



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO
MESTRADO EM ESTUDOS FRONTEIRIÇOS
CAMPUS DO PANTANAL



ROSA DE BARROS FERREIRA DE ALMEIDA

***FREE SHOP* NA FRONTEIRA BRASIL-BOLÍVIA: UMA PROPOSTA PARA
IMPULSIONAR O DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL**

Corumbá – MS
2016

ROSA DE BARROS FERREIRA DE ALMEIDA

***FREE SHOP* NA FRONTEIRA BRASIL-BOLÍVIA: UMA PROPOSTA PARA
IMPULSIONAR O DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Mestrado em Estudos Fronteiriços da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus do Pantanal, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre. Defendida em 20/05/2016, com Conceito APROVADA.

BANCA EXAMINADORA

Orientador

Dr. Edgar Aparecido da Costa
(Universidade Federal do Mato Grosso do Sul)

Co-orientador

Prof. Dr. Alejandro Gabriel Benedetti
(Universidade de Buenos Aires)

1° Avaliador

Prof. Dr. Milton Augusto Pasquotto Mariani
(Universidade Federal de Mato Grosso do Sul/PPGEF)

2° Avaliador

Dr^a. Roosiley dos Santos Souza
(Universidade Federal de Mato Grosso do Sul/CPAN)

DEDICATÓRIA

Aos meus filhos:

Jéssyca e João Gabriel – pelo privilégio de ser mãe. Motivam-me, dia após dia, a seguir em frente. Amo vocês!

AGRADECIMENTOS

A Deus por permitir que mais um propósito em minha vida fosse concretizado. Sem sua graça, certamente o caminho seria muito mais árduo.

Aos meus amados pais – Maria Sebastiana de Barros e Lauro Ferreira pela dádiva de poder honrá-los com mais essa conquista.

Ao meu esposo Silas Nepomuceno de Almeida e aos meus filhos Jéssyca e João Gabriel, que ao longo dessa jornada têm me dado suporte e compreendido minha ausência. A minha irmã Laureane e meu cunhado Mark pelos muitos cuidados para comigo durante esse período.

Ao meu orientador, Dr. Edgar Aparecido da Costa, pelo privilégio de poder usufruir de seus conhecimento, dedicação e paciência. Obrigada por acreditar em meu potencial e me auxiliar na conquista desse título. Serás sempre lembrado.

Ao meu co-orientador Prof. Dr. Alejandro Gabriel Benedetti pelo esmero ao sugerir alterações necessárias. Aprendi sobremodo com suas recomendações. Obrigada por aplicar parte de seu tempo para me inspirar a fazer o melhor possível.

Aos membros de minha banca Prof. Dr. Milton Augusto Pasquotto Mariani e Prof.^a Dra. Roosiley dos Santos Souza que juntos trouxeram contribuições enriquecedoras para a finalização da dissertação. É uma honra adquirir conhecimento com pessoas que irradiam paixão pelo que fazem.

A Profa. Dra. Regiane Coelho Pereira Reis, minha amiga pessoal - verdadeira providencia divina para minha vida, obrigada por fazer parte dessa conquista, jamais esquecerei seu apoio para concretização deste trabalho.

Aos professores do Programa de Mestrado em Estudos Fronteiriços pelo empenho de todos em compartilhar conhecimento. Muito obrigada! E, também, aos colegas da turma 2014 que proporcionaram momentos descontraídos, dando leveza aos tensos, durante o decorrer do programa.

Aos colegas de trabalho, professores do curso de Administração, pelas palavras de incentivo, em especial aos professores Anderson Luís, Fernanda e Roosiley pelo carinho e atenção doados, sempre dispostos a auxiliar quando precisei.

A todas as acadêmicas do curso de Administração do *Câmpus* do Pantanal que colaboraram com a aplicação do instrumento de coletas de dados para a pesquisa, minha eterna gratidão.

Não poderia deixar de agradecer a minha amiga, Neide Proença, que disponibilizou tempo e material (todos os seus livros série fronteira), obrigada por confiá-los a mim. Ao Coordenador do Observatório de Turismo do Pantanal - Ronan Xavier Machado que, gentilmente, atendeu todas as minhas solicitações. Aos entrevistados que se dispuseram a participar da pesquisa minha gratidão. Sem o acesso às informações repassadas não lograria êxito nessa pesquisa.

RESUMO

Neste trabalho, a fronteira é vista como espaço de comunicação e de trocas promovidas pelas fortes interações que desconsideram o limite internacional e são caracterizadas por intercâmbios nas mais diversas áreas, sobretudo, no comércio. Sob a égide de “proteger o território nacional”, muitas vezes a legislação brasileira cria enclaves fronteiriços sem considerar as territorialidades particulares desses territórios. No Brasil, a única referência sobre *free shop* ou loja franca, caracterizada pela não incidência de tributos sobre os produtos por eles comercializados, de regra importados, é a dos estabelecimentos encontrados nos portos ou aeroportos para venda de mercadoria nacional ou estrangeira a passageiros em viagens internacionais. A Lei 12.723/2012 amplia o regime de lojas francas às sedes de municípios caracterizadas como cidades gêmeas, caso de Corumbá. Logo, cria-se uma expectativa de tornar o lado brasileiro também atrativo para a realização de compras, já que apenas o lado estrangeiro se favorece com a oferta desse tipo de loja. Assim, esta dissertação teve como objetivo geral analisar a autorização de instalação de um *Free Shop* no município de Corumbá como possibilidade de fortalecimento ao turismo e à economia solidária. Especificamente, buscou-se: a) avaliar alguns casos de *Free Shop* de fronteira e a partir deles propor contribuições para a realidade local; b) caracterizar os empreendimentos econômicos solidários (EES) existentes em Corumbá com capacidade para inserção no *Free Shop*; c) propor as potencialidades de Corumbá para implantação de um *Free Shop*. A partir de uma abordagem de métodos mistos, com a finalidade exploratória e descritiva, foram utilizadas pesquisas bibliográficas, com coleta de informações por meio de entrevistas semiestruturadas, aplicação de formulários e observação informal. A partir dos dados coletados foi estabelecida uma análise comparativa quanto à implantação do *Free Shop* em Corumbá, sob a visão de alguns agentes territoriais e dos prováveis ‘clientes potenciais’. Pode-se afirmar que há alguns pontos de divergências. Os resultados em relação à composição dos *Free Shops* mostram que, apesar das normas que o regulamentam e o materializam, estas necessitam de readequações que levem em consideração as particularidades da fronteira Brasil/Bolívia, sobretudo, porque os agentes territoriais nada têm feito para sinalizar sobre essas particularidades. Ao que parece, eles desconhecem a dimensão que os estreitamentos entre ambos os lados dessa fronteira poderiam dar às normativas de âmbito federal que em breve entrarão em vigor como, por exemplo, a redução da cota estabelecida pela Portaria 440/2015.

Palavras chaves: Fronteira, Territorialidades, *Free Shop*, Turismo, Economia solidária.

RESUMEN

En este trabajo, la frontera es vista como un espacio de comunicación e intercambio promovido por fuertes interacciones que desconsideran límites internacionales y se caracteriza por intercambios en varios campos, especialmente en comercio. Sobre la protección de "proteger el territorio nacional ", muchos veces de la ley brasileña crea enclaves fronterizos sin tener en cuenta la territorialidad particular de estos territorios. En Brasil, la única referencia en el libre tienda libre free shop, caracterizada por la ausencia de los impuestos sobre los productos comercializados, la regla es importado, los establecimientos que se encuentran en los puertos o aeropuertos, para la venta de mercancías nacionales o extranjeras a los pasajeros en viajes internacionales. Ley 12.723 / 2012 extiende el sistema de tiendas libres de impuestos a los municipios caracterizados como ciudades gemelas, caso de Corumbá. Por lo tanto, la expectativa es creada para hacer el lado brasileño también atractivo para hacer compras, ya que sólo el lado exterior es el favorito para ofrecer este tipo de tienda. Por lo tanto, este trabajo tuvo por objeto analizar la autorización de instalación de una tienda free shop en la ciudad de Corumbá como la posibilidad de fortalecer el turismo y la economía solidaria. Específicamente, hemos tratado de: a) evaluar algunos casos de tienda free shop de fronteras y de ellos proponer contribuciones a la realidad local; b) identificar los emprendimientos económicos solidarias (EES) existentes en Corumbá con capacidad de inserción en la tienda free; c) proponer el potencial de Corumbá para implementar una tienda free shop. A partir de un enfoque de métodos mixtos con un propósito exploratorio y descriptivo, búsquedas bibliográficas se utilizaron para recopilar información a través de entrevistas semiestructuradas, formularios de solicitud y los datos de observación informal. A recogidos de un análisis comparativo se ha establecido como la puesta en práctica de la tienda free shop en Corumbá, en opinión de algunos agentes territoriales y probables "clientes potenciales". Se puede afirmar que hay algunos puntos de desacuerdo. Los resultados en cuanto a la composición de las tiendas free shop muestran que, a pesar de las normas que regulan y se materializan, necesitan reajustes que tengan en cuenta las particularidades del Brasil / Bolivia, sobre todo porque los actores locales no han hecho nada para indicar estas características. Al parecer, no son conscientes de la medida en que las líneas de contacto entre ambos lados de la frontera podría dar normativa federal que pronto entrará en vigor, por ejemplo, la reducción de la cuota establecida por la Ordenanza 440/2015.

Palabras clave: Border, territorialidades, Free Shop, turismo, economía solidaria.

LISTA DE ILUSTRAÇÃO

| | |
|--|----|
| Figura 1: Esquema de organização do turismo em cidades fronteiriças brasileiras | 31 |
| Figura 2: Fronteira Continental do Brasil – Faixa de Fronteira e Cidades gêmeas brasileiras | 33 |
| Figura 3: O caso de <i>Free Shop</i> no espaço fronteiriço Brasil-Uruguai | 50 |
| Figura 4: O caso de <i>Free Shop</i> no espaço fronteiriço Brasil- Paraguai | 51 |
| Figura 5: Cidades na Fronteira Brasil/Bolívia (Corumbá/Puerto Quijarro) | 55 |
| Figura 6: Selo de identificação de estabelecimento que adota regime Loja <i>Free</i> em Rivera | 62 |
| Figura 7: Mobilização para aumento da cota - fronteira Brasil/Bolívia | 67 |
| Figura 8: Faixa etária dos visitantes | 71 |
| Figura 9: Lojas que devem fazer parte do <i>Free Shop</i> em Corumbá | 72 |
| Figura 10: Arcos da Fronteira do Brasil | 75 |
| Figura 11: Cabexi I – O primeiro barco-hotel de pesca fluvial do Pantanal | 78 |
| Figura 12: Nível de renda dos turistas de pesca de Corumbá | 79 |
| Figura 13: Peças de argila da Casa do Massabarro | 89 |
| Figura 14: Arte rupestre como inspiração para criar peças em cerâmica | 90 |
| Figura 15: Registro gráfico da fauna terrestre representada por aves, répteis, carnívoros e cervídeos | 91 |
| Figura 16: Peças feitas a partir do couro do peixe | 91 |
| Figura 17: Os componentes do modelo CANVAS para <i>Free Shop</i> Corumbá | 99 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|----|
| Tabela 1: Operadores turísticos em Corumbá | 32 |
| Tabela 2: Relação de cidades Gêmeas de cidade estrangeira na linha de fronteira do Brasil e População. | 59 |
| Tabela 3: Produtos que os turistas/visitantes mais teriam interesse em adquirir | 72 |
| Tabela 4: Razões para continuar comprando na Bolívia após implantação de <i>Free Shop</i> em Corumbá | 73 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

| | |
|------------|--|
| ACIC - | Associação Comercial e Industrial de Corumbá |
| ACIL - | Associação Comercial e Industrial de Livramento |
| AMOR PEIXE | Associação de Mulheres Organizadas Reciclando o Peixe |
| APAE | Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais |
| BO | Bolívia |
| BR | Brasil |
| CDL | Câmara de Dirigentes Lojistas |
| CNPJ | Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica |
| CPAN | <i>Campus</i> do Pantanal |
| EES | Empreendimentos Econômicos Solidários |
| IBAMA | Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis |
| IBGE | Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística |
| IMESI | Impostos Especiais de Consumo |
| IVA | Imposto sobre Valor Adicionado |
| MERCOSUL | Mercado Comum do Sul |
| ONGs | Organizações Não-Governamentais |
| PDFF | Programa de Desenvolvimento da Faixa de Fronteira |
| PMC | Prefeitura Municipal de Corumbá |
| PPGEF | Programa de Pós-Graduação em Estudos Fronteiriços |
| RBF | Receita Federal do Brasil |
| SEBRAE | Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas |
| SINDVAREJO | Sindicato do Comércio Varejista de Corumbá |
| UFMS | Universidade Federal de Mato Grosso do Sul |
| UFMS/CPAN | Universidade Federal de Mato Grosso do Sul/ <i>Campus</i> do Pantanal |
| WWF | <i>World Wide Fund for Nature</i> (Fundo Mundial para a Natureza) |

SUMÁRIO

| | |
|--|------------|
| 1 INTRODUÇÃO | 12 |
| 1.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS..... | 15 |
| 2 TURISMO, TERRITÓRIO E FRONTEIRA..... | 18 |
| 2.1 TURISMO E TERRITÓRIO..... | 18 |
| 2.2 TURISMO E FRONTEIRA..... | 24 |
| 2.3 FREE SHOP, TURISMO E FRONTEIRA..... | 29 |
| 3 CIDADES GÊMEAS E FREE SHOPS NO BRASIL | 33 |
| 3.1 O CONCEITO DE CIDADE GÊMEA | 33 |
| 3.2 LEGISLAÇÃO SOBRE FREE SHOPS NO BRASIL | 36 |
| 3.3 COMO FUNCIONA UM FREE SHOP NAS FRONTEIRAS BRASILEIRAS? | 38 |
| 3.4 OS CASOS DE FREE SHOPS DE FRONTEIRA | 41 |
| 3.4.1 <i>O caso do Free Shop no espaço fronteiro Brasil-Uruguai</i> | 42 |
| 3.4.2 <i>O caso do Free Shop no espaço fronteiro Brasil-Paraguai</i> | 46 |
| 3.4.3 <i>Contribuições dos casos de Free Shops de fronteiras estudados para a fronteira Corumbá/Puerto Quijarro</i> 49 | |
| 4 FREE SHOPS EM CORUMBÁ – UMA CIDADE GÊMEA | 54 |
| 4.1 CORUMBÁ E SUA CIDADE GÊMEA: BREVES CONSIDERAÇÕES | 54 |
| 4.2 FREE SHOPS EM CORUMBÁ - SEU ENQUADRAMENTO JURÍDICO: BREVES CONSIDERAÇÕES | 56 |
| 4.3 FREE SHOPS EM CORUMBÁ - RESULTADOS E DISCUSSÕES | 59 |
| 4.3.1 <i>Os agentes territoriais da fronteira</i> | 60 |
| 4.3.2 <i>Os turistas</i> | 69 |
| 4.4 AS POTENCIALIDADES DE DESENVOLVIMENTO PARA CORUMBÁ E SUA RELAÇÃO COM O FREE SHOP | 74 |
| 4.5 O TURISMO DE PESCA | 76 |
| 4.6 O TURISMO DE EVENTOS DE CORUMBÁ | 81 |
| 4.7 O ARTESANATO PROVENIENTE DOS EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS SOLIDÁRIOS | 85 |
| 4.7.1 <i>Associação Não-governamental Casa do Massabarro</i> | 85 |
| 4.7.2 <i>Associação de Mulheres Organizadas Reciclando o Peixe (Amor-Peixe)</i> | 91 |
| 4.8 DIRETRIZES PARA IMPLANTAÇÃO DE UM FREE SHOP EM CORUMBÁ..... | 93 |
| 4.8.1 <i>O uso das Potencialidades locais – O turismo de Pesca, de eventos e o artesanato</i> | 94 |
| 4.8.2 <i>A importância de tornar pública todas as informações sobre Free Shop</i> | 97 |
| 4.8.3 <i>O desenvolvimento de estudo de viabilidade – Sugerindo um modelo de negócios</i> | 98 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 102 |
| REFERÊNCIAS | 107 |
| ANEXOS | 116 |
| APÊNDICES | 120 |

1 INTRODUÇÃO

A familiaridade da visão cotidiana de moradores fronteiriços atravessando a linha internacional, a fim de realizarem compras, em ambos os territórios limítrofes, quase sempre evoca uma noção de normalidade aos olhos dos cidadãos e das cidadãs envolvidos nessas tramas locais. Contudo, há racionalidades diversas que orientam as mobilidades humanas: motivações particulares e induções das coletividades.

