

Estimativa de Custos de Importação da Loja Elétrica

Me, Jasmária Lima Ribeiro de Oliveira

professora no Departamento de Ciências Contábeis da PUC Minas

Dr, Antônio Artur de Souza

professor no Departamento de Ciências Contábeis da UFMG

Me, Sidney Lino de Oliveira

professor no Departamento de Administração da PUC Minas

RESUMO

Este artigo é uma contribuição para a compreensão da atividade de importação e estimativa de custos, e revela a complexidade da ação de compra organizacional no mercado internacional. O estudo de caso foi desenvolvido na empresa Loja Elétrica, que comercializa produtos elétricos/eletrônicos, localizada em Minas Gerais.

Palavras-chave: Importação; Estimativa de Custos; Varejo.

ABSTRACT

This paper presents a contribution for the understanding of both the import activity and its cost estimate. The paper also presents a description of the international purchasing activity and discusses its complexity. The case study was carried out in a retail shop called Loja Elétrica. This company is located in the Minas Gerais State and commercializes electric and electronic products.

Key words: Import; Cost Estimate; Retail.

INTRODUÇÃO

O Brasil apresenta um expressivo volume de importação e é um dos países que mais importam no mundo. A média diária de importação da quarta semana de junho/2005 foi de US\$ 286,3 milhões, o que significa um acréscimo de 8,7% em relação ao ano passado (MDIC, 2005). A importação tem-se revelado uma atividade constante em várias empresas brasileiras. No entanto, o processo de importação é complexo e apresenta vários riscos. A falta de direcionamento pode comprometer o alcance de resultados satisfatórios e muitas empresas podem sofrer prejuízos por serem organizadas pelo modelo just in time, que visa à redução de estoques por meio da ágil reposição dos insumos. Portanto, as empresas necessitam realizar compras em um curto espaço de tempo, para que não exista perda ou parada produtiva.

Tempos atrás muitas mercadorias eram importadas porque a indústria brasileira não oferecia competitividade em diversos segmentos. No cenário atual as empresas nacionais têm fornecido com êxito muitos insumos e tecnologia, o que muitas vezes dispensa a prática da importação. Em muitos casos, os produtos nacionais apresentam qualidade e prazos de manutenção compatíveis (ou superiores) com aqueles oferecidos pelas empresas do exterior. Portanto, antes de decidir sobre a necessidade de importar, a empresa deve avaliar as condições oferecidas pelo mercado interno (WOILER e MATHIAS, 1996).

A importação, que pode ser realizada por qualquer pessoa física ou jurídica, caracteriza-se pela entrada em um país de bem destinado a uso ou consumo, ou de ativo permanente de estabelecimento. Para este trabalho, considera-se que o processo de importação compreende um conjunto de serviços, que envolve fretes, seguros e serviços bancários. Na balança comercial brasileira os setores que importam constantemente são os siderúrgicos, farmacêuticos, borrachas e obras, plásticos e obras, veículos (automóveis e partes), equipamentos mecânicos, instrumentos de ótica/precisão e equipamentos elétricos/eletrônicos (MDIC, 2005).

A estimativa de custos no processo de importação é complexa, pois a comercialização internacional envolve fatores externos não controlados pela empresa. À medida que o nível de atenção dedicado às compras e suprimentos aumenta, o trabalho tende a tornar-se mais

estratégico na busca da redução do custo total (BAILY et. al., 2000). Para definir o valor a ser despendido para a aquisição de um produto importado, deve-se considerar que o custo total de aquisição não se refere apenas ao preço do produto, pois existem diversos custos que fazem parte do processo de compra da mercadoria.

A ausência do processo de estimativa de custos na importação ocorre pela falta de planejamento organizacional, que provoca riscos e incertezas às empresas que não realizam adequadas estimativas. Em virtude do grande impacto que os fatores não-controláveis podem proporcionar à importação, ou seja, os fatores externos, a empresa necessita estar preparada para a realização de estimativas que façam a projeção de cenários. Este tema é pouco explorado no cenário nacional, havendo poucas publicações vinculadas à importação, portanto, este trabalho apresenta uma contribuição para os estudantes de custos e de comércio internacional, por disponibilizar percepções reais da área empresarial e por demonstrar a importância de estudos científicos.

Este artigo apresenta como objetivos (1) descrever o processo de importação realizado pela empresa, (2) identificar os custos logísticos que integram o processo de compra de produtos importados e (3) descrever o sistema de estimativa de custos utilizado. A partir deste estudo de caso, as empresas importadoras podem ter uma orientação mais clara em relação aos procedimentos necessários para a tomada de decisão.

Para uma identificação mais clara das seções do artigo, utilizou-se a divisão em cinco pontos principais, sendo estes: (1) a elucidação teórica da atividade de importação que apresenta ao leitor uma construção desenvolvida a partir da pesquisa bibliográfica e permite a identificação do processo; (2) a identificação conceitual dos custos de importação e o esclarecimento pontual sobre cada um deles; (3) a descrição da metodologia que demonstra como foi desenvolvido o trabalho e como foram realizadas as análises dos dados; (4) o desenvolvimento do estudo de caso que contempla informações específicas sobre a Loja Elétrica por meio da descrição da atividade de importação; e (5) a apresentação das conclusões obtidas a partir do desenvolvimento da pesquisa.

ATIVIDADE DE IMPORTAÇÃO

Para realizar a estimativa de custos, o tomador de decisão precisa compreender algumas características específicas da comercialização. É necessário ter claro conhecimento do produto a ser adquirido, com as especificações básicas necessárias e a variação de quantidade permitida. A partir destas informações, inicia-se a definição dos parâmetros para a negociação. Para Kotabe e Helsen (2000), o modelo de compra do importador, representado na Figura 1, consiste em três estágios que apresentam diretrizes para a decisão. O primeiro estágio consiste na necessidade de reconhecimento e formulação do problema e envolve os fatores que motivam a ação. O segundo estágio corresponde à procura, ou seja, à identificação das características do país, do fornecedor e de outras informações relevantes para a tomada de decisão. O terceiro estágio contempla a escolha que é feita a partir das alternativas apresentadas, que são avaliadas para a tomada de decisão.

