

SINERGIA

REVISTA DO INSTITUTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS (ICEAC)

A LEI 12.723/2012 E O COMÉRCIO DE FRONTEIRA: ESTUDO DE CASO NO EXTREMO SUL DO BRASIL

ISABEL TERESINHA DUTRA SOARES*
FLAVIA LUCIANE SCHERER**
LÚCIA REJANE DA ROSA GAMA MADRUGA***

RESUMO

A Lei 12.723/2012, conhecida como a Lei dos *Free Shops*, trouxe em seu escopo uma situação nova para vinte e seis cidades brasileiras caracterizadas como cidades gêmeas: a abertura de lojas. No campo teórico da economia de *Duty Free Shopping*, o objetivo do presente estudo foi identificar as expectativas dos líderes lojistas sobre a Lei em duas cidades, ambas situadas no extremo sul do Brasil, no estado do Rio Grande do Sul: Chui e Jaguarão. Em uma pesquisa qualitativa, por meio de um questionário semiestruturado, foram entrevistados os líderes do comércio de cada um dos dois municípios. Ficou evidenciado que são esperados impactos positivos sobre a sociedade, que a futura abertura das lojas *Duty Free* do lado brasileiro deverá trazer aumento de emprego e renda, abertura de novos empreendimentos, igualdade de condições entre as cidades gêmeas, mas que seguem existindo dificuldades nos municípios envolvidos e faltam instruções normativas por parte da Receita Federal do Brasil. As limitações do estudo ocorreram especialmente pela falta de uma abordagem sobre a influência da flutuação da moeda no comércio de fronteira. O estudo agregou conhecimento teórico sobre a futura abertura dos *free shops*, um tema ainda pouco explorado academicamente.

Palavras-chave: Lojas Francas. Faixa de Fronteira do Rio Grande do Sul. Internacionalidade.

RESUMEN

La Ley 12.723/2012 y el comercio fronterizo: estudio de caso en el Extremo Sur de Brasil

La Ley 12.723 / 2012, conocida como la Ley de las tiendas libres, ha traído en su alcance una nueva situación para veintiséis ciudades brasileñas caracterizadas como ciudades gemelas: la apertura de tiendas. En el campo teórico de la economía de tiendas libres de impuestos, el objetivo de este estudio fue identificar las expectativas, de los líderes del comercio local, sobre la Ley en dos ciudades, ambas situadas en el sur de Brasil, en Rio Grande do Sul: Chui y Jaguarón. En un estudio cualitativo, utilizando un cuestionario semiestruturado, se entrevistó a los líderes de comercio de cada uno de los dos municipios. Se evidenció que se espera un impacto positivo en la sociedad, la futura apertura de tiendas libres de impuestos en el lado brasileño debe aportar un aumento del empleo y los ingresos, la apertura de nuevas empresas, la igualdad de condiciones entre las ciudades gemelas, pero todavía existen dificultades en municipios involucrados y la falta de instrucciones normativas del servicio de la "Receita Federal do Brasil". Las limitaciones del estudio se produjeron sobre todo por la falta de un análisis de la influencia de las fluctuaciones monetarias en el comercio fronterizo. El estudio añadió conocimiento teórico sobre la próxima apertura de tiendas libres, un tema aún poco explorado académicamente.

Palavras-chave: Faixa de Fronteira do Rio Grande do Sul. Internacionalidade.

Recebido em: 06-08-2015 Aceito em: 19-09-2016

1 INTRODUÇÃO

Ao cruzar as fronteiras entre os países, pode existir uma zona internacional livre, um espaço econômico onde um indivíduo, viajante estrangeiro, é capaz de comprar uma quantidade limitada de produtos, não sujeita a taxas ou impostos internos – incidentes sobre a fabricação, venda ou consumo dentro de um país – taxas conhecidas pelo termo *duty* (imposto). Conforme a Receita Federal do Brasil, o regime aduaneiro especial de loja franca, mundialmente conhecidas como *Duty Free*, permite a instalação de estabelecimento comercial em portos ou em aeroportos alfandegados (zona primária) para vender

* Doutoranda em Administração na Universidade Federal de Santa Maria. Mestre em Administração - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. E-mail: isa.teresinha@gmail.com; End: Rua Rosário do Sul, 991, Bairro Laranjal, Pelotas – RS.

** Professora Associada da Universidade Federal de Santa Maria. Mestre em Administração pela Universidade Federal de Santa Catarina. Doutora em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais.

*** Professora Adjunta da Universidade Federal de Santa Maria. Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Maria. Doutora em Agronegócios pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

mercadoria nacional ou estrangeira a passageiro em viagem internacional, sem a cobrança de tributos, contra pagamento em moeda nacional ou estrangeira.

Schmidt (1991) afirma que tais espaços livres de impostos são espaços comerciais que isentam os consumidores, viajantes, de quaisquer taxas de alfândega que possam ser aplicadas aos produtos que vendem. São diversas as lojas francas (*free shops*) existentes no mundo, baseadas na noção de atração a consumidores, de estímulo ao consumo de produtos nacionais por turistas estrangeiros, de oferta de produtos sofisticados, de primeira linha, que – ao serem comercializados no mesmo espaço – potencializem a venda dos produtos fabricados nacionalmente.

As Lojas Francas estão representadas por Associações, sendo uma delas a *Tax Free World Association (TFWA)*, sediada em Paris, França. Fundada em 1984, a *TFWA* se considera a maior associação de varejistas *Duty Free*, provendo o setor com feiras, conferências, *workshops*, e pesquisas aprofundadas de mercado. São 500 as empresas associadas como fornecedoras de produtos *premium*, tais como bebidas alcoólicas; tabaco; perfumes e cosméticos; moda, acessórios de moda e produtos de couro; malas e bolsas; joias e relógios; utilidades domésticas e itens de decoração; presentes, canetas, brinquedos; eletrônicos; alimentos finos e chocolates (*TFWA*, 2015).

Na América Latina existe, desde agosto de 1995, a *Asociación Sudamericana de Tiendas Libres (ASUTIL)* sediada na cidade de Montevideo, no Uruguai. São catorze os operadores lojistas associados, sendo cinco empresas do Uruguai, duas do Paraguai, duas da Argentina, uma do Brasil, uma do Equador, uma do Panamá e uma da Espanha. Constam outras dezenove empresas como fornecedores associados (*ASUTIL*, 2015).

Dorfman (2009) explica que, no Uruguai, os *free shops* foram instalados a partir de 1986, com argumentos de espelhamento: visavam ressarcir o comércio da cidade de Rivera, que vivia um longo período favorável em que os uruguaios cruzavam e compravam em Santana do Livramento e em outras cidades brasileiras, fronteiriças ao estado do Rio Grande do Sul, Brasil. A desvantagem para o lado uruguaio acontecia porque tinha havido um crescimento “milagroso” da economia brasileira na década de 1970 e, especificamente, um crescimento industrial muito superior no país vizinho.

O Uruguai abriu lojas, nas fronteiras de maior população, isentas de impostos de exportação, operando principalmente mercadorias de luxo produzidas em terceiros países, na condição de venderem apenas para os consumidores finais estrangeiros. Tais *free shops* buscavam tirar vantagem dos períodos em que a oscilação cambial aumentava o poder de compra dos brasileiros, atraindo-os para as compras na fronteira (DORFMAN, 2009).

Os *free shops*, a exemplo do Uruguai, Argentina e Paraguai, localizados em fronteira terrestre ou fluvial com o Brasil, geram críticas, sendo responsabilizados pelas perdas no comércio de municípios brasileiros próximos às chamadas cidades gêmeas. Em entrevista, o coordenador geral de Programas Macrorregionais (CGMR) do Ministério de Integração Nacional, revelou que – para serem enquadrados no termo ‘cidades-gêmeas’ os municípios devem ser cortados pela linha de fronteira, seja essa seca ou fluvial, articulada ou não por obra de infraestrutura – ter, individualmente, população superior a dois mil habitantes e evidenciar a integração econômica e cultural entre os dois países. (www.mi.gov.br).

Em contrapartida à evasão de recursos de brasileiros para compras nos *free shops* estrangeiros, ao longo da fronteira brasileira, e para gerar desenvolvimento regional, foi aprovada a Lei Federal que trata da criação de lojas francas do lado brasileiro da fronteira. A Lei 12.723/2012 (Lei dos *Free Shops*) autorizou a instalação de lojas francas em Municípios cujas sedes se caracterizam como cidades gêmeas (divididas por fronteira articulada ou não por obra de infraestrutura, com população superior a dois mil habitantes, nas quais existe integração econômica e cultural entre os dois países) onde são vendidas mercadorias nacionais ou estrangeiras (RECEITA FEDERAL, 2015).

O fechamento, em 1999, das lojas *duty-free* (as *free shops*), que existiam nos países que vieram a se unificar, passando a fazer parte do Mercado Comum Europeu, teria impactado negativamente a economia local europeia (CHRISTIANSEN e SMITH, 2001, 2004 e 2008; GEBAUER, NAM E PARSCHE, 2005), então, pode-se esperar que – de modo inverso – a abertura no Brasil de lojas *free shop* irá impactar positivamente a economia dos municípios onde serão implantadas?