Como defende Costa (2009, p. 77), a partir do momento que se passa a vivenciar a fronteira, a dinâmica do território é modificada. Por isso, acabam por assumir uma abrangência maior, pois, mesmo respeitando a soberania dos países limítrofes, as sociedades fronteiriças buscam arranjos territoriais para seus problemas e potencialidades.

As políticas públicas do governo central, quando implantadas nos territórios fronteiriços, podem ser portadoras de harmonias ou tensões nas escalas locais. Invariavelmente, quando o interesse é econômico as territorialidades provocam tensões territoriais como, por exemplo, as mobilizações ocorridas nas fronteiras Brasil/Bolívia e Brasil/Paraguai, em março de 2015, devido a redução do limite de US\$ 300 para US\$ 150 para os gastos no exterior com isenção de Imposto de Importação apenas para o lado brasileiro dessas fronteiras.

Com a homologação da Lei 12.723/2012, foi autorizada a instalação de lojas francas em municípios contíguos da linha de fronteira do Brasil, cujas sedes se caracterizam como cidades gêmeas, como é o caso de Corumbá-MS. No Brasil, os *Free Shops* ou *duty free* são lojas onde os produtos são vendidos com diminuição ou completa isenção de impostos. Normalmente se localizam em áreas como portos ou aeroportos.

Segundo Lucena (2011, p. 77), os *Free Shops* existentes em Rivera (Uruguai) constituem o maior centro de compras de fronteira na atualidade, com 78 lojas que empregam diretamente 650 funcionários. Em contrapartida, em Santana do Livramento, no lado brasileiro do espaço fronteiriço Brasil-Uruguai, o setor hoteleiro, o gastronômico e os demais setores de serviços são beneficiados pelo grande fluxo de turistas atraídos pelos *free shops* existentes em Rivera.

Subentende-se que a implantação de um *Free Shop* pode contribuir para o incremento de turistas na localidade de Corumbá. Nas palavras de Wahab (2002, p.26), “o turismo é uma atividade humana intencional que serve como meio de comunicação e como elo da interação entre os povos, tanto dentro de um mesmo país como fora dos limites dos países”.

Num espaço fronteiriço, como o de estudo, as dinâmicas territoriais são mediadas pelas normativas de cada território que a forma. Contudo, quando se planeja o turismo de fronteira como possibilidade de desenvolvimento é necessário “existir um processo de integração entre dois ou mais territórios e/ou sociedades, sendo o turismo parte significativa dessa integração” (PAIXÃO, 2006, p.72). Não é o caso da política pública de permissão para implantação de estabelecimentos livres de impostos de importação no lado brasileiro da fronteira onde estão materializadas as cidades gêmeas.

Por essa razão, torna-se imprescindível analisar as possibilidades da Lei dos *Free Shops* para o desenvolvimento territorial, entendido por Dallabrida (2007, p.51) “como um processo de mudança estrutural empreendido por uma sociedade organizada territorialmente, sustentado na potencialização dos capitais e recursos (materiais e imateriais) existentes no local”.

Assim, o objetivo geral da pesquisa foi analisar a autorização de implantação de um *Free Shop* no município de Corumbá como possibilidade de fortalecimento ao turismo e à economia solidária. Especificamente se busca: a) avaliar alguns casos de *Free Shop* de fronteira e a partir deles propor contribuições para a realidade local; b) caracterizar os empreendimentos econômicos solidários (EES) existentes em Corumbá com capacidade para inserção no *Free Shop* e c) propor as potencialidades de Corumbá para implantação de um *Free Shop*.

Essa imersão permitiu obter respostas a algumas questões norteadoras, como: o que um *Free Shop* pode trazer de benefícios para uma localidade de fronteira? O que pensam os agentes territoriais locais (pessoas que ocupam posições estratégicas) sobre sua implementação? Haverá benefícios ou prejuízos para o município e para a dinâmica fronteiriça? Quais dos empreendimentos econômicos solidários (EES) locais apresentam capacidade para oferecimento de seus produtos num *Free Shop*?

Defendemos a ideia de que a implantação de *Free Shop* poderá promover o desenvolvimento territorial, agregando valor ao turismo aqui desenvolvido, além de afetar positivamente a sociedade local. Faz-se necessário apontar alguns cuidados para os gestores municipais, por isso, a relevância desse trabalho está na importância de abordar a lei de *Free Shop*, especificamente, a voltada para Corumbá. Ao explorar seus desafios e potencialidades para o turismo e o desenvolvimento das atividades realizadas pelos empreendimentos econômicos solidários, sem, contudo, desconsiderar as intensas interações com o país vizinho - Bolívia.

Para a discussão do tema abordado, foi necessária a busca e a compreensão de alguns conceitos que foram utilizados ao longo do desenvolver desta pesquisa. Para tanto, apresenta-se uma discussão sobre os conceitos de fronteira, desenvolvimento territorial, *Free Shop*, cidade gêmea, turismo e turismo de fronteira.

Esta dissertação está estruturada em 4 capítulos. Neste primeiro capítulo tem-se a introdução com os objetivos da pesquisa, a justificativa e a metodologia adotada. No segundo, é apresentada uma discussão teórica sobre turismo e território na tentativa de apreender as singularidades da implantação de *Free Shop* na fronteira Brasil/Bolívia, adotamos como pressupostos teóricos a ação sobre esse território e as mudanças que dela podem advir (diferentes territorialidades) e turismo e fronteira, com finalidade de oferecer o suporte analítico para explicar as ações necessárias que integrem os dois lados da fronteira Brasil/Bolívia, onde se desenrolarão as políticas públicas possibilitando a implantação ou não do *Free Shop* no lado brasileiro.

No terceiro capítulo são abordados o conceito de cidades gêmeas e a legislação sobre *Free Shops* no Brasil. Os casos de *Free Shops* de fronteira, em Rivera (Uruguai) e Cidade del Leste (Paraguai) tem como finalidade apresentar como estes funcionam nas fronteiras estrangeiras e quais as contribuições dos casos estudados para a fronteira em questão (Brasil/Bolívia).

No quarto capítulo, a caracterização de Corumbá, seu enquadramento jurídico, enquanto cidade gêmea, e a apresentação dos resultados da pesquisa com o cruzamento de informações obtidas através de entrevistas com alguns dos principais agentes envolvidos com o tema e, também, por meio de aplicação de formulários durante a realização do Festival América do Sul – edição 2015 (20 a 22/08/2015).

Ainda neste capítulo são apresentadas potencialidades de três atividades enquanto indutoras de divulgação do *Free Shop* Corumbá, sendo: o turismo de pesca, o turismo de eventos e os artesanatos provenientes dos Empreendimentos Econômicos Solidários Amor Peixe e Casa do Massabarro. Por fim, são apresentadas as diretrizes para a implantação do *Free Shop*, ressaltando a importância de tornar pública todas as informações sobre ele, seguida de recomendação para o desenvolvimento de estudo de viabilidade tendo como ponto de referência a dinâmica comercial estabelecida nesse território fronteiriço.

1.1 Procedimentos metodológicos

Tratou-se de uma pesquisa aplicada, de cunho bibliográfico e exploratório qualitativo com algumas técnicas de natureza quantitativa, com levantamento de material bibliográfico como livros, revistas, recursos audiovisuais, publicações científicas e governamentais, teses, artigos, dados secundários. E, também, se produziram dados primários que foram obtidos por meio de entrevistas semiestruturadas (apêndice A) com alguns dos principais agentes envolvidos com o tema em Corumbá e de Puerto Quijarro, e da aplicação de formulários aos turistas/visitantes², enquanto potenciais clientes (apêndice B).

Importante esclarecer que, em relação às entrevistas, os nomes dos sujeitos pesquisados foram mantidos em sigilo. Para tanto, estes foram nomeados com a letra E (entrevistado) em uma sequência cardinal (E1; E2; E3... E8). Ao todo, oito agentes contribuíram para a concretização da pesquisa, sendo: 01 representante da Secretaria Municipal de Indústria e Comércio de Corumbá, 01 representante do Sindicato do Comércio Varejista de Corumbá (SINDVAREJO), 01 representante da Associação Comercial e Industrial de Corumbá (ACIC), 01 representante do Poder Legislativo Municipal, 01 representante do Shopping China, 01 representante da Receita Federal - Unidade Corumbá, 01 representante da Câmara de Industria, Comercio y Servicio da Provincia German Bush – Bolívia e 01 representante serviço especializado em turismo de pesca.

O cunho bibliográfico da pesquisa fundamentou o desenvolvimento do trabalho, uma vez que permitiu a obtenção de conhecimentos específicos sobre o tema investigado. Na busca de êxito para o alcance dos objetivos traçados, a metodologia adotada para a realização deste estudo foi dividida em etapas. Inicialmente foi utilizada a pesquisa exploratória que, de acordo com Mattar (2005, p. 85), tem como função “[...] prover o pesquisador de um maior conhecimento sobre o tema ou problema de pesquisa em perspectiva”. Assim, o foco voltou-se para a análise de estudos ou pesquisas já realizadas sobre o tema a ser abordado.

Posteriormente, utilizamos a pesquisa descritiva que parte de “objetivos bem definidos, procedimentos formais sendo bem estruturada e dirigida para a solução de problemas ou avaliação de alternativas de cursos de ação” (MATTAR, 2005, p. 90). Este tipo de pesquisa visa descrever as características de determinada população ou fenômeno, ou ainda, o estabelecimento de relações entre variáveis, conforme objetivos do projeto. Somadas ao uso de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como a aplicação de questionário e a observação sistemática, no formato de levantamento.

² “Aqueles que se hospedam em residências secundárias ou em casas de parentes” (IGNARRA, 2003, p. 15).

Quanto à natureza das variáveis pesquisadas, foi realizada uma pesquisa qualitativa que de acordo com Godoi *et al* (2006, p. 35) “ visa obter conhecimento intersubjetivo, descritivo, compreensivo em vez de um padrão de conhecimento formulável em termos quantitativos”, ou seja, toda informação coletada não é passada através de números, ou por sua vez, esses números têm uma pequena participação na análise.

Quanto aos procedimentos técnicos, a pesquisa caracterizou-se como um estudo de caso. O objeto de um estudo de caso é a análise profunda de uma unidade. Examina um ambiente, um simples sujeito ou uma situação em particular, detalhadamente. De acordo com Yin (2005), o estudo de caso é a estratégia escolhida ao se examinarem acontecimentos contemporâneos, mas sem manipulá-los. A observação direta e entrevistas são ferramentas muito utilizadas pelo estudo.

É uma forma de se fazer pesquisa empírica que investiga fenômenos contemporâneos dentro de um contexto de vida real, em situações em que as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente estabelecidas, onde se utiliza de múltiplas fontes de evidência (YIN, 2005, p. 23).

Com o propósito de aprofundar a descrição do fenômeno *free shop* optou-se ainda pela análise da organização do turismo em cidades fronteiriças brasileiras, sobretudo, nas que possuem casos de *Free Shop* do lado estrangeiro, no intuito de apreender quais ensinamentos e/ou reflexões desses casos apresentados podem ser percebidos na realidade da fronteira Brasil/Bolívia, e particularmente nas cidades gêmeas de Corumbá e Puerto Quijarro. Este estudo, pois, buscou as semelhanças e as diferenças entre os casos de *Free Shop* de fronteira estudados e sua correlação com a fronteira em pauta.

Quanto ao uso de algumas técnicas de natureza quantitativa durante a realização da pesquisa qualitativa para Godoy (1995, p. 24), “ainda que os estudos de caso sejam, em essência, uma pesquisa de caráter qualitativo, pode comportar dados quantitativos para aclarar algum aspecto da questão investigada”, nesse caso, havendo análise quantitativa, geralmente o tratamento estatístico não é sofisticado, desta forma a pesquisa qualitativa desdobrou em cinco etapas, a saber:

1) coleta de dados qualitativos – entrevista pessoal com oito agentes locais fronteiriços - representantes de classe sindical, agentes políticos, comerciantes (no uso de roteiros semiestruturados) sobre a percepção de possível implantação do *Free Shop*;

2) análise de dados qualitativos (entrevistas) – busca-se obter declarações específicas dos participantes a respeito dos seguintes questionamentos: a) como receberam a regulamentação da Lei 12.723/2012 que versa a respeito da instalação de *Free Shop* nos municípios fronteiriços? b) Quais as significações atribuídas ao *Free Shop* (localização,

estrutura física, forma de funcionamento)? Haverá benefícios sociais? E se existirem, para quem? c) Há interesse de comerciantes locais e de investidores, inclusive estrangeiros, na instalação de *Free Shops* nessa cidade?

3) coleta de dados qualitativos com emprego algumas técnicas de natureza quantitativa - com objetivo de identificar o perfil, a preferência e as motivações de compra para os consumidores potenciais do *Free Shop* em Corumbá, foram aplicados 100 questionários aos turistas/visitantes nos dias 20, 21 e 22 de agosto de 2015, durante o Festival América do Sul.

Quanto ao objeto, a pesquisa pode ser classificada como estudo por amostragem não probabilística, que segundo Mattar (2005, p. 271), “é aquela em que a seleção dos elementos da população para compor a amostra depende, ao menos em parte, do julgamento do pesquisador ou do entrevistador no campo”. A amostra analisada compreendeu 100 turistas/visitantes, cujo critério para inclusão e exclusão dos elementos que a compuseram, no momento da aplicação do questionário, foi levantar, na abordagem, a informação quanto à condição de residente ou não em Corumbá. Adotamos, portanto, a quantitativa (exploratória), com seleção não probabilística por conveniência de visitantes. A pesquisa contou com apoio de 08 colaboradoras para aplicação do instrumento, todas acadêmicas do curso de Administração do *Câmpus* do Pantanal, devidamente treinadas para este fim.

4) análise de dados qualitativos (questionários) - o formulário contemplou questões fechadas referentes a dados gerais (socioeconômicos - gênero, idade, estado civil e residência) e, também, dados específicos como: o formato ideal para a composição da estrutura física do *Free Shop* a ser instalado, lojas que devem fazer parte do empreendimento, produtos preferidos/desejados, faixa de consumo (em dólar) e, inclusive, a motivação para comprar em apenas um ou em ambos os lados da fronteira, entre outras.

5) interpretação de toda a análise – a partir dos dados coletados, selecionados e tabulados (optou-se pela tabulação manual com utilização dos recursos da informática – Word/Excel para apresentação dos dados em forma de gráficos e tabelas). Foi estabelecida uma análise comparativa da implantação do *Free Shop* em Corumbá, sob a visão dos agentes territoriais e dos prováveis ‘clientes potenciais’.

Com o propósito de atualizar informações a respeito dos empreendimentos econômicos solidários, abordados nessa pesquisa (Associação Casa do Massabarro e Associação Amor Peixe), foram realizados trabalhos de campo, aplicando a entrevista não padronizada (não estruturada) e a observação assistemática junto aos responsáveis pela direção das associações. As informações registradas foram pertinentes para compreender a situação atual, as dificuldades enfrentadas e as possibilidades de inserção no *Free Shop*.

2 TURISMO, TERRITÓRIO E FRONTEIRA

2.1 Turismo e território

Discorrer sobre turismo e território é, sobretudo, mencionar a importância de ambos para este estudo da fronteira Brasil/Bolívia. São dois territórios - brasileiro e boliviano - marcados por diferentes potencialidades, leis, costumes, identidades. Logo, abordar o turismo sob a ótica de fronteiras é considerar novas territorialidades, dos lugares, sobretudo do cotidiano fronteiriço, que tem o comércio como uma das atividades principais (feiras livres, lojas, mercados e restaurantes), sendo altamente influenciada pelas oscilações cambiais.

