Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro, v.03, 2025
ISSN 2178-6925

LOGISTICA: O PROCESSO DE IMPORTAÇÃO DE UMA LOJA VIRTUAL DE ARTIGOS ESPORTIVOS EM RIO BANANAL, ESTUDO DE CASO BRAGATO SPORTS

LOGISTICS: THE IMPORT PROCESS OF A VIRTUAL SPORTING GOODS STORE IN RIO BANANAL, CASE STUDY BRAGATO SPORTS

Kevin Bragato Dos Reis
Discentes do curso de Administração da
Faculdade de Ensino Superior de Linhares Faceli, Brasil.
E-mail: kevinbragatoreis@hotmail.com

José Lourenço Bitti Salazar
Discentes do curso de Administração
Faculdade de Ensino Superior de Linhares Faceli, Brasil.
E-mail: j.lourencosalazar@gmail.com

Prof. Me. Luciano Pimenta Valadares
Docente do curso de Administração da
Faculdade de Ensino Superior de Linhares Faceli, Brasil.
E-mail: pimenta.barros@hotmail.com

Resumo.

O artigo discute a logística de importação da Bragato Sports, uma loja virtual de artigos esportivos e moda. A empresa optou por uma parceria estratégica com a China para suas importações de moda, capitalizando na qualidade e preços competitivos oferecidos pela indústria chinesa. A logística de importação desempenha um papel vital no sucesso da empresa, coordenando processos complexos, como transporte internacional, desembaraço aduaneiro e gestão de estoque.

A revisão da literatura destaca a importância da logística na gestão de operações empresariais. A gestão de estoque e a escolha do modal de transporte adequado são fundamentais para atender à sazonalidade da demanda e otimizar o tempo logístico. A tecnologia desempenha um papel cada vez mais crucial na logística, permitindo eficiência e economia por meio da otimização de itinerários, rastreamento em tempo real e análise preditiva.

O processo de importação envolve o desembaraço aduaneiro e o transporte nacional, em que os Correios desempenham um papel essencial. A pesquisa se concentra na logística de importação da Bragato Sports e fornece insights sobre seu funcionamento, destacando a importância de um sistema de importação eficaz.

O estudo sugere possíveis melhorias, como a criação de um site para facilitar os pedidos dos clientes, a consideração de um local físico para a loja e a avaliação do uso do modal aquaviário para redução de custos em determinados pedidos.

Em conclusão, o artigo fornece uma visão detalhada da logística de importação da Bragato Sports, identificando suas práticas e apontando áreas de melhoria potencial. Essas informações podem ser valiosas para outros microempreendedores que desejam internacionalizar seus negócios por meio da

importação.

Palavras-chave: Logística; Importação; Artigos Esportivos; Loja Online.

Abstract

The article discusses the import logistics of Bragato Sports, an online store selling sporting goods and fashion. The company opted for a strategic partnership with China for its fashion imports, capitalizing on the quality and competitive prices offered by the Chinese industry. Import logistics plays a vital role in a company's success, coordinating complex processes such as international transportation, customs clearance and inventory management.

The literature review highlights the importance of logistics in managing business operations. Inventory management and choosing the appropriate mode of transport are essential to meet the seasonality of demand and optimize logistics time. Technology plays an increasingly crucial role in logistics, enabling efficiency and savings through itinerary optimization, real-time tracking and predictive analytics.

The import process involves customs clearance and national transport, in which the Post Office plays an essential role. The research focuses on Bragato Sports' import logistics and provides insights into how it works, highlighting the importance of an effective import system.

The study suggests possible improvements, such as creating a website to facilitate customer orders, considering a physical location for the store and evaluating the use of water transport to reduce costs on certain orders.

In conclusion, the article provides a detailed overview of Bragato Sports' import logistics, identifying its practices and pointing out areas for potential improvement. This information can be valuable for other micro-entrepreneurs who wish to internationalize their businesses through imports.

Keywords: Logistics; Import; Sportive Articles; Online Store.

1. Introdução

O cenário do comércio internacional tem passado por uma evolução constante, impulsionada pelo rápido avanço tecnológico e pela crescente interconexão dos mercados globais. Essa transformação contínua oferece oportunidades singulares para empresas de todos os portes, desde aquelas que estão começando até as já consolidadas.

No mundo contemporâneo, onde as barreiras geográficas são diminuídas pela virtualização e as fronteiras comerciais se tornam mais flexíveis, esse movimento é respaldado por estudos recentes, como o de Dilso Rodrigues (2021), que destaca a supremacia da indústria chinesa e sua capacidade de oferecer produtos de qualidade a preços competitivos, uma oferta atraente para empresas que buscam se destacar no mercado varejista.

A China, conhecida como um epicentro de produção, atrai empresas de diversos setores, graças à sua promessa de competitividade, baseada na combinação de qualidade e preços acessíveis.

A problemática deste artigo surge da cidade de Rio Bananal, que enfrenta um desafio significativo no acesso a artigos esportivos de qualidade e a preços acessíveis. A demanda por esses produtos é alta, especialmente entre os jovens e atletas locais, porém as opções disponíveis no mercado local muitas vezes não atendem às expectativas de qualidade ou são financeiramente inviáveis para muitos consumidores. Esse cenário evidencia a necessidade urgente de encontrar soluções que ofereçam artigos esportivos que combinem qualidade e preços acessíveis.

