EXPANDOCEAN
INTERNATIONAL LIMITED

COUNTRY MARKET INTELLIGENCE

Insights do mercado brasileiro e entrada comercial

Oferta chinesa e mercado brasileiro

Outubro de 2026

ExpandOcean International Limited
expandocean.co

Navegação do relatório

1 Aumento da participação da oferta e oportunidades comerciais em estrutura segmentada 2
2 Economia e poder de compra: resiliência do consumo e restrições de capital coexistem 3
3 Concorrência global em compras: aumento da participação chinesa e mudanças nas origens 4
4 Uso das compras: bens intermediários predominam, enquanto importações de consumo crescem mais rápido 5
5 Estrutura da origem China: três grandes setores convivem com segmentos profissionais 6
6 Fontes de crescimento: itens de grande valor e expansão ampla atuam em conjunto 8
7 Dentro dos setores: crescimento concentrado em eletrônicos, expansão mais ampla em plásticos 9
8 Ecossistema automotivo: importação, montagem e pós-venda formam demandas em múltiplas camadas 10
9 Compras industriais: manutenção e renovação devem ser operadas separadamente de projetos de construção 11
10 Aplicações de energia: crescimento de capacidade e serviço local criam valor em conjunto 13
11 Cadeias de materiais e consumo: diferenças de crescimento entre matérias-primas e produtos acabados 14
12 Mercado digital: concorrência de canais sob alta penetração 15
13 Pagamentos e transações: Pix, crédito e qualidade do pedido 16
14 Entrada regional: portos, armazenagem e distribuição, e cobertura de vendas devem ser planejados em conjunto 17
15 Custo de aquisição do cliente: a concorrência de preços exige escopo completo de entrega 18
16 Condições de entrada no mercado: responsabilidades locais claras sustentam vendas contínuas 19
17 Entrada comercial: formar relações de compra sustentáveis a partir do uso do cliente 20
18 Próximo trimestre: conectar a observação do mercado ao ritmo operacional 21
19 Critérios dos dados e fontes citadas 22
20 Referências 24

Como ler este relatório

Os dados mantêm o período, a moeda e o escopo de medição declarados. As Visões da ExpandOcean interpretam as implicações comerciais de cada módulo analítico. As fontes estão vinculadas ao lado das afirmações factuais. Data de corte dos dados: 16 de outubro de 2026.

1 Aumento da participação da oferta e oportunidades comerciais em estrutura segmentada

Em janeiro–setembro de 2026, o Brasil importou da China **US$58,623 bilhões** em mercadorias, alta de **9,88%** ano a ano, um aumento de **US$5,27 bilhões**. No mesmo período, as importações globais do Brasil cresceram **5,04%**, e a participação da origem China subiu de **25,21%** para **26,38%**. O peso da cadeia de suprimentos chinesa no sistema de compras do Brasil continuou aumentando. [1] [2]

A distribuição do incremento apresenta diferenças marcantes. Veículos e peças, elétricos e eletrônicos, e máquinas somaram **54,85%** das importações de origem chinesa. A cadeia de veículos expandiu com força, o incremento em eletrônicos ficou concentrado e a expansão dentro do capítulo de plásticos foi mais ampla; estruturas diferentes correspondem a requisitos diferentes de clientes, capital e entrega.

No lado do consumidor, no 2º trimestre de 2026, o consumo das famílias caiu 0,4% na comparação trimestre a trimestre com ajuste sazonal e cresceu 0,5% ano a ano. No lado das empresas, a formação de capital fixo cresceu 1,2% trimestre a trimestre, mas o acumulado do primeiro semestre ficou estável em relação ao ano anterior. A demanda tem resiliência, mas o ritmo de crescimento já se tornou mais moderado. Estoques para o varejo e projetos industriais devem usar seus próprios indicadores de demanda e pagamento. [3]

Os canais digitais do Brasil já têm base para alcance em grande escala. Busca em plataformas, conteúdo de marca, comunicação por mensagens e pagamento via Pix conectam o processo de compra do cliente; estoque local, entrega e pós-venda conectam a conclusão da transação. A vantagem de escala da oferta chinesa precisa ser convertida em especificações, custos e serviços que o cliente consiga comparar.

Este relatório parte da estrutura de comércio e avança para economia, setores, canais e execução, oferecendo às empresas uma lógica para avaliar o mercado. Os setores e códigos de mercadorias no texto servem para explicar a estrutura; o direcionamento operacional das empresas é determinado pela demanda dos clientes e por suas próprias condições de canal.

> **Visão da ExpandOcean**
>
> **Com a elevação da participação, o modo de entrada é definido pelo uso do cliente**
>
> O peso da oferta chinesa aumentou, mas veículos, compras industriais e canais de varejo correspondem a condições de fechamento diferentes. As empresas devem primeiro esclarecer quem compra, por que compra, como aprova e como paga, para então alocar recursos de fornecimento e canal. A escala do comércio nacional indica a direção; os padrões de compra de clientes específicos determinam o desenho do negócio.

2 Economia e poder de compra: resiliência do consumo e restrições de capital coexistem

2.1 Ritmos diferentes do crescimento agregado e do consumo das famílias

O IBGE informou crescimento de **2,3%** do PIB real do Brasil em 2025. No 2º trimestre de 2026, o PIB cresceu **0,5%** trimestre a trimestre com ajuste sazonal, o consumo das famílias caiu **0,4%** e a formação de capital fixo cresceu **1,2%**. Na comparação ano a ano, o PIB cresceu 2,0%, o consumo das famílias cresceu 0,5% e a formação de capital fixo cresceu 1,4%. A taxa de investimento no trimestre foi de **16,1%**, abaixo dos 16,6% do 2º trimestre de 2025. [4] [3]

As comparações trimestre a trimestre e ano a ano, juntas, retratam o estado da demanda: o consumo das famílias ainda está acima do mesmo período do ano anterior, mas recuou em relação ao primeiro trimestre; o investimento melhorou no trimestre, enquanto o acumulado do primeiro semestre de 2026 ficou estável em relação ao ano anterior. Ao formular planos de pedidos, as empresas devem observar simultaneamente a capacidade contínua de compra dos clientes e o ritmo recente de fechamento de vendas.

A taxa de desemprego do trimestre móvel de junho–agosto de 2026 foi de **5,3%**, e o rendimento real habitual do trabalho foi de **R$3.777 por mês**. Em 9, o IPCA registrou variação mensal de **0,82%** o acumulado em 12 meses até 9 foi de **4,58%**. Emprego e renda real fornecem a base de consumo, enquanto mudanças nos preços dos gastos essenciais afetam o orçamento remanescente. [5] [6]

Nesse ambiente, os clientes comparam, além do preço do produto, o valor total a pagar, o prazo de pagamento e o escopo do serviço. Clientes sensíveis ao orçamento observam o pagamento inicial e os gastos essenciais; clientes que valorizam a experiência também comparam qualidade e pós-venda. A renda média nacional descreve o contexto econômico; públicos específicos são segmentados por região de vendas, faixa de preço e histórico de pagamento.

2.2 Compras e estoque em um ambiente de juros elevados

A decisão do Banco Central do Brasil de 16 de setembro de 2026 definiu a meta da Selic em **13,75% ao ano**. A Selic é uma referência de política monetária; o custo real de financiamento das empresas também inclui spread bancário, prazo, garantias e condições de crédito. [7] [8]

A cadeia de capital da operação de importação começa no pagamento antecipado, passa por mercadoria em trânsito, desembaraço aduaneiro, entrada em estoque e venda, e finalmente chega ao recebimento. Quanto maior o volume comprado e quanto mais longo o giro, maior a necessidade de capital. O foco operacional em um mercado em crescimento é conectar pedidos, chegada de mercadorias e recebimento, e não apenas ampliar o estoque isoladamente.

Operações de varejo podem organizar reposição com base em estoque vendido, pagamento concluído e receita após reembolsos; operações de distribuição observam o crédito do cliente e os prazos de contas a receber; negócios de projeto vinculam equipamentos, instalação, aceite e marcos de pagamento. Usar estruturas de capital diferentes para negócios diferentes pode aumentar a sustentabilidade do crescimento.

