



## Turismo e Impactos dos *Free-Shops* em Zonas de Fronteira

### Resumo

Este estudo tem como objetivo apresentar um conjunto de categorias que possibilitem compreender alguns dos impactos que atividade turística pode gerar a partir da criação de *free-shops* nos municípios brasileiros. Para tal, realizou-se um ensaio teórico de natureza exploratória, com o intuito de levantar proposições relacionadas ao tema. Como resultados, foram observados os seguintes impactos: (a) desvalorização do produto brasileiro; (b) aumento da competitividade do comércio brasileiro; (c) contrabando; (d) variação cambial; (e) fomento do turismo de compras; (f) geração de emprego e renda; (g) aumento da visibilidade da fronteira.

**Palavras-chave:** Turismo; *Free-shops*; Turismo de compras.

### Abstract

This study aims to present a set of categories that make it possible to understand some of the impacts that tourist activity can generate through the creation of free shops in Brazilian municipalities. A theoretical essay of exploratory nature was constructed, with the purpose of raising propositions related to the theme. As a result, the following impacts were observed: (a) devaluation of the Brazilian product; (b) increasing the competitiveness of Brazilian trade; (c) smuggling; (d) exchange variation; (e) promotion of shopping tourism; (f) generation of employment and income; (g) increased visibility of the border.

**Key-words:** Tourism; Free-shops; shopping tourism.

## 1 Introdução

O termo *duty-free* teve origem na década de 1940, no município de Shannon, na Irlanda, como uma nomenclatura que se dava ao início do processo de venda livre de taxas de bebidas alcoólicas e tabaco aos passageiros dos voos transatlânticos, que ocorriam durante o período em que as aeronaves eram reabastecidas (NEWMAN, JONES e LLOYD-JONES, 1998).

Nos dias atuais, no lugar de *duty-free* vem sendo utilizada a expressão *tax-free*, que se refere à isenção do valor acrescentado ou índice sobre o preço de venda da maioria dos produtos concedido na Europa, no regime dos viajantes com residência fora da União Europeia, que emana do conceito de isenção de impostos locais na exportação de mercadorias.

No Brasil, de forma similar às *tax-free*, existem os chamados *free-shops* que constituem lojas que comercializam produtos de marcas importadas com isenção ou redução de impostos, que geralmente se localizam nas salas de embarque e desembarque de voos internacionais.

Posteriormente, o modelo dos *free-shops* passou a ser adotado globalmente, não apenas em aeroportos, passando a existir em portos, em navios de transporte internacional e, em alguns casos, no centro de cidades nas quais a legislação do país permita (FERREIRA *et al.*, 2012).



Aliado ao cenário descrito e devido a legislações favoráveis, nota-se uma crescente relevância de estudos que procurem a temática sobre a ótica das cidades *free-shops*, em especial, a partir do ano de 2012, relativo à legislação pertinente para a instalação de lojas *free-shop* em 28 municípios brasileiros que constituem regiões de fronteira com cidades de outros países pertencentes à América do Sul. Nesse contexto, Silva e Prado (2014, p.13) apontam que a criação da Lei 12.723 permitirá o crescimento do comércio e do turismo nessas localidades específicas, como fator beneficiador e de movimentação da economia local.

Com base neste preâmbulo, o presente estudo tem como objetivo apresentar um conjunto de categorias que possibilitem compreender alguns dos impactos que atividade turística pode gerar a partir da criação de *free-shops* nos municípios brasileiros.

De maneira geral, acredita-se que a criação das lojas francas poderá trazer novas perspectivas de crescimento econômico aos municípios fronteiriços brasileiros, contudo, ainda é um ambiente de incertezas. Basicamente busca-se tratar deste assunto, dando ênfase no crescimento econômico ou danos que a implantação dos *free-shops* pode causar. Após alguns levantamentos bibliográficos deve-se atentar para o crescimento do comércio e do turismo, como fator beneficiador e de movimentação da economia (SILVA e PRADO, 2014).

Embora para os habitantes de cidades de fronteira a nomenclatura *free-shop* seja de grande conhecimento, levando em consideração que nem todas as fronteiras possuem esta zona de comércio, no lado brasileiro a população desconhece os resultados que esta zona de livre comércio poderá trazer, obviamente porque se tratar de um processo em fase de implantação (LUCENA, 2011).

Sendo assim, este estudo procura levar à sociedade e ao ambiente acadêmico, ainda que de forma concisa e inicial, considerações sobre a inovação legislativa recentemente sancionada e os possíveis impactos no ambiente econômico.

## **2 O comércio internacional e as taxas cambiais**

Padroniza-se dizer que o recente processo de globalização ocorrido na era pós-industrial fez emergir a sociedade da informação, na qual o acirramento do processo de concorrência passa a ocorrer de forma globalizada, indo além do âmbito local, tornando o cenário econômico mundial estruturado em redes de negócios. No entanto, embora esse entendimento pareça ser comum, nota-se divergências sobre o fato de que a



# Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

globalização não pode ser vista como um fenômeno recente, pois a mesma pode ter se originado nas grandes navegações portuguesas (FLEURY, 2012), na primeira metade do século XX, a partir da grande depressão econômica de 1929 ou no fim da primeira guerra mundial (GUILLÉN, 2001).