Diante dessa questão, o presente estudo tem como objetivo principal analisar detalhadamente a logística de importação de moda adotada pela Bragato Sports, com foco especial nas importações provenientes da China. Ou seja, o artigo pretende investigar o processo de compra e importação de artigos esportivos pela Bragato Sports. A pesquisa visa detalhar cada etapa do processo de importação, desde a seleção dos fornecedores até a chegada dos produtos ao mercado local, com o objetivo de identificar práticas que possam ser replicadas ou adaptadas para melhorar a oferta de artigos esportivos na cidade. A partir dessa análise, serão delineadas as estratégias utilizadas pela empresa para superar os desafios logísticos, otimizar o processo de importação e fornecer produtos de moda de alta qualidade aos consumidores. Assim, a Bragato Sports consolidará sua posição como uma alternativa atrativa no dinâmico mercado varejista.

Ademais, esta investigação promete oferecer insights valiosos para outros microempreendedores no segmento de moda que almejam a internacionalização por meio da importação da China. Além disso, busca-se aprofundar a compreensão dos principais aspectos que envolvem a logística de importação de moda, ressaltando a importância de uma abordagem estratégica e eficiente para prosperar em um mercado global de vestuário em constante evolução. Como afirmam Razzolini Filho e Berté (2013), não apenas questões relacionadas a preço, prazo e qualidade são relevantes, mas também os aspectos logísticos, priorizando a busca pelo mais alto nível de serviço ao cliente com o menor custo possível. Essa premissa é particularmente crucial para microempreendimentos, como a Bragato Sports, que desejam se destacar em um ambiente empresarial globalizado e altamente competitivo.

2. Revisão da Literatura

2.1 Logística e sua Relevância Estratégica

A logística é fundamental para o sucesso das operações empresariais, contribuindo estrategicamente para a criação de vantagens competitivas e diferenciação no mercado. Ela engloba atividades coordenadas que asseguram a disponibilização eficiente de produtos e serviços. Estratégias logísticas inteligentes ajudam a otimizar processos, reduzir custos, acelerar entregas e aumentar a satisfação do cliente (Elton Ferreira).

Além disso, a logística tem um papel essencial na cadeia de suprimentos, abrangendo desde a aquisição de matérias-primas até a entrega ao consumidor final. Sua relevância vai além do comércio internacional; ela é um fator chave para atrair investimentos estrangeiros e fortalecer o crescimento econômico, integrando mercados e elevando a competitividade das empresas locais (Machline, 2011).

A logística é crucial para a eficiência operacional e o crescimento das empresas, pois

garante a entrega dos produtos no momento e nas condições corretas, atendendo às expectativas dos clientes e reforçando a reputação empresarial. Uma gestão eficiente de estoques é igualmente importante para ajustar a oferta conforme a demanda, prevenindo perdas e garantindo a disponibilidade dos produtos em períodos de alta procura.

2.2 Gestão de Estoque: Atendendo com Segurança à Sazonalidade da Demanda

No contexto do comércio, o estoque representa a reserva de produtos ou materiais que a empresa mantém para atender à demanda de seus clientes. O estoque funciona como um amortecedor que permite que a empresa responda de forma ágil a variações sazonais e a flutuações na demanda, garantindo disponibilidade contínua de produtos. Segundo Castiglioni (2013), o estoque é um elemento crítico para o suporte à operação comercial, pois assegura que a empresa possa prontamente atender às necessidades dos consumidores.

A gestão de estoque, por sua vez, consiste nas práticas e estratégias para manter a quantidade adequada de produtos no momento certo, evitando tanto o acúmulo excessivo de itens, que pode gerar custos operacionais desnecessários, quanto a falta de produtos, que pode impactar negativamente a experiência do cliente e a reputação da empresa. Esse aspecto torna-se especialmente relevante no varejo, onde a sazonalidade exige adaptações estratégicas para otimizar o controle de estoque e aumentar a eficiência operacional.

2.3 Transportes: Escolha do Modal Adequado e Equipamentos como os Contêineres

No comércio, o estoque representa a reserva de produtos que a empresa mantém para atender à demanda dos clientes, funcionando como um amortecedor para responder rapidamente a variações sazonais e flutuações na demanda, garantindo a disponibilidade contínua. Castiglioni (2013) destaca que o estoque é fundamental para o suporte à operação comercial, pois permite que a empresa atenda prontamente às necessidades dos consumidores.

A gestão de estoque envolve práticas e estratégias para manter a quantidade adequada de produtos no momento certo, evitando tanto o excesso, que acarreta custos desnecessários, quanto a falta de produtos, que prejudica a experiência do cliente e a reputação da empresa. Esse gerenciamento é especialmente importante no varejo, onde a sazonalidade exige adaptações para otimizar o controle de estoque e aumentar a eficiência operacional.

O contêiner é um equipamento logístico essencial para o transporte de cargas, especialmente em operações multimodais, permitindo que mercadorias sejam movimentadas de maneira organizada, segura e eficiente entre diferentes modais. Os contêineres possuem dimensões e especificações padronizadas, o que facilita o empilhamento e a transferência entre navios, caminhões e trens, reduzindo o tempo e o custo das operações logísticas. Além disso, oferecem proteção física contra intempéries e danos, contribuindo para a preservação da qualidade e integridade dos produtos durante o transporte. (TSA Cargo, 2024). Além disto, o mesmo autor destaca que:

> O transporte de container é uma modalidade importante da logística,

> principalmente, para fazer o escoamento das cargas nos portos. Seja no caso de exportação ou importação, essa modalidade precisa de especialização, pois os caminhões devem ter estruturas adequadas para levar as mercadorias por rodovias. Além disso, também há normas específicas que devem ser seguidas nesse tipo de movimentação.

O transporte é um componente essencial na logística, representando uma parcela significativa dos custos logísticos e exigindo uma gestão que equilibre eficiência e economia para manter a sustentabilidade das operações. A integração de tecnologias, como sistemas de rastreamento e gestão de transporte (TMS), é crucial, proporcionando maior visibilidade, controle e economia, o que fortalece a competitividade das operações logísticas.