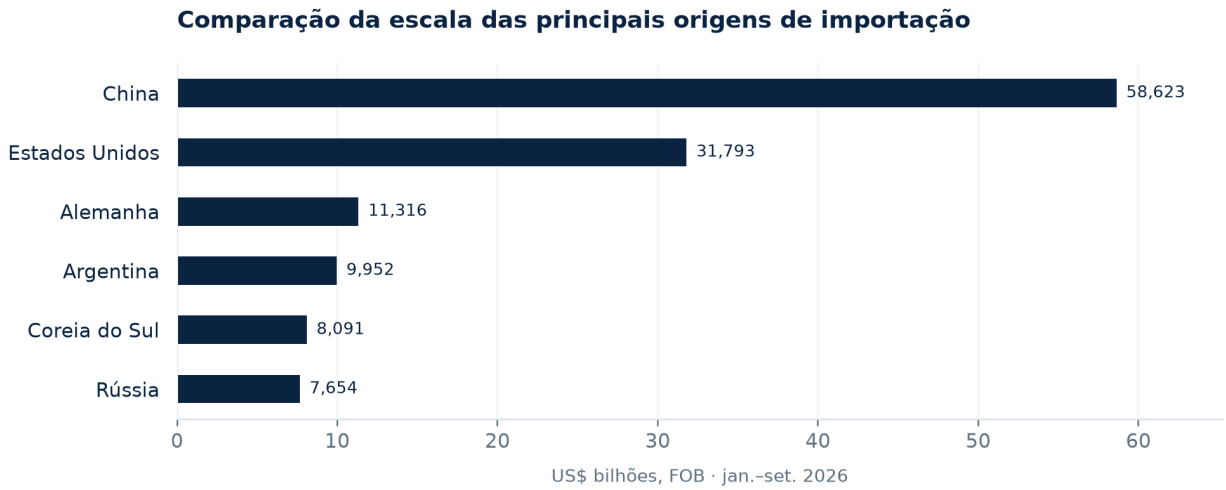
Visão da ExpandOcean

Com juros altos, a expansão das compras deve ser planejada junto com a recuperação de caixa

O consumo das famílias cresceu levemente ano a ano, e o custo de capital ainda está em uma referência elevada. Negócios voltados ao varejo devem conectar reposição à receita após reembolsos; negócios de distribuição devem conectar concessão de crédito ao recebimento do cliente; negócios de projeto devem conectar entrega de equipamentos ao aceite e pagamento. Somente com planos de vendas sustentados por caixa recuperável o estoque consegue girar de forma contínua.

3 Concorrência global em compras: aumento da participação chinesa e mudanças nas origens

Em 2025, as importações globais do Brasil foram de **US$280,208 bilhões**, com **US$70,916 bilhões** de origem chinesa e participação de **25,31%**. Em janeiro–setembro de 2026, as importações globais foram de **US$222,259 bilhões**, com US$58,623 bilhões de origem chinesa, representando 26,38%. Em comparação com o mesmo período de 2025, a participação da China aumentou cerca de **1,16 ponto percentual**. O total global e a participação usam o mesmo critério de consulta do Comex Stat. [1] [2]



Seis principais origens das importações do Brasil em janeiro–setembro de 2026; valores em US$ bilhões, FOB. Fonte: MDIC/SECEX, compilado pela ExpandOcean.

No mesmo período, as importações de origem dos Estados Unidos foram de US$31,793 bilhões, queda de 7,10% ano a ano; da Alemanha, US$11,316 bilhões, crescimento de 4,01%; da Argentina, US$9,952 bilhões, crescimento de 4,43%; da Coreia do Sul, US$8,091 bilhões, crescimento de 103,38%; da Rússia, US$7,654 bilhões, queda de 0,39%. China e Coreia do Sul avançaram mais rapidamente, e a estrutura de origens está em ajuste. [9]

3.1 Contribuição do crescimento da China para o incremento das importações brasileiras

Nos primeiros nove meses de 2026, as importações globais do Brasil aumentaram cerca de **US$10,664 bilhões**, dos quais US$5,27 bilhões vieram da origem China, contribuindo com **49,42%** do incremento líquido global. As demais origens, em conjunto, cresceram **3,41%**, abaixo dos 9,88% da origem China. Essa decomposição é coerente com a elevação da participação total da China. [1] [2]

Em uma decomposição adicional por mercadorias de origem chinesa, veículos e peças HS87 tiveram incremento de US$4,858 bilhões, equivalente a **45,56%** do incremento líquido das importações globais do Brasil. Excluindo todo o HS87 da origem China em ambos os períodos, as demais importações somadas cresceram **0,84%**. A cadeia de veículos é o principal motor do crescimento total da origem China; os demais setores devem avaliar o ritmo operacional com base em seus próprios incrementos, volumes físicos e condições de compra dos clientes.

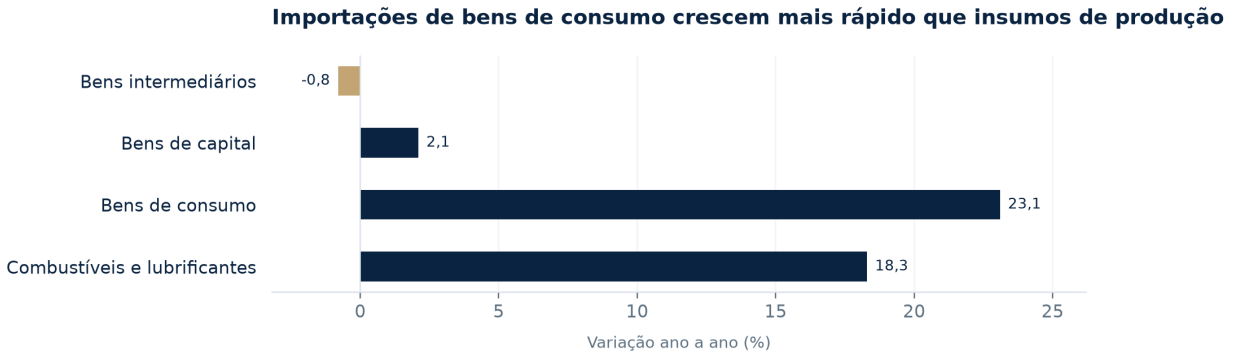
Aqui, 49,42% e 45,56% usam o incremento líquido global como denominador e descrevem a contribuição da origem e da mercadoria para a variação líquida. Já 0,84% se refere ao conjunto da origem China excluindo HS87, respondendo a uma pergunta diferente da análise abaixo, que exclui um único item 8703.

Em setembro de 2026, as importações de origem chinesa foram de US$7,063 bilhões, alta de 12,59% ano a ano; no mesmo ano, 2 registrou US$5,494 bilhões e 6 registrou US$7,79 bilhões. As chegadas mensais oscilam, e a reposição de canais deve combinar estoque, compras dos clientes e gestão de cronogramas marítimos. [10] [9]

> **Visão da ExpandOcean**
>
> **Fora da cadeia de veículos, a concorrência deve ser comparada por propostas de compra concretas**
>
> Após excluir HS87 de origem chinesa em ambos os períodos, as demais importações somadas cresceram 0,84%, mostrando que o crescimento agregado não substitui a avaliação de clientes em cada setor. Comparar preço posto para as mesmas especificações, prazo de entrega e escopo de serviço, combinando isso com quantidade comprada e recompra dos clientes para identificar vantagens de origem, aproxima a análise de cotações e fechamentos reais.

4 Uso das compras: bens intermediários predominam, enquanto importações de consumo crescem mais rápido

Nas importações globais do Brasil em janeiro–setembro de 2026, bens intermediários somaram **US$125,375 bilhões**, representando **56,4%**, queda de **0,8%** ano a ano; bens de capital somaram **US$34,095 bilhões**, representando 15,3%, crescimento de 2,1%; bens de consumo somaram **US$38,755 bilhões**, crescimento de 23,1%; combustíveis e lubrificantes somaram US$23,916 bilhões, crescimento de 18,3%. Outros bens não especificados somaram US$117 milhões, cerca de 0,05% das importações globais; as cinco categorias somadas coincidem com o total das importações globais. [2]



Variação ano a ano das importações globais do Brasil por categoria de uso econômico; janeiro–setembro de 2026 contra o mesmo período de 2025. Fonte: MDIC/SECEX.

Bens intermediários continuam sendo a base do sistema de compras, enquanto importações de consumo contribuem com crescimento mais rápido. As cadeias decisórias diferem muito conforme o uso. Compradores de bens intermediários priorizam continuidade da produção, processo, lote e rastreabilidade de qualidade; compradores de bens de capital priorizam instalação, treinamento, garantia e ritmo de entrada em operação; compradores de bens de consumo priorizam público-alvo, faixa de preço, reposição e pós-venda.

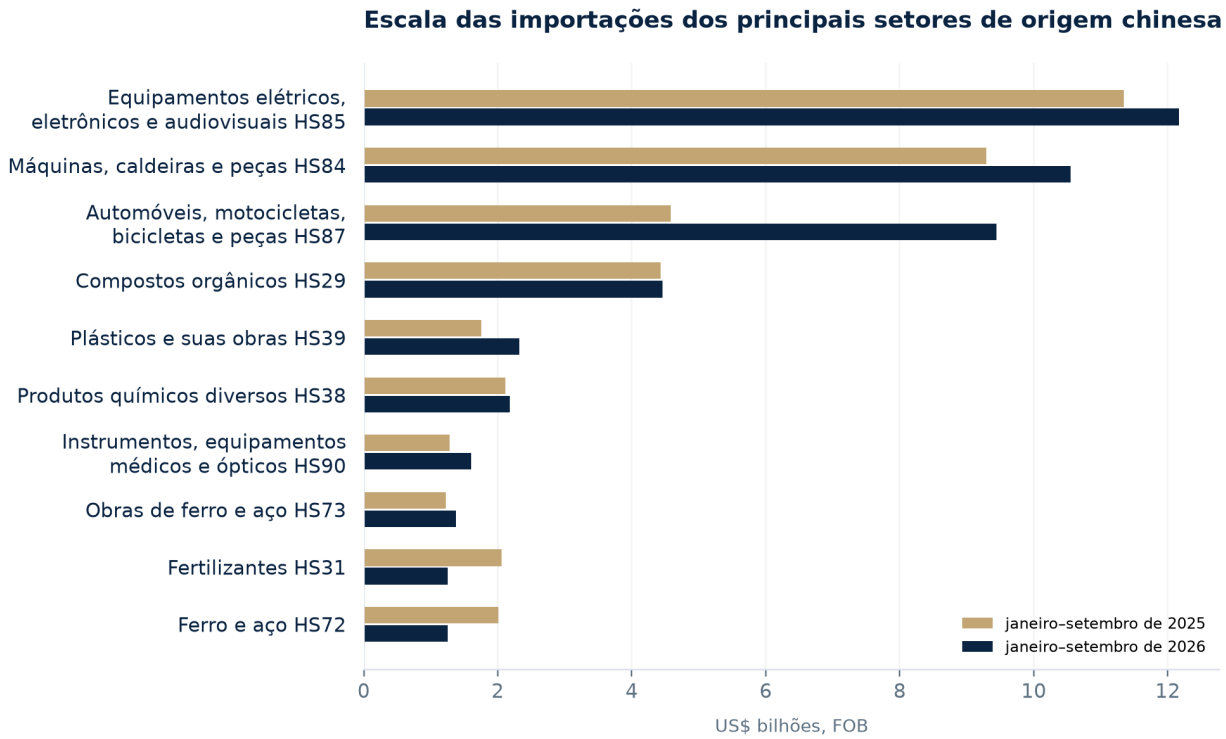
Para clientes de produção, o conteúdo de aquisição de clientes deve evidenciar parâmetros, condições de operação e comprovações por lote, esclarecendo já no primeiro contato os equipamentos existentes e as condições de produção. Para clientes de equipamentos, a cotação deve separar claramente responsabilidades por mercadorias, instalação e serviços. Para clientes de canal, a apresentação do produto e a comunicação comercial precisam explicar diretamente experiência de uso, embalagem, entrega e pós-venda.