Esse cenário trouxe a possibilidade de se encontrar produtos em regiões com maiores facilidades de produção, o que se acentuou a partir da expansão marítima com a busca de novos consumidores para os produtos nacionais. Panorama que levou ao predomínio do capitalismo comercial mercantilista entre os séculos XIV e XVIII, apresentando traços tais como o metalismo, o protecionismo alfandegário, a intervenção do Estado na ordem econômica, o monopólio e o colonialismo (DIAS e RODRIGUES, 2007).

Além do mercantilismo, Arruda, Araújo e Silva (2011, p.166) atentam para a Revolução Industrial ocorrida no final do século XVIII na Inglaterra, que segundo os quais “teve seu processo acelerado devido ao amplo ingresso de ouro em seu território, proporcionando uma elevada participação nesta fase da comercialização internacional”. Salientado esse cenário, pode-se considerar que a globalização vem contribuindo para o aumento no número de viagens, comércio, migração, proliferação, influências culturais, difusão de conhecimento, ciência e tecnologia (LACOMBE e HEILBORDN, 2003).

A partir da década de 1990, com o plano de estabilização econômica, o Brasil passou a se inserir no mercado internacional tendo que se adaptar a uma nova realidade econômica (ARRUDA, ARAÚJO e SILVA, 2011). O que refletiu na indústria nacional, promovendo a entrada de empresas e marcas internacionais no mercado doméstico (SEN, 2002). *Posteriori*, as transações brasileiras passaram a assumir novas estratégias no comércio internacional, destacando-se em atividades tais como exportações, importações, transferências de rendas e transferências de capitais (BAUMANN, CANUTO e GONÇALVES, 2004).

Arruda, Araújo e Silva (2011, p.167), se referindo a todas as particularidades inerentes ao comércio internacional, próprias não apenas do Brasil, mas a diversas outras nações, ressaltam que a “unificação de todas as moedas do mundo traria uma enorme facilidade para as transações comerciais, pois tornaria desnecessárias as operações de câmbio, inclusive barateando as operações”.



No entanto, dado que as moedas refletem os diversos problemas econômicos de cada país, tal unificação se mostra como algo praticamente impossível, motivo pelo qual surgem as atividades cambiais (MAIA, 2008). Nesses preceitos, Ratti (2011) define a atividade de câmbio como uma operação de compra ou venda de uma moeda nacional por uma estrangeira e vice-versa.

Para Maia (2008), o mercado cambial subdivide-se em: Mercado de Câmbio Sacado, Manual e Paralelo, dentre os quais o segundo tipo merece destaque dado o objetivo deste estudo. Sendo assim, considera-se que o Mercado de Câmbio Manual compreende as operações realizadas em espécie, sendo este muito limitado e realizado, em sua maioria, nas agências de turismo, casas bancárias ou hotéis. O mesmo é também conhecido como câmbio turismo, por ser efetuado em grande parte por viajantes que se dirigem ao exterior e vice-versa.

Nos dias atuais, a conversibilidade tem um sentido mais restrito, pois uma moeda é considerada conversível quando o seu portador consegue, sem restrições, trocá-la por qualquer outra moeda no mundo (MAIA, 2008). Sobre este aspecto, Ratti (2011) salienta que o grau de aceitabilidade de uma moeda pode variar, pois algumas são amplamente aceitas por serem utilizadas em transações internacionais, passando inclusive a constituir a reserva cambial de muitos países, como é o caso do dólar americano.

### **3 A região de fronteira e o turismo**

Pode-se entender como região de fronteira aquela marcada pelas múltiplas relações (econômicas, sociais, políticas, de trabalho, culturais, pessoais) entre atores de diferentes naturezas, que formam um espaço transnacional, marcado por contrastes entre países que partilham a fronteira e em suas regiões (FOGEL, 2008).

Como exemplo, Fogel (2008) cita as atividades comerciais ocorridas entre as cidades de Foz do Iguaçu (Brasil) e Cidade do Leste (Paraguai) que constituem mercados de trabalho transfronteiriços de grande relevância, que em períodos de pico passam pela segunda cidade cerca de 30 mil “sacoleiros” brasileiros.

No território transfronteiriço, desenvolve-se um denso tecido de relações entre atores sociais e políticos, locais, nacionais e transnacionais (ALBÍNZANO, 2004). O que tradicionalmente envolve o tráfico de armas, drogas e contrabando de produtos eletrônicos (FOGEL, 2008).



# Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

Como exemplo, Fogel (2008) salienta o comércio da Cidade do Leste, que depende do ir e vir do outro lado da fronteira. O que envolve milhares de viagens diárias, no qual o setor comercial é a manutenção de relações de interdependência com os turistas e sacoleiros brasileiros. Para o autor, inicialmente eram contrabandeados whisky e cigarros em grande escala, o que gerou um tipo de turismo que envolve grandes volumes de compra por parte dos sacoleiros de rua, que não conseguem encontrar emprego no mercado formal de trabalho.

Aprofundando essa discussão, Dimanche (2003) atenta para a necessidade de se estudar a relação existente entre o turismo e o comércio, ou seja, a análise da mesma sob a ótica das compras *duty-free* ou livre de impostos, através de uma perspectiva econômica ou de marketing, não pode ser ignorada. Segundo Rugman e Verbeke (2008), os destinos utilizam cada vez mais as compras como forma de promover o turismo local, podendo ser essa atividade a atração principal de uma região.

Como exemplos, pode-se a Air France, que comercializa viagens de compras da Europa para o Estados Unidos, em cooperação com os operadores turísticos. Como também o Mall of America, composto por lojas, hotéis, restaurantes e atividades de entretenimento, principal produto turístico de St. Paul-Minneapolis, em Minnesota.