O objetivo do presente estudo foi identificar as expectativas dos líderes lojistas sobre a Lei Ordinária 12.723/12 em duas cidades, ambas situadas no extremo sul do Brasil, no estado do Rio Grande do Sul: Chuí e Jaguarão. Além de avaliar as perspectivas e os possíveis impactos da referida Lei para o comércio local, também foi promovida uma revisão da literatura sobre a economia de *Duty Free Shopping*.

Para a realização da pesquisa, a escolha do contexto específico do extremo sul do Brasil se deveu à aderência, de uma das autoras do estudo, ao trabalho desenvolvido pela Agência de Desenvolvimento da Bacia da Lagoa Mirim (ligada à Lagoa dos Patos por meio do Canal São Gonçalo). A Bacia da Lagoa Mirim inclui a sub-bacia do rio Jaguarão e as áreas que drenam para o Atlântico, entre a saída da Lagoa dos Patos e o Arroio Chuí. A Agência de Desenvolvimento da Bacia da Lagoa Mirim (ALM), foi criada por força do Decreto 1.148 de 26 de maio de 1994, quando da transferência para a Universidade Federal de Pelotas

do acervo técnico-científico e patrimonial, bem como a administração das obras (Barragem Eclusa do São Gonçalo e Distrito de Irrigação do Chasqueiro) anteriormente sob a responsabilidade do Departamento da Lagoa Mirim da extinta SUDESUL (ALM, 2016).

A decisão justifica-se também porque, no extremo sul, o desenvolvimento regional de Jaguarão e Chuí está permeado por amplas questões, como por exemplo o planejamento da hidrovía Brasil-Uruguai, um projeto que confere à região internacionalidade por meio da integração logística aquaviária entre os dois países. No momento em que o local deixar de depender unicamente do modal rodoviário de transporte, seu comércio, economia e desenvolvimento poderão ganhar novas configurações.

Não é propósito da presente pesquisa examinar as questões do turismo em geral, nem endereçar questões sobre o comércio varejista regular advindo de uruguaios cruzando a fronteira para comprar no Brasil, em função de maior ou menor poder de compra do peso uruguaio em relação ao real brasileiro, cuja favorabilidade, ou desfavorabilidade, oscila conforme as políticas econômicas dos dois países, ao longo do tempo. Não foi examinada, no presente estudo, a questão da variação cambial.

O artigo está estruturado nas seguintes seções: introdução, método e fundamentação teórica. Na quarta seção, aparecem os resultados da pesquisa, com a descrição de duas entrevistas obtidas com líderes do comércio do Chuí, RS e de Jaguarão, RS e são comentados esses resultados à luz do referencial teórico. A última seção encerra com as considerações finais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O comércio de fronteira tem sido tema de interesse desde as décadas passadas, porque tem impacto significativo nas vendas de varejo das lojas de ambos os lados da fronteira (Bygvra, 1998; Piron, 2002; Sullivan & Kang, 1997; Timothy & Butler, 1995; Wang, 2004; Lau *et al.*, 2005).

A Lei 12.723/2012 (Lei dos *Free Shops*), originou-se do projeto de Lei 6316/2009, criado no Brasil e que altera o Decreto-Lei nº 1.455, de 7 de abril de 1976, autorizando a abertura de lojas francas no lado brasileiro, nas cidades-gêmeas, em zona urbana, para venda de mercadorias nacionais ou estrangeiras. Conforme esta Lei, a venda de mercadorias poderá ser feita somente para pessoa física e seguirá as regras para lojas francas já existentes nos portos e aeroportos. Mercadorias importadas também podem ser compradas nesses estabelecimentos, com suspensão de tributos, pois fazer compras em outro país caracterizaria importação sujeita a impostos e taxas alfandegárias (BRASIL, 2009).

A lei foi sancionada em 9 de outubro de 2012 pela ilustríssima Sra. Presidenta da República Federativa do Brasil, Dilma Rousseff, com alguns vetos, transformando-se na Lei ordinária 12.723/12:

“Art. 15-A. Poderá ser autorizada a instalação de lojas francas para a venda de mercadoria nacional ou estrangeira contra pagamento em moeda nacional ou estrangeira.

§ 1º A autorização mencionada no *caput* deste artigo poderá ser concedida às sedes de Municípios caracterizados como cidades-gêmeas de cidades estrangeiras na linha de fronteira do Brasil, a critério da autoridade competente.

§ 2º A venda de mercadoria nas lojas francas previstas neste artigo somente será autorizada à pessoa física, obedecidos, no que couberem, as regras previstas no art. 15 e demais requisitos e condições estabelecidos pela autoridade competente.”

No Brasil, as cidades gêmeas de cidade estrangeira na linha de fronteira do Brasil (de acordo com o Anexo à Portaria 307 do Ministério da Fazenda, de 17 de julho de 2014, incluído pela Portaria MF 320, de 22 de julho de 2014) são, a partir do estado do Acre, onde foram contempladas três cidades: Assis Brasil, Brasileia e Epitaciolândia; no estado do Amazonas: Tabatinga; no estado do Amapá: Oiapoque; no estado do Mato Grosso do Sul são cinco cidades: Bela Vista, Corumbá, Mundo Novo, Ponta Porã e Ponto Murtinho; no estado do Paraná são duas cidades: Foz do Iguaçu e Guaíra; no estado de Rondônia: Guajará-Mirim; no estado de Roraima: Bonfim e Pacaraima; no estado de Santa Catarina: Dionísio Cerqueira. No estado do Rio Grande do Sul são dez cidades: Aceguá, Barra do Quaraí, Chuí, Itaqui, Jaguarão, Porto Xavier, Quaraí, Santana do Livramento, São Borja e Uruguaiana, sendo objeto do presente estudo os municípios de Chuí e Jaguarão.

Uma vez que sejam abertas as lojas francas nos 26 municípios, no futuro, os viajantes estrangeiros, pessoas físicas, estarão habilitados a comprar nas lojas francas, individualmente. Detalhes técnicos dos controles fiscais, sob a forma de policiamento, estão sendo trabalhados pela Receita Federal de modo a haver rigidez na fiscalização aduaneira para evitar o contrabando, a contravenção, a passagem ilícita de armas e de entorpecentes. A regulamentação sobre a abertura dos *free shops* nas cidades gêmeas do lado do Brasil está a cargo do Ministério da Fazenda e da Secretaria da Receita Federal (HAMMES, 2013).

No estado do Rio Grande do Sul, dez são as cidades que configuram cidades-gêmeas, separadas pela linha de fronteira, seca ou fluvial, consideradas duas a duas, uma no Brasil e outra no país vizinho, partindo do extremo Sul do estado do Rio Grande do Sul:

- a) Na fronteira RS, Brasil com *Uruguay*: *Chuí-Chuy*, *Jaguarão-Rio Branco*, *Aceguá-Aceguá*, *Santana do Livramento-Rivera*, *Quaraí-Artigas* e *Barra do Quaraí-Bella Unión*. Nesse ponto regional se configuram as cidades trigêmeas: *Bella Unión*, *UY – Monte Caseros*, *AR* e *Barra do Quaraí*, *BR*. Trata-se de uma região triplíce de fronteiras entre as nações *Uruguay*, *Argentina* e *Brasil*.
- b) Na fronteira RS, Brasil com *Argentina* estarão aptas a receber lojas francas: *Uruguaiana-Paso de Los Libres*, *Itaqui-Alvear*, *São Borja-Santo Tomé* e *Porto Xavier-San Javier*.

Para os fins deste estudo, foram escolhidas, no Brasil, duas cidades, ambas localizadas ao sul do Rio Grande do Sul: *Chuí* e *Jaguarão*. Primeiramente, *Chuí*: fica no extremo sul e faz fronteira com a cidade uruguaia de *Chuy* (no departamento de *Rocha*, no *Uruguai*). Tal fronteira, *Chuí-Chuy*, está distante 518 km da capital do estado do Rio Grande do Sul, *Porto Alegre*, distando 328 km da capital do *Uruguai*, *Montevideo*. A cidade de *Jaguarão* (Rio Grande do Sul, Brasil) é cidade-gêmea com a cidade uruguaia de *Rio Branco* (no departamento de *Cerro Largo*, no *Uruguai*). A distância é de 387 km da capital do estado do Rio Grande do Sul, *Porto Alegre*, distando ainda 422 km da capital do *Uruguai*, *Montevideo* (<http://www.ibge.gov.br>).

Em *Chuí* e *Jaguarão*, cidades do sul do Rio Grande do Sul, Brasil, as lojas *free shop* já são realidade do lado uruguaio, o que poderia servir de guia para o que acontecerá futuramente no lado brasileiro. Assim, a partir do que já acontece nas cidades-gêmeas pertencentes às nações vizinhas, com a existência desta Lei brasileira, surgem algumas situações que dizem respeito ao *status* da implantação da Lei 12.723/12 e alteram o futuro das comunidades das cidades agraciadas pela possibilidade de comercializar por intermédio de lojas francas.

Gebauer et al. (2005) classificam as lojas francas em categorias como: *free shops* de Aeroportos, *Aircraft* (vendas *Duty Free* durante os voos em aeronaves), *Ferry* (vendas *Duty Free* em barcos que cruzam fronteiras internacionais) e outros. Na categoria outros é que se pode incluir as lojas existentes em fronteiras secas (a exemplo de *Chuí – Chui*) ou molhadas (separadas por rios, a exemplo de *Jaguarão – Rio Branco*).

