desejado.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A tributação das compras digitais internacionais envolve uma variedade de impostos que incidem sobre as transações realizadas através lojas online entre consumidores e vendedores de diversos países. Dentre os tributos que são aplicados, destacam-se o imposto de importação, tarifas aduaneiras e taxas de desembaraço alfandegário, que são cobrados sobre produtos importados de outros países para o território nacional (Moraes, 2023).

O presente trabalho se apoiará em três seções teóricas e que permitem a avaliação da taxação do comércio eletrônico internacional: o crescimento do mercado digital global, a aplicação da tributação aduaneira e a reação do consumidor frente aos impostos sancionados.

2.1 Surgimento dos agentes

O crescimento do e-commerce no Brasil tem gerado discussões acadêmicas, criando interpretações teóricas que vêm se afirmando com o avançar dos anos, assim como outras têm caído em rejeição.

Pode-se observar a Shein, uma marca de moda chinesa, criada em 2008 por Chris Xu, onde seu nome inicial era ZZKKO e somente em 2015 que adotou o nome definitivo Shein. Em meados da pandemia do COVID-19, a empresa ganhou muita visibilidade, já que oferecia um grande catálogo de roupas com preços acessíveis, e no Brasil, em maio de 2022 começou a vender itens de vestuário, ganhando muitos clientes, e tornando-se líder do e-commerce nacional no segmento de moda (Cruz, W. L. de M, 2025).

Outra gigante que se instalou em nosso país para dominar as vendas digitais é a Shopee, marca singapurense, foi criada em 2015, atuando em países pela região, como Malásia, Indonésia, Taiwan

e Filipinas. A empresa chegou ao Brasil em 2019, pensada para competir com plataformas importadoras da China como o AliExpress, então, ganhando grande adesão dos consumidores brasileiros e abrindo seu mercado também para vendedores nacionais. De acordo com Cruz (2025), sua filosofia tem retornado bons resultados econômicos, pois asseguram em volumes de vendas com margens de lucro baixas. Junto com a variedade de mercadorias, a forma com que a plataforma lida com o design e aparência da página dos produtos, oferecendo praticidade e facilidade em verificar as avaliações, cupons de desconto e transporte gratuito, tudo isso, na visão dos clientes, é um grande diferencial positivo.

A última das três principais agentes no Brasil é o AliExpress, pertencente ao grupo Alibaba, foi criado em 2010, sendo a maior empresa de e-commerce da China. A atuação do Alibaba é voltada para o mercado interno chinês e a criação do AliExpress foi para atender o setor de exportações de produtos chineses para diversos países (Jesus, 2023). A empresa chegou ao Brasil em 2013, e em 2019 se tornou a principal plataforma de compras internacionais em nosso país, desde então tem rivalizado no mercado interno com as duas empresas já citadas anteriormente (Cruz, W. L. de M, 2025).

Como podemos ver, o e-commerce brasileiro é um mercado emergente, com grandes grupos disputando o mercado de produtos e serviços, e o quadro atual do mercado nacional invalida as propostas que afirmam que as empresas nacionais seriam tomadas pelas grandes companhias estrangeiras. (Cruz, W. L. de M, 2025).

2.2 Programa Remessa Conforme

O Programa Remessa Conforme, criado pela Receita Federal do Brasil, é um programa que certifica empresas do ramo eletrônico do comércio e que seguirão regras de importação diferenciadas.

Através da IN RFB N°2.146 de 29 de junho de 2023, uma plataforma estrangeira só poderia atuar no mercado brasileiro se ela aderisse ao Programa Remessa Conforme, e que essas pagariam o imposto antecipadamente no momento da compra, facilitando o controle da Receita Federal e agilizando o processo de desembaraço, pois, o órgão teria um domínio abrangente e mais prático dos produtos que estão sendo importados.

O Programa Remessa Conforme também é apoiado pelo Art. 20-A da Instrução Normativa da RFB n° 2.146 de 29 de junho de 2023, que determina:

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

I - Conferir maior agilidade e previsibilidade ao fluxo do comércio exterior; e

II - Promover o cumprimento da legislação tributária e aduaneira.