Para Dimanche (2003), os turistas internacionais merecem destaque, pois permanecem mais tempo em uma dada localidade e gastam maior volume de dinheiro que os nacionais. Nesses preceitos, Keown (1989) salienta que para atrair turistas de compras, um destino deve oferecer uma experiência de compra de qualidade e gerar valor relativo para os bens em analogia aos países dos turistas domésticos. O que pode ser promovido através da criação e ofertas de bens *duty-free* ou *tax-free*.

Embasado nesse contexto, Dimanche (2003) ressalta que em suas viagens os turistas podem gastar um volume significativo de dinheiro por compras de lembranças ou bens prontamente disponíveis ou a preços menos acessíveis em sua região de origem. O que pode ser estimulado a partir de um incentivo econômico local que proporciona maior valor do que aquele normalmente encontrado em seu país.

O princípio sobre qual pode ser aplicado a turistas internacionais constituem-se nos impostos sobre vendas e sobre o valor agregado aplicados com a restrição de que os governos não cobrem impostos sobre as exportações para outros países. Essa



alternativa, normalmente, é utilizada como uma estratégia de desenvolvimento econômico.

Portanto, sob os preceitos apresentados, países ao redor do mundo oferecem compras livres de impostos para os visitantes internacionais. Nesse cenário, turistas se beneficiam de tais programas e destinos podem se beneficiar financeiramente, bem como podem gerar as chegadas e os gastos adicionais como resultado de compras livres de impostos (DIMANCHE, 2003).

#### **4 Cidades-gêmeas**

As cidades gêmeas são espaços localizados dentro da faixa de fronteira, onde as relações transfronteiriças são realizadas. Nestes espaços, existem dinâmicas sociais distintas em que geralmente estão ligadas à redes ou foros de articulação regional ou internacional, que de modo geral, ampliam sua capacidade institucional e de relacionamento com outros atores. A fusão em uma única área urbana, localizadas no espaço da linha limite, situadas em zona de fronteira, caracterizam as cidades gêmeas (PRADO, 2016).

Devido a pressões dos municípios de fronteira o Ministério da Integração resolve, através da Portaria 125, de 21 de março de 2014, estabeleceu o conceito de cidades-gêmeas nacionais. Sendo que, em 26 de março de 2014, houve a republicação da portaria 125, onde o poder público vislumbrou o conceito de cidades gêmeas, e inicialmente classificou 30 municípios.

Art. 1º - Serão consideradas cidades-gêmeas os municípios cortados pela linha de fronteira, seja essa seca ou fluvial, articulada ou não por obra de infra-estrutura, que apresentem grande potencial de integração econômica e cultural, podendo ou não apresentar uma conurbação ou semi-conurbação com uma localidade do país vizinho, assim como manifestações "condensadas" dos problemas característicos da fronteira, que aí adquirem maior densidade, com efeitos diretos sobre o desenvolvimento regional e a cidadania. (Portaria MI nº 125, de 21 de março de 2014, do Ministério da Integração Nacional).

Ressalta-se que o Ministério da Integração sofreu fortes pressões de políticos representantes de unidades federativas onde existiam municípios localizados em faixas de fronteira, mas cujas cidades não perfaziam aglomerações fronteiriças. Caso contrário, seriam definidas somente aquelas já apontadas no Programa de Desenvolvimento da Faixa de Fronteira e assim definidas por Machado (2010, p.63).



Corroborando com essa linha de pensamento, Banducci Júnior (2011, p.16), destaca que “as fronteiras compreendem redes de relações e de influências sociais, culturais e políticas que transcendem os espaços locais para abranger contextos nacionais e internacionais mais amplos”.

Os conceitos analisados e citados trazem uma breve reflexão sobre o suposto estudo de fronteira. Levando em consideração que neste trabalho a fronteira será entendida como um espaço de comunicação e de trocas, integração, aproximações culturais diversas, construída por relações sociais de complementaridade. Alguns agentes econômicos e sociais, como por exemplo, trabalhadores e empresários cruzam a passagem de fronteira para exercer suas atividades laborais e de negócios para um e outro lado.

## 5 *Free-shops*

O termo *free-shops* deriva da terminologia *duty-free*, sendo esta alcunha originada na década de 1940, na municipalidade de Shannon, na Irlanda. De acordo com Newman, Jones e Lloyd-Jones (1998) esta nomenclatura era utilizada para denominar o começo do processo de comercialização isenta de taxas. Os artigos vendidos eram, predominantemente, bebidas com teor alcoólico e gêneros tabagistas, sendo que estas vendas aconteciam no intervalo para os reabastecimentos de aeronaves que transportavam passageiros de voos transatlânticos.

Ainda sobre as denominações utilizadas para se referir aos *free-shops*, Xavier *et al.* (2013) traz uma outra expressão que se popularizou, a designação *tax-free*. Balizada no conceito de isenção de impostos locais na exportação de mercadorias, esta nomenclatura se refere à isenção do custo adicionado ou índice sobre o preço de venda da maior parte dos produtos concedido na Europa, no regime dos viajantes com residência fora da União Europeia.

Gradativamente, tanto a conceituação quanto o padrão dos *free-shops* começaram a ser disseminados em outros lugares que não só a Europa. Desta forma, Almeida, Costa e Benedetti (2012) contribuem dizendo que este modelo de *free-shops* acabou por ser empregado globalmente, de maneira mais abrangente e não mais apenas em aeroportos, passando a haver em portos, em embarcações de transporte internacional e, em casos específicos onde a legislação da região consinta, no centro de cidades.