Conforme dados da *Dirección Nacional de Aduanas* do *Uruguai*, a indústria dos *free shops*, que é liderada pelos fabricantes de bebidas alcólicas, cigarros, perfumes, cosméticos e eletroeletrônicos movimentou no *Uruguai*, em 2012, mais de setenta e três milhões de dólares.

O Depósito Fiscal Único (DFU-*Chuy*) informou terem sido arrecadados impostos de mais de nove milhões em 2012, assim gerando renda, empregos e contribuindo para o desenvolvimento regional. No entorno das lojas francas uruguaias, vibram hotéis, restaurantes, lojas de artesanato, serviços de saúde e embelezamento, serviços financeiros, a construção civil, entre outros setores afins. “*El Depósito Fiscal Unico, es un depósito aduanero, habilitado a los solos efectos del control aduanero de las mercaderías destinadas a su comercialización en las tiendas libres (Free Shop) de las ciudades de Rivera y Chuy, conforme el régimen dispuesto por el Decreto 367/995*”. (DIRECCIÓN NACIONAL DE ADUANAS).

2.1 A Faixa de Fronteira

No Brasil, a Comissão Permanente para o Desenvolvimento e a Integração da Faixa de Fronteira (CDIF) tem como atribuições contribuir para o aperfeiçoamento da gestão das políticas públicas para o desenvolvimento da faixa de fronteira, estimulando a articulação com os governantes locais. Para a execução de suas atribuições, conta com uma secretaria executiva, exercida pela Secretaria de Desenvolvimento Regional do Ministério da Integração Nacional, e núcleos estaduais formados por instituições que contribuem para o desenvolvimento fronteiriço. A atuação da CDIF promove o desenvolvimento sócio econômico dos 588 municípios brasileiros localizados na faixa de fronteira, contemplando as seguintes unidades federativas: *Amapá*, *Pará*, *Roraima*, *Amazonas*, *Acre*, *Rondônia*, *Mato Grosso*, *Mato Grosso do Sul*, *Paraná*, *Santa Catarina* e *Rio Grande do Sul* (www.integracao.gov.br).

No Rio Grande do Sul, existe o Plano de Desenvolvimento e Integração da Faixa de Fronteira do Estado do Rio Grande do Sul – PDIF/RS, que informa que o território da faixa de fronteira internacional do Rio Grande do Sul abrange 119 dos 496 municípios do estado do RS, com características de baixa densidade demográfica e pouca dinamicidade econômica. Para haver integração internacional o conjunto das dez cidades-gêmeas ao longo da faixa de fronteira do RS desempenha um importante papel. As dez cidades-gêmeas são distantes umas das outras e se conectam diretamente a outros centros regionais de maior porte e aos eixos de *Buenos Aires*, *Montevideu* e *Porto Alegre* (www.rs.gov.br).

De acordo com *Carneiro Filho et al.* (2011), a faixa de fronteira do Rio Grande do Sul, apesar de ser mais povoada do que as demais áreas de faixa de fronteira do Brasil, possui características tais como a insuficiência de infraestrutura de transportes e a ausência de uma gestão compartilhada do território transfronteiriço, o que compromete o crescimento da economia dessa região. Sobre os projetos governamentais, em seu estudo que visa mapear as atividades econômicas da região, os autores destacam os projetos focados na produção de energia, no desenvolvimento do turismo e na geração de empregos. O

projeto que prevê a abertura dos *free shops* é classificado como relacionado à geração de empregos.

Dorfman (2009), ao tratar do problema do contrabando na faixa de fronteira gaúcha entre as cidades gêmeas Santana do Livramento e Rivera, afirma que há casos em que a condição fronteiriça influi na organização dos agentes territorializados: quando há objetos que são unificados (como a rede de fornecimento de gás), há objetos que são duplicados (como na organização da cooperativa de saúde ou postos de gasolina), casos em que a diferença constrói objetos (demandando um contingente de funcionários públicos civis e militares para administrar as barreiras e limites nacionais), casos em que a diferença é ampliada (a experiência nacional individual), casos em que a diferença é apagada pela criação de dispositivos de transição (entre os idiomas, por meio do dialeto, nas famílias mistas) e casos em que a diferença atrai formas extraterritoriais e agentes internacionais (*free shop*, zona franca, imigração).

Para realizar a análise da faixa de fronteira internacional do RS são utilizadas escalas complementares que transcendem a escala local: a dos Conselhos Regionais de Desenvolvimento (COREDEs) e das Regiões Funcionais (RFs). Por meio das escalas é possível compreender melhor a dimensão dos problemas daquela faixa de território. As cidades uruguaias de Rio Branco e Chuy apresentam um relativo desenvolvimento no turismo de compras, com a presença de *free shops* atraindo muitos turistas, principalmente brasileiros (www.rs.gov.br).

A Federação do Comércio de Bens e de Serviços do Estado do Rio Grande do Sul (Fecomércio-RS) tem sido o repositório das críticas aos *Free Shops* uruguaios, que são responsabilizados pelas perdas do comércio dos municípios gaúchos das cidades gêmeas. Tais perdas são decorrentes das práticas comerciais desiguais, visto que as lojas do outro lado da fronteira gozam de isenções fiscais concedidas pelo governo do país vizinho. Para congregar as empresas do setor terciário, a comunidade conta com a Fecomércio-RS, uma entidade sindical de grau superior, que integra o Sistema Confederativo de Representação Sindical do Comércio (Sicomércio), a que se refere o artigo 8º, inciso IV da Constituição Federal e que foi constituída para fins de estudos, coordenação, proteção e representação legal das categorias econômicas inseridas no plano da Confederação Nacional do Comércio (CNC), que são: 1º Grupo – Comércio Atacadista, 2º Grupo – Comércio Varejista, 3º Grupo – Agentes Autônomos do Comércio, 4º Grupo – Comércio Armazenador e 5º Grupo – Turismo e Hospitalidade (www.fecomercio-rs.gov.br).

A Fecomércio-RS, em conjunto com representantes de outras entidades, dos municípios e de legisladores, manteve intenso diálogo com a Receita Federal brasileira, resultando em sugestões de complementos para a regulamentação da Lei dos *Free Shops* em 11 de setembro de 2014, que coincidiram com o disposto nas portarias do Ministério da Fazenda Nº 307, de 17 de julho de 2014, e 320, de 22 de julho de 2014, que regulamentaram a Lei 12.723.

As Associações Comerciais dos Municípios do Rio Grande do Sul atuam junto à FECOMERCIO-RS e estão congregadas pela Federação das Associações Comerciais e de Serviços do Rio Grande do Sul – FEDERASUL. Em parceria com ambas, atuam as Câmaras de Dirigentes Lojistas dos municípios que estão congregadas pela Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas do Rio Grande do Sul (FCDL-RS). O município do Chuí possui uma Associação Comercial e o município de Jaguarão possui uma Câmara dos Dirigentes Lojistas, onde atuam os representantes que foram entrevistados para fins do presente estudo (www.federasul.com.br; www.fcld-rs.com.br)

No comércio *Duty Free*, a disponibilidade de produtos diferenciados, marcas diferentes, sortimento de produtos e qualidade dos produtos e a variedade de lojas (BYGVRA, 1998; EVANS, LANE e O'GRADY, 1992; LAU *et al.*, 2010; PAPADOPOULOS, 1980; PIRON, 2002; SAMLI *et al.*, 1983; SULLIVAN E KANG, 1997; POLLOK E SIEMS, 2011) talvez possam explicar algumas razões pelas quais os brasileiros visitam e consomem nas lojas *free shop* já existentes nas fronteiras e nos aeroportos.

2.2 Duty-free e Cross-border shopping

A busca por autores que tenham estudado economia de *Duty Free shopping*, lojas francas, conduziu aos estudos de Timothy e Butler (1995); Gebauer, Nam e Parsche (2005); Dmitrovic e Vida (2007); Christiansen e Smith (2001, 2004 e 2008); Leal, López-Laborda e Rodrigo (2010); Pollok e Siems (2011). Os principais estudos encontrados abordam o que acontecia em situação de viagens terrestres de compras na fronteira entre Estados Unidos e Canadá em 1995; a repercussão da extinção dos *free shops* na Comunidade Econômica Europeia em 1999; o comportamento do consumidor que cruzava a fronteira na região europeia da Servia-Croácia-Montenegro em 2007; e os determinantes do comportamento do consumidor que cruza a fronteira para comprar na região da Holanda, Bélgica e Alemanha.

Estudos que ampararam diversas pesquisas foram realizados por Christiansen e Smith (2001) a respeito do fechamento do comércio *Duty Free* na União Europeia em 1999, abordando diversos aspectos desse tipo de comércio, incluindo efeitos no consumo, lucro e fixação de preços. Os autores revisaram e desmistificaram vários argumentos que podem dar suporte conceitual para o papel do *Duty Free* para

promover bem-estar econômico global, afirmando que a existência do comércio *Duty Free* é explicada como um fenômeno que os países individualmente encontram para atender a seus próprios interesses, tanto na chegada quanto na partida, ou seja, que os países têm suas razões, tanto para admitir que entrem mercadorias livres de impostos quanto para permitir a venda de mercadorias livres de impostos a passageiros que partem do país.