Parágrafo único. A adesão ao Programa a que se refere o caput é voluntária, mediante certificação que ateste o atendimento dos critérios definidos nesta Instrução Normativa." (NR)

A adesão ao programa é de forma voluntária, segundo o parágrafo único do Art.20-A da Instrução Normativa da RFB nº 2.146, condicionada à certificação que comprove o cumprimento dos critérios estabelecidos no Art. 20-B, da referida Instrução Normativa.

Apesar da burocracia, o previsto de retorno é positivo, pois as marcas/empresas que participarem do programa, conseguem oferecer vantagens reais ao consumidor como: menor carga tributária, prazos mais rápidos e previsibilidade, fortalecendo a competitividade e reputação do mercado brasileiro.

2.3 Tributação aplicada ao comércio internacional digital

Além do II (Imposto de Importação), há uma série de tributos internos que podem incidir sobre o mercado digital internacional, como o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), o Programa de Integração Social (PIS) e a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS). (Calisto, 2023)

Com o aumento do comércio eletrônico, empresas nacionais varejistas começaram a se posicionar politicamente contra e pressionando o governo brasileiro a criar medidas para proteger o mercado interno, alegando que essas empresas de e-commerce estavam praticando dumping em mercado nacional. (Cruz, W. L. de M, 2025).

E funcionou, já que em 2022 foi criada a PL nº 2339/2022, por Félix Mendonça Júnior (deputado do PDT/BA), onde era aplicada taxas sobre importações digitais acima do valor de US\$ 50,00 (cinquenta dólares), e que as importações em valores inferiores seriam isentas. No primeiro semestre do Governo Lula (2023-2026), foi implementada a taxa de compras abaixo do valor de US\$50,00 (cinquenta dólares), mas, não foi bem vista pela sociedade, fazendo com que o governo tivesse que recuar a medida aplicada já em agosto daquele ano. Porém, em junho de 2024, foi divulgada pela Receita Federal que as compras de até US\$50,00 (cinquenta dólares) voltariam a ser taxadas, agora em 20% a partir de agosto de 2024, desde que a plataforma onde a compra foi realizada estivesse cadastrada no Remessa Conforme, e que para produtos acima do valor US\$ 50,00 (cinquenta

dólares) até US\$ 3.000,00 (três mil dólares), a taxa seria de 60% com dedução fixa de US\$ 20,00 (vinte dólares) no valor total do imposto (Brasil, 2024).

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

2.4 Comportamento do consumidor perante a taxaço

O governo federal recebeu muitas críticas após a taxaço, principalmente Fernando Haddad, ministro da Fazenda, onde foi atacado com enxurradas de comentários negativos em redes sociais, chegando até ser apelidado de “Taxadd¹”.

O argumento favorável a taxaço vem do governo federal, ao contrário das críticas, tem por objetivo atender os compromissos com a responsabilidade fiscal por parte do governo brasileiro, visando também a proteção do mercado nacional. Entre diminuir os investimentos públicos ou aumentar a arrecadação da União, parece que o governo decidiu pela última opção. Então, o governo federal optou por zerar o déficit fiscal no ano de 2024, sendo assim, compreende-se que a medida foi assertiva.

O Ministro Haddad parece estar ciente de que a busca pela responsabilidade fiscal tem um custo político inevitável: a impopularidade da medida. Fica claro, portanto, que neste caso, o populismo e o rigor nas contas públicas são caminhos que não convergem.

3. MATERIAIS E MÉTODOS

A presente pesquisa teve como objetivo analisar o processo da taxaço em compras digitais internacionais pelo governo brasileiro, desde a chegada das plataformas no país e sua evolução, até a aplicação das tarifas impostas nas transações nesses sites.