Assim, adotamos os pressupostos teóricos de Banducci Junior (2014, p.10) para a definição dos conceitos acima referenciados. Para ele “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”. Do mesmo modo, o turismo, na medida em que propicia o contato entre distintas culturas, promove o encontro e o diálogo entre identidades, cria ambientes de negociações e de conflitos sociais, além de resistência e confrontos políticos que advêm de condições históricas internas. Centra-se, também, nas contradições colocadas pela situação de contato entre sociedades e culturas diversas.

Segundo o mesmo autor, o benefício de recorrer ao enfoque das fronteiras para se compreender essas dimensões do fenômeno turístico, decorre, pois, do fato de remeter a um contexto que expõe tensões tanto das relações locais e cotidianas quanto da modernidade ocidental. É sabido que essa modernidade ocidental sempre impôs à presença estrangeira, sua cultura e sua referência de mundo e a conseqüente lógica de mercado que regulamenta sua presença. Se o turismo desencadeia tais redes de relações e de significados, o faz, sobretudo, em decorrência das situações de confronto social e cultural que se promovem entre os povos distantes, criando contextos liminares e tensos, próprios dos espaços fronteiriços.

Por se ter no turismo significativas afinidades com outras atividades humanas, uma vez que, no senso comum, é confundido com tipos de lazer ou ligado a viagens, para conceituá-lo faz-se necessário estabelecer uma distinção entre turismo e viagem. *Turismo*, segundo Coriolano e Silva (2005, p.42-43) “é um fenômeno dos tempos modernos [...] é uma invenção do capitalismo”; enquanto *viagem* pode ser entendida como uma atividade que sempre existiu desde a origem do homem, ocorrendo para atender as mais diversas

necessidades, desde a de sobrevivência até a de celebração de ritos sagrados para “louvar os deuses”.

Embora o conceito de *turismo* tenha aflorado no século XVII, na Inglaterra, foi somente no século XIX que se instaurou como ideia moderna. A conceituação surgiu quando o homem descobriu o prazer de viajar; quando a viagem deixou de ser necessidade e/ou obrigação e passou a ser uma forma de buscar a felicidade. Isso porque na sociedade antiga, o homem encontrava alegria e prazer na vida, no trabalho e no convívio com seus pares. Com o advento da vida moderna a dinamicidade do cotidiano humano provoca a sensação de que o trabalho é estressante, logo, buscar a felicidade implica sair do mundo real, do trabalho, e viajar.

Conforme Coriolano e Silva (2005), a dimensão da atividade do turismo, uma vez que excede o setor econômico (fenômeno sociocultural), por essa razão são apresentadas diferentes definições para os termos *turista* e *turismo*. Do ponto de vista do negócio, o turista é hóspede, consumidor, cliente e, desse modo, o turismo uma fonte de renda e divisas. Já do ponto de vista sociocultural, o turista é um visitante importante em contato com o território, com a cultura e com o cotidiano dos residentes.

Nesse sentido, o turismo é uma prática social, que reúne oportunidades de vivência cultural, troca de experiências, realização de sonhos, busca de emoções e formas de aprendizagem. “É um negócio econômico para aqueles que vendem e uma oportunidade de aprendizagem para os que o fazem” (CORIOLANO e SILVA, 2005, p. 62).

Assim como as demais atividades, o turismo assimilou os valores da industrialização, influenciado pelo taylorismo e fordismo que exigiam maior controle dos trabalhadores e do tempo; especialização constante da mão de obra; produção em série e em massa; incorporação do discurso da “indústria” de turismo³ e a implementação do turismo de massa - estandardizado e globalizado. Todavia, no mundo contemporâneo surgem mudanças que fazem com que o turismo desempenhe importante papel na dinamização territorial de muitos países:

As pessoas trocam atualmente as satisfações genéricas e estandardizadas por satisfações específicas, segmentadas e personalizadas. A transformação do turismo ocorre por uma consciência cada vez mais exigente com a proteção e conservação do patrimônio natural e cultural, com o saneamento básico e qualidade de vida dos residentes (CORIOLANO; SILVA, 2005, p. 69).

³ Arrilaga (1976, p.26) justifica o uso do termo indústria, ao analisar o fato de que o turismo, assim como as demais indústrias, utiliza recursos da natureza, com a diferença de não consumi-los; emprega trabalho de grande mão-de-obra, investe em grandes capitais, utiliza variáveis técnicas, é fonte de renda pessoal e empresarial, origina receitas para economias públicas e produz efeitos na economia. Assim, o turismo foi apenas comparado com a indústria, considerando que seus efeitos na economia são similares.

Para esses autores, o modelo de turismo de massa ou estandardizado, vigente há mais de quatro décadas, já não é o mais adequado para lograr a competitividade de empresas e de núcleos turísticos. Uma nova era do turismo está se consolidando com a exigência de qualidade e de espaço para um turismo personalizado, com requisição de sustentabilidade social e ambiental e de competitividade com qualidade e eficiência. Isto sugere novas formas de fazer turismo.

Como ressalta Coriolano e Silva (2005, p.86-87), “em sua essência, turismo é lazer, mas lazer com viagem”. Nem todo lazer é turismo, assim como nem toda viagem é turística. Os autores são categóricos em afirmar que “para se fazer turismo em qualquer hipótese, faz-se necessário dispor de tempo livre, de um certo nível de renda e, sobretudo realizar uma viagem para fora do lugar de residência”. E ainda:

O turismo exige viagem e os motivos desta viagem podem ser os mais variados, no entanto, para haver turismo há que existir lazer e entretenimento, haja vista que o lazer e o prazer são sua própria essência. O turismo, contudo, é uma abstração, o que existe são os lugares e o que eles possuem transformados em atrativos turísticos naturais e culturais a serem usufruídos pelas pessoas que viajam (CORIOLANO; SILVA, 2005, p.80).

Para que haja turismo, conjugam-se elementos, conhecidos como a oferta, formada pelos lugares a serem frequentados com o conjunto de atrativos naturais e culturais, somados à demanda, que são os turistas. O lugar quando visitado torna-se turístico, podendo atrair visitantes tanto pelos seus atrativos naturais quanto culturais. “Assim, cidades, vilas, comunidades e sobretudo, aqueles locais onde predomina a ambiência natural, são procurados por pessoas estressadas com os dramas da cidade grande (CORIOLANO; SILVA, 2005, p.91).

Pelo exposto, pode-se afirmar que o turismo torna os lugares em mercadorias - sendo estes o principal elo de sua cadeia produtiva. Nesse contexto, o lugar ocupado por uma população residente chama-se núcleo receptor e embora não seja vista nas políticas de turismo como elemento chave do sistema turístico, precisa ser considerado. São eles os principais parceiros para essa atividade. Os serviços turísticos como hotéis, restaurantes, agências de viagens e transportes são os demais elos dessa cadeia produtiva.

A perspectiva territorial de tratamento do turismo justifica-se pela sua ocorrência no território, isto considerando o deslocamento do turista até o local de produção e de consumo que geram transformações na dinâmica local, quer sejam relacionados à infraestrutura do lugar (equipamentos hoteleiros, de restauração, estruturas de acesso, de saneamento, entre outras), quer sejam através das relações travadas entre turistas e residentes (LEITE, 2008, p. 44).

(...) desde un punto de vista territorial, el turismo es gran consumidor de espacios, pero es además productor y transformador de primera magnitud. Es al mismo tiempo consumidor de territorio, es decir, utilizador no solo del espacio sino de las condiciones sociales que le dan sentido y es sobre ese territorio organizado y con sentido que impacta. (CARA, 1996, p. 86).

Dessa forma, na tentativa de apreender as singularidades da implantação de *Free Shop* na fronteira Brasil/Bolívia, tendo como pressupostos a ação sobre esse território e as mudanças que dela podem advir (diferentes territorialidades), para o melhor entendimento dos termos território e territorialidade são apresentadas algumas definições.

Para Saquet (2013, p. 118), o território é o lugar de relações sociais, de conexões e de redes; de vida para além da produção econômica, como natureza, apropriação, mudanças, mobilidade, identidade, patrimônio cultural; como produto socioespacial e condição para o habitar, para o viver e para o produzir. Para Santos (2007, p. 13), “o território é o lugar que desembocam todas as ações, as paixões, os poderes, as forças, as fraquezas, isto é, onde a história do homem plenamente se realiza a partir das manifestações da sua existência”.

Considerando que, para diversos autores, a definição de território está associada à noção de poder, Dallabrida (2007, p. 52) destaca que o poder precisa ser concebido na sua dimensão multidimensional, pois o Estado não é o único ator capaz de determinar os processos sobre o território. Insere-se, então, nesse cenário, o poder da sociedade civil e do mercado.

Para Souza (2005), o território é o espaço determinado e delimitado por e a partir de relações de poder, que define, assim, um limite (alteridade) e que opera sobre um substrato referencial. Em suma, o território é definido por relações sociais e pode estar referenciado, ainda, a formas jurídico-políticas, com exemplo clássico de um Estado-nação - culturais – de uma associação de bairro dentro de uma cidade – e/ou econômicas – de uma grande empresa.

Embora haja também múltiplas abordagens sobre as concepções de território, aplicar-se-á aqui o conceito assim definido:

O território é resultado das relações humanas – sociais, culturais, mas fundamentalmente políticas – sobre um receptáculo físico que se modifica e é modificado pela sociedade. Além do fato de ser usado (as pessoas vivem, constroem, erigem suas firmas) o território também é controlado e tem um limite não necessariamente perene. O uso do território é uma forma que se pode denominar territorialidade (COSTA, 2009, p. 65).

Ao buscar uma referência local para esse conceito de território, tornou-se evidente a importância dessas relações apresentadas pelas palavras de Saquet:

Os territórios estão “separados” através dos limites e das fronteiras e, ao mesmo tempo, relacionados política, cultural e economicamente, em nível internacional, no qual há redes de fluidez numa complementariedade cada vez mais intensa. Fluidez e complementariedade definidas pela circulação de mercadorias, de pessoas, de informações e pelas relações diplomáticas e culturais. (SAQUET, 2011, p. 63).

De acordo com Mariani (2010, p. 3), variados são os fenômenos e os agentes capazes de conferir função e particularidade aos espaços e, portanto, construir territórios. São relevantes as múltiplas atividades econômicas, os empreendimentos multinacionais/transnacionais, os intensivos em tecnologia e emprego de capital, as comunidades típicas, as Organizações Não-Governamentais (ONGs) e o próprio poder público.

Nesse sentido, justifica-se a importância de se realizar entrevistas com os mais diversos agentes territoriais/agentes locais como: gestores, autoridades locais, empresários e representantes de classes (sindicatos). Pois, conforme ressalta Mariani (2010), deve ser dado especial destaque aos agentes que dinamizam os territórios respeitando os indivíduos, as instituições, as expressões culturais e os demais elementos inerentes ao território em questão.

Haesbaert (2007, p.22) considera que os territórios se firmam através da territorialidade que, além de incorporar uma dimensão mais estritamente política, diz respeito, também, às relações econômicas e às culturais, pois está “intimamente ligada ao modo como as pessoas utilizam a terra, como elas próprias se organizam no espaço e como elas dão significado ao lugar”.

Imbuída de significado, para Sack (1986, p. 219), “a territorialidade, como um componente do poder, não é apenas um meio para criar e manter a ordem, mas é uma estratégia para criar e manter grande parte do contexto geográfico através do qual nós experimentamos o mundo e o dotamos de significado”.

Embora “as ações, os jogos de forças, as lutas, os fluxos, as ideologias, as normas que compõem o território” nem sempre possam ser vistas, são sentidas e respeitadas a exemplo dos territórios das gangues, dos traficantes, das milícias que mesmo não tendo sua regulamentação materializada em formato de Lei, são respeitados e obedecidos pelos seus componentes (COSTA, 2009, p. 63).

Mariani (2014), numa abordagem introdutória, afirma que as territorialidades podem ser definidas como a síntese das relações sociais que dão corpo e conferem função ao território. Ainda de acordo com Costa (2009), a territorialidade é, ao mesmo tempo, um produto da vontade individual e coletiva. São indivíduos, empresas e Estado que exercem suas territorialidades sobre determinado espaço geográfico impondo suas vontades e virtudes. Nas palavras de Mariani (2010), “cada um, face às suas respectivas territorialidades que conferem distintas funções aos territórios, lhe emprestam uma dinâmica de desenvolvimento particular, algumas mais integrativas; outras mais excludentes”.

Para Candiotto (2011, p. 325), as territorialidades apresentam mudanças e/ou permanências e estão ligadas às temporalidades. Estas são influenciadas pelas técnicas e pelo modo de produção, mas manifestam-se na cultura e no comportamento, ou seja, nas ações de indivíduos e nos grupos sociais. Além disso, o autor afirma que “o conceito de territorialidade tem forte ligação como o conceito de lugar, de modo que ambos refletem a dimensão cultural e identitária das populações em seu cotidiano”.

Em Corumbá é nítida essa multiplicidade de territorialidades, tanto em relação à área comercial onde se verifica a presença de estabelecimentos com modernas instalações e comerciantes “acomodados” que relutam em modificar seu espaço comercial; em relação aos Empreendimentos Econômicos Solidários (EES), estes, nas palavras de Mariani (2010, p.3), são grupos sociais distintos, cada qual com sua tônica de atuação: “Face à ânsia por geração de renda e a necessidade de preservação das especificidades locais, os EES surgem como um dos fomentadores do desenvolvimento local em sua forma integrativa; respeitando as características dos agentes já inseridos e enraizados no território”, reforçando, assim, o sentimento de solidariedade e de pertença dos indivíduos.

Nas palavras de Saquet (2009, p. 88) pode-se afirmar que a apropriação e construção do território geram identidades e heterogeneidades (lugares com características próprias, singulares, especialmente no que se refere ao patrimônio cultural e identitário, porém, com traços e laços econômicos e políticos também presentes em outros lugares) e que, estas, concomitantemente, geram os territórios.

Essa configuração fronteiriça do território Brasil/Bolívia implica, por sua vez, a necessidade de relacionamento entre as comunidades, considerando que “mesmo com a distinção de lados, acontece uma fusão entre eles, o que lhes remete a uma situação de convívio, de solidariedade e de trocas” Silva, Siqueira e Oliveira (2009). Especificamente sobre Corumbá, os mesmos autores destacam:

Corumbá há um fluxo de circulação de pessoas para o trabalho, compras, estudo, saúde, turismo, etc. E esse deslocamento diário estimula relação econômica na região, que de certa forma movimenta a produção industrial e artesanal, o comércio varejista e atacadista, os preços dos produtos transacionados, a disponibilidade de mão-de-obra e demanda e oferta de produtos e serviços, o que por consequência, flexiona a espinha dorsal do comportamento social dos viventes. (SILVA, SIQUEIRA E OLIVEIRA, 2009, p. 98).

No caso dos *Free Shops* de fronteira, as Leis, Decretos, Portarias, etc., que regulamentam e materializam a composição desse território em escala nacional, ou seja, macro territorial contém normas generalizantes que não levam em consideração as particularidades territoriais de cada fronteira. Dessa forma, é responsabilidade do grupo de

trabalho para trazer à tona as particularidades do território Brasil/Bolívia considerando que a jurisdição de cada país separa as normas e limita as ações institucionais, contudo, não impede as territorialidades. "Para entender a fronteira, como ela é, carece entender o sentido de viver, de ser da fronteira, portanto de percebê-la como lugar" (COSTA, 2011, p. 137).

Segundo o autor supracitado, só entende o contexto de fronteira vivendo na fronteira, pois há um diferencial nesse território, particularmente se se tratar de cidades gêmeas. A título de exemplificação, quando um operador turístico inclui em seu pacote de pesca no Pantanal a oferta de transporte para conhecer o país vizinho (Bolívia), e este mesmo turista se apropria dessa oferta como uma vantagem também para a realização de compras internacionais a preços mais atrativos, ocorre um estímulo à fluidez e complementariedade.