No transporte nacional após a importação, os Correios (ECT) ou empresas de courier contratadas desempenham um papel essencial, assumindo a responsabilidade pelo processo de importação e exportação em nome do contribuinte, conforme a Receita Federal do Brasil. Esse papel inclui desde a coleta no exterior até a entrega final, garantindo um fluxo seguro e eficiente após a liberação aduaneira. Vasconcellos, Lima e Silber (2006) destacam que o transportador é responsável por registrar o estado da carga, assegurando a documentação de qualquer avaria.

A logística de transporte nacional é fundamental para que as mercadorias cheguem ao destino final em perfeitas condições, e o transportador é encarregado de verificar e documentar o estado da mercadoria. Considerando os diferentes modos de transporte, como rodoviário, ferroviário, aéreo e marítimo, a escolha do modal deve considerar o tipo de carga, a urgência e o custo-benefício. Um planejamento eficiente desses elementos otimiza a cadeia logística e melhora a satisfação do cliente final.

2.4 Processo de Importação

A importação é essencial para a expansão global das empresas e para o fortalecimento econômico do país, permitindo o acesso a produtos, tecnologias e serviços que complementam a produção nacional. No entanto, esse processo é complexo, envolvendo múltiplas etapas e regulamentações que vão além do transporte de bens. Segundo a Receita Federal do Brasil, a importação inclui trazer produtos e serviços do exterior, com normas e procedimentos fiscais e aduaneiros rigorosos.

Quando as mercadorias cruzam as fronteiras brasileiras, elas passam por fiscalização de órgãos como a Anvisa, o Ministério da Agricultura e o Ibama, que verificam a conformidade com padrões de segurança, qualidade e requisitos ambientais conforme a legislação. O desembaraço aduaneiro é uma etapa central nesse processo, com a alfândega verificando a documentação e a conformidade dos bens importados, além de cobrar tributos como o Imposto de Importação e o ICMS, para assegurar a legalidade e a conformidade dos produtos. Documentos como a Declaração de Importação (DI) e o Conhecimento de Embarque (BL) são essenciais para a liberação.

A importação exige uma coordenação eficiente entre importadores, despachantes, transportadoras e órgãos reguladores para que a entrada dos produtos ocorra de forma segura, legal e viável economicamente. A tecnologia tem simplificado esse processo em um mundo cada vez mais globalizado, com ferramentas como o Portal Único de Comércio

Exterior, que digitaliza etapas, reduzindo prazos e custos nas operações de importação.

2.5 E-commerce (comércio eletrônico)

O comércio eletrônico, ou e-commerce, é uma modalidade de compra e venda online que utiliza dispositivos eletrônicos, como smartphones e computadores, para transações pela internet. Segundo Turban et al. (2007), o comércio eletrônico é o processo de comprar, vender e trocar produtos, serviços ou informações por redes de computação, incluindo a Internet. Assim, transações anteriormente físicas agora são virtuais.

Além de compras e vendas online, qualquer transação entre partes realizada eletronicamente, sem contato físico, também se enquadra como e-commerce (Mohapatra, 2013). O e-commerce revolucionou o comércio ao permitir transações a qualquer hora e lugar, superando limitações geográficas. Ele abrange desde grandes plataformas, como Amazon e Mercado Livre, até pequenos negócios em redes sociais (Reuters; Franklin; Thompson, 2019).

A conveniência é uma das maiores vantagens do e-commerce, permitindo que consumidores acessem uma ampla gama de produtos a qualquer hora, comparem preços, leiam avaliações e aproveitem ofertas exclusivas. Com várias opções de pagamento, como cartões de crédito e carteiras digitais, o processo de compra é mais simples.

Para os vendedores, o e-commerce oferece a chance de alcançar um público amplo. Com o uso de estratégias de marketing digital e SEO (Search Engine Optimization), é possível aumentar a visibilidade da loja e atrair mais clientes. Ferramentas de análise de dados permitem entender o comportamento do consumidor e adaptar estratégias de venda para melhorar a experiência do usuário.

Por fim, o e-commerce impulsionou avanços na logística e entrega, com serviços rápidos que incluem entregas no mesmo dia. Tecnologias como rastreamento em tempo real e gestão automatizada de estoque são cruciais para o sucesso do comércio eletrônico, transformando a forma como produtos são comprados e vendidos, com mais conveniência e eficiência para todos.

3. Metodologia

Um método é um conjunto de regras que, ao serem seguidas, garantem resultados confiáveis e padronizados, mesmo quando repetidos várias vezes. No entanto, o método científico é mais implícito em seu modo de pensar, não sendo constituído de regras rígidas como um manual que instrui de forma explícita sobre como agir ou pensar (Marconi; Lakatos, 2003).

Quanto aos objetivos da pesquisa, estes foram alcançados de maneira descritiva, o que significa que o estudo buscou detalhar as características do problema investigado em relação à empresa analisada (Gil, 2002).

E também está pesquisa é caracterizada como um estudo de caso, que de acordo com Schramm, 1971:

> "A essência de um estudo de caso, a principal tendência em todos os tipos de estudo de caso, é que ela tenta esclarecer uma decisão ou um conjunto de decisões: o motivo pelo qual foram tomadas, como foram irnplementadas e com quais resultados."