Para isso, foi realizada uma pesquisa explicativa, utilizando as bases de dados do Google Acadêmico, como artigos sobre tributação e também sobre plataformas de e-commerce, junto de pesquisas na base de dados do governo federal. Sendo a busca e utilização de outros trabalhos escritos relacionados com o tema escolhido, dentre os últimos três anos, utilizando as palavras-chave

¹ Taxadd: Termo pejorativo criado por usuários nas redes sociais para se referir com ironia e insatisfaço às tarifas impostas pelo Programa Remessa Conforme imposta por Fernando Haddad.

"taxação", "AliExpress", "Shopee", "Shein" e "compras digitais internacionais". Foram incluídos artigos científicos publicados em português. Após a seleção dos artigos, foi realizada uma análise, com o objetivo de identificar os principais temas e categorias presentes nos estudos.

Uma pesquisa pode ser definida em três categorias: descritiva, exploratória e explicativa. Para Oliveira (2011) pesquisas exploratórias são aquelas que se baseiam na descoberta de ideias e intuições, isso permite aos pesquisadores aumentar seus conhecimentos sobre os fatos. Segundo Gil (1999) a pesquisa explicativa tem o objetivo de explicar e identificar os fatores que contribuem para a ocorrência de algum fenômeno. Para Gil (1999) uma pesquisa que seja descritiva tem a finalidade de descrever as características de uma determinada população ou fenômeno ou estabelecer relação entre variáveis, a utilização de coleta de dados principal fator característico nesse modo de pesquisa.

Essa análise foi importante, pois serviu como base de argumentos e teorias sobre o assunto escolhido, e que o método escolhido é o mais adequado para a proposta deste trabalho, descrevendo desde o fato gerador, ao ponto atual do ocorrido, percorrendo os pontos altos como a ascensão das plataformas de e-commerce no Brasil e a implementação do Programa Remessa Conforme.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO

De acordo com Sérgio Figueiredo (2025), a medida tomada pelo governo brasileiro impactou na competitividade entre as empresas nacionais e estrangeiras, trazendo maior equilíbrio entre elas. Antes da implantação da taxa, plataformas digitais internacionais tinham grandes vantagens em relação ao varejo nacional, pois muitos consumidores compravam produtos importados sem pagar os tributos a eles devidos, o que desequilibrava o mercado interior. Depois das mudanças, os lojistas nacionais puderam concorrer em condições mais justas e equalitárias.

Por causa da nova política de taxa, 32% dos consumidores nacionais começaram a procurar por produtos semelhantes no mercado interno. E também 14% dos compradores buscaram por esses produtos em lojas físicas, e a quantidade de consumidores que procuraram por produtos semelhantes em outro site internacional cresceu de 6% para 11%, sendo assim, o percentual de desistência definitiva caiu de 58% para 42%, conforme levantamento da CNI (Confederação Nacional da Indústria).

E pesquisa realizada com base em dados coletados em 2025 pela CNI (Confederação Nacional da Indústria), diz que 29% dos brasileiros desistiram de comprar em sites internacionais devido ao custo do imposto de importação. Porém, esse impacto da taxa é positiva para a indústria nacional,

o superintendente de economia da CNI, Márcio Guerra, diz que “A implementação do Imposto de Importação é o início de um processo que busca trazer mais justiça e competitividade para a indústria nacional. No entanto, o imposto ainda está em um patamar muito aquém do necessário para chegarmos a esse equilíbrio, pois a carga tributária de outros países é muito menor que a nossa”, ou seja, que a implementação do Programa Remessa Conforme é positiva, mas ainda tem muito a melhorar.

Já conforme dados levantados em fevereiro de 2025 pela Receita Federal do Brasil, dizem que a taxação ajudou no aumento da arrecadação do governo, que bateu um recorde em 2024 com R\$ 2,8 bilhões (dois bilhões e oitocentos milhões de reais). Isso demonstra que apesar dos impostos, os consumidores preferem realizar o pagamento das taxas em plataformas internacionais. Esse levantamento também diz que os produtos nacionais ainda permanecem em desvantagem, já que a carga tributária exterior ficava em torno de 50% (cinquenta por cento), enquanto as nacionais giram por volta de 90% (noventa por cento), confirmando ainda mais a ideia de que para os consumidores, ainda compensa a compra pelas lojas digitais.