No recorte de setembro de 2026 das importações de origem chinesa, bens intermediários representaram **63,6%**, bens de capital 16,2% e bens de consumo 20,2%. A relação da oferta chinesa com o sistema produtivo local continua profunda, e as demandas industriais e de canais devem ser gerenciadas separadamente. [10]

> **Visão da ExpandOcean**
>
> **O uso das compras define o foco do conteúdo de aquisição de clientes**
>
> No Brasil, bens intermediários ainda representam mais da metade das importações globais, e a comunicação com clientes de produção exige dados sobre condições de operação, especificações e lotes. A comunicação de bens de capital exige organização de entrada em operação e serviços; a de bens de consumo exige faixa de preço, experiência de uso e condições de reposição. A etapa de compra em que o cliente se encontra deve orientar a organização do conteúdo de canal e da proposta comercial.

5 Estrutura da origem China: três grandes setores convivem com segmentos profissionais

As importações de elétricos e eletrônicos HS85 foram de **US$12,163 bilhões**, máquinas HS84 de **US$10,55 bilhões** e veículos e peças HS87 de **US$9,44 bilhões**, somando 54,85% das importações de origem chinesa. Compostos orgânicos HS29 somaram US$4,456 bilhões, plásticos HS39 somaram US$2,319 bilhões e químicos diversos HS38 somaram US$2,178 bilhões. [1]



Valor das importações dos principais capítulos HS2 em 2025 e janeiro–setembro de 2026; valores em US$ bilhões, FOB. Fonte: Comex Stat, cálculo da ExpandOcean.

Os 10 principais itens HS4 representaram **31,21%** das importações de origem chinesa, e os 100 principais representaram **74,35%** os demais 969 itens somaram cerca de **US$15,034 bilhões**. Escala de liderança e segmentos profissionais coexistem. Negócios de maior escala dependem de sistemas correspondentes de capital, canais e serviços; segmentos profissionais dependem de usos claros e relações de compra sustentáveis. [1]

A concentração de valor descreve a estrutura de mercadorias. A concorrência por clientes e marcas deve ser segmentada adicionalmente por canal de compra, cenário de uso e serviço local. Distribuição de máquinas, compras de fábricas e integração de projetos podem envolver o mesmo capítulo, mas têm conteúdos de cotação, arranjos de aceite e ciclos de recebimento diferentes.

Visão da ExpandOcean

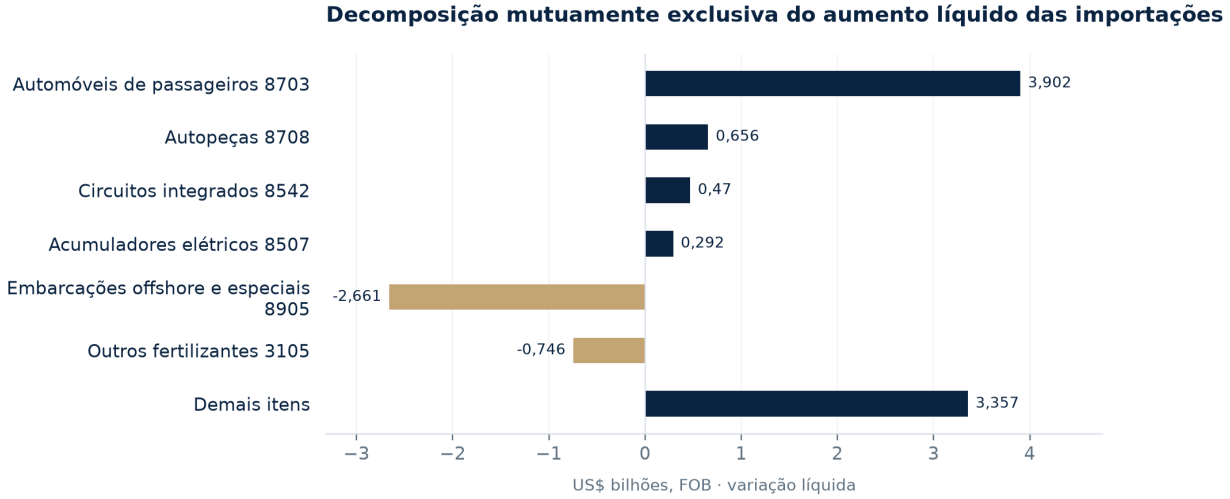
Segmentos profissionais valorizam relações de compra contínuas

As posições tarifárias líderes têm participação elevada, mas os demais itens ainda formam um volume relevante de comércio. Ao avaliar negócios segmentados, as empresas devem observar simultaneamente as especificações de compra recorrente dos clientes, o custo de troca de fornecedores e os requisitos de entrega estável. Somente comparando tamanho de mercado e condições de canal é possível distinguir os recursos exigidos por grandes fechamentos e por recompras de longo prazo.

6 Fontes de crescimento: itens de grande valor e expansão ampla atuam em conjunto

6.1 Crescimento e contração por trás do incremento líquido

Automóveis de passageiros 8703 aumentaram **US$3,902 bilhões**, autopeças 8708 aumentaram **US$656 milhões**, circuitos integrados 8542 aumentaram **US$470 milhões** e acumuladores elétricos 8507 aumentaram **US$292 milhões**. Os quatro itens somados aumentaram US$5,32 bilhões. No mesmo período, embarcações offshore e especiais 8905 diminuíram **US$2,661 bilhões**, e outros fertilizantes 3105 diminuíram **US$746 milhões**. [1]



Decomposição do incremento líquido por itens HS4 mutuamente exclusivos; os demais itens correspondem ao saldo líquido remanescente, valores em US$ bilhões. Fonte: Comex Stat, cálculo da ExpandOcean.

O incremento dos itens em crescimento foi de **US$11,482 bilhões**, e a redução dos itens em queda foi de **US$6,213 bilhões** a compensação entre valores não arredondados formou o incremento líquido de US$5,27 bilhões. Crescimento e contração ocorrem em fluxos de mercadorias de escala relevante, e o valor líquido do mercado geral precisa ser lido junto com as mudanças dos dois lados.

HS87 registrou aumento líquido de US$4,858 bilhões, equivalente a **92,20%** do incremento líquido da origem China; automóveis de passageiros 8703 contribuíram com US$3,902 bilhões, equivalente a 74,05% do incremento líquido da origem China. Essa contribuição usa o crescimento líquido como denominador e pode se aproximar de ou superar 100% quando há contração em outras áreas.

8905 caiu de US$2,661 bilhões no mesmo período de 2025 para cerca de US$102800 no mesmo período de 2026. Essa posição tarifária abrange dragas, docas flutuantes e plataformas de perfuração e produção, entre outros, e deve ser observada pela distribuição anual de grandes entregas e pelas mercadorias específicas. Reposição de canais regulares e entregas de equipamentos especiais devem ser analisadas separadamente.

6.2 Amplitude do crescimento fora dos itens de grande valor

Após excluir 8703 em ambos os períodos, os demais itens cresceram **2,68%** ano a ano; excluindo simultaneamente 8905, cresceram **15,64%** excluindo os dois itens em conjunto, cresceram **8,34%**. Essas análises removem os valores correspondentes de

ambos os períodos e recalculam a taxa de crescimento, observando separadamente os efeitos das bases automotiva e offshore. [1]
Entre os 1069 itens pesquisados, **682 cresceram, 384 caíram e 3 ficaram estáveis**, com itens em crescimento representando 63,80%. 997 itens registraram valores positivos nos mesmos períodos dos dois anos. Os 36 itens com novos registros positivos somaram cerca de US$1,0539 milhões, representando cerca de 0,0018% do total do mesmo período de 2026; a expansão do mercado geral se concentrou em linhas de mercadorias com posições tarifárias já existentes.

