

Comércio digital global e a necessidade de novas regras tributárias e regulatórias

Fernando Valente Pimentel*

Patrícia Pedrosa**

O comércio internacional passa por significativas mudanças, abrangendo questões geopolíticas, as cadeias de suprimentos, mais restrições comerciais em grandes mercados, como os Estados Unidos e a China, avanço das vendas digitais e preocupação acentuada com o meio ambiente. Todos esses fatores estão estabelecendo uma nova conjuntura.

Uma das mudanças mais marcantes tem sido o aumento vertiginoso das pequenas encomendas por meio do *e-commerce*. Esta tendência não apenas criou mais oportunidades de negócios para pequenos empreendedores, mas também fez grandes plataformas digitais ganharem relevante espaço no comércio internacional de bens de consumo final, como vestuário. Também devemos explorar essas novas formas de vendas para colocar mais produtos brasileiros no mercado mundial.

No Brasil, de acordo com os últimos dados divulgados pela Receita Federal, a média mensal de pacotes recebidos é de 18 milhões. Nos EUA os números são ainda mais expressivos. Estima-se que o país receba cerca de três milhões todos os dias. Será que as regras atuais de comércio internacional e as legislações implementadas pelos países são adequadas para lidar com as características específicas desse tipo de negócio?

O debate sobre o comércio eletrônico *cross border* tem se intensificado não só no Brasil, mas em todo o mundo. Questões tributárias, controle aduaneiro, oferta de produtos ilegais e falsificados são desafios que se apresentam com força. A regulamentação e aplicação consistentes de normas técnicas e padrões de qualidade também se tornam cruciais para proteger os consumidores e garantir a equidade no mercado.

Nesse contexto é que tem ocorrido a mobilização pela igualdade tributária no Brasil. Em seu mais recente episódio, foi estabelecida pelo Congresso Nacional taxaço de 20% do Imposto de Importa  o para encomendas de até 50 dólares das plataformas internacionais. O fim da isen  o foi um primeiro passo, mas o empenho pela isonomia continua, pois persiste grande diferença em rela  o aos 90% de impostos incidentes sobre a indústria e o varejo do nosso país.

Cabe observar que os benefícios concedidos às plataformas internacionais, a começar pela isen  o tributária iniciada em agosto de 2023, e agora com uma taxaço ainda muito aquém do que pagam as empresas brasileiras, são muito característicos de acordos comerciais entre países ou bloco de na  o  es, como o que se está tentando efetivar há mais de 20 anos entre Mercosul e União Europeia. No caso da isen  o e "preferência tarifária" para as encomendas internacionais via comércio eletrônico não houve nenhum processo de negocia  o com avalia  o dos parceiros comerciais envolvidos e interesses ofensivos e defensivos.

O Brasil simplesmente ofereceu condi  o  es especiais a essas empresas estrangeiras, sem qualquer contrapartida ou negocia  o e de maneira muito simplista. Não se admite como contrapartida, como se justificou na origem do privilégio, a aderência dos sites de *e-commerce* ao Programa Remessa Conforme, pois cumprir leis e normas    obriga  o.

Concess  o  es dessa natureza neste novo cenário do comércio exterior geram riscos para os países, em especial num momento em que não se pode contar com arbitragem adequada de organismos multilaterais, num cenário geopolítico no qual a Organiza  o Mundial do Comércio (OMC) parece letárgica, encontrando-se, inclusive, sem o seu órgão de soluço de controvérsias. Assim, precisamos nos adaptar com os recursos e possibilidades que temos para vencer os novos desafios, o que inclui a igualdade de condi  o  es quanto aos impostos e ao aspecto normativo, tendência que já se observa na Europa.

   premente conferir o mesmo tratamento tributário, legal e regulatório a tudo o que    vendido em nosso país, prioridade que se

coloca aos poderes Executivo e Legislativo e aos organismos reguladores e fiscalizadores. Caso contrário, seremos atropelados pela realidade irresistível de um planeta hoje sintetizado nas telas de múltiplos devices, no qual metade da população está a apenas um clic de comprar tudo o que desejar e de infinitas possibilidades de satisfazer seus anseios de consumo.

***Fernando Valente Pimentel** é diretor-superintendente e presidente emérito da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit).

****Patrícia Pedrosa** é gerente de Comércio Exterior e Assuntos Regulatório da Abit.