Estágio 1: Necessidade de reconhecimento e formulação do problema

A decisão de “comprar no exterior” é motivada por:

- Pressões competitivas; e
- Indisponibilidade interna de bens.

Estágio 2: Procura

Orientada por:

- Características do país;
- Características do fornecedor; e
- Informações obtidas sistematicamente, opções identificadas, tiradas e resumidas com base em um conjunto de escolha.

Estágio 3: Escolha

As alternativas remanescentes são avaliadas de forma abrangente:

- É usado um processo compensatório para avaliar os fornecedores remanescentes; e
- O(s) fornecedor(es) estrangeiro(s) mais bem classificado(s) é(são) selecionado(s).

Figura 1: Modelo de comportamento de compra de importador

Fonte: Kotabe e Helsen (2000).

Segundo Maluf (2003), o primeiro enquadramento das importações consiste em classificá-las quanto ao tratamento administrativo:

Importações permitidas; Importações proibidas; Importações suspensas; Importações em consignação; Importações sem cobertura cambial; Importações de material usado. Entre as importações permitidas há as de licenciamento automático e as de licenciamento não automático. As importações brasileiras, sob o aspecto fiscal, podem ser agrupadas em: Importações com incidência tributária; Importações que gozam de vantagens tributárias; e Importações enquadradas em regimes aduaneiros especiais.

Já as importações proibidas são as importações que, por disposições legais ou acordos internacionais firmados, encontram-se proibidas no país. E as importações suspensas têm caráter temporário, ou seja, estão temporariamente impedidas de entrar no país. Já as importações em consignação são as importações que não prevêm a permanência definitiva da mercadoria, portanto ocorrem sem cobertura cambial; elas necessitam de um acompanhamento da destinação, sendo emcaminhadas com um termo de responsabilidade. Em relação às importações de material usado, estas sofrem várias restrições que visam evitar a importação de bens considerados superados ou obsoletos e prejudiciais à elevação do índice de produtividade, dificultando a competitividade nacional no mercado internacional (MALUF, 2003).

A importação é realizada como um processo de compra organizacional, que consiste no processo de decisão para estabelecer “a necessidade de comprar produtos e serviços e então identificar, avaliar e escolher entre marcas e fornecedores alternativos”, segundo Kotler (2000, p. 234). O processo de compra consiste em oito estágios, denominados fases da compra, que são retratados na Figura 2. Ao efetuar uma compra, esta pode estar inserida em uma das três classes de compra. Quando o produto ou serviço a ser adquirido é algo novo, ainda não adquirido pela empresa, este se caracteriza como nova tarefa e tende a exigir mais tempo do comprador. No entanto, quando o comprador apresenta uma recompra simples, esta apresenta menos fases de compra e, portanto, apresenta maior agilidade no processo. A classe intermediária é a recompra modificada que consiste na compra do produto ou serviço com algumas alterações na transação comercial.

Comportamento de Compra Organizacional		Classes de compra		
		Nova tarefa	Recompra modificada	Recompra simples
Fases de compra	Reconhecimento do problema	Sim	Talvez	Não
	Descrição da necessidade geral	Sim	Talvez	Não
	Especificação do produto	Sim	Sim	Sim
	Procura de fornecedores	Sim	Talvez	Não
	Solicitação de proposta	Sim	Talvez	Não
	Seleção do fornecedor	Sim	Talvez	Não
	Especificação do pedido de rotina	Sim	Talvez	Não
	Revisão do desempenho	Sim	Sim	Sim

Figura 2: Os estágios do comportamento de compra em relação às principais situações de compra

Fonte: Kotler (2000, p. 225).

A função dos INCOTERMS é estabelecer em que momento e em que localidade, do ponto de vista legal, as mercadorias foram efetivamente entregues pelo exportador ao importador, de acordo com Spinola (1998). Portanto, para a realização do comércio internacional existem termos que definem a regra de negócios e a classificam. Os INCOTERMS são os principais responsáveis pela estimativa de custos. Eles obedecem aos termos internacionais de comércio e estabelecem os direitos e obrigações mínimas do vendedor e do comprador quanto a fretes, seguros, movimentação em terminais, liberações em alfândega e obtenção de documentos de um contrato internacional de venda, ou seja, a maioria dos custos logísticos (LOPEZ, 2000). A Figura 3 retrata as modalidades de INCOTERMS existentes e demonstra a função do vendedor e do comprador em cada modalidade.

Grupos	Modalidade		Função do Vendedor	Função do Comprador
1	EXW	Works	Entrega a mercadoria em seu próprio estabelecimento	Assume os riscos e custos de transporte
2	FCA	Free Carrier	Entrega na transportadora	Assume os riscos e custos de transporte a partir deste momento
	FAS	Free Alongside Ship		
	FOB	Free on Board		
3	CFR	Cost and Freight	Contrata o transporte e assume os custos sem assumir os riscos	Assume os riscos do transporte
	CIF	Cost Insurance and Freight		
	CPT	Carriage Paid to		
	CIP	Carriage and Insurance Paid to		
4	DAF	Delivered at Frontier	Assume os riscos e os custos do transporte	
	DES	Delivered Ex Ship		
	DEQ	Delivered Ex Quay		
	DDU	Delivered Duty Unpaid		
	DDP	Delivered Duty Paid		

Figura 3: Relação das modalidades de INCOTERMS existentes.

Fonte: Spinola (1998).

A partir da classe de compra utilizada e do INCOTERM envolvido na transação é que são direcionados os custos de importação. Com base na relação comercial estabelecida por meio da definição do INCOTERM é que poderão ser identificados os custos que compõem a atividade de importação, e estes estão apresentados na seção 3.