Visão da ExpandOcean

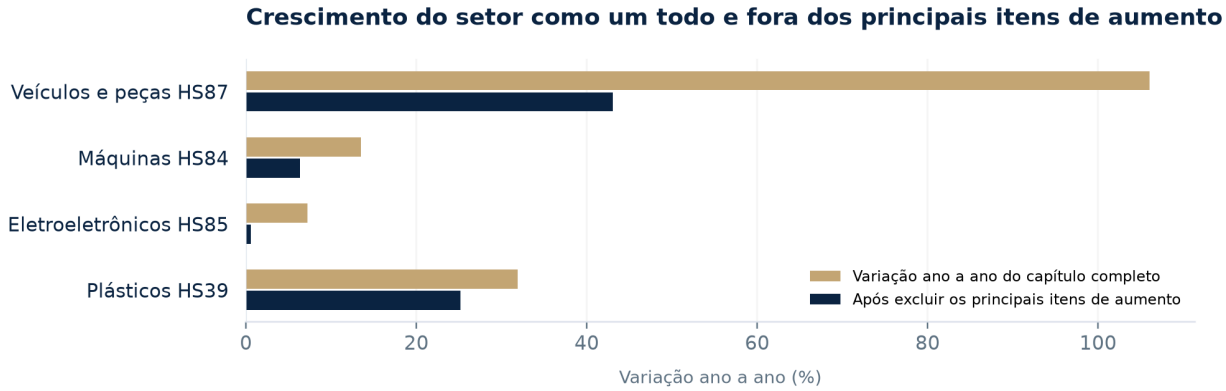
Planeje separadamente grandes entregas de equipamentos e giro de canais regulares

A expansão de automóveis de passageiros e a base de equipamentos offshore afetam o mercado geral ao mesmo tempo, e a taxa líquida de crescimento comprime as informações dos lados de crescimento e contração. Negócios orientados a projetos organizam vendas ao longo de contratos e marcos de entrega; negócios de canais regulares organizam compras conforme vendas e frequência de reposição. Observados separadamente, orçamento de marketing e ritmo de estoque conseguem corresponder melhor à demanda real dos clientes.

7 Dentro dos setores: crescimento concentrado em eletrônicos, expansão mais ampla em plásticos

7.1 Elétricos e eletrônicos: muitos itens crescem, mas o incremento em valor é concentrado

HS85 cresceu **7,21%** no total. Circuitos integrados 8542 e acumuladores elétricos 8507 contribuíram, em conjunto, com **93,16%** do incremento líquido do capítulo; após excluir ambos nos dois períodos, os demais itens cresceram **0,58%**. Entre 48 itens, 37 cresceram, caracterizando muitos itens em alta, mas poucos itens contribuindo com a maior parte do incremento em valor. [1]



Crescimento geral do setor e crescimento após excluir os principais itens de incremento; exclusão aplicada de forma sincronizada nos dois períodos. Fonte: Comex Stat, cálculos da ExpandOcean.

Ao avaliar negócios em eletrônicos, as empresas devem identificar em qual sistema o produto entra, quem compra, como as especificações técnicas são definidas e quem responde pelo pós-venda e pelas atualizações. Os cenários de aplicação e os itens de

fornecimento associados devem aparecer na comunicação com o cliente antes de rótulos setoriais genéricos.

7.2 Plásticos: crescimento mais distribuído

HS39 cresceu **31,85%** no total, com crescimento em 22 dos 26 itens. Excluído o item de maior incremento, 3901, os demais itens ainda cresceram **25,14%**. Isso difere da estrutura concentrada de incremento do capítulo de eletrônicos e mostra expansão de valor em mais etapas de mercadorias. [1]

Materiais primários, materiais processados e produtos acabados seguem lógicas de compra diferentes. Clientes de materiais comparam composição, adequação ao processamento e valores garantidos; clientes de produtos comparam especificações, funções, embalagem e uso nos canais. As empresas precisam decompor o crescimento do capítulo até a etapa de compra e, então, definir padrões de comunicação com fornecedores e clientes.

7.3 Fertilizantes: a queda também tem estrutura concentrada

HS31 caiu **39,10%** no total, e 3105 respondeu por **92,98%** da redução líquida. Após excluir esse item nos dois períodos, o valor agregado dos demais fertilizantes caiu **5,05%**. Há uma diferença clara entre a queda do capítulo como um todo e a queda de uma posição tarifária específica. [1]

Ao comparar negócios de materiais, operadores devem organizar as cotações por valores garantidos, aplicação, unidade de quantidade e ciclo de produção do cliente. O valor das importações nacionais descreve o valor comercial; dados de volume físico, mix de produtos e estoques ajudam a explicar mudanças específicas nas compras.

> **Visão da ExpandOcean**
>
> **O ritmo de crescimento setorial deve ser desdobrado por sistema e etapa de compra**
>
> No capítulo de eletrônicos, o incremento de valor é altamente concentrado; no capítulo de plásticos, a expansão por itens é mais ampla. Negócios de eletrônicos precisam identificar a aplicação no sistema, o comprador e a responsabilidade de serviço; negócios de materiais precisam identificar exigências de processo e lote; negócios de produtos acabados precisam identificar o uso no canal. O posicionamento de vendas deve se apoiar nessas etapas, e não usar de forma uniforme o crescimento em nível de capítulo.

8 Ecossistema automotivo: importação, montagem e pós-venda formam demandas em múltiplas camadas

HS87 de origem chinesa passou de 4,582 bilhões para **US$9,44 bilhões**, com crescimento de **106,05%**. Automóveis de passageiros 8703 somaram **US$6,262 bilhões**, com crescimento de 165,33%; autopeças 8708 somaram **US$1,761 bilhões**, com crescimento de 59,34%. 8703 contribuiu com 80,31% do incremento líquido do capítulo de veículos; excluído 8703 nos dois períodos, os demais veículos e peças ainda cresceram **43,06%**. [1]

A ANFAVEA informou que, em janeiro–setembro de 2026, a produção de veículos foi de **2,166 milhões de veículos**, com crescimento ano a ano de **8,7%** os emplacamentos foram de **2,257 milhões de veículos**, com crescimento de **18,1%** e as importações de veículos completos foram de **463900 veículos**, com crescimento de **30,4%**. Do crescimento da produção, 123000 veículos vieram da montagem CKD/SKD. A partir de 2026, a associação passou a incluir por estimativa a produção de não associados; essa mudança metodológica deve ser mantida na leitura ano a ano. [11] [12]
As vendas de veículos leves eletrificados da ABVE em janeiro–setembro de 2026 foram de **381609 veículos**. A definição inclui BEV puros, PHEV, HEV convencional e HEV Flex, e exclui MHEV. Esse indicador é contabilizado separadamente da produção total de veículos, dos emplacamentos totais e das importações aduaneiras. [13]

8.1 A localização ampliou as etapas de colaboração comercial

A introdução de veículos completos, a montagem local e a rede de pós-venda formam um sistema operacional interligado. A distribuição de veículos completos foca modelos, preços e entrega; as compras para montagem focam sistemas, peças e certificação técnica; a rede de reparo foca compatibilidade, peças de reposição e resposta de serviço. O aumento da escala comercial traz contatos comerciais mais amplos, e o formato de cooperação deve corresponder ao papel específico de cada cliente.
O MOVER estabelece requisitos e incentivos em torno de eficiência energética, segurança, reciclabilidade, rotulagem e investimentos em pesquisa, desenvolvimento e produção no Brasil. No segundo semestre de 2026, as cotas de imposto de importação de 0% para CKD/SKD designados totalizaram US$463 milhões FOB, conforme o NCM/Ex aplicável, a qualificação da empresa e os arranjos de licenciamento. Essa trajetória de política é administrada separadamente da importação de veículos completos. [14] [15] [16]

> **Visão da ExpandOcean**
>
> **O ecossistema automotivo constrói colaboração comercial ao longo do ciclo de uso**
>
> Importação, montagem local e rede de pós-venda formam diferentes papéis de compra. Na comunicação com clientes, as empresas devem esclarecer, ao longo dos ciclos de introdução, uso, manutenção e substituição, a adequação de modelos, o fornecimento por lote e o escopo do serviço local. Políticas de montagem afetam trajetórias específicas de transação, mas a cooperação concreta ainda deve corresponder ao papel operacional assumido pelo cliente.

9 Compras industriais: manutenção e renovação devem ser operadas separadamente de projetos de construção

A pesquisa de produção industrial do IBGE mostra que, em 2025, a produção industrial total cresceu **0,6%**, enquanto a produção de bens de capital caiu **1,5%** em janeiro–agosto de 2026, a produção industrial total cresceu **0,8%**, os bens de capital caíram **5,3%** e os bens de consumo duráveis cresceram **2,1%**. O desempenho do volume

industrial total, da produção de equipamentos e dos bens duráveis apresentou diferenças. [17] [18]

Na pesquisa da CNI, **72%** das empresas industriais entrevistadas afirmaram ter realizado investimentos em 2025; a parcela que planeja investir em 2026 é de **56%**. Em BNDES2025, as aprovações de financiamento industrial foram de **R$71 bilhões**, com crescimento de 35%. Planos de investimento em pesquisas empresariais, aprovações de financiamento, assinatura de contratos e desembolsos correspondem a etapas diferentes de compra. [19] [20]

Máquinas de origem chinesa HS84 cresceram **13,52%**. Quatro itens — equipamentos de elevação 8426, outras máquinas de movimentação 8428, máquinas de terraplenagem 8429 e peças relacionadas 8431 — contribuíram com **57,99%** do incremento líquido do capítulo de máquinas; após sua exclusão nos dois períodos, as demais máquinas cresceram **6,34%**. Dos 85 itens, 57 cresceram. [1]

8426 cresceu 279,24%, com incremento de US$230 milhões; 8431 cresceu 49,83%, com incremento de US$187 milhões. A importância do crescimento deve ser avaliada em conjunto pelo percentual e pelo valor incremental, e depois combinada com o uso do cliente para distinguir necessidades de entrega de projetos e de renovação cotidiana.