Christiansen, e Smith (2001) concluem seu estudo, afirmando que a extinção do comércio *Duty Free* entre os países da União Europeia tivera efeitos negativos substanciais nas vendas das antigas mercadorias livres de impostos em comparação com o crescimento das vendas dessas mercadorias fora da UE. Diferentes respostas de diversos varejistas foram observadas em diferentes aeroportos com vendas *Duty Free*, sendo desmanteladas em certas mercadorias, e certas mercadorias não mais sendo vendidas para passageiros com destino à União Europeia, ou mercadorias sendo vendidas com preços diferentes para passageiros fora da União Europeia. Conforme os autores, alguns serviços de balsas (*ferry*) mudaram as rotas de navegação a fim de incluir atracagem em territórios não pertencentes à União Europeia para poderem reter as vendas *Duty Free*.

Christiansen, e Smith (2001, 2004 e 2008) produziram trabalhos sobre aspectos econômicos dos mercados: a economia do *Duty Free* shopping, interesses políticos nacionais no mercado *Duty Free* e a tributação ótima das mercadorias em vendas em lojas francas. Em 2008, a partir do modelo existente em um estudo seminal de Mirrless de 1971 sobre a renda ótima da tributação, os autores, além das características da tributação ótima nos regimes de vendas *Duty Free*, discutem as condições sob as quais liberar tais vendas livres de impostos irá incrementar ou reduzir o bem-estar social.

Embora o foco da presente pesquisa não seja de cunho fiscal, tributário, essa questão está emergindo junto à decisão de permitir *free shops* na fronteira brasileira, portanto vale ressaltar as observações de Christiansen e Smith (2008): um aspecto importante do mercado *Duty Free* é a existência de custos de transação ou restrições de quantidades nas compras. Dependendo do tamanho das restrições de quantidade, alguns consumidores podem comprar suas unidades marginais de mercadorias, tais como álcool e cigarros nos mercados *Duty Free*; enquanto outros, com maior demanda dessas mercadorias, ou que estão enfrentando maiores restrições de compras, podem comprar suas unidades marginais no mercado de rua. Algumas podem comprar unidades marginais em ambos os mercados, com a disponibilidade de as lojas francas afetarem suas decisões de viagem.

Mesmo deixando de fora da presente pesquisa a questão fiscal e de comportamento do consumidor, foi encontrado um estudo de Leal *et al.* (2010), que escreveram sobre diferenças de tributação no comércio de fronteira, ou sobre o fenômeno de cruzar a fronteira para comprar induzidos pela questão fiscal. Os resultados que encontraram em pesquisa empírica coincidem com a literatura teórica e dão-lhe suporte: as diferenças de tributação entre territórios vizinhos induzem os consumidores a comprar no território onde a taxa é mais baixa, na condição de que a economia com os impostos compense os custos associados à viagem empreendida pelo comprador, a fim de obter a vantagem da menor carga de impostos.

Christiansen e Smith (2008) afirmam que as vendas mundiais *Duty Free* e *tax-free* representaram 25 bilhões de dólares em 2004, metade dos quais foram divididos em três grupos de produtos – bebidas alcoólicas, tabaco, perfume e cosméticos – e que, apesar da extinção do comércio *duty-free* entre os países que compõem a Comunidade Europeia, os países europeus ainda representavam em torno de 45% do total global de vendas *Duty Free*.

Em 2014, as vendas globais do comércio *Duty Free* atingiram 60 bilhões de dólares. Em entrevista, o presidente da *Tax Free World Association (TFWA)* declarou que os desafios da Associação Mundial de Livre Imposto consistem em atender a viajantes que compram cada vez mais pela Internet; converter mais viajantes em consumidores; e não negligenciar os consumidores que entram nas lojas alegando que há muitos obstáculos de leis e regulamentações dos países para serem enfrentados pelo setor (www.tfwaworld.com).

Referente a comércio em economias transnacionais, sob a ótica do comportamento do consumidor, que não é o propósito central da presente pesquisa, foram encontrados os estudos de Dmitrovic e Vida (2007), que examinaram as motivações dos consumidores croatas, sérvios e montenegrinos para comprar fora de seus países e exploraram o papel da demografia *versus* fatores sócio-psicológicos para explicar o fenômeno de um consumidor decidir cruzar a fronteira para comprar. Encontraram fortes indícios de patriotismo afetando as decisões de consumir produtos de um país alocado do lado de fora de sua fronteira.

Timothy e Butler (1995) examinaram o ambiente do comércio de fronteira no contexto do turismo entre Canadá e Estados Unidos e suas implicações no papel das compras como geradoras de turismo, propondo modelos para contribuir com o entendimento do papel do comércio de fronteira no turismo. Conforme os autores, no início dos anos 1980, houve uma queda no número de pessoas do Canadá que cruzaram para os EUA para as compras de fronteira, devido ao baixo poder de compra do dólar canadense comparado ao dólar americano, ou seja, a taxa de câmbio tornou mais caro para os canadenses efetuar compras no vizinho EUA.

Preços mais baixos em um país vizinho podem tornar atrativo cruzar a fronteira para comprar, principalmente para aqueles que vivem próximo de uma fronteira, tal como investigado na região de fronteira entre a Holanda, a Bélgica e a Alemanha. Os resultados mostraram que baixos preços dos produtos não são o fator motivador preponderante para os consumidores comprarem do outro lado da fronteira, mas também que fatores como a variedade e a disponibilidade, junto com o tempo gasto para efetuar uma compra, parecem afetar mais do que preços baixos o comportamento de compra dos consumidores na região europeia dos rios Reno e Mosa (POLLOK e SIEMS, 2011).

No Brasil, Lucena (2011) investigou a territorialidade de fronteira no contexto do Mercosul, precisamente entre a cidade de Santana do Livramento, RS, e sua gêmea Rivera, no Uruguai. Igualmente, ouviu a opinião da diretora da Associação Comercial e Industrial de Livramento (ACIL), entre outros líderes locais, e destacou uma declaração encontrada na história da cidade quando foram indagados se o Uruguai deveria abrir *free shops* em Rivera: "... era preciso entender que qualquer benefício que propiciasse o retorno de um movimento econômico a Rivera respingaria os seus benefícios também em Santana do Livramento, porque todo dinheiro que circula em uma das comunidades, passa para a outra como se fossem vasos comunicantes..." (LUCENA, 2011, p. 75).

Lucena (2011) afirma que, nos vinte anos de funcionamento, os *free shops* de Rivera sofreram influências positivas e negativas das políticas econômicas dos dois países, havendo momentos, como em 2007, de câmbio favorável que valorizava a moeda brasileira frente ao dólar americano e muita apreensão dos empresários riverenses em momentos quando o real se desvalorizava frente ao dólar americano. As crises sazonais de paridade cambial podem causar fechamento de algumas lojas de *free shop* no Uruguai por algum tempo ou até já houve, ao longo dos anos, a desistência total do empreendimento, o fechamento de lojas.

Recentemente, foi realizada pesquisa, conduzida pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) em conjunto com o Instituto de Pesquisa de Mercado Unisinos (IPM), cuja equipe foi composta por Trez, Fonseca e Kihara (2014). O Sebrae atua como entidade convidada pela Comissão Permanente para o Desenvolvimento e a Integração da Faixa de Fronteira (CDIF) pertencente à Secretaria de Desenvolvimento Regional do Ministério da Integração Nacional (MI). Sob o título Análise dos impactos das lojas francas no RS, foram pesquisadas as dez cidades gaúchas contempladas pela Lei 12.723/2012 para analisar os eventuais impactos da nova Lei.

Trez, Fonseca e Kihara (2014) apontam, como principais resultados, que os entrevistados reconhecem o cenário de menor desenvolvimento regional das fronteiras e que, nas fronteiras com o Uruguai, as expectativas da população são mais otimistas do que nas fronteiras do Rio Grande do Sul com a Argentina. No que se refere aos principais impactos, acima de 80% da população entrevistada acreditam que a abertura dos *free shops*, nas dez cidades gaúchas, vai aumentar (a) o emprego para a população local, (b) o turismo, (c) a abertura de novos negócios e (d) a economia e o desenvolvimento na região. Mais de 60% acreditam que vai aumentar (e) a infraestrutura do seu município, (f) a autoestima e o orgulho da população e (g) o comércio local. Acima de 50% acreditam que vai aumentar (g) a renda da população, (h) a igualdade entre as cidades gêmeas e (i) a qualidade de vida da população. Concluem afirmando que existe a necessidade de (1) se subsidiar o processo de regulamentação da lei a partir dos impactos a curto, médio e longo prazo e (2) a premência de se planejar o potencial novo fluxo de pessoas para muito além das lojas francas. Tais resultados vão ao encontro do que já foi apresentado acerca dos benefícios provenientes da implantação da Lei 12.723/2012.

Um estudo que melhor responde à questão problema da presente pesquisa, embora inversamente, foi realizado por Gebauer, Nam e Parsche (2005): Lições de 1999 na extinção das vendas *Duty Free* no interior da Europa pelos novos Estados Membros da União Europeia (UE). Os oponentes dessa resolução argumentaram que o setor de *free shops* criava empregos e reduzia drasticamente o valor agregado da receita do imposto de consumo dos países, individualmente e que o setor não só contribuía para permitir subsidiar o valor das tarifas de viagem, mas também podia ser caracterizado como um suplemento ao comércio varejista regular para alguns produtos.