OS CUSTOS DE IMPORTAÇÃO

Os custos de importação compreendem componentes referentes ao transporte, à taxa de importação, ao despacho aduaneiro e ao custo do

pedido. Neste cenário são envolvidos também os tributos que podem oferecer créditos em casos específicos. Nesta seção são expostos os custos de importação e o impacto destes na ação de estimativa de custos.

Para Rosembloom (2002), o transporte é o componente que responde pela maior porcentagem do custo total da logística. Ballou (2001) complementa que o transporte pode ser responsável por um terço a dois terços dos custos logísticos totais. As taxas de linhas de transporte são baseadas em distância e volume de embarque (BALLOU, 2001). Lopez (2000) afirma que existem três etapas de transporte: pré-transporte (frete interno na origem); transporte internacional (deslocamento entre dois países); pós-transporte (frete interno no destino).

O transporte de mercadorias ainda pode ser classificado como modal (utiliza apenas um meio de transporte); segmentado (utiliza veículos diferentes, com uma ou mais modalidades de transporte e com contratos diferentes); sucessivo (ocorre transbordo para prosseguimento do transporte da mercadoria em veículo da mesma modalidade); combinado (utiliza diferentes modos de transporte em uma só operação); intermodal (transporta duas ou mais modalidades em uma mesma operação); e multimodal (utiliza mais de uma modalidade de transporte, desde a origem até o destino da carga, com um único contrato de transporte). Para cada tipo de transporte existem custos específicos a serem considerados. O tomador de decisão deve observar a sua necessidade e disponibilidade de tempo e recursos para decidir como deverá ser feito o transporte do produto ou equipamento (LOPEZ, 2000). Ballou (2001) destaca que a combinação entre os tipos de transporte é interessante para a diminuição do tempo logístico.

Para o transporte interno no Brasil, há de se considerar o limite de peso permitido. Essa exigência ocorre para evitar grande desgaste das estradas e rodovias, que pode ocasionar o rompimento de pistas e, conseqüentemente, acidentes. Dois fatores que podem aumentar o valor do transporte interno são: o ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadoria e Serviços, nessa circunstância incidindo sobre o serviço de transporte; e as tarifas de pedágio. Os custos do transporte rodoviário são altos, pois a manutenção das estradas é cobrada dos usuários na forma de impostos sobre combustível, pedágios e taxas sobre peso por quilometragem (BALLOU, 2001). Um dos problemas mais sérios em

relação às rodovias é o excesso de peso, que diminui a eficiência nos freios e aumenta os riscos na direção. Segundo Lopez (2000), a carga máxima é de 6,3 toneladas por eixo de roda simples. Sendo assim, o caminhão que trafegar com mais de 47,5 toneladas de peso necessita de uma autorização especial.

A embalagem tem uma importante dimensão logística, segundo Rosebloom (2002), pois faz grande diferença na eficácia e eficiência do sistema logístico. Se o produto estiver bem acondicionado, há maior controle dos custos com manutenção do estoque ao reduzir os danos ao produto e propiciar maior espaço no armazém. Além disso, a embalagem do produto é importante para que se possa proteger o produto de estragos, contaminações e perdas. Ballou (2001) considera que a embalagem facilita a estocagem e o manuseio, promove melhor utilização de equipamentos de transporte, fornece proteção a produtos e facilita o seu uso. Keedi (2001) considera que a função da embalagem é dar ao produto uma forma para sua apresentação, proteção, movimentação e utilização, de modo que possa ser comercializado e manipulado. Desta forma, para Keedi (2001) existe a embalagem primária, ou de consumo, que tem como objetivo principal proteger diretamente o produto; e a secundária, ou de transporte, que visa proteger a embalagem primária.

O seguro relaciona-se ao transporte, pois a carga pode sofrer algum acidente e, em conseqüência, o produto ou equipamento pode ficar danificado. Ainda há a possibilidade de ocorrer sinistro com o veículo, como explosão, tombamento ou afundamento (no caso do transporte marítimo), resultando na perda da carga. Para que nenhuma das empresas envolvidas na transação seja prejudicada quanto ao valor da carga, é preciso existir uma apólice, certificado, averbação ou endosso com uma seguradora. Keedi (2001) define que “seguro é uma operação realizada entre segurado e segurador, coordenada por uma corretora de modo que a parte segurada possa resguardar seus bens dos riscos a que estão sujeitos por sua natureza”.

Grande parte das comercializações internacionais é realizada por meio do transporte marítimo entre países. (Ultimamente, o transporte aéreo se apresenta como solução, principalmente para produtos pequenos e que exigem agilidade). O Departamento da Marinha Mercante, ligado ao Ministério dos Transportes, é o órgão governamental responsável pelo

acompanhamento da disponibilidade de linhas e oferta de espaço, valores de fretes praticados e funcionamento das empresas de navegação, e edita a regulamentação necessária. Para Lopez (2000, p. 36), os custos do transporte marítimo sofrem influência das “características da carga, peso e volume cúbico da carga, fragilidade, embalagem, valor, distância entre os portos de embarque, e localização dos portos”.

As taxas de importação envolvem o Adicional ao Frete para Renovação da Marinha Mercante – AFRMM, o Adicional de Tarifas Aeroportuárias – ATA, as taxas de armazenagem e capatazia, a declaração de importação – DI, as despesas bancárias e as taxas sobre o conhecimento de embarque (MALUF, 2000). As taxas sobre o conhecimento de embarque são: as desconsolidações da mercadoria no destino, se for consolidada; taxa de entrega para a liberação dos documentos originais; e a taxa de coleta, que é cobrada pelo agente para coletar a mercadoria no local indicado pelo embarcador. Já as despesas bancárias poderão incidir na importação por meio da taxa de abertura de carta de crédito, taxa de despesa de emissão de contrato de câmbio, taxa para registro de cobrança, e taxa de utilização da retransmissão do crédito.