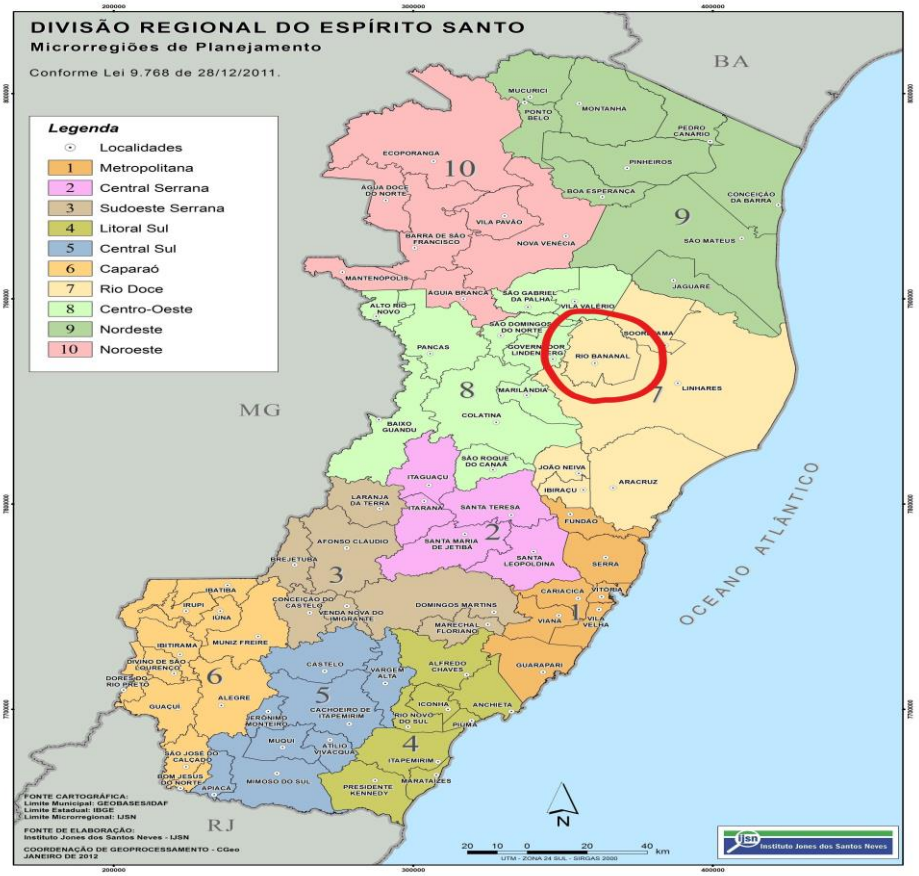
Gil (2010, p. 37) define um estudo de caso como "o estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento [...]".

Esta pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, o que, segundo Gil (2002, p. 133), significa que "a análise qualitativa depende de muitos fatores, tais como a natureza dos dados coletados, a extensão da amostra, os instrumentos de pesquisa e os pressupostos teóricos que nortearão a investigação". O objeto de estudo é a loja Bragato Sports, que opera exclusivamente online no município de Rio Bananal, Espírito Santo.

A coleta de dados foi realizada presencialmente, com perguntas sobre a operação logística da empresa para a importação de produtos. Com as informações obtidas, foi conduzida uma análise detalhada.

A empresa está situada em Rio Bananal, um município do norte do Espírito Santo, na Região Sudeste do Brasil. De acordo com o IBGE (2022), Rio Bananal possui 19.273 habitantes, com uma densidade demográfica de 30,02 habitantes por km². O município tem uma área de 641,929 km² e um PIB per capita de R$ 22.149,00, calculado pela última vez em 2020.

Figura 1


DIVISÃO REGIONAL DO ESPÍRITO SANTO
Microrregiões de Planejamento
Conforme Lei 9.768 de 28/12/2011.
Legenda
Localidades
1 Metropolitana
2 Central Serrana
3 Sudoeste Serrana
4 Litoral Sul
5 Central Sul
6 Caparaó
7 Rio Doce
8 Centro-Oeste
9 Nordeste
10 Noroeste
BA
MG
RJ
OCEANO ATLÂNTICO
N
20 10 0 20 40 km
Instituto Jones dos Santos Neves

4. Descrição do Caso

O estudo de caso em questão aborda o processo de importação realizado pela Bragato Sports, uma loja brasileira especializada na comercialização de camisas esportivas importadas, especialmente camisas de futebol e outros artigos relacionados. A empresa importa seus produtos da China, um dos maiores fornecedores globais de vestuário e produtos esportivos, com o objetivo de atender à demanda dos clientes brasileiros.

A Bragato Sports opera exclusivamente online, sem loja física, o que permite uma abordagem altamente personalizada no atendimento aos seus clientes. A comunicação com o público é feita principalmente por meio das redes sociais, como WhatsApp e Instagram, já que não há um sistema automatizado de pedidos. Da mesma forma, as interações com os fornecedores, localizados na China, acontecem através do WhatsApp, utilizando traduções automáticas ou inglês quando necessário.

O processo de importação segue diversas etapas, começando pela escolha do fornecedor, que é baseado em critérios como confiança, qualidade dos produtos (com preferência por tecidos de alta qualidade, como o "1.1") e agilidade na produção e envio. Após o pedido ser feito, podendo incluir personalizações, o produto é fabricado e enviado para o Brasil, inicialmente por transporte aéreo, conforme a modalidade escolhida pelo fornecedor. O produto então passa pela fiscalização aduaneira e, se não houver contratempos, é enviado pelos Correios até o depósito da empresa. Após conferência e embalagem, o produto é despachado para o cliente ou retirado diretamente por ele.

4.1 Contexto Histórico da Bragato Sports

O comércio internacional, especialmente a importação de produtos da China, tem se consolidado como uma prática cada vez mais comum no Brasil, abrangendo diversos setores, incluindo o vestuário esportivo. No caso da Bragato Sports, o empresário identificou na importação uma oportunidade de oferecer camisas de futebol de qualidade internacional a preços acessíveis. O modelo de negócios da empresa reflete a tendência crescente das microempresas digitais, que utilizam plataformas sociais para se conectar diretamente com os consumidores, conduzindo todo o processo de negociação e vendas de forma virtual.