Compras de manutenção e renovação se organizam em torno de equipamentos em uso, janelas de parada, interfaces e cronogramas. Clientes precisam de documentação de compatibilidade, peças de reposição confiáveis e resposta de serviço clara. Esse tipo de demanda tem como núcleo o ciclo de vida do equipamento e o plano de manutenção.

Compras de projetos de construção se organizam em torno de especificações técnicas, financiamento, prazo de entrega, instalação e aceite. Após a aprovação do financiamento, o momento da compra depende de contratos, liberação de recursos e execução do projeto; os recursos de vendas devem ser alocados conforme os marcos reais.

As empresas podem fornecer, na fase de discussão orçamentária, explicações sobre adequação técnica e custo de uso; depois da definição das especificações, oferecer parâmetros comparáveis e prazos de entrega; e, após a entrega, conectar treinamento e registros de manutenção. Conteúdos e serviços adequados a cada etapa apoiam melhor a conversão de cotações e as compras posteriores.

> **Visão da ExpandOcean**
>
> **A conversão de consultas industriais acompanha os marcos do projeto**
>
> Planos de investimento e aprovações de financiamento descrevem, respectivamente, a intenção do cliente e o arranjo de recursos; a compra concluída ainda exige confirmação técnica, contrato e conexão com a liberação de recursos. Negócios de manutenção e renovação organizam conteúdos em torno de equipamentos em uso e janelas de parada; negócios de projetos de construção organizam conteúdos em torno de prazos de entrega e aceite. O andamento da cotação deve estar alinhado aos marcos reais do cliente.

10 Aplicações de energia: crescimento de capacidade e serviço local criam valor em conjunto

O balanço energético anual da EPE mostra que, em 2024, a capacidade instalada fotovoltaica do Brasil foi de **48,468GW**, com geração anual de **70,665TWh**, crescimentos de 28,1% e 39,6%, respectivamente, em relação a 2023. Desse total, a capacidade instalada de solar distribuída foi de **35,892GW**. O retrato setorial da ABSOLAR de 20 de julho de 2026 lista a capacidade instalada fotovoltaica nacional em **74,3GW**. O balanço anual e a estatística pontual da associação são apresentados separadamente. [21] [22]

Potência instalada descreve capacidade; geração descreve produção em um período. A decisão do cliente também precisa considerar carga de consumo, status de conexão, forma de compensação e arranjos de manutenção. Equipamentos, instalação, monitoramento e pós-venda formam juntos o valor de uso do sistema.

A ANEEL estabelece que a microgeração distribuída não supera 75 kW; a minigeração geralmente é superior a 75 kW e não superior a 3 MW; e os créditos de compensação de energia têm validade de 60 meses. Telhados, autoconsumo remoto e modalidades compartilhadas correspondem a diferentes arranjos técnicos e comerciais. [23]

O valor de acumuladores elétricos de origem chinesa 8507 cresceu 70,38%, enquanto dispositivos semicondutores 8541 caíram 30,80%. A posição tarifária de baterias inclui usos como partida, tração, portáteis e estacionários; a posição tarifária de dispositivos eletrônicos também abrange diferentes aplicações. Projetos específicos definem a demanda por meio de modelo, lista do sistema e documentação de instalação. [1]

Relações comerciais em energia normalmente conectam compra de equipamentos, adequação do sistema, construção e comissionamento, além de operação e manutenção. Clientes precisam de escopo de entrega claro, responsabilidades de garantia e arranjos para componentes críticos; a comparação de fornecedores deve cobrir produtos e serviços associados. Para projetos profissionais, a pesquisa de mercado deve partir da aplicação do cliente e das condições operacionais.

> **Visão da ExpandOcean**
>
> **A comparação comercial de soluções de energia se apoia no desempenho operacional**
>
> O crescimento da capacidade instalada indica a expansão do ecossistema de aplicações de energia, mas as soluções para clientes ainda devem ser comparadas conforme histórico de carga de consumo, conexão e regras de compensação. Equipamentos, instalação e operação e manutenção devem ser cotados com escopo uniforme; garantia e manutenção de componentes críticos devem ter responsabilidades claras. O valor das posições tarifárias de acumuladores ou dispositivos serve para observar a oferta, enquanto a demanda de projetos é definida pela lista do sistema e pelas condições operacionais.

11 Cadeias de materiais e consumo: diferenças de crescimento entre matérias-primas e produtos acabados

Segundo o agrupamento analítico de HS39, em 3901—3914, os materiais primários passaram de **798 milhões** para **US$1,167 bilhões**, com crescimento de **46,20%** em 3916—3926, os materiais processados e produtos passaram de **960 milhões** para **US$1,152 bilhões**, com crescimento de **19,94%**. 3915, resíduos plásticos, é listado separadamente. O agrupamento é usado para explicar a cadeia industrial; as posições tarifárias originais permanecem estatisticamente independentes. [1]

Materiais e produtos processados cresceram, mas seus ritmos e etapas de compra são diferentes. Clientes de materiais primários focam composição, adequação ao processamento, consistência de lote e valores garantidos; clientes de produtos processados focam dimensões, uso, embalagem e experiência de uso. A entrada no mercado deve ser posicionada na etapa da cadeia de suprimentos, e não descrever clientes de forma uniforme como “mercado de plásticos”.

A cadeia têxtil também apresenta diferenças: vestuário de malha HS61 cresceu **36,97%**, vestuário exceto de malha HS62 cresceu **33,29%**, tecidos de malha HS60 cresceram **21,05%** filamentos sintéticos ou artificiais HS54 cresceram **0,64%**, e fibras sintéticas ou artificiais descontínuas HS55 caíram **0,91%**. As mudanças no comércio de produtos acabados, materiais intermediários e matérias-primas refletem, separadamente, suas respectivas estruturas de mercadorias. [1]

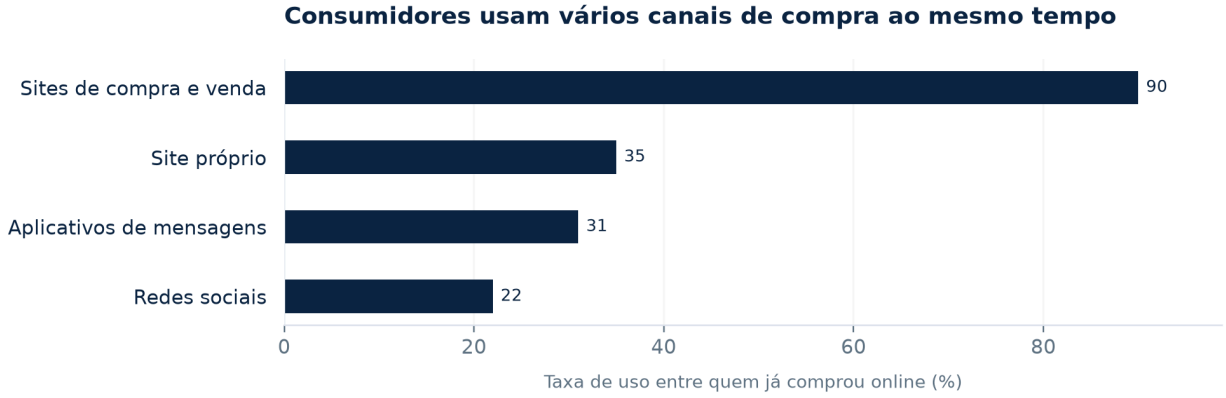
Negócios de produtos acabados organizam conteúdo em torno de público-alvo, faixa de preço, experiência e cumprimento da entrega; negócios de materiais organizam conteúdo em torno de processo, especificações e lotes. Separar cada etapa permite comparar fornecedores com mais precisão e esclarecer que tipo de documentação os canais de venda exigem.

A operação da cadeia de consumo também deve conectar frequência de reposição, estoque em trânsito e sazonalidade de vendas. A apresentação do produto explica qualidade e uso; a proposta comercial explica o valor total a pagar e o escopo de entrega; registros de pós-venda servem para ajustar a próxima compra. O desempenho de receita e recompra é avaliado continuamente por esses registros operacionais.

> **Visão da ExpandOcean**
>
> **Matérias-primas e produtos acabados constroem evidências de transação separadamente**
>
> Materiais primários e produtos se expandem ao mesmo tempo, mas as razões de compra são diferentes. Clientes de matérias-primas precisam de evidências de composição, adequação ao processamento e consistência de lote; canais de produtos acabados precisam de evidências de experiência, embalagem, valor total a pagar e entrega. Só ao organizar separadamente os materiais de venda e a avaliação de fornecedores é possível conectar o crescimento comercial às decisões de cada tipo de cliente.