No território brasileiro, a caracterização dos *free-shops* não é muito diferente das conceituações já citadas anteriormente. Reiterando isto, pode-se dizer que os *free-shops* ou *duty-free* são lojas nas quais os artigos vendidos tem uma redução ou completa isenção de tributos e têm sua localização basicamente em portos ou aeroportos.

No Brasil, os *free-shops* aparecem pela primeira vez num documento oficial, em 7 de abril de 1976, por meio do decreto 1.455/1976 que consiste, dentre outras coisas, na isenção de tributos sobre mercadorias adquiridas por viajantes em loja franca ("*free - shop* ") instalada em porto ou aeroporto nacional (BRASIL, 1976). De forma complementar, Silva e Prado (2014) citam a relevância de tal decreto, pois a partir deste é que se dá a autorização do funcionamento de lojas francas.

## **6 Lei 12.723/2012 dos *free-shops***

Com a publicação da Lei nº. 12.723/2012, que autoriza a instalação de lojas francas em municípios da faixa de fronteira, cujas sedes se caracterizam como cidades gêmeas de cidades estrangeiras e sua aplicação através da Portaria 307 de 17 de julho de 2014 do Ministério da Fazenda, uma nova discussão sobre as oportunidades de desenvolvimento e de formulação de políticas públicas iniciou no Brasil, principalmente ligadas à limitação de competências relativas e a coordenação de funções.

Numa retrospectiva histórica acerca dos *free-shops* no Brasil, Silva e Prado (2014) apresentam uma breve análise sobre os impactos da mencionada Lei. Segundo eles, considerando os aspectos do comércio internacional e, sobretudo as regras aduaneiras, trata-se uma legislação apropriada que atende a necessidade de uma melhor fiscalização e controle por parte da administração pública. Os aspectos do comércio internacional, sobretudo as regras aduaneiras engajaram um interesse na elaboração de uma legislação apropriada e que atendesse a necessidade de uma melhor fiscalização e controle por parte da administração pública.

Neste sentido, o Decreto-Lei nº 1.455/1976 foi publicado. Tal decreto dispõe sobre bagagem de passageiro procedente do exterior, disciplina o regime de entreposto aduaneiro, estabelece normas sobre mercadorias estrangeiras apreendidas e dá outras providências. Foi que, a partir deste decreto, nasceu no Congresso Nacional, por iniciativa do parlamentar Marco Maia (PT/RS), o projeto de Lei nº 6.316/2009, o qual ensejou à criação da Lei nº 12.723/2012, tendo como principal providência a



autorização de instalação de lojas francas em Municípios da linha de fronteira (SILVA e PRADO, 2014).

Criada a Lei 12.723/2012 autoriza-se a instalação de lojas francas em municípios contíguos da linha de fronteira cujos locais que sediaram se caracterizam como cidades gêmeas. O Congresso nacional partiu do entendimento que os moradores das cidades fronteiriças muitas vezes atravessam os limites internacionais para adquirir os mesmos produtos, com preços mais baixos, desfavorecendo o comércio local pela incapacidade de concorrência (ALMEIDA *et al.*, 2015).

A Lei 12.723/2012 determina ainda que a venda de mercadorias nas lojas francas das fronteiras somente será autorizada a pessoas físicas, segundo as regras estabelecidas pela própria norma e atendendo aos demais requisitos e condições fixados pela autoridade competente. Sendo assim não há restrições para que os brasileiros comprem nestas lojas, nem mesmo se não forem turistas, e sim moradores das cidades gêmeas. A grande questão que se pôs a partir da foi à necessidade de se estabelecer o conceito oficial de cidades-gêmeas na linha de fronteira do Brasil. Quais critérios poderiam ser utilizados para a classificação de cidades brasileiras como cidades-gêmeas, inicialmente para que se definam exatamente os municípios que irá possivelmente ser contemplados com as chamadas lojas franca, e posterior a esta problemática a pressão sofrida por parte de alguns municípios localizados na faixa de fronteira e pelas exíguas políticas públicas específicas para essas localidades (ALMEIDA *et al.*, 2015).

## **7 Turismo de compras e *free-shops***

Com a expansão do setor terciário, é evidenciada a importância do turismo, já que a composição do produto turístico se dá, essencialmente, pela agregação de serviços que possibilitem a fruição de experiências de determinadas paisagens. Já está vencida a fase, tanto no Brasil, quanto no mundo, em que se questiona a importância do turismo como força econômica, como elemento ordenador de espaços urbanos, rurais e naturais (ALLIS, 2008).

No turismo, a formulação do produto se dá de forma inseparável, ou seja, produção e consumo acontecem ao mesmo tempo e no mesmo lugar. Por isso mesmo que, enquanto atividade social e econômica, o turismo implica em benefícios e desafios de desenvolvimento de comunidades muito distintos daqueles observados em outras atividades produtivas – como por exemplo a indústria.



# Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

O turismo de compras é um segmento possível a qualquer destino turístico, de forma que o fluxo de turistas pode ser esperado a partir de políticas de incentivos legais e fiscais. Ou seja, este segmento turístico é apenas mais um resultado de políticas de desenvolvimento de fronteiras, que pode ser interpretado no âmbito das estratégias de ocupação de fronteiras por conta de segurança nacional, desconcentrações econômicas e populacionais e efetivação de potencialidades regionais (ALLIS, 2008).