A trajetória da Bragato Sports está vinculada à busca por alternativas de fornecimento que ofereçam boa qualidade, preços competitivos e agilidade na entrega. A ausência de uma loja física exige que a empresa invista em eficiência logística e mantenha uma relação estreita com seus fornecedores, a fim de garantir que os produtos cheguem com a qualidade prometida e dentro do prazo estipulado.

4.2 Principais Envolvidos na operação

Os principais envolvidos no processo de importação da Bragato Sports são:

- Proprietário da Bragato Sports: Responsável pela administração da loja, seleção de fornecedores e pela logística de importação e entrega dos produtos. Além disso, o proprietário realiza as entregas diretamente aos clientes ou disponibiliza os produtos para retirada em sua residência.
- Fornecedor na China: Responsável pela produção, embalagem e envio das mercadorias para o Brasil. A comunicação com o fornecedor é realizada via WhatsApp, sendo essencial para assegurar o cumprimento dos prazos e a qualidade dos produtos.
- Transportadora: A escolha da transportadora e do modal de transporte é responsabilidade do fornecedor. A Bragato Sports opta pelo transporte aéreo, visando garantir maior agilidade e segurança na entrega dos pedidos.
- Correios: Responsável pela distribuição interna no Brasil, desde os centros de distribuição até o destino final, onde os produtos são entregues ao cliente.

5. ANÁLISE E DISCURSÃO

5.1 Desafios e Oportunidades

5.1.1 Desafios

1. Gestão de Fornecedores Internacionais: A comunicação com fornecedores internacionais, especialmente localizados na China, representa um desafio estratégico devido às barreiras linguísticas, diferenças culturais e fuso horário. Embora ferramentas como WhatsApp e traduções automáticas auxiliem na interação, a falta de alinhamento pode gerar inconsistências nos pedidos e comprometer o planejamento. O risco associado à confiabilidade do fornecedor é crítico, demandando a adoção de contratos robustos e auditorias regulares, práticas recomendadas na gestão de cadeia de suprimentos (supply chain management).
2. Desembaraço Aduaneiro: O processo de desembaraço aduaneiro é outro ponto crítico da importação. Caso a mercadoria não esteja em conformidade com as normas fiscais brasileiras, a carga pode ser taxada, o que gera custos adicionais e pode atrasar a entrega. O valor das taxas de importação é variável e depende do valor declarado pelo fornecedor, o que pode impactar o custo final do produto e, consequentemente, a competitividade da empresa.
3. Tempo de Entrega: A variabilidade no *lead time*, entre 12 e 25 dias, compromete o nível de serviço, especialmente se houver imprevistos como atrasos aduaneiros ou falhas no transporte. O uso de metodologias como o Just-in-Time (JIT) é limitado devido à incerteza do ambiente externo. O JIT é uma estratégia de gestão que visa minimizar estoques, recebendo insumos apenas quando necessário para a produção ou venda, o que reduz custos, mas exige alta previsibilidade. Como alternativa, o uso do Safety Stock Management, que consiste em manter estoques de segurança para lidar com variações inesperadas na demanda ou atrasos, pode minimizar impactos na cadeia logística.
4. Melhoria na Gestão de Prazos de Entrega: A previsibilidade no prazo de entrega é um fator-chave para a satisfação do cliente. Investir em tecnologias como Track and Trace, que permite rastrear o movimento de mercadorias em tempo real, garante maior transparência e controle sobre o processo logístico. Além disso, adotar estratégias de Lean Logistics, que busca eliminar desperdícios e otimizar processos em toda a cadeia de suprimentos, pode ajudar a reduzir gargalos, otimizar tempos de ciclo e melhorar a eficiência geral.
5. Falta de Automatização: A ausência de um sistema de vendas online e de processos automatizados impacta negativamente a

escalabilidade e eficiência operacional da empresa. A dependência de meios manuais para gestão de pedidos, pagamentos e comunicação com clientes representa um gargalo que limita o crescimento e aumenta a possibilidade de erros operacionais. A implementação de Enterprise Resource Planning (ERP), um sistema integrado que gerencia e automatiza processos-chave como controle de estoque, finanças e logística, pode otimizar a gestão e garantir maior eficiência. Paralelamente, o uso de Customer Relationship Management (CRM), uma ferramenta focada no gerenciamento do relacionamento com clientes, permite organizar e analisar interações para aumentar a fidelidade, personalizar o atendimento e potencializar vendas. A integração dessas soluções pode não apenas melhorar a experiência do cliente, mas também reduzir custos e aumentar a competitividade da empresa.