O acompanhamento do transporte e do armazenamento consiste no provimento de informações que possam evitar atrasos e contratempos na operação, segundo Rocha (2001). Os custos são afetados diretamente pelo regime aduaneiro que influencia o transporte e o armazenamento, portanto o despacho aduaneiro é um fator preocupante na atividade de importação, pois o processo logístico necessita ser feito com agilidade. A empresa que decide importar precisa acompanhar de perto o processo de despacho aduaneiro para que a carga não estacione em portos e alfândegas. Para tanto, muitas empresas decidem contratar despachantes aduaneiros para acompanhar o processo de importação e buscar agilidade na saída da carga dos portos e alfândegas, por já conhecerem os procedimentos necessários ao cumprimento das normas e leis vigentes no país. O despacho aduaneiro compreende, segundo Thorstensen (1999), as seguintes etapas: recepção; baixa no manifesto; valoração aduaneira; seleção parametrizada de canais; direcionamento do despacho; distribuição; conferência aduaneira; exigência de garantia; desembaraço aduaneiro; comprovante de importação; entrega de mercadoria; exame exclusivo de valor; revisão aduaneira; retificação de declaração; e

cancelamento de DI/DSI, ou seja, Declaração de Importação/Declaração Simplificada de Importação.

O despacho aduaneiro, para Bizelli (2001), tem por finalidade a autorização da entrega da mercadoria ao importador, que é procedida mediante a conclusão da conferência da mercadoria, o cumprimento da legislação tributária e a identificação do importador. O agente da ação do despacho aduaneiro é o despachante que pode contratar seus honorários profissionais livremente (MULINARI, 2001). Para ser um despachante, é necessário ser brasileiro maior ou emancipado e ter vínculo exclusivo funcional ou de empregado com a empresa, além de ter mandato que lhe outorgue suficientes poderes para a função.

Pedido consiste na afluência de compradores ao solicitar certa mercadoria. O custo do pedido envolve todos os custos ocorridos para a realização do pedido, considerando, por exemplo, as horas de trabalho do funcionário dedicado à realização do planejamento, execução e controle da comercialização. Os custos de comercialização envolvem as despesas pré-operacionais e administrativas, conforme Oliveira *et al.* (2004). Observa-se que essas despesas são extremamente flexíveis, dependendo de cada cliente, e envolvem vários fatores, tais como: estruturação da empresa, necessidade de transporte, hospedagem, comunicação entre vendedor e comprador (intérprete) e assimilação das tradições culturais. Os custos de comercialização envolvem todos os dispêndios realizados no intuito de proceder a um bom contato com o cliente. Muitos contatos são estabelecidos em feiras e exposições comerciais. Para Spinola (1998) é importante participar de feiras especializadas no exterior para conhecer melhor o fornecimento realizado pelo mercado.

Mediante a análise de todos os itens sobre a estimativa de custos para a importação, apresenta-se uma síntese dos componentes de custos a serem observados pelo tomador de decisão, conforme expresso na Figura 4.

ITENS	
INCOTERM	EXW, FCA, FAS, FOB, CFR, CIF, CPT, CIP, DAF, DES, DEQ, DDU, DDP
Transporte	Frete (pré-transporte, transporte internacional, pós-transporte)
	Modalidades (modal, segmentado, sucessivo, combinado, intermodal, multimodal)
	Embalagem (primária, secundária)
	Seguro
Taxas de importação	AFRMM (Adicional ao Frete para Renovação da Marinha Mercante)
	ATA (Adicional de Tarifas Aeroportuárias)
	Taxa de armazenagem
	Taxa de capatazia
	DI - Declaração de importação
	Despesas bancárias
	Conhecimento de Embarque
Despacho aduaneiro	Honorário de despachante aduaneiro
Custo do pedido	Programação, desenvolvimento, controle e avaliação.

Figura 4: Síntese dos componentes de custos na importação

Fonte: Spinola (1998).

Em relação à tributação, no Brasil a tributação sobre o produto nacional às vezes é maior que sobre o produto importado, pois o PIS, a Cofins e a CPMF incidem várias vezes sobre o produto nacional, dependendo do tamanho da cadeia produtiva e da opção pelo tipo de tributação sobre o lucro. Diante dessa questão, observa-se que em determinadas situações o produto pode ficar mais barato, se vier de outro país, principalmente se no país de origem não houver incidência de impostos em cascata sobre a cadeia produtiva. A partir da Figura 5, pode-se verificar o fato gerador e a base de cálculo de cada imposto incidente

Estimativa de Custos de Importação da Loja Elétrica

Tributos	Fato gerador	Base de Cálculo
Pis e Cofins	Entrada dos bens importados no território nacional (na data do registro da declaração de importação – DI)	Produtos - (i) valor aduaneiro que serve de base para o cálculo do imposto de importação (II), (ii) acrescido do montante desse imposto, (iii) do ICMS, do (iv) PIS/PASEP – Importação e (v) da Cofins – Importação.
ICMS	Geração, emissão, transmissão, repetição, ampliação ou recepção de comunicação de qualquer natureza, por qualquer processo, ainda que iniciada no exterior; no desembaraço aduaneiro de mercadoria ou bens importados do exterior; e na aquisição, em licitação promovidas pelo Poder Público, de mercadoria ou bem importados do exterior e apreendidos ou abandonados.	Valor constante no documento de importação, acrescentado o valor dos impostos de importação sobre produtos industrializados e operações de câmbio e também das despesas aduaneiras (referem-se às despesas necessárias e compulsórias no controle e desembaraço de mercadoria).
IPI	O desembaraço aduaneiro de produto de procedência estrangeira e a saída de produto do estabelecimento industrial, ou equiparado a industrial. O momento do pagamento do imposto é antes da saída do produto da repartição que processa o despacho aduaneiro	O mesmo valor que serviu de base para o cálculo dos tributos aduaneiros por ocasião do despacho de importação, acrescido do montante desses tributos, demais taxas e encargos cambiais efetivamente pagos pelo importador ou dele exigido.
II	Momento que a mercadoria entra no país	Alíquota específica para a unidade de medida adotada na legislação – Tarifa Aduaneira do Brasil (TAB) e “ad salorem” conforme Tarifas Aduaneiras e Comércio (GATT).

sobre a atividade de importação

Figura 5: Tributos na importação

Fonte: Adaptada de Oliveira e Souza (2004).