Assim como Silva e Prado (2014) ressaltam a necessidade de se utilizar o produto brasileiro na comercialização nos *free shops*, através de adequações e redução nos impostos sobre os produtos nacionais. A necessidade deste segmento de turismo para o município de fronteira se torna necessário para que o comércio brasileiro não seja prejudicado.

Segundo Silva e Prado (2014) por mais que a regulamentação do novo regime aduaneiro especial permitiu uma nova perspectiva para a fronteira, um ponto de portaria provocou instabilidade política na fronteira, como por exemplo, a redução da cota de importação para U\$\$150,00 o que pode afetar sensivelmente o comércio fronteiriço e o turismo de compras nessas regiões, sobretudo se tratando da economia e comércio do país vizinho. De fato, ainda é incipiente qualquer avaliação sobre o real impacto econômico que a presença de tais estabelecimentos do lado brasileiro irá gerar tampouco lançar qualquer ideia sobre as localidades serão mais atrativas para receberem tais investimentos ou mesmo a instalação dessas lojas.

O que se pode apurar até o momento, é que o avanço normativo que permitiu a autorização e posteriormente a regulamentação sobre a instalação das lojas francas de fronteira terrestre no Brasil partiu de uma mobilização social e política da sociedade civil das cidades localizadas na faixa de fronteira, sobretudo dos estados federados do sul do Brasil e da classe política dessas localidades, visando à adequação de condições concorrenciais comerciais em relação aos países vizinhos (MARTINS, 2000).

O comércio, tanto o formal como o informal, adquire importância para a reprodução dos capitais locais e para a reprodução das camadas mais pobres, vai se transformando em base de trabalho na cidade. As compras cotidianas, os abastecimentos familiares aceitam este comércio de maneira natural, como um histórico mecanismo próprio da região. O contrabando, segundo Martins (2000), foi uma estratégia de



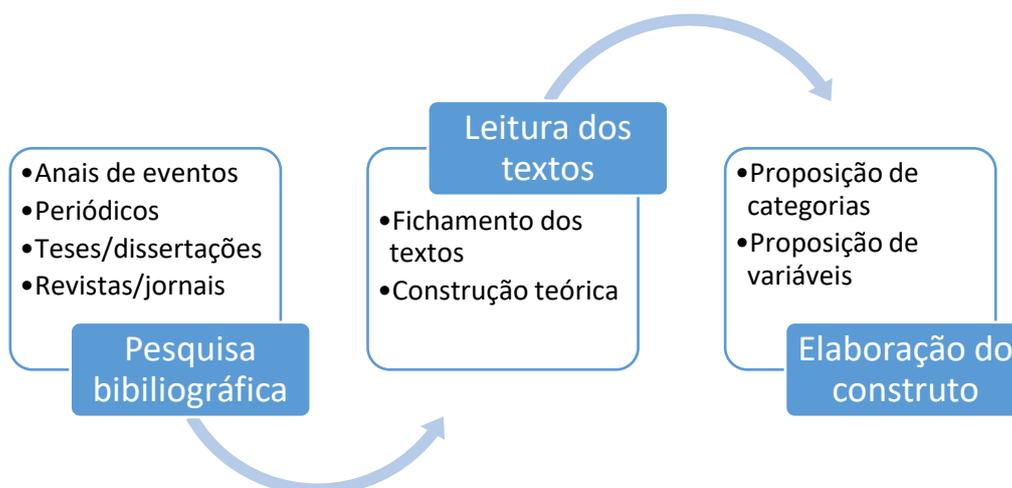
sobrevivência adotada pela população e, de certa maneira e determinados momentos, tolerada pelas autoridades locais.

## 8 Metodologia

O presente estudo caracteriza-se em um ensaio teórico de natureza exploratória. Estudos, como esse, visam levantar proposições para futuros estudos, proporcionando uma maior familiaridade com o problema, com uma forma de torná-lo mais explícito ou facilitar construções de hipóteses (GIL, 1996).

Para coleta de informações, foi realizada uma pesquisa bibliográfica como uma tentativa de encontrar estudos que permitiriam oferecer insumos para construção de uma base teórica sobre o tema. Após a realização das leituras, a partir do conjunto de fichamentos, tornou-se possível reunir as ideias, elaborar o embasamento teórico e, conseqüentemente, propor o construto.

Apresentados os procedimentos metodológicos adotados, expõe-se, na figura 1, as etapas percorridas durante a realização da pesquisa:



**Figura 1: Etapas da pesquisa**

Fonte: elaborado pelos autores.

## 9 Análise de resultados

Neste tópico serão apresentados os impactos analisados através de pesquisa bibliográfica e suas respectivas variáveis desenvolvidas sob o formato de um quadro de análise, possibilitando a visualização dos resultados obtidos compreendendo os impactos sejam eles positivos ou negativos, que a implantação dos *free shops* poderá trazer para o município ou região onde será instalado.