A esse respeito, Saquet (2011, p. 63) afirma que essa fluidez e complementariedade ocorrem tanto “pela circulação de mercadorias, de pessoas, de informações” quanto “pelas relações diplomáticas e culturais” entre os dois países (Brasil/Bolívia). Assim, abordar a relação entre turismo e território foi o primeiro passo para compreender o que a fronteira representa para o turismo e, conseqüentemente, o que vem a ser turismo de fronteira e suas implicações.

2.2 Turismo e fronteira

Na tentativa do governo federal de integrar o comércio entre os países vizinhos, o turismo vem como uma alternativa multiplicadora dessa integração. De acordo com Costa, Figueiredo e Silva (2010, p.42): “A fronteira representa para o turismo uma oportunidade de promover um processo de integração”. Nesse ponto, o turismo de fronteira proporciona interações entre diversas nacionalidades, estudantes, pesquisadores, músicos, curiosos, lazer, shows, saúde e, os turistas de fato, que procuram essas localidades por diversas razões, entre as quais, explorar fauna e flora local, atração pelo contraste cultural ou, mesmo, pela curiosidade de conhecer um território fronteiriço. Para Banducci Júnior (2014, p. 15):

O turismo, ao promover o contato entre povos distintos, estimulando trocas culturais e o confronto de identidades, cria, tal como nos territórios fronteiriços, espaços liminares, permeados de diálogos e tensões, que remetem tanto às condições do contato em si, quanto às ingerências de ordem nacional e transnacional que o tornam possível.

Nesse sentido, Alves, Ferraz e Oliveira (2011, p. 185) afirmam que “os pacotes turísticos de fronteira acabam envolvendo atividades nos vários países que compartilham um limite”. Considerando limite como linha imaginária que separa territórios, nas palavras de

Paixão (2006), ainda que em determinadas fronteiras sejam visíveis quaisquer simbologias (marco), normativas (leis) ou artificialidades (placas) que exaltem a divisão entre Estados, os turistas devem senti-las como uma para o fazer turístico.

Conforme destaca Castrogiovanni (2006, p.3), as fronteiras podem ser olhadas e estudadas sob diferentes pontos de vista. Há, entre outros, as fronteiras políticas, as fronteiras simbólicas e as fronteiras metafóricas, todas estas podem ser densas na sua imposição sobre a paisagem ou difusas no território.

Desta forma, o conceito de fronteira aqui adotado está relacionado ao espaço de comunicação e de trocas, pois estão deixando de ser vistos como um “espaço que separa”. Trata-se de lugar de reflexão e de integração, de aproximações culturais diversas, como se observa na fronteira Brasil-Bolívia, entre Corumbá – Ladário e Puerto Quijarro – Puerto Suárez. Conforme afirma, Oliveira (2009, p. 69) as fronteiras são os elos mais firmes de aproximação entre os povos. Segundo ele:

A ampliação da condição de fronteira vem estabelecendo vetores para consolidação de uma nova consciência mais integracionista em ambos os lados, uma vez que, mesmo com todo o preconceito existente, observa-se: a ampliação do convívio social, as participações institucionais de autoridades em festejos comemorativos, a presença dos dois povos em festas culturais, as constantes facilidades na circulação e na comunicação entre as cidades, etc. constata-se visivelmente: animações que confluem para possibilidades de consórcios variados, estudos científicos, ligações associativas, além de outros movimentos de aproximação.

Já para Raffestin (2005, p. 10), “a fronteira nasce da diferença”, e não funciona como elemento separador, porque quem separa dois Estados-Nação é o limite. Entretanto, estabelece diferenças através das formas de organização do território, isto é, a fronteira só existe a partir da confluência dos territórios distintos e separados. House (1980) aponta que as fronteiras são espaços passíveis de articulação, de troca e de comunicação entre territórios nacionais. Na mesma direção, Steiman e Machado (2002), revelam que nessas áreas são desenvolvidas interações políticas, culturais, econômicas e sociais próprias, só perceptíveis por quem vive no local.

Entre as definições apresentadas por diferentes autores, destacamos a de House (1980): “as fronteiras são espaços passíveis de articulação, de troca, e de comunicação entre territórios nacionais”. Na mesma direção, Steiman e Machado (2002) apontam que essas áreas desenvolvem interações políticas, culturais, econômicas e sociais próprias, só perceptíveis por quem vive no local.

Para Banducci Júnior (2014, p.10) as fronteiras, constituem, inicialmente, espaços de contato social e de intercâmbio cultural, ao mesmo tempo em que são territórios de tensão e de contradições. Também se encontram ligadas aos centros político-econômicos de cada país,

sofrendo influências das políticas nacionais e, ao mesmo tempo, contribuindo para a construção de novos sentidos de nacionalidade, pois “operam conforme determinações de políticas inter e transnacionais, cujas flutuações orientam comportamentos e sentimentos mútuos na vida cotidiana dos núcleos humanos contíguos”.

Ao falar sobre a compreensão de quais relações constituem esse espaço fronteiriço e que os tornam possíveis, Rabossi (2004, p. 25) afirma que a dinâmica social de uma cidade de fronteira não segue as divisões marcadas pelo limite internacional, nem com relação ao trabalho, nem com relação à residência. Isto posto, porque muitos cruzam as fronteiras diariamente, o que configura esse espaço como um lugar privilegiado, para pensar sobre negócios e limites, além de voltar-se para aqueles que ganham sua vida através desses limites. Segundo o autor, “é no aproveitamento dos diferenciais derivados desse pertencimento a espaços econômicos diferentes, que encontramos uma das motivações que mobiliza o comércio”. Essa dinâmica fronteiriça pode ser facilmente percebida no espaço fronteiriço Brasil/Bolívia, pois trabalhadores brasileiros e bolivianos fazem diariamente a migração pendular para a prática de suas atividades laborais “do outro lado” da fronteira.

Em vários campos de estudos, o turismo vem sendo discutido, sobretudo na geografia, vem-se produzindo vários debates sobre a potencialidade do turismo de fronteira. Cruz (Apud SOUZA, 2010, p.161) afirma que: “o turismo é a única prática social que consome elementarmente espaço”. E Trigo (1993) confirma o exposto, registrando que foi a partir de 1950 que o turismo se transformou em uma atividade bastante significativa em termos socioeconômicos e culturais. Dessa forma, a região de fronteira está ligada ao paradoxo cultural, potencializando a atividade turística intrafronteiriça. Nas palavras de Costa, Figueiredo e Silva (2010, p.39): “A fronteira é, sobretudo, um lugar marcado pela diferença. [...] A atividade turística vem crescendo e cada vez mais se busca incorporar novos territórios, lugares e, sobretudo, o diferente. Assim sendo, a fronteira significa potencialidade, pois contempla o diverso, o diferente”.

Os autores ressaltam que tal diversidade, aliada a excentricidade e a especificidade que são características da fronteira, gera uma atividade turística dinâmica nessas regiões. O fluxo turístico proporciona aos turistas, integração às práticas comerciais e às econômicas da localidade.

Ao abordar o assunto, em se tratando da circulação de um país ao outro, Cavalcante (2014, p. 9) dá ênfase à possibilidade que o turista tem de conviver com o diferente, sendo este, muitas vezes, o maior atrativo turístico dessas regiões: “A diversidade cultural configura a ideia do desconhecido, do novo, proporcionando aos turistas uma troca salutar de

informações que possibilitam integração entre diferentes culturas e um crescente potencial a desenvolver nas regiões de fronteira”.

Costa, Figueiredo e Silva (2010, p.43) registram, ainda, que “os potenciais turísticos existentes na fronteira devem ser explorados de forma articulada estabelecendo entre os atores do turismo uma rede de cooperação a fim de possibilitar esse processo de integração”. Essa proposição vem ocorrendo na fronteira entre Brasil e Venezuela, onde o turismo é desenvolvido em vários segmentos e contextos.

Mas o que vem a ser turismo de fronteira? Em se tratando, particularmente, das manifestações do turismo em áreas fronteiriças, Paixão (2006) responde a pergunta abordando três situações que representam distintos quadros quanto ao planejamento e demais políticas que visem a fortalecer o turismo no panorama sul-americano: o turismo pela fronteira, na fronteira e de fronteira.

Segundo ele, o turismo pela fronteira está relacionado à percepção de fronteira enquanto limite entre dois ou mais territórios e, por isso mesmo, dotada de aparatos de segurança, de militarização e de exigências burocráticas (passaportes, vistos de entrada, etc.) que tornam o fluxo turístico moroso.

O turismo na fronteira é a tipologia empregada para as fronteiras que, mesmo conformando uma paisagem aparentemente homogênea, com atrativos turísticos dispersos em dois territórios nacionais, sob o ponto de vista turístico não podem ser apropriadas em sua plenitude para implantação de produtos e roteiros. Entre as razões principais para o fato, situa-se a relativa ausência do Estado num dos territórios, fazendo com que o turismo se incline a especializar-se unilateralmente em determinadas fronteiras, dificultando, assim, o processo de turistificação binacional.

Já o turismo de fronteira, segundo Paixão (2006, p. 98), é uma proposta direcionada às áreas em que “a fronteira é parte indissociável do destino de visitação e, por isto, configura-se numa região de planejamento turístico internacional”, considerando que o estabelecimento de demarcações territoriais pode ficar mascarado pela contiguidade e pela homogeneidade paisagística.

Interessante notar que, nesta última categoria, é possível estabelecer correlação com o caso da fronteira Brasil/Bolívia por se tratar de um espaço transfronteiriço conurbado, onde as fronteiras se comunicam com bastante intensidade e, embora sejam visíveis, quaisquer simbologias (marco), normativas (leis) ou artificialidades (placas) que exaltem a divisão entre Estados, os turistas acabam sentindo-as como uma para o “fazer turístico”.

Conforme já destacavam Alves, Ferraz e Oliveira (2011, p. 182), no caso de Corumbá, “a fronteira com o país vizinho (Bolívia) proporciona aos seus visitantes além de sua beleza natural do Pantanal Chaquenho o atrativo para compras e passeio nas cidades de Puerto Aguirre, Puerto Quijarro e Puerto Suarez”, onde são encontrados importados, artesanatos e comidas típicas, o turista pode, ainda, optar por conhecer a feirinha boliviana, pois é comum a oferta de produtos ocupar os espaços das calçadas.

Em relação ao turismo na fronteira, ao tratar da importância de políticas públicas, Oliveira e Costa (2008, p. 4) trazem a seguinte contribuição:

O turismo na fronteira ressalta a importância de políticas públicas que resguardem o empreendedorismo turístico de forma bilateral, para que não ocorra a turistificação unilateral dessas fronteiras, que apesar de aparentemente possuir uma paisagem homogênea, possuem atrativos turísticos dispersos nos dois territórios nacionais, uma relativa ausência do Estado em uma das partes territoriais, proporciona um desequilíbrio, pois o turismo tende a concentrar-se apenas na parte assistida pelo Estado, pois nesse tipo de fronteira é intenso o acontecimento de conflito étnico e/ou religioso [...].

O turismo de fronteira para Cruz (2010 apud LEOTI *et al.*, 2014, p.104), em consonância com Ferreira e Tavares (2013), consiste em viajar entre territórios vizinhos (territórios justapostos), onde o acesso aos atrativos turísticos interligando esses territórios permite acesso a diferentes potenciais turísticos, a paisagem natural, a aventura, o lazer, os eventos culturais, a gastronomia, entre outros.

Ao fazer uma discussão sobre algumas práticas culturais dos fronteiriços e o potencial que esse espaço oferece, Muller (2005) faz a seguinte consideração:

Sobre o turismo da região fronteira, percebe-se que ao ser referir aos artesãos locais, às belezas naturais da região, à gastronomia local ou até mesmo às festividades realizadas [...], fica claramente posto (ou subtendido) o potencial que o espaço oferece quando visto de modo integrado. O simples fato de existir outro país, um povo com outra nacionalidade, falando outra (s) língua (s), a poucos metros, dá um diferencial às cidades fronteiriças que pode ser encarado como investimento turístico para os municípios e o comércio local/internacional, de lá e de cá, fortalecendo a economia da região (MULLER, 2005, p. 12).

Paixão finaliza a abordagem dessa última tipologia com a seguinte afirmação:

Para haver o turismo de fronteira, é preciso primeiramente existir um processo de integração entre dois ou mais territórios e/ou sociedades, sendo o turismo parte significativa dessa integração. Isso, num estágio mais avançado, deve permitir aos turistas a facilidade de acesso e frequência de seus atrativos e equipamentos, que devem ser trabalhados conjuntamente em dois ou mais territórios. (PAIXÃO, 2006. p. 100).

Ao ser referir a necessidade de cooperação entre territórios transfronteiriços, situando a fronteira do Brasil com o Paraguai, Cammarata (2010, p. 13) tece a seguinte consideração:

Así definido el espacio territorial y transfronterizo, en lugar de precisar los límites, interesa poner de relieve ciertos aspectos en el proceso de integración: conocimiento mutuos, acuerdos de cooperación, intercambios culturales, proyectos de servicios e infraestructura -camino y puentes-, e iniciativas locales para construir puentes en el borde fluvial del Uruguay y unir centros gemelos en la transfrontera.

Assim, a abordagem de turismo de fronteira, pode oferecer o suporte analítico para explicar as ações necessárias que integrem os dois lados da fronteira Brasil/Bolívia, onde se desenrolarão as políticas públicas possibilitando a implantação ou não do *Free Shop* no lado brasileiro, tornando Corumbá, nessa perspectiva, uma fonte para o desenvolvimento.

2.3 *Free Shop*, turismo e fronteira

Situando a atividade turística, em um caráter mais holístico e criterioso, Mariani (2014) a define como um fenômeno cultural, social, ecológico e econômico, gerador de novas experiências. Isto se efetua a partir do momento em que o seu praticante se depara com cenários e paisagens que não lhe são habituais e olha com interesse e curiosidade o ambiente que o cerca.

Especificamente sobre as localidades objeto dessa pesquisa, Basualdo e Costa (2011, p. 277) reconhecem que “Corumbá é uma cidade que tem vocação para todos os tipos de turismo”. Contudo, faremos referência, mais adiante, ao turismo de pesca e de eventos ao considerá-los como potencial para tornar a implantação de *Free Shop* uma realidade e associar a atividade turística ao ato de comprar.

Segundo Oliveira (2005, p. 76), “o ato de comprar faz parte da necessidade de satisfação pessoal do turista. É uma questão psicológica”. Considera que quem realiza uma viagem, dificilmente voltará de mãos vazias, pois há forte tendência em trazer consigo, na bagagem, algum elemento adquirido nos locais visitados.

Portanto, o ato de comprar faz parte da necessidade de satisfação pessoal do turista. Logo, “se o local visitado oferece mercadorias com qualidade, preços convidativos e que não são encontráveis na cidade de residência do turista, então este local vai beneficiar-se extraordinariamente” (OLIVEIRA, 2005, p.76).

Os estabelecimentos do tipo *Duty Free* ou *Free Shop*, normalmente, instalados em portos, aeroportos e navios para viagens internacionais, caracterizam-se pela não incidência de tributos sobre os produtos por eles comercializados, de regra importados. Há, pois, a fixação de limite de isenção mensal, uma cota por passageiro, em termos pecuniários (no Brasil atualmente US\$ 300,00)⁴.

⁴ A portaria número 415, do Ministério da Fazenda, altera a entrada em vigor da cota de US\$ 150, que deveria ter início dia 01/07/2015, conforme previa a portaria MF 307.

Ao falar sobre *Free Shop*, Amaral (2008, p. 16) afirma que é um dos locais de grande busca do turista, funcionando como um dos últimos destinos obrigatórios em que deve visitar antes de retornar ao país que reside desde que se considere o ato de comprar nesses estabelecimentos como um dos requisitos para que a experiência turística seja completa. Assim, o uso das taxas livres de impostos o torna atraente, porém pode-se inferir que "o ato de comprar" está intimamente ligado à ideia de completude da viagem.