METODOLOGIA

Esta pesquisa foi desenvolvida por meio de um estudo de caso explanatório (causal), que pode ser complementado por estudo de caso descritivo ou exploratório. Para Martins e Lintz (2000), “o estudo de caso possibilita a penetração na realidade social, não conseguida plenamente pela análise e pela avaliação quantitativa”. No entanto, não são permitidas generalizações, segundo Yin (1994).

A pesquisa caracterizou-se como exploratória, pois é um assunto revelador que confirma as definições de Malhotra (2001) e Cooper e Schindler (2003). Para Malhotra (200, p. 106), a pesquisa exploratória pode ser usada para formular um problema ou defini-lo com maior precisão entre outros fatores.

O instrumento de pesquisa utilizado para a realização das entrevistas foi o questionário semi-estruturado. A entrevista semi-estruturada, para Triviños (1987, p. 138), é um dos “instrumentos mais decisivos para estudar os processos e produtos nos quais está interessado o investigador qualitativo”. Alencar (2000) afirma que “a vantagem deste tipo de questionário é permitir que o entrevistado manifeste suas opiniões, seus pontos de vista e seus argumentos”. Além desta abordagem, foi utilizado um questionário estruturado ao final da coleta de dados para validar a interpretação dos fatos apresentados. Outra forma de coleta de dados consistiu na análise documental que envolveu a análise do instrumento utilizado para a estimativa de custos dos produtos importados.

Os dados coletados foram submetidos a diversas técnicas de análise, incluindo: análise de conteúdo, técnica de triangulação e modelagem. A análise de conteúdo foi utilizada com a finalidade de explicitar e sistematizar o conteúdo da mensagem. Para Bardin (1977), a análise de conteúdo é como um conjunto de técnicas de análise das comunicações, e Babbie (1999, p. 71) diz que a “análise de conteúdo tem a vantagem de fornecer um exame sistemático de materiais em geral avaliados de forma mais impressionística”. A triangulação foi fundamental para que os dados coletados de diferentes fontes fossem analisados de maneira integrada. A modelagem permitiu recriar o contexto no qual os dados foram gerados.

O estudo de caso foi desenvolvido na empresa Loja Elétrica LTDA. A Loja Elétrica surgiu do Armazém Dias Ltda, empresa mineira de secos e molhados fundada em 1948, na Avenida Santos Dumont, no centro de Belo Horizonte, acrescida de uma seção de materiais elétricos em 1954. A empresa percebeu o rápido crescimento da capital e a busca crescente de materiais elétricos pelo setor de construção civil e pelo público consumidor em geral, portanto, passou a dedicar-se apenas à venda de materiais elétricos, criando a partir de 01/01/1957 a Loja Elétrica Ltda.

O ramo de atividade restringe-se ao comércio varejista de materiais elétricos, sendo suas atividades principais o comércio, importação e exportação de materiais e equipamentos elétricos, eletrônicos e de telefonia, representação comercial, prestação de serviços de instalações e assistência técnica e industrialização de materiais elétricos. Compõe-se de 8 lojas situadas nas cidades de Belo Horizonte, Contagem e Timóteo, em Minas Gerais. A empresa possui uma frota com aproximadamente trinta veículos e comercializa mais de 15.000 (quinze mil) itens, tendo expandido seu estoque para componentes de informática, telecomunicações e telefonia celular.

A Loja Elétrica tem mais de 500 colaboradores e um centro de distribuição que atende o estado e também outros estados como Rio de Janeiro, Bahia, Goiás, São Paulo, Paraná, Roraima e Rio Grande do Sul. Para tanto, utiliza processos logísticos avançados e pontuais. Alguns de seus principais clientes são: Banco do Brasil S/A, Caixa Econômica Federal S/A, Cia. Brasileira de Metalurgia e Mineração, Cia. Fiação Tec. Cedro Cachoeira, Cia. Siderúrgica Pitangui, Fosfertil Fertilizantes e Fosfatados, Fundação Emp. Fiat, INSS - Instituto Nacional de Seguro Social, Magnesita S/A, Mannesmann S/A, Cia. Vale do Rio Doce. A média de vendas em 2003 foi de R\$ 65.000.000,00.

DESCRIÇÃO DA IMPORTAÇÃO

A importação passou a ser feita em 1994, quando surgiu a necessidade de aumentar e diversificar os estoques com o uso de modernas tecnologias. Os principais produtos importados são: ventilador de teto da marca Hunter, equipamentos para certificação de rede de comunicação, ferramentas e acessórios para rede de comunicação, conectores elétricos

e de telecomunicação, lâmpadas eletrônicas e especiais. A importação representa 15% de um montante de 15.000 itens. Atualmente, as importações são realizadas apenas por uma pessoa.

Para a empresa, apesar de existir produto competitivo no mercado, e este competir com o custo convencional de determinado produto, o fornecedor local não atende ao segmento diferenciado que a empresa explora. E, além disso, em relação a alguns produtos não existe similar na indústria nacional, o que permite agregação de valor por meio da qualidade, principalmente para as ferramentas profissionais. Nestes casos, a empresa busca ter fornecedores com exclusividade, e estes apresentam produtos com qualidade de primeira linha. Este fator gera um impacto positivo na formação do preço, que permite aumento da lucratividade. O fato do produto ser importado agrega um diferencial para a empresa, que sempre oferece novidades. Em relação à marca dos produtos oferecidos, o entrevistado afirma que esta é inclusive uma identidade mercadológica da empresa, pois afirma: “nós somos os importadores (...), nós trouxemos produtos importados há uns dez anos atrás”.