12 Mercado digital: concorrência de canais sob alta penetração

A pesquisa de IBGE2025 mostra que a taxa de uso da internet pela população de 10 anos ou mais foi de **90,5%**, cerca de **168,7 milhões de pessoas** 95,0% dos domicílios particulares permanentes tinham acesso à internet. Entre usuários de internet, 52,7% compraram ou encomendaram produtos/serviços nos três meses anteriores. [24] [25]
O relatório Webshoppers51 da NIQ Ebit mediu o GMV do e-commerce em 2024 em **R$351,4 bilhões**, com crescimento de **19,1%**. Esse indicador usa a cobertura de lojas online parceiras e pesquisas da instituição, como observação setorial da escala do comércio digital. Pesquisa populacional, GMV e receita empresarial usam definições próprias. [26] [27]
Na pesquisa TIC Domicílios2024 da Cetic, entre pessoas que já compraram online, a proporção que comprou por sites de compra e venda nos últimos 12 meses foi de **90%** por sites próprios, 35%; por aplicativos de mensagens, 31%; e por redes sociais, 22%. Trata-se de uma pesquisa de múltipla escolha, em que consumidores podem usar vários canais ao mesmo tempo. [28]



Taxa de uso de canais de compra por pessoas que já compraram online em 2024; múltipla escolha, com proporções que podem se sobrepor. Fonte: Cetic.br/NIC.br.

Plataformas oferecem aos consumidores pontos de entrada para busca, comparação e transação; aplicativos de mensagens facilitam esclarecer especificações, pagamento e entrega; conteúdo próprio concentra a apresentação de produtos e serviços. Para operar no mercado digital, empresas precisam conectar descoberta do cliente, consulta, pagamento e pós-venda em um mesmo processo de transação.

Para empresas de varejo, o conteúdo de produto deve reduzir o atrito na escolha e na compreensão da entrega; para clientes B2B, o conteúdo precisa se converter em consulta técnica ou briefing de compra. A função dos canais pode ser registrada separadamente por primeiro contato e fechamento final, identificando quais conteúdos trazem clientes e quais pontos de contato fazem o pedido avançar.

> **Visão da ExpandOcean**
>
> **Investimentos em canais devem ser avaliados por consultas válidas e transações concluídas**
>
> Plataformas, conteúdo próprio e aplicativos de mensagens podem participar da mesma compra; taxas de uso devem ser lidas separadamente da contribuição do canal. Negócios de varejo registram a contribuição de pedidos após consulta, pagamento e entrega; negócios B2B registram consultas válidas e avanço técnico. Conectar o primeiro contato ao fechamento final permite identificar o papel real de conteúdos e canais na transação.

13 Pagamentos e transações: Pix, crédito e qualidade do pedido

Entre as pessoas que já compraram online na pesquisa Cetic2024, **84%** usaram Pix para pagar, 67% usaram cartão de crédito e 24% usaram boleto bancário, todos em formato de múltipla escolha. Registros administrativos do Banco Central mostram que, em 2025, o Pix processou quase **80 bilhões de transações**, com valor superior a **R$35 trilhões** P2B representou 43% da quantidade de transações. O total de transações Pix abrange pagamentos comerciais, transferências entre pessoas e outros cenários. [29] [30] [31]

O Pix já se tornou uma interface de pagamento amplamente usada, enquanto o cartão de crédito ainda atende a outro tipo de necessidade de pagamento. Comerciantes precisam apresentar com clareza o valor total a pagar em pagamentos instantâneos, parcelamento e outros métodos, além do status do pedido e do escopo do serviço, conectando o resultado do pagamento ao registro de recebimento.

Em um ambiente sensível ao orçamento, o ritmo em que o cliente conclui o pagamento pode variar para o mesmo produto sob diferentes condições de pagamento. Empresas podem comparar sucesso de pagamento, recebimento, cancelamentos e receita após reembolsos entre diferentes métodos de pagamento, mantendo constantes preço, estoque e compromisso de entrega.

A qualidade do pedido precisa ser avaliada depois da entrega. Adição ao carrinho e início do checkout pertencem ao interesse inicial; pagamento aprovado indica avanço da transação; recebimento e receita líquida após reembolsos refletem a transação concluída. Clientes recorrentes e novos clientes devem ser analisados separadamente, para facilitar a compreensão dos efeitos de longo prazo de promoções, experiência e serviço.

Para negócios de distribuição e projetos, o arranjo de pagamento também inclui crédito, adiantamento, aceite e saldo final. Na comunicação de cotações, as empresas devem explicar a relação entre pagamento e entrega, gerir recursos conforme o crédito do cliente e os marcos reais de compra, mantendo o plano de fornecimento conectado à recuperação de caixa.

> **Visão da ExpandOcean**
>
> **Pagamentos convenientes precisam ser sustentados pela qualidade do pedido após a entrega**
>
> A popularização do Pix oferece uma interface de pagamento conveniente, enquanto cartão de crédito e crédito comercial continuam atendendo a diferentes necessidades de pagamento. Comerciantes devem observar o resultado do pagamento junto com recebimento, cancelamento, reembolso e recompra. A comparação entre métodos de pagamento deve manter preço e compromisso de entrega constantes, para que o efeito promocional se traduza em transação concluída e recuperação de caixa.

14 Entrada regional: portos, armazenagem e distribuição, e cobertura de vendas devem ser planejados em conjunto

As estatísticas de ANTAQ2025 mostram que o sistema aquaviário/portuário brasileiro movimentou cerca de **1,4 bilhões de toneladas** em cargas, com crescimento ano a ano de 6,1%; os contêineres somaram cerca de **15,3 milhões TEU**, com crescimento de 10,2%. Toneladas descrevem peso, enquanto TEU descreve posições de contêiner padrão, permitindo observar fluxos de carga diferentes separadamente. [32]

Em agosto de 2026, Santos movimentou **538200 TEU**, com crescimento de 3,9%; de 1 a 8 meses, as cargas somaram **125,9 milhões de toneladas**, com crescimento de 3,1%. Os portos de Paranaguá e Antonina somaram 46,86 milhões de toneladas de 1 a 8 meses; Itajaí movimentou 238873 TEU em janeiro–junho de 2026, com crescimento de 75%. Cada dado preserva o porto individual ou grupo portuário e seu respectivo período estatístico. [33] [34]

A entrada no mercado exige definir ao mesmo tempo o porto de chegada, o terminal, o estado de destino e o escopo de armazenagem e distribuição. Santos fica no estado de São Paulo (SP), Paranaguá e Antonina ficam no Paraná (PR), e Itajaí fica em Santa Catarina (SC); portos e estados descrevem, respectivamente, nós logísticos e níveis regionais.

14.1 A cobertura de fulfillment define o alcance de aquisição de clientes

A empresa deve primeiro definir as áreas de entrega e os prazos que consegue prometer, para depois organizar os investimentos em aquisição de clientes. A movimentação portuária ajuda a entender o fluxo de cargas; a entrega de cada pedido é gerida por reserva de embarque, chegada ao porto, liberação, entrada em estoque e data de disponibilidade para venda. P50 é a mediana da duração dos lotes, e P95 é o percentil em que 95% dos lotes têm duração igual ou inferior; ambos são calculados com base nos lotes reais da empresa.

Um mesmo porto de chegada atende várias regiões de venda, com diferenças em entrega final, armazenagem e condições de crédito ao cliente. O comerciante pode observar a taxa de cumprimento das entregas e os custos de pós-venda por estado de destino, tipo de cliente e volume do pedido, para então alocar recursos de canais regionais.
A ABOL cita o estudo ILOS2025, que estima os custos logísticos em **15,5%** do PIB, sendo 8,5 pontos percentuais em transporte, 5,3 em estoques, 1,0 em armazenagem e 0,6 em gestão. Trata-se de um estudo nacional de custos logísticos. O custo por pedido da empresa precisa discriminar separadamente transporte internacional, despesas portuárias, trecho interno, armazenagem e custo financeiro. [35]

> **Visão da ExpandOcean**
> **O alcance de aquisição de clientes parte das regiões que podem ser atendidas**
> A movimentação portuária reflete a escala do fluxo de cargas; o que o cliente precisa é a própria data de recebimento e a cobertura do serviço. A empresa deve configurar seus canais por estado de destino, prazos reais dos lotes e custo de entrega final, mantendo as promessas de publicidade alinhadas ao estoque disponível para venda. Os registros de entrega orientam reposição e investimento regional, aproximando-se mais da decisão operacional do que a comparação isolada do crescimento dos portos.