Allis (2008) assegura que, no caso de turismo de compras, o processo de produção envolve peculiaridades que merecem ser destacadas, posto que a composição entre oferta original (basicamente recursos naturais e culturais) e a oferta técnica (serviços de apoio e facilidade em geral) se estruturam de maneira diferente do que em destinos de lazer:

É dizer, o turismo de compras, a princípio, prescinde de atributos paisagísticos exclusivos ou de destaque, e foca-se nas conveniências da condição do local visitado. Assim, a rigor, 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, turismo de compras 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, desconcentração econômicas e populacional e efetivação de potencialidades regionais (ALLIS, 2008, p.9).

Por se tratar do turismo de compras em cidades de fronteira no Brasil que são relativamente bem estruturadas e dependentes dessa atividade, Allis ressalta a facilidade de compras de produtos, os mais variados, por conta de redução ou de eliminação de impostos, nas chamadas *duty Free Shops*.

Segundo ela, por conta de legislação brasileira, esses enclaves fronteiriços oferecem esse tipo de lojas no lado estrangeiro, de forma que, ao chegar à fronteira do país vizinho, o turista brasileiro pode acessá-las facilmente - a semelhança do que acontece nas *duty Free Shops* dos aeroportos internacionais. Nesse contexto, no cerne da atividade do que podemos chamar de turismo de compras de fronteira estão a diversidade de produtos, os preços atraentes e a possibilidade de consumir produtos importados.

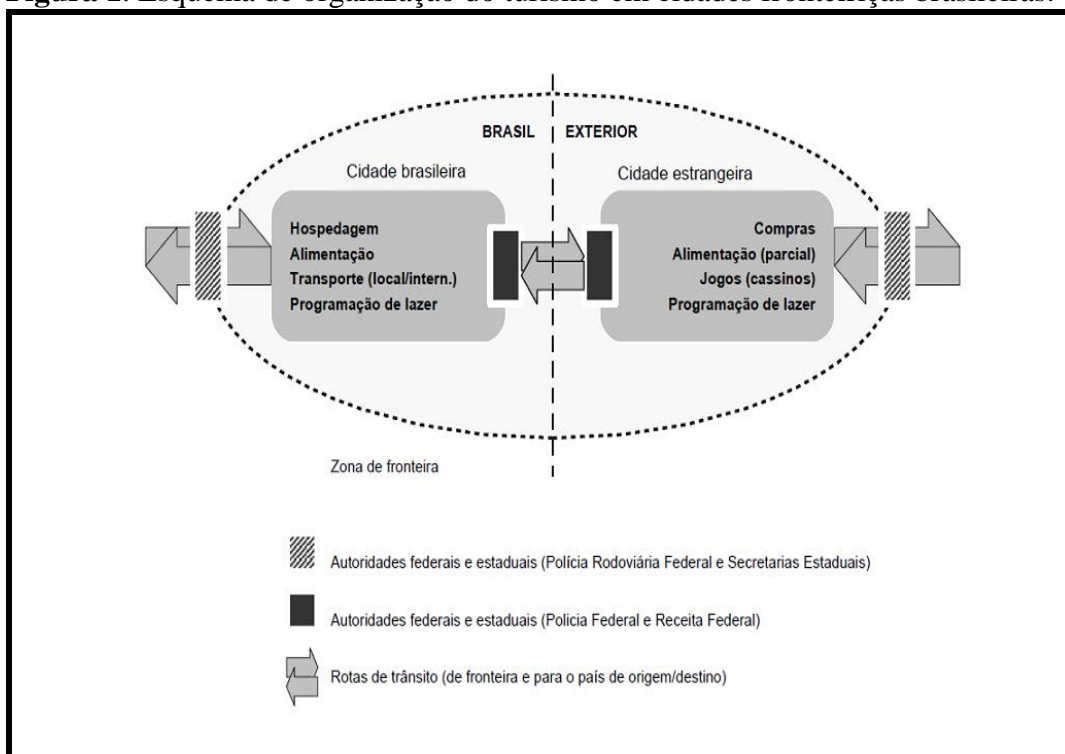
Allis (2008), assim como Lucena (2011), chama a atenção para o fato de que, nestes pontos (cidades gêmeas), a consolidação dos destinos no lado estrangeiro se dá essencialmente pela demanda brasileira, já que as facilidades e os incentivos à importação e à venda no varejo não estão disponíveis no Brasil.

Ao abordar o caso dos *Free Shops* que gozam de isenção de impostos de comercialização, desde que vendam apenas para estrangeiros, Dorfman (2007, p. 90) assim descreve a percepção de um uruguaio: "o *Free Shop* foi feito aqui justamente para isso, para

vender para os brasileiros, porque de fato nós que vivemos aqui não podemos comprar no *Free Shop*, é tudo para o exterior, essa é a lei”.

Neste sentido, as cidades brasileiras acabam oferecendo estruturas de apoio para as compras na cidade estrangeira já que, em geral, os equipamentos de hospedagem e de alimentação apresentam melhor qualidade no lado brasileiro. Por outro lado, a maior parte dos gastos deste tipo de viagem – as compras – acontecem fora dos limites brasileiros, conforme figura 1.

Figura 1. Esquema de organização do turismo em cidades fronteiriças brasileiras.



Fonte: Allis (2008) adaptada de Beni, 2001.

O grupo de pesquisa Dinâmica Configuracional e Sociedade, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, observa que, no caso da cidade de Santana do Livramento – conturbada com a uruguaia Rivera, formando uma mancha urbana de cerca de 170 mil habitantes – há “uma intensa atividade comercial, onde o turismo de compras e atividades de entretenimento são importantes para a dinâmica urbana atual” (RIGATTI, BRAGA, RECKZIEGEL, 2008, p. 2). E, ainda:

Os serviços ligados ao turismo foram impulsionados pelo *Free Shop* de Rivera /UY que, nos últimos cinco anos atrai um público regional expressivo. (...). Em Rivera /UY, também ligado à agroindústria, a zona de comércio livre (*Free Shop*), contribui para a consolidação de novas categorias de uso comercial e para a sofisticação do comércio resultado do afluxo de turistas e da demanda por serviços entretenimento noturno e alimentação.

Pensando nessas afirmações, levantamos o seguinte questionamento: Quais os benefícios de se ter um *Free Shop* em Corumbá?

A questão baseia-se no fato de ser comum em Corumbá que os operadores turísticos (descritos na tabela 1, com exceção dos empreendimentos de apoio ao turismo) reservem um tempo específico para levar seus clientes ao outro lado da fronteira, objetivando a realização de compras de produtos importados. De acordo com a pesquisa realizada por Figueiredo (2010, p. 20), “100% das empresas de turismo do município de Corumbá são voltadas para o atendimento do turismo de pesca e quase todas executam roteiros para compras na Bolívia”. Pressupõe-se que a implantação de *Free Shop* em Corumbá alteraria essa realidade.

Tabela 1. Operadores turísticos em Corumbá.

| Operadores turísticos | Qtde | Localização |
|---|------------|----------------|
| Hotéis e Pousadas | 25 | Zona Urbana |
| Hotéis e Pousadas | 25 | Zona Rural |
| Pesca Esportiva; Cruzeiro fluvial; Safari Fotográfico; ecoturismo; Aventura | 24 | Pantanal |
| Transportadoras turísticas: Passeio fluvial e terrestre de curta duração | 14 | Não ser aplica |
| Locação de veículos | 10 | Não ser aplica |
| Guias de turismo * | 6 | Não ser aplica |
| Empreendimentos de apoio ao turismo: Bares, Restaurantes e Pizzarias | 17 | Não ser aplica |
| Total de Operadores | 121 | Não ser aplica |

* 5 deles utilizam como um segundo idioma o espanhol.

Fonte: Fundação de Turismo de Corumbá, *Mailing trade/Cadastur*, 2015.

Ao analisar o esquema de organização do turismo em cidades fronteiriças brasileiras (cidades gêmeas), em relação à fronteira Brasil/Bolívia – Corumbá/Puerto Quijarro observa-se que as atividades de hospedagem, de alimentação, de transporte e de lazer são realizadas, preferencialmente, do lado brasileiro, enquanto na cidade estrangeira destaca-se intensa atividade comercial, por meio do turismo de compras.

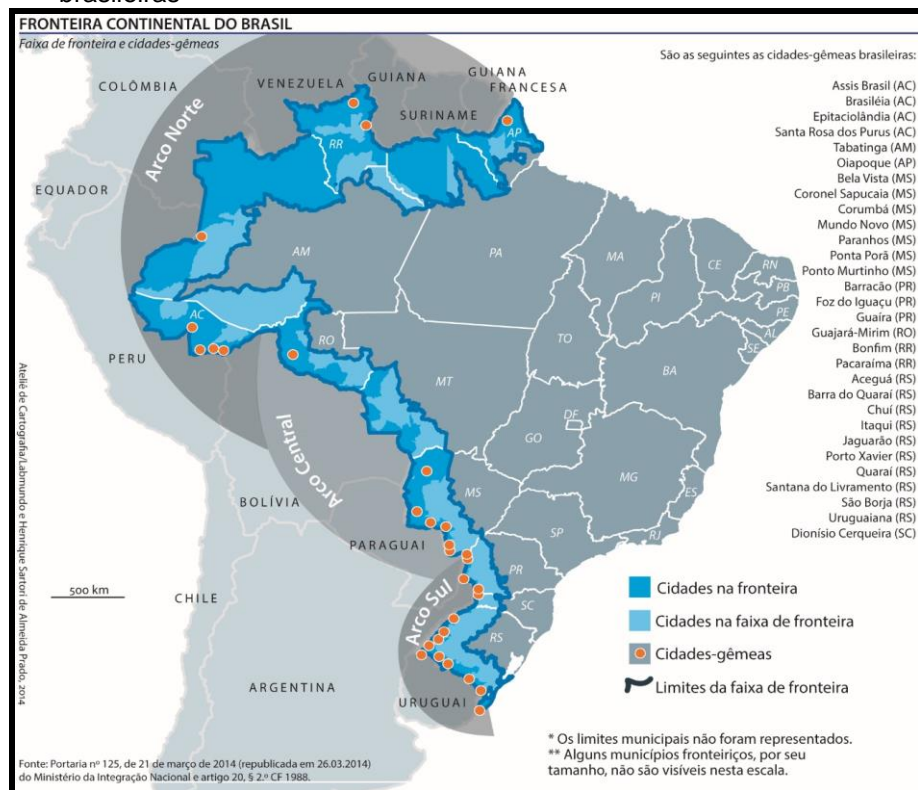
Logo, com autorização para implantação de *Free Shops* cria-se uma expectativa de tornar o lado brasileiro também atrativo para a realização de compras. Contudo, não se pode perder de vista o fato de ser fronteira, o que requer cuidado quanto às ações a serem tomadas no sentido de fortalecer as complementariedades em ambos os lados, levando-se em consideração diferentes problemáticas.

3 CIDADES GÊMEAS E *FREE SHOPS* NO BRASIL

3.1 O conceito de cidade gêmea

Recentemente, o Ministério da Integração, por meio da Portaria 125, de 21 de março de 2014, estabeleceu um conceito oficial acerca das cidades gêmeas nacionais. Segundo artigo da normativa, cidades gêmeas são aqueles municípios cortados pela linha de fronteira, seca ou fluvial, articulada ou não por obra de infraestrutura, conurbada ou semi-conurbada com localidade de país vizinho que apresentem potenciais de integração econômica e cultural e/ou manifestações "condensadas" dos problemas característicos da fronteira, que aí adquirem maior densidade, com efeitos diretos sobre o desenvolvimento regional e a cidadania. Oficialmente são trinta (30) cidades classificadas como "gêmeas" ao longo da Faixa de Fronteira brasileira⁵ (Figura 2).

Figura 2: Fronteira Continental do Brasil – Faixa de Fronteira e Cidades gêmeas brasileiras



Fonte: Ateliê de Cartografia/Labmundo e Henrique Sartori de Almeida Prado, 2014 - Portaria nº 125, de 11/03/2014 (república em 26/03/2014) do MIN.

⁵ Lê-se no artigo 20º, parágrafo 2º, da Constituição de 1988 que a faixa de até 150 km de largura, ao longo das fronteiras terrestres, designada como faixa de fronteira, é de extrema importância para a defesa do território nacional, sendo sua ocupação e utilização reguladas em lei. Deste modo, Faixa de Fronteira não é sinônimo de Zona de Fronteira.

As cidades gêmeas são aglomerações urbanas que se encontram aos pares ao longo do limite internacional e se caracterizam por intensas trocas comerciais, culturais, econômicas. Assim, “cada par de cidades tem suas peculiaridades, pois diferem segundo o grau de interação e peso demográfico que lhe são próprios” (LUCENA, 2011, p. 62).

Os territórios ocupados pelas cidades gêmeas, na maioria das vezes, são extremamente semelhantes, pois há diversas características comuns entre elas, como a miscigenação dos povos, da cultura e das línguas. Silva e Nascimento (2009) ressaltam que os problemas existentes também ganham uma proporção ainda maior porque os programas de políticas públicas são diferenciados nos países de divisória. E esse fator dificulta o crescimento e o desenvolvimento das cidades fronteiriças.

Conforme Almeida Prado (2014, p.7), o relacionamento entre as cidades gêmeas é um cenário real, imperativo e corriqueiro na fronteira, desse modo, “tanto oficial, como "oficioso", as práticas de cooperação entre a população e os organismos públicos estão presentes”. Práticas estas que envolvem desde fatores de segurança e de economia até aspectos culturais e/ou políticos. Essas regiões possuem espaços de relacionamento permanentes e, em muitas vezes, de características pragmáticas, onde a negociação, a integração e o compartilhamento de infraestrutura e de espaços comuns são constantes.

As citadas características locais de políticas públicas dirigidas às fronteiras internacionais são problemáticas, por envolverem interesses, elementos espaciais e legislações de países distintos. Uma forma encontrada pelo Ministério da Integração Nacional para tratar os fluxos de bens, de capitais e de pessoas que formam esses espaços e sua paisagem peculiar é a noção de zona de fronteira. Essa zona de fronteira é composta pelas ‘faixas’ territoriais de cada lado do limite internacional, caracterizadas por interações que, embora internacionais, criam um meio geográfico próprio de fronteira, só perceptível na escala local/regional das interações transfronteiriças.

Ainda, segundo o Ministério Nacional da Integração⁶, na escala local/regional, o meio geográfico que melhor caracteriza a zona de fronteira é aquele formado pelas cidades gêmeas. A concentração de efeitos territoriais nessas cidades gêmeas inclui fatores de produção que envolve a terra, o trabalho, o capital e os serviços públicos e privados. Além de incluir também a extensão desses efeitos numa distância indeterminada rumo ao interior de cada território nacional que oferece implicações práticas para a atuação do Estado em suas respectivas faixas de fronteira. A dificuldade advém, principalmente, do fato de que esses

⁶ Disponível em: <http://www.mi.gov.br/documents/10157/3773138/III+-+A+Zona+de+Fronteira+-+Intera%C3%A7%C3%B5es+com+os+pa%C3%ADses+vizinhos.pdf/a2416f36-0a5d-496f-8f8f-7467eb4e0a5b>

efeitos se expressam com formas e amplitudes diferenciadas em cada território, às vezes, de forma conjugada ou isolada, contínua ou descontínua.

No nível local, as trocas inversas para o atendimento de demandas cotidianas baseiam-se, de um lado, na oferta de artigos com forte cunho nacional e, de outro, nas oscilações cambiais que, tornando mais atrativos os preços de bens e serviços, ora de um lado, ora de outro da fronteira ativam positivamente um sentido preferencial dos fluxos. Pébayle (1994, p.15 *apud* RIBEIRO, 2002, p. 21) sugere que é precisamente esta ordem conjuntural a responsável pelos "excepcionais dinamismos urbanos" de ambos os lados da fronteira.

Para fins de ilustração, citamos o estado do Rio Grande do Sul, onde existem dez cidades gêmeas com manchas urbanas integradas e com cotidiano compartilhado, visto que os processos e as contradições vividos nessas cidades "apresentam grande potencial de integração econômica e cultural, assim como manifestações 'condensadas' dos problemas característicos da fronteira" enquanto periferia das redes nacionais (MACHADO, *apud* DORFMAN e FRANÇA, 2013, p. 1103).