Outro motivo apresentado pela empresa para a importação é que alguns produtos são mais interessantes, a partir da análise de custos, como é o caso das lâmpadas pois a indústria nacional não conseguiu fabricar a lâmpada com vantagem competitiva, normalmente em relação à China. O entrevistado informa que “inclusive a indústria nacional parou de produzir determinados tipos de lâmpadas, para serem importadas”. Todos os produtos importados pela Loja Elétrica são para revenda. O grupo que constitui a Loja Elétrica tem uma indústria, que também é importadora. Por ser empresa que realiza transformação, ela aproveita o IPI dos produtos importados.

A China é o maior fornecedor da empresa. Os fornecedores são específicos por produtos e o volume de vendas é compatível com a capacidade de um contêiner. A seleção dos fornecedores é rigorosa e foi construída a partir da experiência de 11 anos no mercado internacional. O entrevistado argumenta que foi difícil começar, pois a indústria internacional tem vários meios e formas. A princípio foram contactados fornecedores dos EUA e depois da China. Atualmente, alguns produtos se originam da China, dos EUA, da França e da Europa, mas todos eles são produzidos na China. Os produtos que vêm dos EUA e não são

produzidos na China são as ferramentas de precisão e diversos materiais elétricos. E os da Europa são materiais para redistribuição, que são conectores para redistribuição e extração de energia, lâmpadas corais e não corais.

Os produtos em geral não são perecíveis, mas alguns precisam de licenciamento. Para alguns produtos emite-se o salva-guarda do mercado nacional, como é o caso do cadeado, que precisa de licença para a importação. Os produtos importados geralmente vêm em caixa e em embalagem no contêiner. Dentro de um contêiner a mercadoria vem solta para maximizar o espaço. Em um mesmo contêiner podem ser introduzidos vários tipos de produtos apesar da grande maioria vir com apenas um produto. O transporte da mercadoria é intermodal, e ocorrem transportes marítimo-rodoviário e aéreo-rodoviário. O frete aéreo varia de acordo com o volume; já o frete marítimo é negociado por contêiner, e este é o mesmo para qualquer tipo de produto.

Quando a mercadoria é enviada pela modalidade de transporte marítimo-rodoviário o desembarque é feito no porto do Rio de Janeiro, e geralmente ocorre o pagamento de *demurrage*, pois o navio demora a ser descarregado e o caminhão também demora a chegar. A empresa tem uma parceria com um agente da Flórida, e geralmente traz a carga por via aérea, em um vôo direto para Confins – no aeroporto Tancredo Neves, região metropolitana de Belo Horizonte, toda semana. Tal procedimento ocorre em virtude da agilidade proporcionada. O transporte por caminhão também é terceirizado, sendo feito por uma empresa registrada para fazer o transporte de mercadoria importada. Para o desembarço, o funcionário da Loja Elétrica elabora todo o programa com nota fiscal da mercadoria e classificação fiscal. O processo de desembarço aduaneiro no aeroporto de Confins é feito por um despachante terceirizado.

Ao fazer a solicitação de produtos, o analista de importação envia as especificações dos produtos com o código. Geralmente, a empresa recebe amostra dos produtos e procura conhecer o fornecedor no exterior. O entrevistado afirma que “no mercado externo se você cometer um erro, poderá nunca mais ter o produto”. Os fornecedores são identificados por catálogo, internet e contatos pessoais. Inicialmente foram utilizados contatos firmados em feiras, mas com o tempo a empresa desenvolveu pesquisas de fornecedores mais profundas e recebeu

indicações que ampliaram os contatos com novos fornecedores.

Sobre o seguro da carga, a empresa prefere não realizá-lo, pois onera muito o produto, podendo chegar a 4%. Geralmente gira em torno de 1,5% a 2% sobre o valor da mercadoria, quando o valor é agregado, mas caso a transação ocorra com carta de crédito, a empresa é obrigada a fazer o seguro da carga. No entanto, o pagamento é antecipado, pois os fornecedores são habituais, e a empresa prefere esta modalidade a utilizar carta de crédito. Portanto, é antecipado o pagamento e os fornecedores enviam a mercadoria no prazo determinado. Durante os anos de experiência da empresa, ocorreu um problema de extravio de carga. Este ocorreu no início das atividades de importação por via aérea. Foi enviada outra mercadoria no lugar da solicitada; depois de reconhecido o erro procedeu-se à troca. Posteriormente, descobriram que o inconveniente teve origem no procedimento do marinheiro, porque este descarregou os produtos em portos trocados.

O tempo de aquisição da carga é de 90 dias se o fornecedor for o fabricante (compras convencionais). É feita uma previsão para fabricar o produto, mas a compra esporádica normalmente leva cerca de 15 dias, dependendo da distância da fábrica até o aeroporto de embarque. O transporte dentro dos EUA demora cerca 3 ou 4 dias, dependendo também da distância. Nos EUA, existe um fornecedor que espera a carga chegar da China para depois enviá-la para o Brasil. Nem sempre a empresa adquire produto direto da China, pois o volume comprado necessita ser em grande quantidade, e um estoque maior demora uns 60 dias para ser produzido e cerca de 45 dias para chegar ao Brasil.

Sobre a estimativa de custos, a empresa efetua projeções de custos antes das importações e utiliza planilhas eletrônicas para tal. Para estimar em quanto ficará a importação, o profissional que executa a atividade há 11 anos faz uma planilha de custos, envolvendo o preço e o transporte da mercadoria. Elabora o cálculo do frete a ser pago, do local de embarque até a fábrica (o frete interno), da movimentação da carga na origem, do frete internacional, e da movimentação da carga em território nacional, acrescentando as despesas aduaneiras. Neste instrumento de análise é feita uma previsão de mix de produtos; geralmente o erro é de cerca de 3% ou 4%.