Gebauer et al. (2005), ao final de investigações teóricas e empíricas, sugerem que (a) as vendas sem impostos intra-UE perturbam a neutralidade da alocação garantida em mercados únicos, (b) a significância macroeconômica das vendas livres de impostos é negligenciada, e (c) alguns estudos de base, conduzidos por lobistas, exageraram quanto aos impactos negativos da eliminação das vendas sem impostos intra-UE. Para os autores, esses três argumentos importantes justificam que tenham sido eliminadas as vendas *free shop* intra-UE para os países membros e a mesma eliminação também pode ser aplicada para os novos países entrantes na União Europeia.

Com a finalidade de atingir os objetivos, formar uma base teórica para a presente pesquisa foi vencer um desafio interessante, em vista de que os comércios *free shop* ainda não entraram em funcionamento. Na busca, foi possível encontrar notícias sobre a Lei ordinária 12.723/2012. Também foram achados estudos sobre a faixa de fronteira, embora voltados para preocupações de política de vizinhança entre as cidades gêmeas.

Para responder à questão da pesquisa, a busca inicial (no Portal de Periódicos Capes/MEC) levou a expressões tais como “*Duty Free zones*”, cujos artigos, revisados por pares, dizem respeito à indústria ao invés de se referirem ao comércio e foram, portanto, descartados. A expressão “lojas francas” conduziu a raros resultados. A expressão “*tax free*” abordava os casos em que um estrangeiro, ao sair do país (em geral de países ricos), na maioria das vezes por meio de aeroportos, pode requerer o reembolso dos impostos que lhe foram cobrados nas suas compras, mediante apresentação das notas fiscais e do passaporte (o que tenderá a não acontecer nas futuras lojas francas brasileiras, amparadas pela Lei em estudo).

Após o exame de diversas expressões possíveis, chegou-se a “*cross border shopping*” e eliminaram-se os estudos que não tratavam de fronteiras entre países. Nos artigos que abordavam fronteiras entre países, mas se referiam especificamente às *free shops* localizadas em aeroportos, pouco foi aproveitado devido à especificidade da referida Lei. A Lei em questão se aplica a fronteiras (no oeste do Brasil) secas que são pouco acessadas pelo modal de transporte aéreo, ou seja, há predominância de tráfego de pessoas a pé, em bicicletas, moto e assemelhados, carro, caminhão e ônibus. A Lei também se aplica às fronteiras molhadas, cujo acesso ocorre por meio de pontes rodoviárias ou por pequenos barcos. Resumidamente, as expressões que melhor atenderam à presente pesquisa foram as que implicaram o ato de cruzar fronteiras internacionais para realizar compras livres de impostos.

A maioria dos estudos internacionais focaram no impacto das políticas governamentais, tais como impostos e taxas de câmbio das moedas, ou nas motivações e características dos consumidores que cruzam fronteiras para fazer compras (Piron, 2002; Sullivan & Kang, 1997). Regionalmente, a maioria dos trabalhos estiveram focados na fronteira entre Estados Unidos e Canadá (Evans *et al.*, 1992; Sullivan e Kang, 1997; Timothy e Butler, 1995) e na Europa: Bygura, 1998; Christiansen e Smith, 2001, 2004, 2008; Gebauer *et al.*, 2005; Dimitrovic e Vida, 2007; Leal *et al.*, 2010). Na Ásia, foi encontrado um trabalho sobre hábitos de compra (Piron, 2002) dos habitantes da Singapura indo se abastecer de, principalmente, alimentos, bebidas e roupas em Hong Kong (Lau *et al.*, 2005). Sobre a faixa de fronteira do Rio Grande do Sul, destacam-se as pesquisas de Dorfman, 2009; Lucena, 2011; Carneiro Filho, 2011 e Trez *et al.*, 2014.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Conforme a taxonomia proposta por Vergara (2010), dois critérios identificam o tipo de pesquisa: quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins, uma pesquisa pode ser: exploratória, descritiva, explicativa, metodológica, aplicada e intervencionista. Quanto aos meios, a investigação pode ser: pesquisa de campo, pesquisa de laboratório, documental, bibliográfica, experimental, *ex post facto*, participante, pesquisa-ação e estudo de caso.

Quanto aos meios, houve pesquisa de campo, porque as autoras visitaram os locais para entendimento do contexto e para aplicação do instrumento de pesquisa; houve investigação documental em vista do contato das autoras com reportagens da mídia local e *websites* onde existe informação sobre o objeto de estudo; e a pesquisa bibliográfica ocorreu em livros, artigos impressos ou por meio da Internet em *papers* constantes no Portal de Periódicos Capes/MEC. Por sua natureza de sondagem, a pesquisa foi, quanto aos fins, exploratória ao buscar aprofundamento em um assunto ainda recente, sendo também descritiva ao narrar os resultados da busca teórica e das entrevistas realizadas.

Trata-se metodologicamente, segundo a natureza dos dados, de uma pesquisa qualitativa, tendo os dados sido coletados em campo. A origem e os estágios principais da presente pesquisa são relatados a seguir.

A história deste estudo começou no ano de 2012 logo após a notícia da criação da Lei 12.723/2012. Uma das autoras ministrava aulas em um curso de administração em Santa Vitória do Palmar e residia dois dias da semana em um hotel no Chuí e acompanhava a movimentação da cidade em torno da nova Lei. Surgiu a ideia de consultar os graduandos, solicitando-lhes que criassem dez perguntas que os termos da Lei lhes suscitavam, uma vez que sua região estava diretamente afetada pelo conteúdo de tal determinação. Nos outros dias da semana, essa autora residia em Pelotas, onde também lecionava em curso de graduação em administração, igualmente pedindo aos estudantes a elaboração de dez perguntas. Os alunos discutiam o assunto em grupos de até cinco estudantes e cada grupo apresentava suas dez perguntas.

No dia 22 de outubro de 2012, em Pelotas, entre os turnos da manhã e da noite, 20 grupos responderam e no dia 25 de outubro de 2012, em Santa Vitória do Palmar, no turno da noite, 6 grupos escreveram, totalizando um conjunto de 260 questões. As perguntas feitas pelos graduandos em administração foram revisadas e retiradas as que eram desprovidas de sentido acadêmico, foram agrupadas, por essa autora do presente estudo, em 3 categorias: a situação atual das cidades de fronteira do extremo sul do RS, Brasil; o exemplo dos *free shops* do Uruguai e as expectativas futuras pós implantação das lojas francas.

Com base no marco teórico encontrado, em especial nos estudos sobre a situação inversa: o fechamento dos *free shops* em fronteiras terrestres ou fluviais entre os países que vieram a compor a União Europeia (Christiansen e Smith 2001, 2004 e 2008), foram confirmados os 3 construtos e remodeladas as perguntas propostas pelos estudantes para a situação de futura abertura de lojas francas.

Dentro do primeiro construto – a situação das cidades de fronteira do extremo sul do RS – ficaram questões como: quais os progressos da Lei ordinária 12.723/12? Como é a situação de empregabilidade em ambos os lados, se o Brasil oferece melhores benefícios trabalhistas e se é possível para cidadãos de ambos os países trabalharem em qualquer dos lados? Qual a principal fonte do PIB da cidade brasileira?

No segundo construto – o exemplo dos *free shops* do Uruguai – foram formuladas as questões: Como era a cidade uruguaia antes de se instalarem os *free shops* do lado uruguaio; como era a cidade gêmea brasileira antes de se instalarem os *free shops* do lado uruguaio?

Terceiro construto – as expectativas futuras – permaneceram após remodeladas, questões tais como: Quais dos lados do comércio de fronteira das cidades gêmeas tenderá a se beneficiar mais? Quais os impactos que os *free shops* trarão para a cidade brasileira? É esperada uma aceleração econômica da região? Após a implantação no lado brasileiro ainda haverá vantagem em os brasileiros comprarem mercadorias dos *free shops* uruguaio? O PIB da cidade brasileira poderá mudar a partir da vinda dos *free shops*? Com a aprovação da isenção do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) que vantagem a cidade terá?

Os relatos foram coletados, no ambiente das cidades, em duas entrevistas semiestruturadas: no dia 10 de fevereiro de 2014 em entrevista por e-mail junto à presidência da Câmara de Dirigentes Lojistas de Jaguarão. No dia 23 de julho de 2014, em entrevista gravada na cidade de Chuí, na Associação Comercial.

A escolha dos entrevistados se deveu à boa disposição das pessoas em conceder entrevista para relatar suas percepções e por serem as únicas lideranças locais que viajaram e participaram das reuniões políticas realizadas em Foz do Iguaçu, PR e em Brasília, DF, como representantes de suas respectivas cidades-gêmeas.

O valor de obter respostas de tais líderes se deve à dificuldade de lideranças municipais, que como estas vivem no extremo sul do país, participarem de reuniões na capital brasileira, o que consome mais de 30 horas de viagem rodoviária, uma vez que Chuí, RS, está distante 2.635 km de Brasília, DF e Jaguarão, RS, dista 2.500 km de Brasília. (<http://www.ibge.gov.br>).

Explicada a história, os estágios, as influências e o porquê da escolha dos entrevistados, a seção a seguir descreve os resultados da pesquisa.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Na primeira pergunta, “Quais os progressos da nova Lei Ordinária 12.723/12 no Brasil?” as respostas de ambas as entrevistadas remeteram à espera da portaria de regulamentação da Receita Federal, prevista para julho de 2015 e da lista de produtos que poderão ser comercializados nas futuras lojas francas do lado brasileiro.