Referenciando as cidades gêmeas em destaque nesse estudo, Corumbá/Puerto Quijarro, Fernandes (2015, p. 190) discorre sobre o intercâmbio realizado entre elas nas mais variadas áreas:

Destarte, respectivamente no estado (UF) de Mato Grosso do Sul e na Província de Germán Busch (Bolívia) está localizada a Zona de Fronteira Brasil/Bolívia composta pelas cidades brasileiras de Corumbá/MS e Ladário/MS, bem como, por Puerto Quijarro e Puerto Suárez. Tais centros são caracterizados por intercâmbios nas áreas de educação, saúde, segurança, meio ambiente, lazer e, sobretudo, no comércio.

É importante destacar que a dinâmica pode ser facilmente percebida no espaço fronteiro Brasil/Bolívia, pois trabalhadores brasileiros e bolivianos fazem diariamente a migração pendular para a realização de suas atividades laborais “do outro lado” da fronteira. Além disso, de acordo com Costa (2010, p. 54), ao longo do tempo, devido a distância entre Campo Grande e Corumbá (cerca de 450 km), criou-se uma interdependência acentuada em relação às cidades bolivianas vizinhas. Fator que favoreceu o comércio com a Bolívia, como alternativa de consumo para muitos corumbaenses, sempre a procura de preços mais vantajosos.

3.2 Legislação sobre *Free Shops* no Brasil

Apenas um artigo e dois parágrafos da Lei 12.723, de 9 de outubro de 2012, constituem o corpo da Lei, inserindo no Decreto-Lei 1.455/76 questões que têm importância significativa para as cidades gêmeas. É importante destacar que esse decreto autoriza o funcionamento de lojas francas para a venda de mercadorias nacionais ou estrangeiras em zonas primárias de portos ou aeroportos: os chamados *Free Shops* e somente empresas habilitadas pela Secretaria da Receita Federal podem explorar esse tipo de comércio.

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 de uma legislação apropriada que atende a necessidade de melhor fiscalização e controle por parte da administração pública.

Acredita-se que foi o Decreto-Lei nº 1.455/1976, primeira norma que se refere ao *free shop* existente em portos e aeroportos do Brasil, o motivador da proposição da Lei nº 12.723/2012, pois, entre outras questões, dispõe sobre bagagem de passageiros procedentes do exterior, disciplina o regime de entreposto aduaneiro, estabelece normas sobre mercadorias estrangeiras apreendidas e dá outras providências.

Conforme descreve Prado (2014, p.17/18), esse decreto trata, especificamente, sobre a cobrança e a isenção de tributos para bagagem de passageiro proveniente de outro país, regulamentando vários aspectos quanto aos valores das mercadorias, alíquotas tributárias e formas de fiscalização e cobrança. Trata também das exportações e importações praticadas a título comercial, permitindo a armazenagem de mercadorias destinadas à exportação em local alfandegado, sejam mercadorias de uso público ou privativo, mediante autorização da Secretaria da Receita Federal.

Para proposição da Lei 12.723/2012, 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.

Neste contexto, de acordo com Prado (2014, p.18), pode-se definir como Lojas Francas, “todo o estabelecimento comercial que está situado em uma determinada área de trânsito internacional, que utiliza mecanismos de isenção de taxas ou impostos conferidos pelo Estado”. A situação é propiciada por um regime aduaneiro especial, como conferido na Lei e Decreto anteriormente especificados.

Conforme exposto, o referido decreto já previa a isenção de impostos nas lojas francas ou *Free Shops* situadas em aeroportos e portos com embarques e desembarques internacionais. Assim, apesar da existência do dispositivo de 1976 e, visando à adaptação da isenção de impostos nessas lojas francas, situadas em terminais de transportes internacionais para cidades fronteiriças, foi apresentado o Projeto de Lei nº 6.316/2009. O principal argumento foi o de que o comércio local é desfavorecido pela impossibilidade de concorrência, uma vez que os moradores dessas cidades, na maioria das vezes, atravessam as fronteiras para adquirir os mesmos produtos, só que com preços mais baixos.

No dia 9 de outubro de 2012 foi sancionada e publicada a Lei 12.723/2012 que altera o Decreto-Lei nº 1.455, de 7 de abril de 1976, que dispõe sobre bagagem de passageiro procedente do exterior, disciplina o regime de entreposto aduaneiro, estabelece normas sobre mercadorias estrangeiras apreendidas, além de autorizar a instalação de lojas francas em municípios de faixa de fronteira cujas sedes se caracterizam como cidades gêmeas de cidades estrangeiras.

O artigo 15-A, por exemplo, orienta que “poderá ser autorizada a instalação de lojas francas para a venda de mercadoria nacional ou estrangeira, contra pagamento em moeda nacional ou estrangeira”. Já o parágrafo primeiro da lei define que “a autorização mencionada no caput do 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”.

No seu parágrafo segundo, há a seguinte orientação: “a venda de mercadorias nas lojas francas previstas neste artigo somente será autorizada à pessoa física, obedecidos, no que couberem, as regras previstas no artigo 15 e demais requisitos e condições estabelecidos pela autoridade competente”. E o terceiro dispõe que a referida Lei entre em vigor na data da sua publicação, ou seja, 10/10/2012.

Esses três pontos e a conscientização da “autoridade competente” citada e repetida na lei precisam de ações a ser desenvolvidas rapidamente pelos gestores do Estado e dos municípios brasileiros. Haja vista, esta ser uma alternativa, uma realidade e necessita de comando do próprio Governo do Estado e do município, com a participação de empresários e de interessados no assunto.

Em relação às implicações da lei, há uma importante questão que se põe, a partir dela, que foi a de se estabelecer o conceito oficial de cidades gêmeas na linha de fronteira do Brasil. Fator que desencadeia novos questionamentos, tais como: Quais critérios poderiam ser utilizados para a classificação de cidades brasileiras como cidades gêmeas? As discussões se

deram em razão das pressões de alguns municípios localizados na faixa de fronteira e pelas exíguas políticas públicas específicas para essas localidades.

Conforme conceito definido pela Portaria 125, de 21/03/2014 fica evidente que o Ministério da Integração sofreu fortes pressões políticas de representantes de unidades federativas nos locais onde existem municípios em situação de fronteira, mas com cidades que não perfaziam aglomerações fronteiriças. Caso contrário, seriam definidas somente aquelas já apontadas no Programa de Desenvolvimento da Faixa de Fronteira, na definição de Machado (2010, p. 63):

As cidades gêmeas são aglomerações urbanas que se encontram aos pares ao longo do limite internacional, caracterizadas por intensas trocas. Estas representam o contato direto entre sistemas jurídicos distintos, sendo bastante sensíveis aos gradientes gerados pela quebra normativa promovida pelos limites.

Dessa forma, por envolver interesses de diferentes Estados nacionais, elementos territoriais e legislações distintas, trata-se de uma questão bastante delicada, razão pela qual Fonseca e Costa (2009, p. 231) advertem sobre a importância de se conhecer e de tratar a região de fronteira de forma diferenciada. Numa situação de enfrentamento, doenças epidemiológicas, por exemplo, na fronteira representam um constante estado de alerta, onde os cuidados precisam ocorrer em ambos os territórios, caso contrário dificilmente serão alcançados bons resultados. Esse tipo de preocupação não deve ser desconsiderado em relação a implantação de *Free Shop* em Corumbá, uma vez efetivada, é possível que seus impactos sejam sentidos por ambos os lados.

3.3 Como Funciona um *Free Shop* nas fronteiras brasileiras?

No Brasil, a referência que se tem de *Free Shop*⁷ ou loja franca, como costuma ser chamada, é dos estabelecimentos encontrados nos portos ou aeroportos para venda de mercadoria nacional ou estrangeira a passageiros em viagens internacionais, na chegada ou saída do país ou em trânsito. Assim, a regulamentação vigente é para *Free Shops* instalados nesses locais e os termos e as condições são fixados pelo Ministério da Fazenda (BRASIL, 2012).

Nesses estabelecimentos é autorizada a venda com isenção para mercadoria nacional ou estrangeira, limitados ao valor de US\$ 500 (quinhentos dólares) por pessoa, havendo limites quantitativos aos produtos adquiridos (bebidas alcoólicas, cigarros, tocador, relógios,

⁷ Informações obtidas do Subsecretário Substituto de Aduana e Relações Internacionais - Receita Federal em documento intitulado: Loja franca em Fronteira Terrestre – março/2014.

instrumentos eletroeletrônicos), sendo vedada a venda de pérolas, pedras preciosas e metais preciosos.

As condições gerais de Loja Franca, conforme regulamentação vigente, ou seja, o controle do regime dispõe que: o fluxo deve ser em mão única, ou seja, viajante não pode retornar com o bem adquirido e revendê-lo a residente; não pode sair com o bem e entregá-lo a residente do outro lado da fronteira e que reintroduza o bem no país; é necessária apresentação de bilhete de viagem; precisa de local alfandegado com acesso restrito; considera que os custos da viagem limitam múltiplas viagens sucessivas (BRASIL, 2010).

A essas lojas francas de portos e aeroportos – os chamados *Free Shops* – é aplicado um Regime Aduaneiro Especial que permite a venda de mercadoria nacional ou estrangeira a compradores, nesse caso viajantes internacionais, em municípios cortados pela linha de fronteira, seca ou fluvial, cujas condições são fixadas pelo ministro da fazenda, mediante pagamento em moeda nacional ou estrangeira.

As condições gerais de Loja Franca são estabelecidas pelo Decreto-Lei nº 1.455/76 que disciplinam o seu funcionamento. A habilitação é concedida pela Secretaria da Receita Federal, mediante um processo de pré-qualificação, assim, somente pessoas ou firmas habilitadas poderão explorar as lojas.

O referido Decreto concede ainda tratamento diferenciado quanto a procedência da mercadoria a ser comercializada. No caso de mercadoria estrangeira, quando importada diretamente pelos concessionários das referidas lojas, permanecerá com suspensão do pagamento de tributos até a sua venda; já quando se tratar de aquisição de produtos nacionais, estes sairão do estabelecimento industrial ou equiparado com isenção de tributos.

A partir do exposto, surge um novo questionamento: O que mudou, então, com a alteração da Lei nº 12.723/12 (Decreto-Lei nº 1.455/76 Loja Franca em Fronteira Terrestre)?

O primeiro ponto de mudança se refere à autorização para exploração de lojas francas terrestres, que a partir de agora poderá ser concedida a estabelecimentos localizados em cidades gêmeas de cidades estrangeiras na linha de fronteira do Brasil (conf. Art.15-A incluído pela Lei nº 12.723/12). É importante frisar que as lojas francas somente poderão ser instaladas, após concordância do município, por meio de lei municipal.

É competência do Ministro da fazenda estabelecer termos, limites e condições para o seu funcionamento. Logo, há ainda, a necessidade de regulamentação para disciplinar procedimentos e especificar controles.

Quanto às condições gerais do Regime - Loja Franca em Fronteira Terrestre pouco se sabe até o momento, segue-se o que já está definido: 1) Quem pode comprar: residente ou não

residente em viagem internacional; 2) Limite de compra⁸ na loja franca: US\$ 300,00; 3) Tratamento tributário - suspensão dos tributos para mercadoria estrangeira até a venda e isenção para mercadorias nacionais; 4) Controle de compra⁹ quando residentes será através de documento que contenha o número de inscrição no CPF e não residente mediante apresentação de documento de identificação emitido por país estrangeiro; 5) Requisitos: existência de lei municipal de caráter geral, regularidade fiscal e sistema informatizado de controle – suspensão e vendas; 6) Condições¹⁰: exclusivamente venda de mercadorias no regime, possibilidade de utilização de depósito próprio e destinação das mercadorias no prazo de 1(um) ano.

Um segundo ponto a ser destacado, centra-se no ato do Ministério da Fazenda que poderá definir lista dos produtos que não poderão ser comercializados em Loja Franca (lista negativa) e os limites quantitativos para aquisição de determinados produtos também poderão ser disciplinados em Portaria do referido Ministério.

Como reflexo da regulamentação das lojas francas (*duty Free Shop*) - ou seja, livres de impostos - em fronteira terrestre, em 21 de julho de 2014 foi publicada no Diário Oficial da União a Portaria MF 307 (17/07/2014) que dispõe sobre a aplicação do regime aduaneiro especial de loja franca em fronteira terrestre e altera a Portaria MF nº 440, de 30 de julho de 2010, que se refere ao tratamento tributário relativo a bens de viajante.

Segundo a Receita Federal, essa portaria tem por objetivo regulamentar o processo de instalação dessas lojas (*duty Free Shop*) em cidades gêmeas em fronteira terrestre, conforme prevê a legislação. Além disso, a portaria assegura a harmonização com as regras vigentes atualmente no Mercosul. Argentina, Uruguai e Paraguai já adotam a cota de US\$ 150 e o Brasil era a única exceção até o momento.

Devido ao fato das lojas francas não estarem instaladas e demandarem um prazo para investimento e abertura, haverá a redução da cota de isenção do Imposto de Importação quando o viajante entrar no Brasil por meio terrestre ou fluvial de US\$ 300 para US\$ 150. Esta determinação começaria a valer no começo de julho deste ano, porém deverá entrar em vigor somente em 1º de julho de 2016 ou a partir do terceiro mês após a implementação do sistema de controle informatizado em lojas francas situadas em fronteira terrestre.

⁸ Desde que atendidas algumas condições: toda a compra seja considerada como de viajante; periodicidade: uso da cota em intervalos de 30 dias; o excesso será tributado com base no Regime de Tributação Especial – RTE (Imposto de Importação – 50%).

⁹ O controle da periodicidade, do uso da cota de isenção (por viajante, a cada intervalo de 30 dias) e da suspensão tributária deverá ser efetuado por meio de sistema informatizado.

¹⁰ O descumprimento das condições do regime resultará em cancelamento e multas.

Após implantação das lojas *Free Shop* do lado brasileiro, quando a referida redução da cota entrar em vigor, o viajante terá o limite de isenção de bagagem acrescido do limite da loja franca, ou seja, US\$ 150 + US\$ 300,00. O valor da cota para loja franca decorrerá de decisão do MERCOSUL. Contudo, até que essa implantação se efetive o art. 7º da Portaria MF nº 440, de 30 de julho de 2010, continua valendo a anterior.

Desta forma, o viajante procedente do exterior poderá trazer em sua bagagem acompanhada, com a isenção dos tributos: a) US\$ 500,00 (quinhentos dólares dos Estados Unidos da América) ou o equivalente em outra moeda, quando o viajante ingressar no País por via aérea ou marítima; e b) US\$ 300,00 (trezentos dólares dos Estados Unidos da América) ou o equivalente, em outra moeda, quando o viajante ingressar no país por via terrestre, fluvial [rios] ou lacustre [lagos].

3.4 Os casos de *Free Shops* de fronteira

Em se tratando particularmente dos casos de *Free Shops* de fronteira no Brasil, embora a aprovação da Lei 12.723/12 que autoriza a instalação de lojas francas em municípios da faixa de fronteira, cujas sedes se caracterizam como cidades gêmeas de municípios estrangeiros já tenha sido publicada, a implantação desses estabelecimentos, em solo brasileiro, vai demandar tempo para se tornar realidade. Seja por falta de regulamentação por parte da Receita Federal, seja pelo receio de suas implicações para diferentes atores envolvidos.

Conforme expõe Lucena (2011), os municípios fronteiriços possuem um dinamismo econômico que transpõe as fronteiras político-administrativas, motivadas pela distância dos centros decisórios. Assim, os municípios da região de fronteira têm uma dinâmica econômica própria no setor terciário de comércio e de serviços, pois são cidades que se complementam além do território nacional. Ainda:

Em razão de estarem isoladas dos seus respectivos governos nacionais, as cidades nas áreas de fronteira desenvolveram "estratégias de sobrevivência", criando complementariedades, independente das macro decisões nacionais, pela via dos fluxos de pessoas, bens e serviços, de modo a aproveitar vantagens econômicas, em geral geradas pela diferença de câmbio e pelo dinamismo modernizante dos *Free Shops* do lado uruguaio (LUCENA, 2011, p. 79).