Outro ponto é que o governo brasileiro também deseja que com essa nova política, as empresas estrangeiras se sintam incentivadas a se instalarem no Brasil, aumentando o polo industrial e de varejo brasileiro, com a construção de novas fábricas, armazéns, gerando crescimento econômico e também gerando emprego para a sociedade. Após 2023, podemos ver que as gigantes vêm trazendo aos poucos suas instalações para o nosso país, construindo diversos centros de distribuição em todo o Brasil e desenvolvendo parcerias de expansão.

A Shein vem expandindo suas operações em território brasileiro, e as vendas dos produtos importados não traz uma dependência da empresa para crescer em nosso país, já que a empresa realizou parcerias com mais de 300 (trezentas) fábricas brasileiras e têm trazido bastante resultado com cerca de 75% (setenta e cinco por cento) dos produtos disponíveis são produzidos localmente, e atualmente a marca possui mais de 50 milhões de usuários ativos no país.

Outra empresa no ramo do e-commerce e que expandiu seus negócios para o território brasileiro é a Shopee, contando com 11 (onze) centros de distribuição espalhados por São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia, Paraná, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Goiás. Contando com um centro Fullfilment², os produtos são preparados e enviados pela Shopee diretamente para o consumidor, agilizando a logística, onde a mercadoria é entregue de forma mais rápida ao consumidor e também

² Fullfilment: O atendimento do pedido é, no sentido mais geral, o processo completo, desde a consulta no ponto de venda até a entrega de um produto ao cliente. Às vezes, descreve o ato mais restrito de distribuição ou a função logística. Num sentido mais amplo, refere-se à forma como as empresas respondem aos pedidos dos clientes.

possuindo maior controle, excelência e eficiência, sendo esse espaço separado exclusivamente para vendedores brasileiros. (Shopee, 2025)

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dado o cenário varejista e de como a taxação das compras internacionais pelo Programa Remessa Conforme afetou o comércio no Brasil, as empresas estrangeiras perderam a grande vantagem que tinham sobre as empresas nacionais, em razão dos preços mais baixos devidos a não incidência de impostos/taxas, o que as fez com que se instalassem no país para manter seu público consumidor, gerando empregos, aumentando a indústria local com parcerias e aumentando a arrecadação tributária para o governo brasileiro e, apesar de ter sido criticada no início, a medida ajudou a equilibrar a concorrência entre as empresas brasileiras e as plataformas digitais como Shein, Shopee e AliExpress.

Antes da medida, a Receita Federal não tinha controle eficaz sobre as compras internacionais que entravam em nosso país, fazendo com que a maioria das mercadorias não fossem tributadas corretamente. No entanto, após o Programa Remessa Conforme, é possível tarifar e controlar todas as mercadorias que entram em território nacional. A medida otimiza a logística aduaneira, regulariza e torna mais fácil a compra internacional de um produto. Além disso, implicou com que os consumidores mudassem seus hábitos de compra, muitos passaram dar prioridade em comprar no mercado nacional ou deixaram de importar por causa da incidência de impostos na aquisição internacional das mercadorias.

O Programa Remessa Conforme representa um avanço significativo na busca por equidade tributária entre o comércio nacional e o estrangeiro. Contudo, ainda exige melhorias para garantir que os custos não pesem para o consumidor final. Assim, este estudo contribui para uma compreensão ainda mais ampla sobre os impactos da medida e reforça a importância de um debate contínuo sobre as políticas fiscais aplicadas ao comércio digital no Brasil.

Abstract

This paper analyzes the impacts of taxation on digital purchases on e-commerce platforms such as Shopee, Shein, and AliExpress, focusing on the implementation of the Remessa Conforme Program. This analysis is necessary to detail the history and rise of digital platforms in Brazilian commerce, explain the functioning of the new measure implemented by the Federal Revenue Service, which, through voluntary adherence, places the fiscal responsibility of collecting taxes in advance on digital companies, lists all taxes involved, and finally discusses consumer reaction to the measure. We believe that this study contributes to expanding knowledge about the history of Brazilian tariffs and

how technology, globalization, and the new wave of digital commerce platforms have affected the market and caused it to adapt. The methodology adopted was explanatory research, based on a bibliographic analysis of academic articles and government data from the last three years. In exploring this entire process, we conclude that despite criticism, the Remessa Conforme program represented a leap forward in the search for balance and tax equality, where it manages to observe and protect the domestic market, helping with competitiveness and competition with foreign companies. However, it still needs continuous improvement to balance protectionism without excessively affecting the end consumer.