Impacto	Descrição	Autores
Valorização e desvalorização do produto brasileiro	A comercialização de produtos importados poderá desvalorizar os produtos nacionais, resultando na perda da competitividade dos produtos brasileiros em relação aos estrangeiros.	Sanchez (2002); Silva e Prado (2014)
Aumento da competitividade do comércio brasileiro	A isenção de impostos para produtos nacionais e estrangeiros vendidos nos <i>free-shops</i> poderá resultar no aumento da competitividade do comércio brasileiro.	Costa (2010); Lucena (2011)
Contrabando	Sacoleiros utilizam a fronteira para transportar produtos com preço menor	Fogel (2008); Lucena (2011)
Variação Cambial	A oscilação da taxa de câmbio pode afetar o poder de compra e gerando apreensão dos empresários devido à instabilidade da moeda dos dois países	Lucena (2011)
Fomento do turismo de compras	Acentuação do fluxo turístico em razão dos novos empreendimentos ( <i>free-shops</i> ) no lado brasileiro	Dimanche (2003)
Geração de emprego e renda	A criação de <i>free-shops</i> poderá ampliar a oferta de emprego e aumentar a renda para a população local	Lucena (2011); Cigana (2012)
Aumento de visibilidade da fronteira	A ampliação da visibilidade fronteira, ultrapassando o aspecto limítrofe político territorial	Machado (2000)

Quadro 1: Resultados da pesquisa

Fonte: elaborado pela autora.

Dados os elementos apresentados no Quadro 1, a seguir serão discutidos cada um dos impactos que a atividade turística pode gerar a partir da criação de *free-shops* nos municípios brasileiros.

## 9.1 Valorização/desvalorização do produto brasileiro

Em relação a categoria valorização e desvalorização do produto brasileiro segundo Silva e Prado (2012) os *free-shops* por apresentar um caráter de venda de produtos importados afeta a relação de competitividade no comércio local. Os consumidores procuram variedades, qualidade e produtos importados, sendo assim o autor aponta que com os importados sendo vendidos no Brasil, fará com que o produto brasileiro continuará sendo desvalorizado.

Em alternativa a isto, Silva e Prado (2014) destacam que a implantação dos *free-shops* na zona franca das cidades gêmeas poderá trazer a valorização do produto brasileiro. Segundo eles considerando os aspectos do comércio internacional, a criação da lei 12723/2012 permitirá o crescimento do comércio e do turismo. Para tanto deve existir ações de reformas tributárias, fazendo com o produto possa adentrar e concorrer neste comércio livre de impostos já existente.

Dentro deste contexto, Sanchez (2002) apresenta como alternativa para a valorização do produto nacional a “exportação via- balcão” citando como exemplo a



cidade de Santana de Livramento-RS, onde existe este tipo de comércio que dispõe de produtos brasileiros que são comercializados com isenção total de impostos.

## **9.2 Aumento da competitividade do comércio brasileiro**

Referente à categoria que trata do aumento da competitividade do comércio brasileiro, divergindo com o aspecto anterior, Costa (2010) não vê como vantajoso este processo de implantação dos *free-shops* no lado brasileiro. Através de sua análise o autor levanta a questão da economia e leis tributárias de cada país, e demonstra a grande diferença que elas possuem, cita a competitividade como o maior obstáculo deste processo, visto que a questão de recolhimento de impostos ou isenção deles ainda é um processo burocrático e lento que exige no lado brasileiro maior empenho do que no país vizinho.

Sob uma perspectiva diferente, mas tratando de competitividade Lucena (2011), relata que na fronteira de Santana do livramento e Rivera o volume de vendas do lado brasileiro, mas especificamente no comércio local sofreu com a implantação dos *free-shops* no lado uruguaio, que registraram elevado índice de queda nas vendas e estabelecimentos.

Lucena (2011) transpõe este situação caso os *free-shops* já estivessem em funcionamento no lado brasileiro, e supõe que a situação seria a mesma, o comércio local perderia sua preferência em vendas para os *free-shops*, ainda mais que os mesmos gozariam da isenção de impostos e não haveria forma de competir com o comércio local, Lucena (2011) cita como exemplo destes impactos as cidades de Santana do Livramento, Jaguarão e Chuí.

## **9.3 Contrabando**

Com relação ao contrabando, alocado como impacto, Lucena (2011) destaca que regiões de fronteira são caracterizadas por um fluxo intenso de mercadorias, devido a isto há um ambiente propício ao comércio não legal.

De forma complementar Fogel (2008) aborda uma perspectiva de turismo através da prática do contrabando, salientando que tal prática se dá pela falta de oportunidades de emprego no comércio formal. Trata-se de sacoleiros e turistas que percorrem grandes distâncias em busca de produtos que inicialmente eram em sua maioria whisky e cigarros, mas ao longo do tempo estendeu-se a outros gêneros do comércio.



Como exemplo Fogel (2008) lista algumas atividades mercantis que ocorrem em alguns períodos pontuais na cidade de Foz do Iguazu (Brasil) e Cidade do Leste (Paraguai) onde cruzam a fronteira cerca de 30 mil sacoleiros, que acabam desenvolvendo um mercado de trabalho informal que se mostra importante de ser estudado cita real, peso, dólar.

## **9.4 Variação cambial**

Uma das categorias observadas na pesquisa, diz respeito à variação cambial. Essa, segundo Lucena (2011), impacta diretamente as cidades gêmeas localizadas em regiões de fronteira, que possuem uma economia pendular característica, pela comercialização de produtos importados com preços competitivos que atraem compradores estrangeiros que consomem nos *free-shops*. Esse cenário, conforme Lucena (2011) poderá gerar crises no comércio, provocando o fechamento de lojas ou a desistência de empreendedores que queiram investir no comércio local.