Nas palavras de Souza (2009, p. 106 apud KLEINSCHMITT, AZEVEDO e CARDIN, 2013, p.3):

São espaços nos quais o local e o internacional se articulam, estabelecendo vínculos e dinâmicas próprias, construídas e reforçadas pelos povos fronteiriços. Neles estão presentes as identidades e as culturas nacionais de cada um dos países envolvidos, que constroem, reelaboram e constituem uma outra cultura e identidade diferenciada, capaz de recriar um novo lugar, com aspectos regionais. São regiões

que não “respeitam” as barreiras existentes, já que há ação e interação dos agentes fronteiriços, estimulando dinâmicas fronteiriças informais.

Com a finalidade de apresentar como funcionam os *Free Shops* e quais as suas principais implicações, abordaremos, nesse tópico, os casos de *Free Shops* de fronteira¹¹, em especial os casos de Rivera (Uruguai) e Cidade del Leste (Paraguai) que fazem, respectivamente, fronteira com os municípios brasileiros de Santana do Livramento e Foz do Iguaçu. A escolha de ambos os casos se deve à quantidade de informações disponíveis, sobretudo, a respeito de *Free Shop* na cidade gêmea estrangeira.

3.4.1 O caso do *Free Shop* no espaço fronteiriço Brasil-Uruguai

Rivera, no Uruguai, faz fronteira com Santana do Livramento, constituindo este apenas um dos seis pares de cidades gêmeas abrigados por aquele país:

A fronteira Brasil - Uruguai abriga seis pares de centros urbanos que se encontram distribuídos de modo homogêneo, em torno de 100 km de distância uns dos outros. Estes pares de cidades são as cidades gêmeas, cujo povoamento de um lado encontra o seu correspondente no outro lado da fronteira: Artigas (Uruguai) e Quaraí (Brasil); Rivera (Uruguai) e Santana do Livramento (Brasil); Aceguá (Uruguai) e Aceguá (Brasil); Rio Branco (Uruguai) e Jaguarão (Brasil); Chuy (Uruguai) Chuí (Brasil) e Bella Unión (Uruguai) e Barra do Quaraí (Brasil) (LUCENA, 2011, p. 61).

Entre as cidades gêmeas Rivera-Santana do Livramento, Aceguá-Aceguá e Chuy-Chuí existe apenas uma avenida caracterizando a divisa entre os países. Já, Barra do Quaraí-Bella Unión, Jaguarão-Rio Branco, Artigas-Quaraí encontram-se ligadas por uma ponte. É importante destacar que todas elas foram contempladas pela Lei 12. 723/2012 que estende o regime aduaneiro especial de loja franca aos estabelecimentos situados em fronteira terrestre, ou seja, em cidades gêmeas. Essa lei permite que o estabelecimento venda mercadoria nacional ou estrangeira a pessoa em viagem terrestre internacional, mediante pagamento em moeda nacional ou estrangeira.

Os *Free Shops* são estabelecimentos comerciais criados na década de 1980 com isenção de impostos e estão presentes em diversos pontos da fronteira uruguaia, sendo um estímulo à empresa turística. Segundo Righi, Souza e Vasconcellos (2012), no Uruguai, a legislação regulamenta, através de Decretos, o regime *Free Shop* aplicável nas cidades de Rivera, de Chuy, de Artigas e de Rio Branco. As mercadorias oriundas do exterior chegam ao território uruguaio na condição de “em trânsito” e são tributadas pelo Imposto sobre Valor

¹¹ As informações referentes ao *free shop* de fronteira serão apresentadas conforme encontradas em artigos e teses, devido à impossibilidade da autora fazer levantamento de dados *in loco*.

Adicionado (IVA) e Impostos Especiais de Consumo (IMESI), sendo que o IVA será devolvido para o comprador através de certificados de crédito sob o regime de exportações. Ressalte-se que só podem ser vendidos artigos estabelecidos pelo poder executivo e somente para turistas estrangeiros, sendo que estas vendas são consideradas exportações.

Conforme descrevem os autores, baseados nos Artigos 157, 159, 160, Título 3, Texto Order, 1996, do Decreto 218/992, da Legislação uruguaia, as principais características do Imposto de regime *free-shops* são:

1) as lojas são destinadas à venda de bens nacionais e/ou estrangeiros livres de impostos para os passageiros que saem do país, que estão em trânsito ou que entram no país de acordo com os respectivos regulamentos; 2) Produtos estrangeiros que entram por este regime são considerados bens em trânsito; 3) As mercadorias que entram a partir do regime *Tiendas de Free-Shop* pagam o IVA, que será devolvido para o comprador através de certificados de crédito sob o regime de exportadores. As vendas são consideradas de exportação para efeitos do IVA e impostos especiais de consumo, independentemente do comprador (RIGHI, SOUZA & VASCONCELLOS, 2012, p. 19).

O Artigo 31 do Decreto 220/998 da legislação uruguaia, considera “turistas estrangeiros todas as pessoas que tem residência habitual em outro país, e que ingressem ao Uruguai para atividades como turismo, negócios ou estudos por pelo menos 24 horas” (RIGHI, SOUZA & VASCONCELLOS, 2012, p. 19).

Conforme descreveu Lucena (2011), a fronteira Brasil-Uruguai é uma fronteira viva caracterizada pelo contato direto de seus cidadãos e, por isso, representam pontos de contato entre duas sociedades distintas. Apesar de conviverem numa mesma região, esses cidadãos, contudo, pertencem a sistemas jurídicos e ordenamentos políticos diversos.

Dorfman (2007) afirma que, em comparação com outros casos de fronteiras internacionais, a fronteira em questão é apresentada como peculiar, particular ou especial por acadêmicos e fronteirços, entre as razões para tal excepcionalidade destacam-se: os vínculos de transferências intensos e cotidianos; o compartilhamento do centro urbano; o entrelaçamento da infraestrutura (estradas, aeroporto, esgotos, saúde, educação, controle de fronteira).

O comércio local beneficia-se da condição fronteiriça. Em livramento, os supermercados e casas de material de construção, em determinadas conjunturas, vendem quase exclusivamente para clientes uruguaiois (do norte do país e da capital). Os tipos de produtos pouco se alteram, oscilando o volume com a variação cambial: confecções, gêneros alimentícios, farináceos, carnes, lãs, [...] e produtos de luxo adquiridos no Uruguai. É comum a presença de estabelecimentos comerciais localizados em ambas as cidades pertencentes a um mesmo dono, que busca fazer frente às oscilações cambiais (DORFMAN, 2007, p. 3).

Embora vivenciem o mesmo cotidiano e apresentem problemas comuns, as cidades geminadas possuem divisão político-administrativa que corresponde a diferentes escalas em

relação a cada unidade nacional. Por conta desses fatores, em muitos casos, poderá haver tratamentos distintos para necessidades similares:

A proximidade entre os países confere a estas conturbações a possibilidade de atuação em redes que não se limitam a esfera local, podendo também estabelecer articulações regionais, nacionais e internacionais. Existe uma relação inter-regional e internacional de articulação simultânea. A capacidade dessa articulação, entre os vários níveis, decorre do novo papel dos espaços fronteiriços, que adquirem novas funções, onde as cidades gêmeas funcionam como importantes elos entre os mercados dos países vizinhos. Dentro desse contexto, a conturbação Rivera e Santana do Livramento é a mais significativa da fronteira Brasil e Uruguai (LUCENA, 2011, p. 62).

A principal atividade econômica da cidade de Rivera é o comércio: “as lojas destinadas ao *duty free*, voltadas ao público brasileiro, tornam Rivera um destino conhecido para a aquisição, em dólar, de produtos importados” (LUCENA, 2011, p.74). Destaca-se, também, a existência de um cassino, situado em uma das avenidas por onde corre a fronteira entre os dois países.

Santana do Livramento fica distante da capital, Porto Alegre, por 488 km e a 483 km de Montevidéu, possui uma população estimada em 82.464 habitantes, conforme o Censo de 2010 (IBGE)¹². Sua economia baseia-se no comércio, na agricultura, na pecuária e na vinicultura, destacando-se na pecuária com a criação de bovinos e de ovinos, além da produção de arroz e de soja. Atualmente, Santana do Livramento é conhecida por formar uma cidade irmã com Rivera.

O setor hoteleiro e gastronômico, bem como os demais setores de serviços (como postos de combustíveis, transportes, entre outros) beneficia-se pelo grande fluxo de turistas, gerando arrecadação, tributos e movimentação financeira para o município.

O centro de Santana do Livramento apresenta a atividade comercial denominada “exportação via balcão” – a venda de produtos isenta de impostos. No entanto, diferentemente dos *Free Shops* a origem é nacional e não é cobrado em dólar. Nem tem o “requisite” dos *Free Shops* estabelecidos em Rivera (LUCENA, 2011, p. 77).

Neste contexto, em termos sociais e culturais, esta fronteira é porosa, marcada por intercâmbios, gerando redes de parentesco, de amizade e de relações de trabalho. Nesse ponto, a cultura de fronteira é marcada pela convivência integrada entre esses dois povos possuindo, inclusive, um símbolo dessa convivência, a chamada Praça Internacional que consiste na única praça binacional do mundo, inaugurada em 1943, durante a Segunda Guerra Mundial. A respeito disso, Bento (2012, p.15) registra que:

¹² Dados atualizados pela autora, uma vez que conforme já apontava Lucena (2011) nota-se que a evasão populacional evidenciada em 2005 continua ocorrendo - de 2007 para 2010 houve uma perda de mais de mil pessoas, já que naquela ocasião o número de habitantes correspondia a 83.479. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/painel/populacao.php?lang=&codmun=431710&search=|sant'ana-do-livramento>. Acesso em 15/08/2015.

Na experiência de Rivera e Santana do Livramento, fronteira não significa linha de divisão, mas espaço de encontro permanente entre dois sujeitos coletivos diferentes, mas espaço de encontro permanente entre dois sujeitos coletivos diferentes, espaço real caracterizado pela integração de fato. Ou seja, em tal caso a integração não é um ideal a ser perseguido, mas um fato, uma experiência, real, praticada também por razões de sobrevivência econômica nestas duas cidades conurbadas de fronteira, distantes dos miolos administrativos de seus respectivos Estados de pertença.

Sobre o impacto dos *Free Shops* no comércio santanense e a reação brasileira, Lucena (2011) apresenta estudos que comprovam que o intenso movimento de turistas de compras na fronteira gera movimentação e aumento de fluxo de pessoas, mas não incidem sobre o volume de vendas nas lojas santanenses, particularmente os estabelecimentos que concorrem diretamente com os *Free Shops* de Rivera apresentam queda nos índices de vendas.

Segundo essa autora, os registros da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Santana do Livramento, os *Free Shops* existentes em Rivera constituem, na atualidade, o maior centro de compras da fronteira, totalizando 78 lojas que empregam diretamente 650 funcionários. Ainda, conforme dados da CDL, essa circunstância é responsável pelo afluxo mensal de mais de 50.000 pessoas que, através do turismo de compras, deixam de inserir na economia brasileira cerca de 25 milhões de dólares por ano¹³. Por outro lado, os dados contidos no relatório citado mostram que, em Rivera, existe oferta de empregos em função do seu comércio e pela existência de uma próspera Zona Franca.

Como já observava Sanchez (2002 apud LUCENA, 2011), a instalação dos *Free Shops* é um projeto feito para outra clientela que não são os moradores de Santana do Livramento e de Rivera, ou seja, é voltado exclusivamente para os turistas. As impressões resultantes desta pesquisa mostram que ocorre um ressentimento por parte da população local, porque toda atenção é voltada para os turistas. Esse sentimento provoca a sensação de antipatia e de desagrado em relação aos moradores que são privados de realizar compras nesses locais.

Por outro lado, Lucena (2011) aponta que um fator determinante no desenvolvimento das cidades fronteiriças uruguaias que abrigam *Free Shops* é o conseqüente estímulo ao setor de comércio, de modo geral, e serviços como bancos, hotéis e restaurantes, que acompanham a empresa do comércio turístico. Uma vez que o comércio estabelecido é impactado diretamente pelas variações cambiais e determinações legislativas de cada país, em especial nas "cidades gêmeas" localizadas na fronteira Brasil-Uruguai.

Em relação aos impactos causados pelos *Free Shops* do lado uruguaio, de acordo com Lucena, a Associação Comercial e Industrial de Livramento (ACIL), já destacava, em 2011, a

¹³ O limite de compras em Rivera é de trezentos dólares (US\$ 300) por pessoa. Compras acima desse valor devem ser declaradas na Receita Federal para pagamento do imposto de importação correspondente para que o produto possa entrar legalmente no Brasil. Inclui-se, entre esses produtos, também mercadorias importadas do Brasil com alíquota zero, que são vendidos no Uruguai a preços mais baratos do que no Brasil.

existência de uma desigualdade entre as cidades de fronteira devido às atividades dos *Free Shops* que transformaram a realidade econômica dessas cidades. Isto porque esse fator implica em enorme fluxo de brasileiros até o Uruguai, movimentando recursos no exterior e consequente perda de receitas no Brasil.

Essa perda de receitas no Brasil resultantes das atividades desses *Free Shops* uruguaios interessam, particularmente, as cidades de Santana do Livramento, de Jaguarão e de Chuí que sentem, sobretudo, as consequências dessa situação. Uma vez que, além da existência de uma área de livre comércio na cidade vizinha, acrescenta-se o fato de que não são apenas os turistas que fazem compras nas cidades uruguaias, mas, também, as populações das cidades pares brasileiras.

3.4.2 O caso do *Free Shop* no espaço fronteiro Brasil-Paraguai

Para abordar o segundo caso de *Free Shop* de fronteira, serão apresentadas informações sobre a fronteira entre Brasil e Paraguai, especificamente no recorte Foz do Iguçu-*Ciudad del Este*. De acordo com Allis (2008) é o caso mais emblemático de turismo de compras de fronteira, dada a complexidade urbana que se estabeleceu em ambos os lados do Brasil e do Paraguai e, também, pela diversidade comercial que se instalou em *Ciudad del Este* por conta do fluxo brasileiro.

Dentre as tríplices fronteiras que o Brasil possui, em âmbito geral, a de maior expressividade é a que abrange o Brasil (Foz do Iguçu), o Paraguai (*Ciudad del Este*) e a Argentina (Puerto Iguazú). Eis um dos porquês desse espaço fronteiro apresentar um importante adensamento populacional, justificando, ainda, a intensa urbanização das cidades que formam a tríplice fronteira. A estas questões somam-se, também, o fator econômico e os fluxos significativos neste ambiente.

O município de Foz do Iguçu está localizado no extremo oeste paranaense, enquanto *Ciudad del Este* localiza-se no extremo leste do Paraguai. A divisa entre as duas cidades é representada pelo Rio Paraná e estão conectadas pela Ponte Internacional da Amizade, principal via de acesso dos consumidores ao Comércio em *Ciudad del Este*.

Enquanto Foz do Iguçu é conhecida mundialmente pelo turismo, por meio das Cataratas do Iguçu e, também, pela Usina Hidrelétrica de Itaipu, *Ciudad del Este* é referenciada pela expressividade do comércio de produtos variados, sendo um dos maiores centros comerciais do mundo (POLON, 2014).