15 Custo de aquisição do cliente: a concorrência de preços exige escopo completo de entrega

A cotação FOB do fornecedor chinês, o custo de entrada em estoque no Brasil e o preço final ao cliente descrevem etapas diferentes da transação. Para comparar ofertas semelhantes, a empresa deve uniformizar especificações do produto, condições comerciais, tributos, logística doméstica e escopo de serviço.
O NCM de oito dígitos e os atributos completos da mercadoria determinam a tarifa e o tratamento administrativo da importação comum; o regime tributário do importador, o estado de destino e a data da declaração determinam as condições específicas de aplicação. II, IPI, PIS/Cofins-Importação e ICMS são apurados conforme suas respectivas bases de cálculo; o ICMS tem estrutura de imposto por dentro. [36] [37] [38] [39]
O espaço de preço e a vantagem de custo devem ser comparados sob as mesmas condições tributárias e de entrega. O pagamento em caixa na importação, os créditos tributários posteriores e o prazo de aproveitamento dos créditos devem ser apresentados separadamente, para facilitar a gestão simultânea da cotação e do capital imobilizado. Armazenagem, comissões de canais, publicidade, pagamentos e despesas de pós-venda devem ser listados à parte como custos comerciais.
A empresa pode definir a contribuição do pedido como: receita líquida sem impostos sobre vendas após reembolsos, menos o custo da mercadoria em estoque depois da dedução dos créditos tributários aproveitáveis, e menos comissões de canais, pagamentos, publicidade, entrega final e despesas de pós-venda atribuíveis. Os itens de custo devem permanecer mutuamente exclusivos, evitando dupla contagem de logística ou tributos. Observar o crescimento dos pedidos junto com esse indicador de contribuição permite avaliar promoções e canais com mais clareza.

Em base de juros simples, durante a fase em que o principal fixo fica imobilizado, o **custo financeiro = principal imobilizado × custo financeiro anual efetivo × dias ÷ 365**. Quando o principal muda conforme pagamentos e recebimentos, calcula-se por etapas e soma-se o resultado. Impostos de importação já pagos continuam imobilizando caixa até a obtenção do crédito; o custo econômico da cotação e a necessidade de caixa da compra devem ser administrados separadamente.

Políticas específicas alteram as condições de entrada para alguns produtos e empresas. O Ex-tarifário para bens de capital e bens de informática e telecomunicações é aplicado conforme o NCM aplicável, a descrição técnica legal e a qualificação; as cotas automotivas CKD/SKD são aplicadas conforme a qualificação e a licença da empresa. A comparação de custos entre diferentes caminhos deve usar o mesmo produto e as mesmas condições de transação. [40] [15] [16]

Medidas antidumping também são aplicadas conforme o escopo do produto. Por exemplo, GECEX817/2025 de 78,3% incide sobre alto-falantes originários da China, com peso superior a 18 gramas e destinados ao uso em veículos automotores terrestres, com exclusão de buzzer de painel; a medida de US$2,42/kg sobre cabos de fibra óptica exclui cabos submarinos e OPGW. A descrição do produto, a unidade de tributação e as informações do exportador/produtor devem ser conferidas em conjunto. [41] [42]

Em 2026, CBS0.9% e IBS0.1% são parâmetros legais de teste, tratados conforme isenções, compensações e obrigações acessórias aplicáveis; a partir de 2027, a CBS e a transição dos tributos antigos para o IBS em 2029—2033 devem ser administradas conforme o cronograma institucional já publicado. Contratos e cotações que cruzam anos devem ser organizados pelas regras válidas em cada etapa. [43] [44]

> **Visão da ExpandOcean**
>
> **A vantagem da cotação é testada pela contribuição do pedido**
>
> Preço FOB baixo, custo de entrada em estoque e rentabilidade do canal pertencem a etapas diferentes da transação. A comparação de compras deve uniformizar tributação e escopo de entrega; a avaliação de vendas deve incluir também custos atribuíveis de aquisição de clientes, pagamento e pós-venda. O planejamento de caixa calcula separadamente créditos e prazos de recebimento. Assim, a empresa identifica se o espaço de preço realmente sustenta vendas contínuas, em vez de apenas gerar uma diferença contábil de preço.

16 Condições de entrada no mercado: responsabilidades locais claras sustentam vendas contínuas

No mercado brasileiro, o importador, o titular do produto, o solicitante da certificação, o distribuidor e a estrutura de pós-venda assumem responsabilidades comerciais distintas. A empresa deve definir, nos acordos de cooperação, as autorizações, a manutenção de certificados, as alterações, o tratamento de qualidade e a rastreabilidade dos lotes.

Produtos regulados pelo Inmetro entram conforme os requisitos de avaliação da conformidade correspondentes; produtos de telecomunicações entram pela rota de certificação e homologação da ANATEL. Alterações de modelo, fábrica, componentes críticos e software entram na manutenção. Materiais de teste internacionais servem

como evidência técnica; a habilitação para venda e a rotulagem no Brasil seguem o regime local aplicável. [45] [46] [47]
Dispositivos médicos são tratados conforme a classificação de risco RDC751, com notificação para classes I/II, registro para classes III/IV, além de definição do titular, qualificação AFE aplicável e rótulos/instruções em português. Agrotóxicos, fertilizantes e alimentos de origem animal organizam o acesso, respectivamente, conforme registro, autoridade competente e documentos por lote. [48] [49] [50] [51] [52]
O catálogo de produtos da Duimp conecta NCM, atributos da mercadoria, fabricante e operador estrangeiro aos dados de licenciamento e declaração; a migração da DI para a Duimp ocorre em fases conforme as condições operacionais. A preparação de documentos deve estar articulada aos dados do fornecedor, ao contrato de compra e à reserva de embarque. [53] [54]
Pequenas encomendas transfronteiriças e importações comerciais gerais usam caminhos operacionais diferentes. Os benefícios do PRC são aplicados conforme plataforma certificada, pessoa física, DIR e condições de valor; a importação comercial por pessoa jurídica segue o respectivo sujeito e regime declaratório. Ao desenhar canais, a empresa precisa manter alinhados cliente, estoque, importador e caminho tributário. [55] [56]

> **Visão da ExpandOcean**
>
> **A organização das responsabilidades locais entra na primeira comparação comercial**
>
> A divisão de funções entre importador, titular do certificado e estrutura de distribuição e pós-venda afeta alterações de documentos, tratamento de qualidade e continuidade da entrega. Ao comparar alternativas, a empresa deve esclarecer conjuntamente a manutenção de certificados, a autorização de dados, a rastreabilidade dos lotes e as responsabilidades de pós-venda. Com adaptação do produto e responsabilidades locais claras, o cliente consegue comparar compras com base em uma solução completa.

17 Entrada comercial: formar relações de compra sustentáveis a partir do uso do cliente

17.1 Definir a forma de entrada a partir dos clientes e recursos de canal existentes

Negócios de varejo e marca própria se orientam por público-alvo, experiência de uso, faixa de preço e posicionamento de pós-venda; atacado e distribuição se orientam por frequência de compra a jusante, especificações, crédito e posicionamento de estoque; compras industriais e de projetos se orientam por adaptação técnica, financiamento, instalação e aceite.
A empresa primeiro esclarece qual problema de compra está resolvendo e depois define os critérios de comparação de fornecedores. Por exemplo, reposição periódica exige lotes e prazos de entrega estáveis; compras de projeto exigem parâmetros, documentação técnica e aceite; marcas de canal exigem embalagem, qualidade e experiência de uso. Cada tipo de negócio organiza seus próprios conteúdos de venda e parceiros.

17.2 Conectar clientes e fornecedores pela mesma base de compra

O briefing de compra lista uso pretendido, especificações, quantidade, embalagem, condições comerciais, pagamento e aceite. A amostra ou avaliação técnica define função, materiais, dimensões e requisitos de lote com base em condições reais de uso. A cotação separa mercadoria, logística, tributos e serviços locais; o pedido define alterações, pagamento e responsabilidades de qualidade.

Essa prática permite que o cliente compare soluções e que o fornecedor entenda claramente o objetivo de entrega. Os dados técnicos, de qualidade e de entrega formados na primeira compra podem ser usados na compra seguinte, reduzindo custos de comunicação repetida.

17.3 Conectar o conteúdo de aquisição de clientes à etapa de decisão do cliente

Para consumidores, o conteúdo explica uso do produto, experiência e entrega; para distribuidores, explica frequência de fornecimento, embalagem e pós-venda; para compras técnicas, explica parâmetros, adaptação e serviços de projeto. Aceitação da cotação, pagamento, recebimento e recompra medem, respectivamente, o avanço de cada etapa.

A ExpandOcean trabalha com pesquisa de fornecedores chineses, cotações comparáveis, amostras e apoio ao desenvolvimento de produtos, além de coordenar recursos de cooperação em qualidade e logística para a comunicação de projetos comerciais. O cliente pode levar mercado-alvo, uso de compra, especificações e escala para discutir o escopo de cooperação em fornecimento e canais. [57]

Canal de comunicação para projetos: **expandocean.co**. A comunicação de mercado e fornecimento parte de um briefing de compra claro, avançando a cooperação em torno de produto, cotação e arranjos de entrega.

> **Visão da ExpandOcean**
>
> **Um briefing de compra conecta clientes e fornecedores**
>
> Colocar uso pretendido, especificações, quantidade, pagamento e critérios de aceite no mesmo briefing de compra reduz rupturas de informação entre a cotação e o pedido. A avaliação de amostras, as cotações comparáveis e os arranjos de entrega avançam com base nesse briefing; os dados formados na primeira compra são usados em lotes posteriores e na comunicação com canais, apoiando uma cooperação comercial repetível.

18 Próximo trimestre: conectar a observação do mercado ao ritmo operacional

Comércio e concorrência. Acompanhar mensalmente a participação, no mesmo critério, das origens chinesas e das importações globais do Brasil, separando valor e volume físico, e observar os incrementos dentro dos capítulos e a amplitude de crescimento em automóveis, eletrônicos, máquinas e materiais. A estrutura de origem deve dialogar com a comparação de compras dos clientes.