A planilha de estimativa de custos apresenta duas seções,

demonstradas na Figura 6. A primeira seção mostra os dados de identificação da importação, constando o nome do fornecedor e o código do pedido. Apresenta-se nessa seção valores referentes aos custos logísticos, sendo estes relacionados ao frete, ao Sindicato dos Despachantes Aduaneiros (SDA), à capatazia, à liberação aduaneira, à armazenagem, ao valor pago ao despachante, às despesas bancárias, ao Adicional de Frete para Renovação da Marinha Mercante (AFRMM), ao frete interno e ao seguro. Uma outra coluna desta primeira seção mostra as alíquotas utilizadas para cada componente de custo que tenha como referência um percentual, como é o caso dos tributos.

A segunda seção mostra a estimativa de custos por material solicitado, uma vez que vários produtos podem ser importados em um mesmo contêiner ou pedido. Portanto, identifica-se o código do material e a quantidade a ser importada. Em seguida, apresenta-se o valor do contrato FOB em Dólar e na moeda brasileira, o Real. Outro valor acrescido refere-se ao valor do Imposto de Importação (II) e ao Imposto de Produtos Industrializados (IPI). Após a inserção desses valores por produto, é feito o rateio dos componentes de custos, denominados despesas, que foram apresentados na Seção 1. Posteriormente à aplicação do rateio apresenta-se o valor de cada material sem o ICMS e em seguida,

com a inserção deste. Na Figura 6 é apresentada a estimativa dos custos de importação realizada pela empresa Loja Elétrica.

		R\$			
FORNECEDOR	SDA			Variação Cambial	
Nº do Pedido	Capatazia			Juros	3
	Descon/Liberação			Estocagem	4,5
Frete	Armazenagem			ICMS Compra	18
Valor Moeda	Despachante			Pis	0,65
Quantidade	Banco			Cofins	7,6
Valor R\$	AFRMM			ICMS	18
	Frete Interno			Comissão	
Peso total	Seguro			IPI	5
Origem:	Total			Despesas	
DATA:				CPMF	0,38
Produtos	X	Y	Z	W	
Quantidade	100	100	100	150	450
Valor U\$ - FOB					
Valor R\$ - FOB					
Valor Total					
Valor Frete					
% II	0,14	0,14	0,14	0,14	
II					
Subtotal					
% IPI	0,05	0,05	0,05	0,05	
IPI					
Acrescido de IPI					
RATEIO					
Despesas (%)	45,26	19,49	18,56	16,70	100%
Custo sem ICMS					
Custo com ICMS (18%)					

Figura 6: Modelo de estimativa de custos

Fonte: Elaborada pelos autores.

A partir da visualização do instrumento para a estimativa de custos, foi possível verificar que a empresa utiliza planilhas eletrônicas para a realização da análise estratégica, que envolve a visualização do resultado a partir de alguns cenários. O profissionalismo identificado na empresa é perceptível pelo tempo de atuação no mercado e pelo alto volume comercializado.

O analista de importação utiliza outra planilha para proceder à apuração do preço de venda. A definição do preço de venda é feita por Mark-up. O percentual de incidência do mark-up por material para a formação do preço de venda é pré-determinado. Em seguida, o analista de importação realiza o refinamento da formação de preço por meio da adequação de valores. Esta adequação é procedida mediante a percepção de mercado que o analista tem e o entendimento sobre o perfil de compra do cliente da Loja Elétrica. Para a realização da importação, o analista verifica essa planilha de formação de preço e decide se a importação do produto é uma ação estratégica para a empresa ou não.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo apresentou uma análise descritiva da atividade de importação e da estimativa de custos da Loja Elétrica, que comercializa produtos eletro/eletrônicos, e está localizada em Minas Gerais. A partir da revisão da literatura e do relato sobre o estudo de caso foi possível elucidar como são tratados vários componentes de custos logísticos envolvidos no processo de importação, suas etapas e fatores.

Com o desenvolvimento do estudo de caso foi possível verificar que a Loja Elétrica, neste momento, realiza o processo de compra a partir do estágio 3, do modelo apresentado por Kotabe e Helsen (2000). Quanto à definição apresentada por Maluf (2003) para o enquadramento das importações quanto ao tratamento administrativo, verificou-se que a Loja Elétrica realiza importações permitidas, e para alguns produtos necessita de liberação. As fases de compra do departamento de importação contemplam os oito estágios apresentados por Kotler (2000), e a grande maioria dos produtos importados consiste em recompra simples.

Em relação aos componentes de custos, foi observado que o INCOTERM mais utilizado é o FOB. Em relação ao pós-transporte definido por Lopez (2000), este é realizado por uma empresa terceirizada. Como modalidade de transporte de mercadorias a empresa utiliza o procedimento intermodal. Sobre a embalagem, utiliza a embalagem unitária e o fechamento de contêineres, mas determinadas matérias-primas requerem empacotamento. A empresa não realiza freqüentemente o seguro em virtude da representatividade deste no valor total. As importações são realizadas por apenas um colaborador que realiza comercializações com fornecedores há algum tempo, no entanto, está sempre à procura de fornecedores novos e confiáveis. O despacho aduaneiro é feito por uma empresa que tem contrato fixo com a Loja Elétrica.