Na indagação sobre: “Quais dos lados do comércio de fronteira das cidades-gêmeas tenderá a se beneficiar mais”? A resposta da representante de Jaguarão foi que já são passados 20 anos de evasão expressiva de divisas do Brasil para o Uruguai; que o comércio varejista de Jaguarão está em decadência, impossibilitado de gerar renda e emprego; que existe êxodo populacional; que a região é considerada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) como estagnada. Acrescenta que, quando chegaram os *free shops* uruguaio, duzentos pontos comerciais de Jaguarão foram fechados, gerando desemprego; que a futura instalação dos *free shops* brasileiros trará ganhos, pois os brasileiros em trânsito poderão comprar em ambos os lados, usando normalmente suas cotas. Complementou que, em um primeiro olhar, “Jaguarão ressurgirá das trevas em que se encontra, restaurando sua economia, em ambas as cidades”.

Nessa mesma questão, a resposta da representante da cidade de Chuí foi que acredita que vai ser bom para os dois lados e que o lado brasileiro vai aproveitar a vinda dos uruguaio e dos brasileiros que saem do país e retornam podendo comprar em ambos os lados: “Eu acredito que vai ser bom para os dois, não vai ter um mais nem um menos, porque viajam muitas pessoas brasileiras para os *free shops* do outro lado da rua, mas vem muitos uruguaio para cá, para o lado brasileiro, porque estão acostumados, porque gostam de comprar no lado brasileiro. E já que os brasileiros também, que viajam e fazem saída no país e voltam a fazer entrada com essa documentação, podem comprar produtos nos nossos *free shops* do lado brasileiro”.

As respostas foram consistentes com o estudo de Gebauer et al. (2005, p. 134), que apresenta os argumentos dos que foram favoráveis a não extinção dos *free shops* entre os países que vieram a fazer parte da União Europeia: o setor *Duty Free* é capaz de gerar empregos, o comércio *Duty Free* contribuiu para a redução dos custos de transporte, ajudando a ratear as despesas de viagem e que o setor também pode ser caracterizado como suplementar ao comércio regular para alguns produtos específicos. Inversamente se pode esperar que os defensores da abertura dos *free shops* nas cidades gêmeas de

Jaguarão e Chuí expressem argumentos similares.

Na pergunta, “Como era a cidade de Rio Branco-Uruguai antes da criação dos *free shops* do lado uruguaio”? A resposta foi: “a cidade de Rio Branco era chamada de cidade fantasma. Dito isso, tornam-se desnecessárias outras considerações. A instalação dessas lojas nas fronteiras gêmeas foi uma estratégia do governo uruguaio para captar os milhões de dólares que se evadem anualmente, e lamentavelmente de nosso estado”. Para a representante de Chuí foi feita a mesma pergunta, apenas modificando a cidade, ou seja: “Como era a cidade de Chuy-Uruguai antes da criação dos *free shops* do lado uruguaio”? Obteve-se a resposta: “Chuy antes era uma cidade caótica, com a chegada dos *free shops* uruguaio se abriu uma porta fabulosa para os comércios lá do outro lado. No Chuy acredito que 90% dos comércios não sejam *free shops*, desses deve ter uns cinquenta, mas há lojas, lojinhas e todos trabalham, todos vendem, pois quem vem para os *free shops* sempre encontra alguma coisa fora dos *free shops* que vale a pena, ou seja, o que movimenta os *free shops* movimenta tudo, atrai trabalho, fontes de trabalho”.

Gebauer, Nam e Parsche (2005) revisaram alguns estudos que objetivavam quantificar o impacto da empregabilidade na extinção dos *free shops* entre os países que vieram a fazer parte da União Europeia e encontraram evidências de perda de emprego, no entanto afirmam que a estimativa inicial de perda de 140.000 empregos foi exagerada.

A questão: “Quais os impactos que os *free shop* trarão para a cidade de Jaguarão? Positivos? Negativos”? A resposta dada foi que os impactos de nenhuma forma serão negativos, que ela acredita que o turismo de compras jamais gera impacto negativo; que se espera que os lojistas saibam desempenhar seus papéis, aceitando qualificação para obter sucesso nas vendas. A representante do Chuí também acredita que será positivo porque o que vai se vender no Brasil provavelmente não será a mesma mercadoria que vai vender do outro lado, ou seja, que vai haver oportunidades tanto para o brasileiro quanto para o uruguaio e que vai ser bom para os dois. De forma consistente com tais expectativas, Christiansen e Smith (2007) discutiram as condições sob as quais permitir *free shops* aumenta ou reduz o bem-estar social.

A pergunta: “Espera-se uma aceleração do desenvolvimento econômico da cidade brasileira”? Como resultado da representante de Jaguarão se obteve que já é observado interesse de investidores bastante curiosos no município, e que esperam as últimas informações, que virão de Brasília. Ela acredita que a economia retomará sua aceleração e disse ser lamentável ver a situação da administração pública, que tem verbas muito restritas e que tantas ações para o bem da comunidade estão deixando de ser efetuadas.

A respondente do Chuí disse que só vê vantagens para os dois lados. Enfatizou que acredita que vai haver desenvolvimento econômico porque “o que vai se vender desse lado provavelmente não é a mesma coisa que vai se vender do outro lado, ou seja, que vão ter oportunidades tanto o brasileiro quanto o uruguaio, compra o produto de um lado, se aqui ele não gostou, pode comprar o produto do outro lado, vai ter diferença então isso vai ser bom para os dois lados”.

Pollok e Siems (2011) afirmam que preços baixos no país vizinho podem tornar atrativo o comércio de fronteira, particularmente para aqueles que vivem na região, porém seus resultados mostraram que o motivador dominante para os consumidores comprarem foi a variedade e a disponibilidade juntamente com o tempo gasto para efetuar uma compra e não apenas produtos com preços baixos.

A indagação: “Assim que os *free shops* forem implantados no lado brasileiro, a população ainda terá mais vantagens em importar mercadorias dos *free shops* uruguaio” foi respondida, por parte da representante do comércio de Jaguarão, com a afirmação de que a população brasileira em trânsito poderá comprar em ambos os lados, pois do lado brasileiro, haverá isenções de Imposto sobre circulação de Mercadorias (ICMS) em todos os *free shops*; que se poderá concorrer de igual para igual, para buscar a restituição das perdas nestes 20 anos, em que os fronteiriços estiveram abandonados totalmente pelos governos.

Leal et al. (2010), por meio de pesquisa empírica, chegaram a resultados que apoiam a teoria de que diferentes impostos entre áreas vizinhas induzem os consumidores a comprar na área onde os impostos são mais baixos desde que a economia com os impostos compense os custos de transporte relacionados à jornada para efetuar as compras. Afirmam também que transações comerciais entre fronteiras produzem bem-estar aos envolvidos.

Christiansen e Smith (2008) ressaltam que compras em *free shops* essencialmente juntam a compra de dois produtos: os objetos comprados livres de imposto e os gastos de viagem, uma vez que compras *Duty Free* pressupõem pessoas que estão em viagem, ou seja, se os gastos com a viagem forem excessivamente altos, poderão sobrar menos recursos para dispender com as compras, ainda que os preços sejam atrativamente mais baixos.

A representante do Chuí afirmou que as vantagens irão se igualar. Corroborou com essa percepção da representante do Chuí a visão do prefeito da cidade do Chuí, em exercício, durante o encontro da Comissão do Mercosul e Assuntos Internacionais (CMAI) da Assembleia Legislativa em novembro de 2010, quando o prefeito da cidade de Chuí informou que, nos últimos anos, 80% dos estabelecimentos comerciais se transferiram para o Chuy uruguaio e que o lado brasileiro se apresenta estagnado, com vários

estabelecimentos comerciais fechados (LUCENA, 2011).

Sobre “Como fica a situação do emprego em ambos os lados? O Brasil oferece melhores benefícios trabalhistas? É possível para cidadãos de ambos os países trabalharem em qualquer dos lados”? Foi alcançada a seguinte resposta da representante de Jaguarão: “há pessoas trabalhando em ambos os lados; os que foram desempregados do lado brasileiro tentaram a sorte do outro lado, com certeza no aguardo das mudanças no comércio, pois as garantias oferecidas aos comerciários são mais convenientes no Brasil do que do outro lado da fronteira”. No caso de Chuí: “A situação do emprego em Chuí e *Chuy* anda mais ou menos uma pela outra, ou seja, o benefício é o mesmo. As horas extras, quando trabalhadas, funcionam do mesmo jeito e os salários são parecidos, quase a mesma coisa”.

Lucena (2011) evidencia detalhes do Acordo para Permissão de Residência, Estudo e Trabalho a Nacionais Fronteiriços Brasileiros e Uruguaios, cujas populações, por força da localidade, vivem integradas.

Na sequência, estava a pergunta referente ao Produto Interno Bruto (PIB) do município de Jaguarão. “Qual a principal fonte do PIB de Jaguarão? Isso poderá mudar com os *free shops* brasileiros”? A resposta obtida foi: “A principal fonte do PIB de Jaguarão se deve ao setor agropecuário, e depois ao comércio internacional, ao turismo de compras, que mesmo enfraquecido ocupa o segundo lugar”.