Demanda e vendas. No varejo, observar pagamentos, recebimentos e devoluções; na distribuição, reposição e crédito; em projetos industriais, especificações técnicas,

contratos, recursos financeiros e aceite. Gerir dados por público-alvo e faixa de preço permite identificar com mais clareza mudanças na demanda e nos custos.
Região e fulfillment. Conectar estado de destino, cobertura de entrega e estoque disponível para venda às promessas de marketing, acompanhando entrega, qualidade e conversão de caixa por lotes reais. O plano de crescimento deve organizar simultaneamente compras, estoque de canais e recebimentos.
Condições operacionais entre anos. 31 de outubro de 2026 é o marco de solicitação para as cotas proporcionais automotivas designadas; em 11 de 1, a redistribuição de saldos será tratada conforme as regras; o marco de documentos eletrônicos da reforma tributária na Duimp em 2027 entra no planejamento de contratos e documentos que cruzam anos. Negócios específicos devem ser organizados conforme tarifas, qualificações e licenças vigentes. [58] [16]

> **Visão da ExpandOcean**
> **No próximo trimestre, usar registros operacionais para conectar observação do mercado e investimento**
> A estrutura nacional de comércio serve para orientar a direção; registros de conversão de clientes e fulfillment servem para ajustar recursos. Ao conectar consultas, pagamentos, entregas, recompras e recebimentos por público-alvo e região, a próxima compra e o investimento em marketing passam a ter a mesma base. Marcos de políticas específicas entram nas transações correspondentes; negócios regulares mantêm seu próprio ritmo de vendas e caixa.

19 Critérios dos dados e fontes citadas

Os dados comerciais adotam o critério de **importações brasileiras, origem China, dólar FOB**. O ano completo de 2025 é US$70,916 bilhões; janeiro–setembro de 2025 é US$53,353 bilhões; janeiro–setembro de 2026 é US$58,623 bilhões; a comparação anual usa sempre o mesmo período. Os dados do Comex Stat vão até setembro de 2026, a data oficial de atualização é 6 de outubro de 2026, e a data de corte do relatório é 16 de outubro de 2026. [1] [2]
Os três períodos cobrem 1069 itens HS4 com comércio registrado, totalizando 3207 pontos de verificação item a item por valor, todos consistentes com a consulta oficial. HS2 corresponde a capítulos, e HS4 a posições tarifárias; o tratamento tributário e administrativo usa o NCM completo de oito dígitos e os atributos da mercadoria. Itens ausentes na consulta completa são tratados como zero conforme as regras de soma, e comparações anuais sem base no período anterior permanecem em branco.
A contribuição do incremento líquido usa a variação líquida do total correspondente como denominador; a amplitude de crescimento é contada por itens do mesmo nível; a análise com exclusões remove os itens correspondentes nos dois períodos e recalcula a comparação anual. A composição setorial usa códigos mutuamente exclusivos. Valores, taxas de crescimento e variações em pontos percentuais são calculados com valores não arredondados e depois ajustados à precisão exibida; os valores exibidos podem apresentar diferenças de arredondamento. O valor monetário mede o valor comercial; volume de compras, recompra de clientes e vendas ao consumidor final usam seus respectivos dados. Valores globais, participações e uso econômico adotam a mesma versão da API oficial.

Os dados macroeconômicos preservam a variação trimestral com ajuste sazonal, a comparação anual ou o trimestre móvel; pesquisas empresariais preservam retrospectiva e planos; financiamento preserva aprovações e desembolsos; canais digitais preservam a população pesquisada e a definição de múltipla escolha; portos preservam porto individual, grupo portuário e período estatístico. Valores reais anuais, pesquisas setoriais e estatísticas pontuais de associações são citados conforme suas definições originais.
As políticas usam leis, resoluções e documentos operacionais oficiais vigentes até a data do relatório; a execução específica usa as regras vigentes na data da declaração. Os títulos das citações abaixo têm links para as fontes originais, e a numeração corresponde às citações no texto.

20 Referências

[1] Comex Stat: consulta de importações brasileiras e detalhamento HS4
[2] Comex Stat: documentação oficial da API
[3] IBGE: PIB cresce 0,5% no 2º trimestre de 2026 (2026-09-01)
[4] IBGE: PIB de 2025 cresce 2,3% (2026-03-03)
[5] IBGE: IPCA de setembro de 2026 é 0,82% (2026-10-09)
[6] IBGE: PNAD Contínua do trimestre móvel encerrado em agosto de 2026 (2026-09-29)
[7] Banco Central do Brasil: Copom reduz a Selic para 13,75% (2026-09-16)
[8] Banco Central do Brasil: definição da taxa Selic e mecanismo de transmissão
[9] MDIC/SECEX: boletim mensal do comércio exterior brasileiro de setembro de 2026 (dados consolidados)
[10] MDIC/SECEX: série histórica consolidada do comércio exterior brasileiro (atualização de setembro de 2026)
[11] ANFAVEA: comunicado à imprensa de outubro de 2026 (até o mês 9)
[12] Centro de Dados da ANFAVEA: nota metodológica das estatísticas
[13] ABVE Data: veículos leves eletrificados até setembro de 2026
[14] MDIC: Programa MOVER (atualização de 2026-07-06)
[15] Diário Oficial: GECEX927/2026, cotas de veículos
[16] Diário Oficial: SECEX513/2026, distribuição de cotas de veículos
[17] IBGE: resultados anuais da produção industrial de 2025
[18] IBGE: divulgação da PIM-PF de agosto de 2026
[19] CNI: pesquisa de investimento industrial 2025—2026
[20] BNDES: desempenho operacional de 2025
[21] EPE, “Síntese do Relatório Final BEN 2025” (ano-base 2024)
[22] ABSOLAR: panorama estatístico da energia solar fotovoltaica no Brasil (atualização de 2026-07-20)
[23] ANEEL: regras de micro e minigeração distribuída (atualização de 2026-06-09)
[24] IBGE PNAD Contínua: uso da internet e compras online por pessoas em 2025, 2026-07-02
[25] IBGE PNAD Contínua: acesso domiciliar à internet em 2025, 2026-07-02
[26] NielsenIQ Ebit, Webshoppers 51 Free (2025-04, PDF sem data específica)
[27] NielsenIQ Ebit Webshoppers: descrição do produto e do escopo do relatório (página sem data de publicação indicada)
[28] Cetic.br/NIC.br: compradores por canal de compra (dados de 2024; página sem data de publicação indicada)
[29] Cetic.br/NIC.br: formas de pagamento em compras online (dados de 2024; página sem data de publicação indicada)

[30] Banco Central do Brasil, Relatório de Gestão do Pix 2023-2025, 2026-08-10
[31] Ministério da Fazenda do Brasil: divulgação e estatísticas do Relatório de Gestão do Pix 2025 do Banco Central, 2026-08-19
[32] Agência Porto republica estatísticas anuais da ANTAQ, “Desempenho Aquaviário 2025” (2026-02-11)
[33] Ministério de Portos e Aeroportos do Brasil: movimentação portuária de agosto de 2026 (publicado em 2026-09-28, revisado em 2026-09-30)
[34] Ministério de Portos e Aeroportos do Brasil: fluxo de cargas de nove portos no primeiro semestre de 2026 (2026-08-03)
[35] ABOL: resumo do estudo ILOS 2025 sobre custos logísticos (2026-02-26)
[36] MDIC: tarifa vigente no Brasil e anexos da Resolução GECEX nº 272
[37] Lei Complementar 87/1996
[38] Receita Federal do Brasil: termos do simulador de tributos incidentes na importação
[39] PGFN: PIS/COFINS-Importação
[40] Resolução GECEX nº 512 (texto consolidado)
[41] Resolução GECEX nº 837., de 19 de dezembro de 2025
[42] Resolução GECEX nº 817., de 27 de novembro de 2025
[43] Emenda Constitucional 132/2023: arts. 125 a 130 do ADCT
[44] Texto compilado da Lei Complementar 214/2025 (com alterações da LC227/2026)
[45] Portaria Inmetro nº 200., de 29 de abril de 2021 — Requisitos Gerais de Certificação de Produtos
[46] Resolução Anatel nº 715., de 23 de outubro de 2019 — Regulamento de Avaliação da Conformidade e de Homologação de Produtos para Telecomunicações
[47] Resolução Anatel nº 780., de 1º de agosto de 2025 — alterações ao Regulamento de Homologação
[48] ANVISA: RDC nº 751/2022 (texto consolidado vigente e com alterações)
[49] ANVISA: RDC nº 16/2014 (texto consolidado vigente sobre AFE)
[50] Brasil: Lei nº 14.785/2023
[51] Brasil: Decreto nº 4.954/2004 (regras de registro e importação de fertilizantes etc.)
[52] MAPA: importação de produtos de origem animal (execução do art. 486 do Decreto nº 9.013/2017)
[53] Receita Federal: Catálogo de Produtos da Duimp
[54] Siscomex: Cronograma de Desligamento da DI
[55] Receita Federal: Tributação (RTS, PRC e ICMS)
[56] Receita Federal: Declaração Aduaneira (DIR, DSI e DI)
[57] ExpandOcean: apresentação dos serviços de mercado e compras no Brasil
[58] Documento conjunto RFB/CGIBS nº 4: cronograma de documentos fiscais eletrônicos