Por meio desta pesquisa descritiva foi possível identificar o sistema de estimativa de custos utilizado pela empresa. Verificou-se que a Loja Elétrica realiza as estimativas com o auxílio de planilhas eletrônicas. A análise das estimativas é feita por material e envolve o rateio dos componentes gerais, o que permite analisar parcialmente cada material a ser adquirido. Percebeu-se que o instrumento de análise dos custos é dividido em duas seções. A primeira seção mostra os dados de identificação da importação, constando o nome do fornecedor, o código do pedido, os componentes de custos logísticos e as alíquotas dos tributos. A segunda seção mostra a estimativa de custos por material solicitado, uma vez que vários produtos podem ser importados em um mesmo contêiner ou pedido; também apresenta a incidência dos tributos e do rateio por material. Além do instrumento demonstrado na Figura 6, verificou-se que a Loja Elétrica utiliza outra planilha para proceder à apuração do preço de venda que é feita por meio de Mark-up e ajuste ao mercado. O profissionalismo identificado na empresa é perceptível pelo tempo de atuação no mercado e pelo alto volume comercializado, no entanto, um sistema integrado de gestão poderia ser utilizado para que o controle de compras fosse mais efetivo e detivesse maiores informações.

A partir deste estudo de caso, as empresas importadoras podem ter orientações em relação aos procedimentos necessários para a tomada de decisão. A partir do levantamento bibliográfico, que permite ao leitor a elucidação sobre o assunto, foi desenvolvido um instrumento de coleta de dados. Com a realização da pesquisa foi possível identificar quais informações a empresa analisa para a tomada de decisões em relação à

importação e contribuir para a compreensão da atividade de importação com a utilização da estimativa de custos. Para futuros estudos pretende-se desenvolver uma pesquisa quantitativa que demonstre como ocorre a estimativa de custos dos produtos importados pelas principais empresas importadoras do estado de Minas Gerais.

Artigo recebido em Novembro de 2005 e aprovado para publicação em Dezembro de 2005.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, E. *Introdução à metodologia de pesquisa social*. Lavras: UFLA/FAEPE, 2000. 105 p.

BABBIE, E. *Métodos de Pesquisa de Survey*. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 1999.

BAILY, P.; FARMER, D.; JESSOP, D.; JONES, D. *Compras: princípios e administração*. Tradução Ailton Bomfim Brandão. São Paulo, Atlas, 2000.

BALLOU, R. H. *Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial*. Tradução: Elias Pereira. 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 518 p.

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Livraria Martins Fontes, 1977.

BIZELLI, J. S. *Importação: Aspectos Fiscais e Administrativos*. Disponível em: <www.aduaneiras.com.br>. Acesso em: 18 Jun. 2001.

COOPER, D.R.; SCHINDLER, P.S. *Métodos de Pesquisa em Administração*. Tradução: Luciana de Oliveira da Rocha. 7ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

COUGHLAN, A.T.; ANDERSON, E.; STERN, L.W.; EL-ANSARY, A. L. *Canais de Marketing e Distribuição*. Tradução: Lúcia Simonini. 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2002. 437 p.

KEEDI, S. *Roteiro Básico de Transportes e Seguro no Exterior*. Disponível em: <www.aduaneiras.com.br>. Acesso em: 18 Jun. 2001.

Josmária Lima Ribeiro de Oliveira, Antônio Artur de Souza e Sidney Lino de Oliveira

KOTABE, M.; HELSEN, K. *Administração de marketing global*. Traduzido por Ailton Bonfim Brandão. São Paulo: Atlas, 2000.

KOTLER, P. *Administração de Marketing: a edição do novo milênio*. Tradução: Bazán Tecnologia e Lingüística. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LOPEZ, J. M. C.. *Os Custos Logísticos do Comércio Exterior Brasileiro*. São Paulo: Aduaneiras, 2000. 136 p.

MALHOTRA, N.K. *Pesquisa de marketing*. Uma orientação aplicada. Traduzido por Nivaldo Montingelli Jr. e Alfredo Alves de Farias. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MALUF, S.N. *Administrando o comércio exterior no Brasil*. São Paulo: Aduaneiras, 2000.

MARTINS, G. A.; LINTZ, A. *Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de curso*. São Paulo: Atlas, 2000.

MDIC – Ministério do desenvolvimento indústria e comércio exterior. *Organização Mundial do Comércio*. Disponível em: <www.mdic.gov.br>. Acesso em: 18 Jun. 2003.

MDIC – Ministério do desenvolvimento indústria e comércio exterior. *Balança Comercial*. Disponível em: < <http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/inicial/index.php> >. Acesso em: 29 Set. 2005.

MULINARI, M.B. Procedimentos do processo de importação. *Monografia. Maringá: Universidade Estadual de Maringá*, 2002.

OLIVEIRA, J.L.R. de; OLIVEIRA, S.L.; JESUS, J.C. dos S. de. Custos de comercialização da exportação de cafés especiais por uma cooperativa do Sul de Minas Gerais. In *Congresso Brasileiro de Custos 2004*, Porto Seguro/BA.

OLIVEIRA, J. L.R. de; SOUZA, A.A. Estimação de custos para a importação. In *Congresso Brasileiro de Custos 2004*, Porto Seguro/BA.

ROCHA, P.C.A. *Logística e aduana*. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

ROSENBLOOM, B. *Canais de Marketing: uma visão gerencial*. São Paulo: Atlas, 2002.

SPINOLA, N. *Como exportar e dialogar com o sistema financeiro na alvorada do E-Trade*. São Paulo: Futura, 1998. 162 p.

THORSTENSEN, V. *Organização Mundial do Comércio. As Regras do Comércio Internacional e a Rodada do Milênio*. São Paulo: Edições Aduaneiras Ltda, 1999.

TRIVIÑOS, A.N.S. *Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a Pesquisa Qualitativa em Educação*. São Paulo: Atlas, 1987. 175 p.

WOILER, S.; MATHIAS, W.F. *Projetos: planejamento, elaboração, análise*. São Paulo: Atlas, 1996.

YIN, R. K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 2. ed. Tradução Daniel Grassi. Porto Alegre: Bookman, 2001. 205 p.

Josmária Lima Ribeiro de Oliveira
josmariadeoliveira@terra.com.br

Antônio Artur de Souza
artur@face.ufmg.br

Sidney Lino de Oliveira
sidneylino@faculdadebatista.com.br