Timothy e Butler (1995) examinaram o contexto do turismo de fronteira entre Canadá e Estados Unidos e encontraram fortes evidências de que as compras eram o motivo principal que levava as pessoas a cruzarem a fronteira. Tal como no caso de Jaguarão-Rio Branco o automóvel é o meio de transporte mais utilizado, prevalece o domínio de viagens de um único dia, ou seja, as pessoas cruzam e retornam ao outro país no mesmo dia, viajando com o propósito primário de fazer compras.

No Chuí, a resposta dada foi: “Aqui na fronteira é tudo comércio, não tem indústria, não tem nada. É uma região turística, só se trabalha em comércio, a gente está sempre esperando clientes para poder vender e fazer um caixa porque não tem outra entrada, não tem indústria, aqui não tem nada. As pessoas vêm apenas para comprar. E vou acrescentar: aqui a fronteira trabalha iniciando em dezembro e pode chegar às vezes até fim de fevereiro quando enche de turistas. Isso é porque nós temos bonitas praias, aliás, as belas praias dos nossos vizinhos uruguaios, porque aqui a barra brasileira ali do Chuí é de 10 km, e pertence ao município de Santa Vitória do Palmar. Mas isso não interessa, somos parceiros e estamos juntos nessa”.

Acrescentou ainda sobre a sazonalidade: “Verão, praias, por isso que as pessoas vêm para cá, é mais barato e tem mais segurança, vêm muitas pessoas do Brasil e veraneiam aqui na barra brasileira, vêm para o Uruguai na *Fortaleza de Santa Tereza*, vêm para *Punta Del Diablo*. Isso tudo fica a 30 km, a 50 km, também tem a Praia da Barra que fica a 10 km, uma praia brasileira, a outra uruguaia passando pela ponte. São atrações turísticas que nós temos aqui, praias que atraem o turista”.

Tal situação ratifica o pensamento de Timothy e Butler (1995), que concluem seu estudo afirmando que fazer compras atualmente não é mais a atividade trabalhosa que costumava ser. Para muitos, é uma das atividades de lazer mais agradáveis, ainda mais para turistas. Em muitos destinos, os turistas gastam mais dinheiro em compras do que em alimentação, hospedagem e outros entretenimentos, ou seja, as atividades de compras funcionam também como atração e esse é o caso dos turistas que cruzam a fronteira entre Canadá e Estados Unidos.

Foi ainda dado um espaço para outras observações que as entrevistadas desejassem acrescentar. Apenas a respondente do Chuí contribuiu livremente, afirmando que “o que falta para cada município é decidir sobre a aprovação das leis municipais que regulamentam a instalação das lojas *free shops*. Até agora, aqui no Chuí, o sentimento é de que promessas não foram cumpridas e de que está parado. Foi pedido que cada município fizesse um ofício, vereador, prefeito, jurídico, executivo e legislativo e era então para começar um ofício mandando, foi antes do ministro Mantega, para esclarecer se era beneficente para a comunidade e em que lugar seriam explanados os *free shops*. O que meramente eu posso entender que isso é para empurrar a responsabilidade para os municípios. Muitos municípios não fizeram, inclusive o Chuí. Não foi feito, mas por que pediram isso? Se o município está agraciado pela Lei, porque também não se sabe quem pode abrir *free shop*? Deve ter espelho no Uruguai e ter que ser comerciante antigo, ter mais de x anos como comerciante sério, tenha carta de crédito, tenha um dinheiro, para não desaparecer com a mercadoria, queremos transparência, tendo dinheiro, local, colocar a 10 quadras do centro. Ficou a desculpa de que parou porque os municípios não se comunicaram”.

Nas falas acima descritas, podem-se encontrar evidências de que há expectativa positiva por parte das representantes do comércio e que é esperado que a Lei 12.372/12 traga desenvolvimento econômico para a fronteira do extremo sul do Brasil nos municípios de Chuí e de Jaguarão, no estado do Rio Grande do Sul, Brasil.

QUADRO Síntese das Respostas

Aspectos Relevantes	Chuí, RS, Brasil	Jaguarão, RS, Brasil
Progressos da Lei 12.733/12	À espera da Portaria de Regulamentação da Receita Federal	À espera da Portaria de Regulamentação da Receita Federal
Como era a cidade uruguaia antes dos <i>free shops</i>	Chuy, UY, era uma cidade caótica, abandonada	Rio Branco, UY era uma cidade fantasma
Lado da fronteira que terá maiores benefícios	Ambos os lados	Jaguarão
Impactos esperados das futuras lojas <i>free shops</i> no lado brasileiro	Positivos	Positivos
Espera-se aceleração do desenvolvimento econômico?	Haverá desenvolvimento econômico	Economia retomará à aceleração
Situação do Emprego	Igualitária. Haverá mais trabalho em ambos os lados da fronteira	Igualitária. Haverá mais trabalho em ambos os lados da fronteira

FONTE: elaborado pelas autoras.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível depreender dos resultados das entrevistas que se espera geração de renda, maior número de empregos, captação de recursos do governo, atração de investimentos, aceleração da economia local, igualdade de condições entre as cidades gêmeas. É percebido que a vinda das lojas *free shops* no lado brasileiro amenizará a sensação de estagnação que as entrevistadas percebem em suas cidades ao trazerem consigo benefícios para o comércio local em geral e por consequência captar para o lado brasileiro as vantagens que possui o turismo de compras já estabelecido nas cidades gêmeas do lado uruguaio.

A preocupação com a concorrência exercida pelas compras fora das lojas físicas é consistente com os estudos de Timothy e Butler (1995) sobre consumidores que compram por correio e por telefone em busca de baixos preços e de uma variedade maior de produtos e com os estudos de Leal et al. (2010) sobre o impressionante desenvolvimento do comércio via Internet como alternativa tanto no país de residência ou em localidades de fronteira.

Os achados da pesquisa de Trez, Fonseca e Kihara (2014) estão alinhados com os resultados das entrevistas conduzidas com as representantes do Chuí e de Jaguarão no que diz respeito a aumento de emprego e renda, abertura de novos empreendimentos, igualdade de condições entre as cidades gêmeas, falta de regulamentação sobre quem poderá abrir *free shops* e em que local dos municípios serão instaladas as lojas *free shop* brasileiras.

O comércio da região de fronteira do Brasil está atendendo aos residentes, aquecido com os habitantes do Uruguai e dos outros países cruzando para compras no Brasil, em lojas de rua, em vista da desvalorização da moeda brasileira, o Real, frente ao Dólar americano. Nos *free shops* do Uruguai, enquanto as lojas francas possuírem estoques antigos, estarão incorporando como desconto no preço o impacto da flutuação da taxa de câmbio desfavorável para atrair brasileiros. As lojas recebem brasileiros cuja renda e vantagem socioeconômica permite viajar para usufruir tais descontos, em bebidas, especialmente.

Em Rio Branco – Jaguarão, por exemplo, não existem ainda locais de entretenimento e outras atrações fortes o suficiente para atrair turistas (impactados também pelo custo de enfrentar a distância entre sua residência e os *free shops*). No Chuy, atraídos pelas praias, sazonalmente, brasileiros economicamente mais abastados viajam e fazem turismo de compras, em menor número nos tempos da moeda, o Real, desvalorizado.

Em que extensão teria a variação cambial provocado uma erosão nas intenções de abertura dos *free shops* brasileiros? Previstos para maio de 2015, um ano depois, ainda não está pronto o *software* prometido pela Receita Federal do Brasil para controles alfandegários. Tal como essa, surgem outras questões para estudos acadêmicos futuros:

- Quão restritivas ao comércio de fronteira são as intervenções governamentais?
- Qual o significado do contexto cultural na implantação da referida Lei, ou seja, na abertura das lojas francas na fronteira brasileira?
- Deveriam os governos dar concessões criando lojas *free shops* que são monopólios ou encorajar a competição no mercado de lojas *Duty Free*? (CHRISTIANSEN E SMITH, 2008).
- Quais são os fatores que orientam a fixação de preços por parte dos comerciantes que vendem produtos *Duty Free*? (CHRISTIANSEN E SMITH, 2008).
- Os governos que permitem *Duty Free* perdem arrecadação ou são capazes de recuperar a perda do dinheiro dos impostos ao se ressarcirem com rendas provenientes das concessões? (CHRISTIANSEN E SMITH, 2008).
- Em que extensão, novos investimentos em infraestrutura logística, a exemplo da futura hidrovia

- Brasil – Uruguai, poderão influenciar o desenvolvimento econômico e social das cidades gêmeas?
- Após abrirem, que condições possuirão os *free shops* brasileiros para enfrentar a transitoriedade das taxas de câmbio, as épocas de recessão econômica/desemprego e os níveis de contrabando?

Newhouse (2016) entrevistou, no dia 28 de janeiro de 2016, Alejandro Werner, representante do Fundo Monetário Internacional, o qual declarou que não haverá crescimento no Produto Interno Bruto do Brasil e da Argentina em 2016. Na mesma entrevista, uma afirmativa: “a abertura das lojas *free shop* na fronteira Brasil – Uruguai e nas fronteiras com outros países vai estar sem avanços no futuro próximo” (THE TRAVEL RETAIL BUSINESS, 2016). Como atividade econômica geradora de fluxos turísticos, a aplicação da Lei 12.723/2012 está merecendo uma maior e melhor atenção.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DA BACIA DA LAGOA MIRIM (ALM). < <http://wp.ufpel.edu.br/alm/sobre-a-agencia>>. Acesso em 11 de maio de 2016.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO RGS. Cristiano Guerra, MTE 6820, 17:00, 24/03/2014. ASUTIL <<http://www.asutil.org/inicio.html>>. Acesso em 7 de março de 2015.