5.2.1 Oportunidades

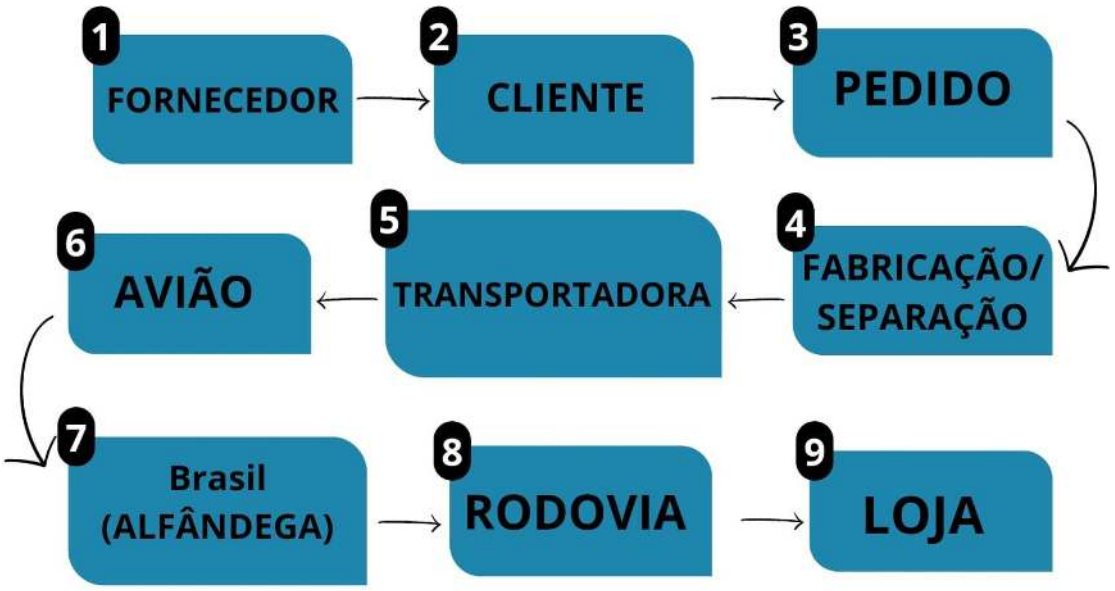
1. Fortalecimento das Relações com Fornecedores: A construção de parcerias estratégicas com fornecedores pode trazer benefícios de longo prazo, como condições mais favoráveis de compra e transporte. Práticas como o Supplier Relationship Management (SRM), que se refere ao conjunto de processos e ferramentas para gerenciar e otimizar o relacionamento com fornecedores, ajudam a estabelecer confiança mútua, alinhar expectativas e identificar oportunidades de melhoria contínua, como descontos por fidelidade ou compensações financeiras em casos de custos imprevistos.
2. Expansão do Mercado e Fidelização de Clientes: A empresa tem a oportunidade de expandir suas operações e alcançar novos clientes, dado o crescente mercado de e-commerce e a demanda por produtos esportivos de qualidade no Brasil. A fidelização dos clientes, por meio de um atendimento personalizado e entrega de produtos com boa qualidade e preço acessível, pode ser uma grande vantagem competitiva.
3. Adoção de Tecnologia para Melhoria Operacional: A implementação de um sistema automatizado de vendas, como o Enterprise Resource Planning (ERP) que poderia integrar o pedido, pagamento e envio de produtos, seria uma grande oportunidade para melhorar a eficiência operacional da Bragato Sports. Isso reduziria a carga de trabalho manual e aumentaria a escalabilidade do negócio, permitindo que a empresa atendesse mais clientes com maior rapidez.
4. Diversificação de Modalidades de Transporte: Embora a Bragato Sports utilize predominantemente o transporte aéreo, a empresa poderia considerar outras opções de transporte, como o marítimo, especialmente para pedidos de maior volume, o que poderia reduzir custos. Além disso, explorar diferentes transportadoras e modais pode ajudar a aumentar a flexibilidade e diminuir o impacto de possíveis atrasos no transporte.
5. Melhoria na Gestão de Prazos de Entrega: A previsibilidade no prazo de entrega é um fator chave para a satisfação do cliente. Investir em

tecnologias como Track and Trace e adotar estratégias de Lean Logistics pode ajudar a otimizar os tempos de ciclo, reduzir gargalos no desembaraço aduaneiro e melhorar a coordenação entre fornecedores e transportadores. A priorização da eficiência na última milha (last mile delivery) é igualmente importante para garantir a entrega no prazo estipulado.

6. Resultados

Para compreendermos detalhadamente a logística de importação da Bragato Sports, utilizamos as informações fornecidas pela própria empresa. Com base nesses dados, foi elaborado um fluxo de importação, representado na figura a seguir.

Figura 2



O primeiro passo da importação é o contato com o fornecedor, a loja por meio da internet conseguiu encontrar fornecedores que satisfazem seus os objetivos, que são primeiramente a seleção do fornecedor é pela confiança do mesmo, pois é preciso confiar no fornecedor pelo fato do mesmo estar em outro Pais (China), a confiança esta relacionada a quesitos financeiros e de comprometimento com os produtos a serem enviados. Em segundo lugar é analisado a qualidade dos produtos, ou seja, se o produto ira satisfazer o cliente em relação ao preço que será cobrado, um dos

quesitos para a qualidade é a "numeração" do tipo de tecido tendo como prioridade o tecido "1.1", ou seja, esse tecido no momento é a melhor qualidade possível na ramo de camisas esportivas importadas. E em terceiro lugar a rapidez em que é produzido e enviado o pedido.

De acordo com o dono da empresa o contato de seus clientes com a loja é feita de duas formas via WhatsApp e Instagram, ou seja, como a loja não possui nenhum site para que seus clientes façam o pedido de forma automatizada, o processo de negociação com o cliente, como escolha dos produtos, pagamento, formas de entrega, etc, é feita de forma totalmente manual pelas redes sociais.

O processo do pedido é feito via WhatsApp, mesmo o fornecedor não falando a língua portuguesa o mesmo traduz o seu idioma para que a conversa possa acontecer na língua portuguesa, casos muito específicos que a tradução não ocorra com exatidão o fornecedor se comunica com a língua inglesa ou vice versa, depois de fazer o pedido via WhatsApp o site utilizado para registrar o pedido e acontecer o pagamento e garantia de entrega é feito pelo AliExpress.

No processo de importação existe a fabricação e a separação do pedido, ocorre a fabricação do pedido quando a empresa solicita produtos customizáveis como as camisas de futebol que de acordo com o pedido do cliente escolhendo a personalização o pedido pode demorar cerca de 3 a 5 dias para a produção, mas caso o pedido não seja personalizado pode haver uma demora de 1 a 2 dias. Após a produção ocorre a separação e embalagem do pedido.