Keywords: *Compliant shipping, taxation, digital platforms.*

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Larissa Eduarda Gomes e Gama, Giliarde Benavinito Albuquerque Cavalcante Virgulino Ribeiro Nascimento. **A nova política de tributação em compras internacionais e as limitações do art. 150 da Carta Magna de 1988: caso Aliexpress, Shein e Shopee.** Disponível em: Revista JRG de Estudos Acadêmicos, Ano 7, Vol. VII, n.14, jan.-jul., 2024.

BRASIL. **IN RFB N°2.146/2023.** Disponível em: <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=131702>. Acesso em: 10 de out. 2024.

BRASIL. **IN RFB N°11.591/2023.** Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/decreto/D11591.htm#:~:text=DECRETO%20N%C2%BA%2011.591%2C%20DE%206,11%20de%20maio%20de%202018. Acesso em: 27 de Out. 2025.

CALISTO, Júlia Vanessa Moisés. **O E-commerce e a problemática da tributação brasileira acerca das compras de produtos internacionais.** Sousa/PB, 2023. Disponível em: <http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/xmlui/handle/riufcg/32871?localeattribute=en>. Acesso em: 22 abr. 2024.

CRUZ, W. L. de M. **CARACTERÍSTICAS E DINÂMICA DO E-COMMERCE NO BRASIL: PRINCIPAIS AGENTES, RETOMADA ECONÔMICA E A CONTROVERSA TAXAÇÃO DE IMPORTADOS.** 2025 - Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul - Brasil. Todos os direitos reservados. ISSN: 2447-9195. Geofronter, Campo Grande, v. 11, p. 01-24.

FIGUEIREDO, Sergio. Remessa Conforme: **Como Mudou o Jogo do E-commerce Brasileiro? 2025**. Disponível em <https://agoradeulucro.com.br/remessa-conforme-ecommerce-brasil/> Acesso em 27 de out. 2025

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf. Acesso em: 04 de nov. 2025

GUERRA, Marcio. **Taxa das blusinhas leva 29% dos brasileiros a desistirem da compra, diz CNI, 2025**. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/cnn-money/taxa-das-blusinhas-leva-29-dos-brasileiros-a-desistirem-da-compra-diz-cni/> Acesso em: 27 de out. 2025

JESUS, F. S. et al. **Os desafios à liderança americana nos séculos XX e XXI e a emergência dos e-commerces chineses. Geosul, v. 38 n. 86 (2023)**: Geopolítica: mundo, nações e regiões. DOI: <https://doi.org/10.5007/2177-5230.2023.e85416>. Disponível em: < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/geosul/article/view/85416> > Acesso em: 23 de agosto de 2025.

MORAES, Thayyam da Silva do Nascimento. **Evasão fiscal e e-commerce: análise de casos de grandes varejistas internacionais. São Luís/MA, 2023**. Disponível em: https://monografias.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/6949/1/THAYYAM_DA_SILVA_DO_NASCIMENTO_MORAES___tcc_final.pdf. Acesso em: 10 maio 2024

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira. **METODOLOGIA CIENTÍFICA: um manual para a realização de pesquisas em administração**. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/567/o/Manual_de_metodologia_cientifica_-_Prof_Maxwell.pdf. Acesso em: 04 de nov. 2025

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

RFB. **Taxação de compras em sites internacionais traz reflexos positivos para o varejo nacional**. Disponível em: <https://iclnoticias.com.br/economia/taxacao-de-compras-internacionais/>. Acesso em: 04 de nov. 2025.

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

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

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