BRASIL. Presidência da República. Casa civil Decreto-Lei Nº 1.455/1976. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del1455.htm>. Acesso em 30 out. 2013.

BRASIL. Presidência da República. Casa civil Lei Nº 12.723/2012. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Lei/L12723.htm>. Acesso em 30 out. 2013.

BRASIL. Decreto-lei nº 1.455, de 7 de abril de 1976. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Ernesto Geisel. 8 abr. 1976.

_____. Decreto nº 1.901, de 9 de maio de 1996. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Fernando Henrique Cardoso. 10 mai. 1996.

_____. Decreto-lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Getúlio Vargas. 31 dez. 1940.

_____. Lei nº 12.723, de 9 de outubro de 2012. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Dilma Rousseff. 10 jan. 2014.

_____. CÂMARA DOS DEPUTADOS. PROJETO DE LEI Nº 6.316/2009. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=457359>>

Acesso em 10 jan. 2014.

_____. Ministério da Integração Nacional. Bases para uma Proposta de Desenvolvimento e Integração da Faixa de Fronteira. Disponível em: http://www.integracao.gov.br/c/document_library/get_file?uuid=ab3fdf20-dcf6-43e1-9e64-d6248ebd1353&groupId=10157. Acesso em 10 de jan. 2014.

_____. Ministério da Integração Nacional: Secretaria de Políticas de Desenvolvimento Regional. 2009. Faixa de Fronteira. Programa de Promoção do Desenvolvimento da Faixa de Fronteira – PDFF. Secretaria de Programas Regionais. Disponível em: <http://www.mi.gov.br/c/document_library/get_file?uuid=e5ba704f-5000-43df-bc8e-01df0055e632&groupId=10157>. Acesso em 08 de março de 2014.

_____. Ministério da Integração Nacional: Secretaria de Políticas de Desenvolvimento Regional. 2010. A PNDR em dois tempos: A experiência apreendida e o olhar pós 2010. Brasília, nov. 2010.

_____. Ministério da Integração Nacional. Portaria 125 de 21 de março de 2014. Republicada em 26 de março de 2014. Brasília, março de 2014. Disponível em: <<http://www.integracao.gov.br/comissao-permanente-para-o-desenvolvimento-e-a-integracao-da-faixa-de-fronteira>>. Acesso em 25 de março de 2015.

_____. Ministério da Fazenda. Portaria 307 de 17 de julho de 2014. Brasília, julho de 2014.

_____. Ministério da Fazenda. Portaria 320 de 22 de julho de 2014. Brasília, julho de 2014.

_____. Receita Federal. Instrução Normativa nº 1.059/2010. Disponível em:

<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/ins/2010/in10592010.htm>. Acesso em 12 dez. 2012.

_____. Senado Federal. Senadores cobram regras para *Free Shop* em fronteira.

Portal de Notícias do Senado Federal. Disponível em: <<http://www12.senado.gov.br/jornal/edicoes/2014/03/13/senadores-cobram-regras-para-free-shop-em-fronteira>>.

Acesso em 8 jul. 2015.

BYGVRA, S. The road to the Single European Market as seen through the Danish retail trade: cross border shopping between Denmark and Germany. *International Review of Retail, Distribution & Consumer Research*, v. 8, n. 2, p. 147-164, 1998.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. Projeto de Lei Nº 6.316/2009 Disponível em <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=457359>>. Último acesso em 30 out. 2013.

CARNEIRO FILHO, Camilo Pereira; SEVILLA, Gabriela Garcia e AVILA, Róber Iturriet. Faixa de fronteira do Rio Grande

- do Sul: economia, infraestrutura e gestão do território. *Textos para Discussão FEE*, out 2012, n° 107.
- CHRISTIANSEN, Vidar e SMITH, Stephen. National policy interests in the duty-free market. *CESifo Economic Studies*, v. 50, n. 2, p. 351-375, 2004.
- _____. Optimal commodity taxation with duty-free shopping. *International Tax Public Finance* (2008) 15: 274-296.
- _____. The economics of duty-free shopping. CESifo Working Paper no. 595, *CESifo Group*, Munich, 2001.
- DMITROVIC, Tanja e VIDA, Irena. An examination of cross-border shopping behaviour in South-East Europe. *European Journal of Marketing*. Vol. 41, Nº 3-4, p.382-395 2007.
- DORFMAN, Adriana. *Contrabandistas na fronteira gaúcha: Escalas geográficas e representações textuais*. Tese de Doutorado. Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Florianópolis, 2009.
- EVANS, W.; LANE, H. e O'GRADY, S. *Border crossing*. Toronto: Prentice Hall, 1992.
- FECOMÉRCIO-RS. Disponível em <<http://fecomercio-rs.org.br/institucional.php?page=1>>. Acesso em 21 set. 2013.
- GEBAUER, A., NAM, C. W. e PARSCHE, R. Lessons of the 1999 abolition of intra-EU Duty Free sales for the new EU member states. *CESifo Economic Studies*, Vol. 51, n. 1; p. 133-157, 2005.
- GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE SUL. Núcleo Regional de Integração de Faixa de Fronteira. Plano de Desenvolvimento e Integração da Faixa de Fronteira do Estado do Rio Grande do Sul – PDIF/RS. Porto Alegre, 2012.
- HAMMES, Maria Isabel. *Free shop no Brasil até o final do ano*. *Informe Econômico Zero Hora*. Porto Alegre, 24 abril 2013.
- IBGE. Instituto Brasileiro De Geografia e Estatística. Pesquisa de Informações Básicas Municipais. Perfil dos Municípios Brasileiros (MUNIC) 2012. IBGE. Rio de Janeiro, 2013.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default.shtm>>. Acesso em 21 dez. 2012.
- LAU, H.; SIN, L. Y. e CHAN, K. Chinese cross-border shopping: an empirical study. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, v. 29, n. 1, p. 110-133, 2005.
- LEAL, Andrés; LÓPEZ-LABORDA, Julio; RODRIGO, Fernando. Cross-Border shopping: a survey. *International Advances in Economic Research*. Vol. 16, p. 135-148, 2010.
- LUCENA, Marta Gomes. *Territorialidade de fronteira: uma contribuição ao estudo da questão fronteiriça Brasil-Uruguai no contexto do Mercosul*. Tese de Doutorado. Instituto de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Rio de Janeiro, 2011.
- NEWHOUSE, Doug. *IMF: zero growth in 2016 in Brazil and Argentina*. Disponível em <http://www.trbusiness.com/regional-news/the-americas/imf-zero-growth-in-2016-in-brazil-and-argentina/100647>. Acesso em 14 de maio de 2016.
- PAPADOPOULOS, N. G. Consumer out-shopping research: review and extension. *Journal of Retailing*, v. 56, Winter, p. 41-58
- PIRON, F. International out-shopping and ethnocentrism. *European Journal of Marketing*, v. 36, n. 1-2, p. 189-210, 2002.
- POLLOK, P. e SIEMS, F. Determinants of cross border shopping in the border region of the Netherlands, Belgium and Germany: theory and empirical results. *European Journal of Management*, vol. 11, n. 4, 2011.
- RECEITA FEDERAL. Disponível em <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2014/07/reducao-de-cota-para-gastos-no-exterior-comeca-a-valer-em-2015>>. Acesso em 8 jul. 2015.
- SAMLI, A. C.; RIECKEN, G. e YAVAS, U. Intermarket shopping behavior and the small community: problems and prospects of a widespread phenomenon. *Journal of the Academy of Marketing Science*, v. 11, n. 2, p. 1-14, 1983.
- SCHMIDT, William E. Europeans decide to allow Duty-Free Zones till 1999. *New York Times*, 19 nov. 1991. *Academic OneFile*. Web. 17 october, 2012.
- SULLIVAN, P. M. e KANG, J. Information sources and motivational attributes of Canadian cross-border shoppers: a pilot study. *International Journal of Commerce and Management*, v. 7, n. 1, p. 88-107, 1997.
- TIMOTHY, Dallen J. e BUTLER, Richard W. Cross-border shopping: a North American Perspective. *Annals of Tourism Research*, Vol. 22, Nº.1, p.16-34, 1995.
- TREZ, Guilherme; FONSECA, Marcelo Jacques e KIHARA, Silvia. Análise dos impactos das lojas francas no RS. *Sebrae e Instituto de Pesquisa de Mercado – Unisinos*, 2014.
- TFWA. Disponível em: <[http://www.tfw.com/duty_free/Single-ASSOCIATION.1196.0.html?&tx_ttnews\[tt_news\]=1031&cHash=626e31fe6e019453a0cfee1ce0b1e342](http://www.tfw.com/duty_free/Single-ASSOCIATION.1196.0.html?&tx_ttnews[tt_news]=1031&cHash=626e31fe6e019453a0cfee1ce0b1e342)>. Acesso em 7 de março de 2015.
- URUGUAI. Disponível em < <http://www.ine.gub.uy/censos2011/index.html>>. Acesso em 21 dez. 2012.
- URUGUAY. DIRECCIÓN NACIONAL DE ADUANAS. Disponível em <http://www.aduanas.gub.uy/innovaportal/v/1393/2/innova.front/directorio_de_aduanas.html>. Acesso em 21 set. 2012.
- VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 12. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.