Uma das partes crucias da importação é a transportadora, pois é ela que faz a logística acontecer de um continente ao outro. A escolha da transportadora é totalmente responsabilidade do fornecedor, ou seja, é ele que escolhe qual será a empresa que realizara o transporte e o modal que fara acontecer a logística.

Como dito acima a transportadora e o modal é de escolha total do fornecedor, e o modal padrão que é enviado ao Brasil é o aéreo, ou seja, os fornecedores da Bragato Sports escolhem o modal aéreo porque são pedidos que são leves por se tratarem de roupar e não são volumosos, além disso é escolhido o transporte aéreo por se tratar de um transporte mais rápido e seguro comparado ao hidroviário, em relação as custos desse transporte a empresa disse que o fornecedor cobra um um frete variável a quantidade de camisas feitas no pedido e dependendo da quantidade o custo de frete é zero, ou seja, o custo do frete em relação a segurança e velocidade de entrega do modal aéreo é muito favorável as necessidades que a Bragato Sports deseja alcançar para que o pedido seja transportado com garantia de sucesso, mas a empresa ainda relata que o fornecedor ainda da opção de que o pedido seja enviado por navio, mas são casos em que os pedidos são maiores, mas a empresa Bragato Sports nunca optou por esses serviços de modal hidroviário.

A partir da chega do pedido que veio da China ao Brasil na cidade de Curitiba/PA podendo haver uma demora de 6 a 8 dias, o pedido vai para o desembaraço aduaneiro, ou seja, na alfandega o pedido será fiscalizado para saber se os produtos cumprem com o processo legislativo imposto pela legislação brasileira.

Caso o produto não cumpra com a legislação, para efeitos de regularidade o pedido será taxado e somente mediante a pagamento ficará liberado para a entrega pelos

correios, de acordo com o dono da empresa, suas mercadorias geralmente são taxadas em relação a quantidade de dólares em que o pedido é declarado pelo fornecedor, ou seja, o valor da taxação é variável a quantidade de dólares declarado na embalagem do pedido. A Bragato Sports ainda nos informou que a relação com o fornecedor é duradoura pois ele oferece descontos nos próximos pedidos caso o valor da taxação seja muito alto. Em relação ao tempo decorrido, em média caso o pedido não seja taxado ocorrera uma demora de 1 a 2 dias para que o pedido seja direcionado aos correios, mas, se caso o pedido seja taxado o tempo para liberação depende do pagamento para a liberação do pedido e em média pode-se haver uma demora de 4 a 7 dias.

Na continuação do processo, a próxima etapa após a fiscalização aduaneira é envio do pedido pelos correios, e o modo de envio será o padrão e mais barato que foi escolhido pelo fornecedor o PAC, em que ocorrerá pelo modal rodoviário, ou seja a mercadoria será enviado por caminhões até os pontos de centro de distribuição que são eles os: Unidade de Tratamento em São Paulo/SP, Unidade de Tratamento em Serra/ES e para a Agência dos Correios em Rio Bananal/ES, e ao chegar em Rio Bananal o pedido é retirado do caminhão e passa a ser entregue por um carro ou moto dos correios ao endereço da Bragato Sports. E este processo de entrega dos correios leva cerca de 5 a 7 dias para chegar ao endereço final que é a loja.

O dono ainda relata que a partir do momento que o pedido chega em sua casa o mesmo realiza a entrega da camisa na casa ou local combinado com seu cliente, ou o cliente pode retirar seu produto no endereço da Bragato Sports que é a casa do dono, pois como a Bragato Sports não possui loja física, todo o processo de funcionamento da loja é feito a partir d casa do dono da loja.

Por fim o dono relata que o tempo médio do processo inteiro da logística de importação, desde quando o pedido é feito com fornecedor até a entrega da mercadoria ao endereço da Bragato Sports é de 12 a 25 dias, podendo é claro ocorrer variações exorbitantes de até mais de 30 dias para a entrega do pedido, pois existe muitas variáveis que podem acabar ocasionando o atraso ou não do processo de entrega.

7. Discussões

A partir das informações descritas acima nos resultados, podemos discutir pontos que poderiam ser atualizados ou reavaliados dentro do funcionamento da Bragato Sports, tais eles como:

- 1° O contato exclusivamente por redes sociais feito de forma totalmente manual;
- 2° A loja não possuir um espaço físico;
- 3° O modal aéreo.

De acordo com as informações a loja Bragato Sports possui uma maneira de negociar os pedidos com seus clientes de forma totalmente manual, ou seja, por meio das redes sociais como WhatsApp e Instagram os clientes fazem seus pedidos através de conversas com o dono da empresa, este processo é totalmente manual, pois a empresa precisa atender individualmente cada cliente, e isto gera um consumo de tempo enorme, uma possível solução para a empresa seria na criação de um site para a loja, em que os clientes poderiam fazer o pedido de suas camisas a qualquer horário do dia e sem depender da disponibilidade de tempo da loja, pois o site trabalharia 24 horas por dia, assim, agilizando os processos dos pedidos demandados pelos clientes. Portanto, a criação de um site consequentemente gera despesas para a operação do mesmo, mas em contra partida o rendimento dos

pedidos provavelmente iria aumentar.

A Bragato Sports por não possuir uma loja física, opera seu estoque a partir da casa do dono da loja, ou seja, caso algum cliente queira buscar seu pedido e provar alguma roupa é preciso combinar algum horário para que o cliente vá até a casa do dono da empresa, esta maneira de operação faz com que a empresa limite a percepção dos seus clientes, ou seja, como a loja não possui um local devidamente apropriado para atender seus clientes, os mesmos podem se sentirem desconfortáveis de terem que ir até a casa do dono por se tratar de um local pessoal e não de um estabelecimento, se a empresa optasse por adquirir um ponto para sua loja de roupas, a empresa iria conseguir maior visibilidade, pois com um local físico as pessoas iriam enxergar com mais clareza a loja como um olhar mais profissional, além de atrair mais pessoas a entrarem na loja para olhar os artigos esportivos que a Bragato Sports oferece. Mas infelizmente ao adquirir um ponto físico para a loja, gera mais despesas, mas esta proposta pode ser analisada pelo dono.