Como exemplo, Lucena (2011) relata que em Rivera, no ano de 2007, momento no qual havia valorização da moeda brasileira em relação ao dólar, houve uma efervescência no turismo local. Destacando, no entanto, que em momentos nos quais o cambio se tornava desfavorável, gerava uma consequente apreensão dos empresários.

## **9.5 Turismo de compras**

Silva e Prado (2012) aprofundam a discussão que se transpõe em relação ao *free-shop*, tratando de turismo de compras e cita que a vinda dos *free-shops* trará um fluxo maior de turistas em relação ao já existente, sendo que este processo se dará por meio da isenção de impostos.

Dimanche (2003), atentando para a necessidade de analisar a ligação entre o turismo e o comércio, fazendo com que o turista que viaja que vem com intuito de gastar e permanecer somente o período que necessita para comprar utilize, de certa forma os atrativos locais. O autor diz ainda que tanto os turistas quanto os destinos podem se beneficiar da isenção de impostos, gerando um fluxo maior, e consequentemente gastos maiores por parte dos turistas.

## **9.6 Geração de emprego e renda**

Na categoria geração de emprego e renda, Lucena (2011) apresenta os dados referente a realidade da cidade de Santana do Livramento que sofre com a falta de dinheiro circulante e o desemprego devido a presença dos *free-shops* no lado Uruguai,



sendo que a população destas cidades está indo embora por falta de opções de emprego e renda, como recurso para este impacto o autor entende que a implantação dos *free-shops* no lado brasileiro irão proporcionar o desenvolvimento turístico e econômico da região a população destas cidades está indo embora por falta de opções de emprego e renda.

Cigana (2012) reforça a importância deste processo de instalação de *free-shops* acontecer na cidade de Jaguarão, tendo em vista que isto surge em quanto uma esperança no cenário caótico de evasão populacional e falta de empregos chegou ao índice de 63%.

## **9.7 Aumento de visibilidade da fronteira**

No exposto na categoria visibilidade da fronteira, Machado (2000), mostra a probabilidade de instalação dos *free-shops* de um ângulo distinto, onde considera essa discussão sobre possibilidades econômicas da fronteira enquanto resultante no reconhecimento por parte do Ministério da Integração Nacional, resignificando o tratamento dado a este espaço geográfico pelas instituições públicas brasileiras. Em síntese, o autor coloca os *free-shops* como um fator não apenas modificador da localidade na qual está inserido, mas sim modificador da imagem nacional e internacional projetada do espaço, bem como os aspectos que o envolvem, sejam eles econômicos, culturais ou sociais.

## **10 Considerações finais**

Este trabalho teve por proposta a análise dos possíveis impactos econômicos na cidade de Jaguarão-BR caso se instale os *free-shops* nesta região. A proposta foi executada, atingindo os objetivos inicialmente definidos. No decorrer da realização deste trabalho houve algumas dificuldades, sendo as principais a escassez de informações gerais sobre os *free-shops*.

Dentre as relevâncias do trabalho, vale salientar que os impactos obtidos como resultados não podem ser olhados isoladamente, isto é, não é possível deslocá-los do cenário onde estão inseridos sem modificar todo o sentido da análise. Desta forma, os impactos destacados neste trabalho são interdependentes entre si, do mesmo modo que cada um tem suas especificidades variando a partir do recorte escolhido para prisma analítico.



Outro ponto relevante a ser ressaltado é a necessidade de enxergar a possibilidade de aprofundar a discussão que se transpõe em relação ao *free-shop*, indo além do turismo de compras no lado brasileiro da fronteira. Tais empreendimentos se apresentam como uma oportunidade para a atividade turística, no sentido de que a partir do fortalecimento de um turismo de compras seja possível potencializar outras áreas do mesmo segmento, onde se possa garantir uma qualificação da indústria turística, que preze pela qualidade do serviço, pela estrutura e pela hospitalidade ao ponto de, futuramente, o turismo de compras ser só mais um elemento na relação turística do município, e não o fator determinante.

Este trabalho poderá servir como subsídio aos estudiosos do campo do turismo, mas precisamente, os que têm relação com o contexto aqui abordado, bem como as instâncias públicas, de forma que se tenha minimamente informações a respeito das problemáticas que a implantação de um empreendimento como este gera numa fronteira com características tão singulares. Há também, a partir deste trabalho, uma porção de desdobramentos possíveis a serem realizados como uma pesquisa que contemple o cenário econômico do município de forma mais pontual e não apenas bibliográfica.

Como limitações, destaca-se que, devido à dificuldade de encontrar outras pesquisas bem estruturadas sobre o tema, o estudo pode ter apresentado apenas alguns dos vários aspectos que englobam a temática envolvendo os *free-shops*. No entanto, apesar de tal limitação, o mesmo mostra-se relevante, especialmente por se tratar de um tema atual e emergente, a partir do momento que há uma proposta de criação de 28 zonas de comércio livre de impostos (*duty-free*) no território brasileiro.

## 11 Referências

- ALBÍNZANO, R. C. Antropología de los procesos fronterizos: conocer y actuar en la región de fronteras. **Cuadernos de la Frontera**, ano 1, n.1, Posadas, 2004.
- ALLIS, T. Considerações sobre turismo de compras nas fronteiras brasileiras O caso de Pacaraima (RR) e Santa Elena de Uairén (Venezuela). **Anais...** In.: V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL (SeminTUR). Caxias do Sul: UCS, 2008.
- ARRUDA, R. O.; ARAÚJO, M. F.; SILVA, R. S. Cambio paralelo: um estudo realizado na fronteira Brasil/Venezuela. **Revista de Administração de Roraima**, v.1, n.1, p.163-184, 2011.



# Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

ALMEIDA, R. B. F.; COSTA, E. A. C.; BENEDETTI, A. G.; Primeiras aproximações sobre a instalação de um *free-shop* na cidade de Corumbá - fronteira Brasil/Bolívia. Disponível em: <<http://sef.ufms.br/v/wp-content/uploads/2015/09/3-Rosa-de-Barros-Ferreira-de-Almeida.pdf>>. Acesso em: 11 mai. 2018.

BANDUCCI JÚNIOR, A. Turismo e fronteira: integração cultural e tensões identitárias na divisa do Brasil com o Paraguai. **Pasos (online)**, v.9, n.3, p.7-18, 2011.

BAUMANN, R.; CANUTO, O.; GONÇALVES, R. **Economia internacional**: teoria e experiência brasileira. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Decreto-Lei Nº 1.455, de 7 de abril de 1976**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/Del1455.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del1455.htm)>. Acesso em: 15 jan. 2017.

CIGANA, C. *Free-shops* trazem esperanças e riscos na fronteira. Economia: **Notícias e Opiniões** – **Zero Hora**. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/economia/noticia/2012/09/freeshopstrazemesperancaseriscosnafronteira3894054.html>>. Acesso em: 13 jan. 2017.

COSTA, G. V. L. As Fronteiras da Identidade em Corumbá-MS: Significados, Discursos e Práticas. In.: DA COSTA, G. V. L.; COSTA E. A.; OLIVEIRA M. A. M. (Org.). **Estudos Fronteirios**. 1.ed. Campo Grande: Editora UFMS, 2010.

DIAS, R.; RODRIGUES, W. **Comércio exterior**: teoria e gestão. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

DIMANCHE, F. The Louisiana tax free shopping program for international visitors: a case study. **Journal of Travel Research**, v.41, p.311-314, 2003.

FERREIRA, J. B. *et al.* Motivadores de compra nos aeroportos brasileiros: uma tipologia para o consumidor em aeroportos. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, v.6, n.1, p.32-47, jan./abr. 2012.

FLEURY, A. **Multinacionais brasileiras**: competências para a internacionalização. 420p. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.

FOGEL, R. La región de la triple frontera: territorios de integración y desintegración. **Sociologias**, ano 10, n.20, p.270-290, Porto Alegre, jun./dez. 2008.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3.ed., São Paulo: Atlas, 1996.



# Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

- GUILLÉN, M. F. Is globalization civilizing, destructive or feeble? A critique of five key debates in the social science literature. **Annual Review of Sociology**, n.27, p.235-260, 2001.
- KEOWN, C. F. A model of tourists propensity to buy: the case of Japanese visitors to Hawaii. **Journal of Travel Research**, v.27, n.3, p.31-34, 1989.
- LACOMBE, F. J. M.; HEILBORN, G. L. J. **Administração: princípios e tendências**. 270p. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- LUCENA, M. G. **Territorialidade de fronteira: uma contribuição ao estudo da questão fronteiriça Brasil-Uruguai no contexto do Mercosul**. Tese (Doutorado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade). Rio de Janeiro: UFRRJ, 2011.
- MAIA, J. M. **Economia internacional e comércio exterior**. 12.ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- MARTINS, R. D. A construção do espaço do sul do Brasil. De fronteira ao Mercosul: o caso de Jaguarão. **Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**, v.54, n.69, ago. 2000.
- MÉLO, J. L. B. de. Fronteiras: da linha imaginária ao campo de conflitos. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 6, n.11, p.126-146, jan./jun. 2004.
- NNEWMAN, S.; JONES, H.; LLOYD-JONES, T. **Airport and travel termini retailing: strategies, trends and market dynamics**. Financial Times: London, 1998.
- PRADO, H. S. de A. A fronteira e as perspectivas para as cidades gêmeas brasileiras. **Século XXI**, Porto Alegre, v.7, n.2, p.31-51, jul-dez. 2016.
- RATTI, B. **Comércio internacional e câmbio**. 11.ed. São Paulo: Lex Editora, 2006.
- RUGMAN, A. L.; VERBEKE, A. A regional solution to the strategy and structure of multinationals. **European Management Journal**, v.26, p.305-313, 2008.
- SÁNCHEZ, A. Q. **A fronteira inevitável: um estudo sobre as cidades de fronteira de Rivera (Uruguai) e Santana do Livramento (Brasil) a partir de uma perspectiva antropológica**. Tese (Doutorado em Antropologia Social). Porto Alegre: UFRGS, 2002.
- SEN, A. How to judge globalism. **The American Prospect**, v.13, n.1, jan, 2002.
- SILVA, B. *et al.* **Dicionário de ciências sociais**. 2.ed. Rio de Janeiro: FGV, 1987.



# Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

SILVA, T. V. da; PRADO, H. S. de A. Lojas francas na fronteira: breves apontamentos sobre a Lei nº. 12.723/2012. **Revista Eletrônica Direito e Política**, Itajaí, v.9, n.1, 2014.

XAVIER, T. R.; AZEVEDO, J. B.; WITTMANN, M, L.; INÁCIO, R. O.; TREPTOW, I. C.; CRUZ, A. C. A criação de *free-shops* como estratégia de atração de consumidores internacionais. **Anais...** In.: VI Seminário Internacional sobre Desenvolvimento Regional. Santa Cruz do Sul: UNISC,2013.