Por fim, o modal padrão escolhido pelo fornecedor é o aéreo, mas o mesmo também disponibiliza do modal aquaviário se o dono quiser, ou seja, o meio de transporte que será escolhido detém de vários fatores como, custo, rapidez e segurança, e a Bragato Sports escolhe o meio de transporte aéreo para a logística de seus produtos, por causa da rapidez e segurança dos aviões, mas uma opção de menor custo seria o navio, uma proposta viável seria a empresa mandar seus pedidos que não necessitam de um tempo de entrega tão rápido por navios, porque o custo do transporte vai ser menor em comparação ao avião e a segurança de entrega também será garantida, pois artigos esportivos como camisas, shorts, bermudas, entre outros, não são frágeis, então, assim, com a utilização do modal aquaviário, a empresa economizara custos ao enviar pedidos que não necessitam de rapidez para a chegada ao destino da Bragato Sports.

8. Conclusão

Este estudo de caso demonstrou todo o processo de importação da Bragato Sports, mediante a isto, podemos identificar as vantagens e desvantagens do *modus operandi* desta empresa. Deste modo apesar dos prós e contras enfrentados pela empresa, seu processo de importação atual é satisfatório para o funcionamento da loja, assim não havendo a necessidade de alteração, mesmo que haja alternativas de mudanças que ainda possam ser implementadas.

Por fim então concluímos que o processo de importação é crucial para o funcionamento de uma loja online, ou seja, cada etapa do processo necessita de um planejamento a ser executado para a tomada de decisão da empresa. E que a loja de artigos esportivos Bragato Sports obtém sucesso ao utilizar essa logística de importação para satisfazer seus clientes e permanecer ativa no comércio online.

9. Referências

ANYLOGISTIX. Safety stock in supply chain management. Anylogistix. Disponível em: https://www.anylogistix.com/features/safety-stock-in-supply-chain-management/. Acesso em: 19 dez. 2024.

Castiglioni, José Antonio de Mattos Logistica Operacional: Guia Prático / José Antonio de Mattos Castiglioni. – 3. Ed. – São Paulo: Érica, 2013.

GIL, Antonio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 4ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002

GIL, Antonio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 5ª ed. São Paulo:

Editora Atlas, 2010.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Rio Bananal*. Acesso em: 03 de Outubro de 2023*.

MOHAPATRA, Sanjay. E-Commerce strategy. Text and cases. Nova Iorque: Springer, 2013.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. Fundamentos da Metodologia Científica. São Paulo: Editora Atlas, 2003

RAZZOLINI FILHO, E; BERTÉ, R. O reverso da logística e as questões ambientais no Brasil. Curitiba: InterSaberes, 2013.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Procedimentos de importação e exportação. Disponível em: https://www.gov.br/receitafederal/pt-br. Acesso em: 29 out. 2024.

Remessas Postal e Expressa. RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Disponível em: https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/assuntos/aduana-e-comercio-exterior/manuais/remessas-postal-e-expressa. Acesso em: 10 de novembro de 2023.

REUTERS, T.; FRANKLIN, R.; THOMPSON, L. The impact of digital technology on commerce. New York: Digital Trends Publishing, 2019.

Rodrigues. Dilvo. Por que Importar da China?. China Gate. 2021. Disponível em: https://chinagate.com.br/por-que-importar-da-china/. Acesso em: 10 de agosto de 2023.

Schramm, W. (1971, December). Notes on case studies of instructional mediaprojects.Working paper, the Academy for Educational Development, Washington, DC.

SMITH, A.; JONES, M. Understanding e-commerce logistics and fulfilment. London: Logistics Press, 2020

TSA Cargo. Transporte de container: o que voc\^e precisa saber?. Disponível em: <https://www.tsacargo.com.br/blog/transporte-de-container-o-que-voce-precisa-saber>. Acesso em: 2 nov. 2024.

TOTVS. CRM: o que é e como a ferramenta pode ajudar na gestão de vendas. TOTVS. Disponível em: https://www.totvs.com/blog/gestao-de-vendas/crm/. Acesso em: 19 dez. 2024.

TOTVS. Just in time: o que é, como funciona e vantagens. TOTVS. Disponível em: https://www.totvs.com/blog/gestao-industrial/just-in-time/. Acesso em: 19 dez. 2024.

TOTVS. Modais de transporte: o que são, principais tipos e tendências. Disponível em: <https://www.totvs.com/blog/gestao-para-rotas/modais-de-transporte/>. Acesso em: 2 nov. 2024.

TOTVS. O que é ERP? Como funciona e suas vantagens. TOTVS. Disponível em: https://www.totvs.com/blog/erp/o-que-e-erp/. Acesso em: 19 dez. 2024.

TOTVS. Supply chain: o que é, como funciona e sua importância. TOTVS.

Disponível em: https://www.totvs.com/blog/gestao-industrial/supply-chain/. Acesso em: 19 dez. 2024.

TOTVS. Track and trace: o que é e como a tecnologia pode melhorar a logística. TOTVS. Disponível em: https://www.totvs.com/blog/gestao-logistica/track-trace/. Acesso em: 19 dez. 2024.

TURBAN, Efraim et al. Introdução a sistemas de informação. Uma abordagem gerencial. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

VASCONCELLOS, Marco A. S.; LIMA, Miguel; SILBER, Simão. Gestão de Negócios Internacionais. São Paulo: Saraiva, 2006.