O dinamismo presente nessa região é apontado por Roseira (2009, apud KLEINSCHMITT, AZEVEDO e CARDIN, 2013, p.17) quando afirma que o turismo de compra gera ganhos para o comércio de Foz do Iguaçu (restaurantes, lanchonetes, taxistas, hotéis, supermercados, comércio atacadista e varejista) e, também, para as principais atrações turísticas da cidade. A esse respeito, Lima (2011, p.117) corrobora que a localização fronteiriça de Foz do Iguaçu lhe confere uma particularidade que a torna “uma região com uma dinâmica própria, caracterizada pelo turismo, que envolve tanto a visitação das cataratas como o comércio de fronteira”. Assim:

O comércio é um dos grandes atrativos da região e o que nos chama mais a atenção, principalmente quando se atravessa a Ponte da Amizade para entrar em Ciudad Del Este, magnânima cidade do comércio de lojistas e ambulantes. Nela, tem-se a sensação de se estar no espaço mundo, local de confluência de vários povos - asiáticos, europeus, árabes, latino-americanos - que fazem ressoar suas vozes e se movimentam por toda tríplice fronteira (CLEMENTE, 2011, p. 13).

Para o referido autor, o comércio em *Ciudad del Este* sobrevive da venda de perfumes, de equipamentos eletrônicos e de eletrodomésticos importados pelo Paraguai de Taiwan, Coreia do Sul e Estados Unidos. Estas vendas seguem trilhas internacionais diversas, entre as quais, situa-se a trilha dos sacoleiros brasileiros que se dedicam a viajar e a comprar nessa cidade, para logo depois revender no Brasil. Essas pessoas buscam os artigos em arriscadas viagens pela ponte da Amizade, sendo fiscalizadas pela Receita Federal Brasileira ao cruzarem a aduana entre os dois países, segundo Clemente (2011, p. 14):

Ao passar pela aduana, cada viajante recebe um documento no qual, de acordo com a legislação brasileira, deve declarar os bens que traz do exterior. Livros, folhetos, periódicos, roupas, objetos de uso ou consumo pessoais ou profissionais não precisam ser declarados. Os bens adquiridos devem totalizar US\$ 300,00. A tributação incidente é de 50% sobre o valor excedente a esse limite de isenção. O valor do imposto é calculado pela fiscalização aduaneira e seu pagamento é condição para liberação dos produtos. Diante de tal fiscalização, muitos sacoleiros têm suas mercadorias apreendidas na Alfândega, pois ultrapassam a cota de US\$300,00 e não conseguem pagar os impostos cobrados.

O autor observa que, naquela oportunidade, as pessoas que circulavam entre as lojas dos *shoppings* da região eram, em sua maioria, brasileiras, mas havia, entre essas, alguns argentinos fazendo compras no local. Entre os produtos mais comprados, destacavam-se os eletrônicos, os perfumes importados, as bebidas e os brinquedos. Alguns produtos originais do Paraguai estavam com o preço estabelecido em moeda local, todavia o guarani também podia ser encontrado em circulação (CLEMENTE, 2011).

O setor comercial das duas cidades é extremamente sensível às oscilações cambiais, gerando um fluxo interfronteiriço de compra e de mão-de-obra. Devido a essa sensibilidade do comércio, é comum o investimento de empresários em ambos os lados da fronteira, a fim de diminuir os riscos (CLEMENTE, 2011). Cury (2010, p. 195) observa, ainda:

A intensidade do tráfego de circulações econômicas são verificáveis entre Foz do Iguaçu e *Ciudad del Este*, pois esta é uma fronteira aberta em seus fluxos. *Ciudad del Este* emprega vários brasileiros em seu comércio livre, que proporcionou a instalação de lojas de importados do mundo todo e de tipos diversos. Em decorrência do melhor desempenho de infraestrutura de serviços urbanos, sociais, educacionais e de saúde de Foz do Iguaçu, a comunidade árabe faz a sua territorialidade. Moram com suas famílias em Foz do Iguaçu, têm seus negócios em *Ciudad del Este*, fazendo da primeira uma cidade dormitório, mas não completamente, pois se utilizam das benfeitorias da mesma.

Como já evidenciava Rabossi (2004), trata-se de um mercado fronteiriço que tira proveito das diferenças de preços e de produtos entre distintos espaços nacionais e milhares de compradores se abastecem deles. Trata-se, enfim, de um mercado transnacional com circuitos comerciais que articula múltiplos espaços localizados em diversos continentes através de comerciantes e de mercadorias. Para Cammarata (2010, p. 13):

La configuración de la estructura espacial transfronteriza es compleja, de múltiples límites superada la noción de contigüidad, cualquier municipio y/o lugar pueden conformar alianzas tácticas para lograr determinados objetivos e instancias de cooperación y tener una mejor posición en el contexto del bloque transnacional. También se reconoce que la condición de bloque periférico con desigualdades, dificulta la subordinación de las políticas y estrategias nacionales a un proyecto regional común.

Conforme Cury (2008), a dinâmica urbana de *Ciudad del Este* é determinada por quatro pontos principais: 1) os fluxos econômicos relacionam-se com a diferença dos preços; 2) há a cooperação de grupos como libaneses, palestinos, sírios, chineses e coreanos que dominam o mercado (com os modernos shopping centers) até as lojas mais modestas. Nesse contexto, os imigrantes predominam como donos dos estabelecimentos comerciais e os paraguaios e brasileiros como os trabalhadores e/ou empregados formais e/ou informais; 3) a multidão que compõe esse espaço urbano e as forças controladoras desse fluxo humano na fronteira (Polícia Federal/BR e Guarda Nacional/PY). De uma maneira geral, o vai e vem de pessoas é a característica mais marcante do lugar; 4) assim como o trânsito pela manhã e à tarde, pois estima-se que, em dias de grande fluxo, aproximadamente de 20 a 40 mil pessoas atravessam a ponte, com predominância de veículos brasileiros e paraguaios. Além dos baixos custos das mercadorias, esse fluxo ocorre devido à posição geográfica, em especial devido à Zona de Livre Comércio (ou Zona Franca Comercial)¹⁴.

[...]Em função do seu caráter de extraterritorialidade aduaneira, essas zonas funcionam como entrepostos para o comércio de triangulação (reexportação), devendo favorecer a distribuição dos produtos importados para outros Estados. É comum, portanto, que estas se localizem, de forma descontínua, ao longo da zona contígua das divisas internacionais, e obedecendo ao padrão de ocorrência de centros atacadistas coincidentes com as cidades gêmeas (CURY, 2008, p. 142).

¹⁴ De acordo com o autor *Ciudad del Este* é considerada a terceira maior Zona Franca do Mundo.

A esse respeito, Lima (2011, p. 123) ressalta que graças a sua facilidade de acesso e situação conjugada com o Brasil, *Ciudad del Este* acaba apresentando-se com um dos fatores de vantagem competitiva para o Paraguai, que por sua dinâmica local (atividade comercial e a movimentação decorrente da aduana) atrai um contingente expressivo de trabalhadores brasileiros.

Muller (2005) ressalta que há um potencial turístico nestes espaços que nem sempre é explorado. As cidades, por serem fronteiriças, oferecem a possibilidade de compra nos *Free Shops* das cidades vizinhas.

3.4.3 Contribuições dos casos de *Free Shops* de fronteiras estudados para a fronteira Corumbá/Puerto Quijarro

A análise dos casos de *Free Shops* de fronteira apresentados anteriormente justifica-se pela relevante contribuição que trazem para o objetivo deste estudo, ao tentarmos estabelecer relações de proximidade com o caso da fronteira Corumbá/Puerto Quijarro. Fica evidente que as localidades fronteiriças, embora tenham características próprias, quanto aos contextos socioeconômicos e demográficos podem apresentar semelhanças e problemas comuns. Um típico exemplo dessa assertiva é a extrema sensibilidade do setor comercial, das duas cidades, às oscilações cambiais.

Conforme Organización Internacional para las Migraciones (OIM, 2012, p. 40):

A pesar de que cada franja, zona o región de frontera tiene sus propias características, los contextos socioeconómicos y demográficos de las localidades colindantes pueden tener similitudes y problemas comunes. Las zonas fronterizas internacionales son áreas con características particulares que las diferencian de las regiones centrales y de las zonas limítrofes departamentales o seccionales nacionales.

Não temos aqui a pretensão de estabelecer comparações, por se tratar de espaços fronteiriços com diferentes escalas representadas, conforme Machado *et al.* (2005), por indicadores agrupados em torno do tipo de diferenciação a que se referem, as quais são geográfica, histórica, socioeconômica, cultural, institucionalidade e mobilidade. Contudo, busca-se a compreensão das similaridades e das diferenças entre esses territórios fronteiriços, cujas mobilidades territoriais ignoram o limite internacional, para o desenvolvimento das práticas de integração e de cooperação fronteiriças necessárias à implantação de *Free Shop* em Corumbá. A figura 3 sintetiza as aproximações e distanciamentos entre os *Free Shops* da fronteira Brasil-Uruguaí.

Figura 3 - O caso do *Free Shop* no espaço fronteiriço Brasil-Uruguai

| Caso Analisado | Rivera (Uruguai) | Santana do Livramento (Brasil) |
|-----------------------|--|---|
| Observações | <ul style="list-style-type: none"> Os <i>Free Shops</i> estão presentes em diversos pontos da fronteira uruguaia, sendo um estímulo à empresa turística; A principal atividade econômica é o comércio, movimentado pelas lojas destinadas a <i>Free Shop</i>. | <ul style="list-style-type: none"> O setor hoteleiro, o gastronômico, os postos de combustíveis, os transportes, entre outros beneficiam-se pelo grande fluxo de turistas. A economia baseia-se no comércio, na agricultura, na pecuária e na vinicultura. |
| Semelhanças | <ul style="list-style-type: none"> vivenciam o mesmo cotidiano e apresentam problemas comuns; O comércio é voltado ao público brasileiro, o que a torna um destino popular para a compra, em dólar, de produtos importados; | <ul style="list-style-type: none"> É comum a presença de estabelecimentos comerciais localizados em ambas as cidades pertencentes a um mesmo dono, que busca fazer frente às oscilações cambiais (DORFMAN, 2007). |
| Diferenças | <ul style="list-style-type: none"> Apesar de conviverem numa mesma região, os cidadãos fronteiriços pertencem a sistemas jurídicos e ordenamentos políticos diversos; Destaca-se a existência de um cassino, situado em uma das avenidas no limite internacional entre os dois países. | <ul style="list-style-type: none"> O centro de Santana do Livramento apresenta a atividade comercial denominada “exportação via balcão” – a venda de produtos isenta de impostos, de origem nacional, não é cobrada em dólar e não tem o “requinte” dos <i>Free Shops</i> estabelecidos em Rivera. |

Fonte: ALMEIDA, R.B. F., 2016.

Tal qual acontece na fronteira entre Rivera e Santana do Livramento, a fronteira seca entre Corumbá e Puerto Quijarro permite o ir e o vir de brasileiros e de bolivianos, assim como a permanente participação nos eventos sociais e culturais interpaíses e a formação de famílias miscigenadas nos dois países.

Em Puerto Quijarro, como em outras cidades gêmeas, o visitante pode com o simples gesto de atravessar para o outro lado – como normalmente o faz – realizar compras de produtos estrangeiros a preços razoáveis. Dificilmente, esse visitante deixará de aproveitar a oportunidade de adquirir mercadorias que, na maioria das vezes, só podem ser compradas com preços mais acessíveis no exterior ou em zonas francas. Parafrazeando Muller (2005, p. 8), no caso da Fronteira Corumbá/Puerto Quijarro, o “exterior está há poucos metros ou passos”.

Contudo, a fronteira Brasil-Bolívia não possui uma divisão tão imbricada como no caso analisado da fronteira Brasil-Uruguai. A separação entre as cidades, no primeiro caso, é da ordem de 2 km, enquanto no segundo caso, a separação ocorre por uma rua. Já no caso estudado da fronteira Brasil-Paraguai, um rio separa enquanto uma ponte une. A figura 4

synetiza as aproximações e os distanciamentos entre os *Free Shops* da fronteira Brasil-Paraguai.

Figura 4 - O caso do *Free Shop* no espaço fronteiro Brasil - Paraguai.

| Caso Analisado | Ciudade del Este (Paraguai) | Foz do Iguazu (Brasil) |
|-----------------------|--|---|
| Observações | <ul style="list-style-type: none"> • Expressividade do comércio de produtos variados, sendo um dos maiores centros comerciais do mundo (POLON, 2014); • O comércio sobrevive da venda de perfumes, de equipamentos eletrônicos e de eletrodomésticos importados pelo Paraguai de Taiwan, Coreia do Sul e Estados Unidos (CLEMENTE, 2011). | <ul style="list-style-type: none"> • “uma região com uma dinâmica própria, caracterizada pelo turismo, que envolve tanto a visitação das cataratas quanto o comércio de fronteira” (LIMA, 2011, p.117). |
| Semelhanças | <ul style="list-style-type: none"> • O turismo de compra gera ganhos para o comércio de Foz do Iguazu (restaurantes, lanchonetes, taxistas, hotéis, supermercados, comércio atacadista e varejista) e, também, para as principais atrações turísticas da cidade; • O setor comercial das duas cidades é extremamente sensível às oscilações cambiais, gerando um fluxo interfronteiriço de compra e de mão-de-obra. Devido a essa sensibilidade do comércio, é comum o investimento de empresários em ambos os lados da fronteira, a fim de diminuir os riscos (CLEMENTE, 2011). | <ul style="list-style-type: none"> • As atividades envolvendo o turismo de compras em Ciudad Del Este exercem fortes efeitos para toda a economia de Foz do Iguazu, pois não é somente o comércio da cidade paraguaia que tem relação direta como o turismo de compras. Várias atividades como a hotelaria e o transporte urbano sofrem efeitos diretos desse tipo de turismo (ROSEIRA, 2006, p. 121). |
| Diferenças | <ul style="list-style-type: none"> • Emprega vários brasileiros em seu comércio livre, proporcionado pela instalação de lojas de importados do mundo todo e de tipos diversos; • A dinâmica local (atividade comercial e a movimentação decorrente da aduana) atrai um contingente expressivo de trabalhadores brasileiros. | <ul style="list-style-type: none"> • Em decorrência do melhor desempenho de infraestrutura de serviços urbanos, sociais, educacionais e de saúde de Foz do Iguazu, a comunidade árabe mora em Foz do Iguazu e têm seus negócios em Ciudad del Este [...]. (CURY, 2010, p. 195). |

Fonte: ALMEIDA, R.B. F., 2016.

Em relação à expressividade da atividade comercial exercida por Rivera e *Ciudad Del Este* em comparação com as cidades brasileiras de Santana do Livramento e de Foz do Iguazu, o que podemos apreender é que há a prática de atividades comerciais desiguais. Em Rivera, os *Free Shops* desfrutam de isenções fiscais concedidas pelo governo uruguaio e, em *Ciudad del Este*, os fluxos econômicos relacionam-se com a diferença dos preços, além dos baixos custos das mercadorias que ocorrem graças à posição geográfica, em especial devido à Zona de Livre Comércio (ou Zona Franca Comercial), considerada a terceira maior Zona Franca do Mundo.

Dessa forma, de acordo com Carneiro Filho, Sevilla e Avila (2012) a regulamentação da Lei 12.723, que autoriza a extensão dos *Free Shops* brasileiros dos aeroportos para a abertura em cidades gêmeas da fronteira, desde longa data, vinha sendo aguardada pelos gestores de municípios gaúchos que esperam, por meio dela, conseguir compensar os efeitos negativos da existência dos *Free Shops* uruguaios para o comércio regional.

Estabelecendo um paralelo entre os casos e a fronteira Corumbá/Puerto Quijarro, o município de Corumbá é conhecido mundialmente como a Capital do Pantanal e, segundo estimativas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), tinha aproximadamente 108.010 habitantes em 2014, numa área territorial de 64.962,72 (km²). Mariani e Arruda (2011, p. 614) destacam que esse território “economicamente, tem como principais recursos a pecuária, o turismo em suas mais amplas especificidades (como o turismo de pesca e contemplação), e os recursos da mineração, que é rica em ferro, manganês e calcário”.

Em relação à Puerto Quijarro, de acordo com Figueiredo (2010), atualmente, o turismo consolidado é o de compras, que há algumas décadas atrai, especialmente, brasileiros. Pressupõe-se que seja pelo diferencial de preço e pela diversidade de oferta. Assim como acontece em *Ciudad del Este* (PY), em Puerto Quijarro (BO), o comércio sobrevive da venda de perfumes, de equipamentos eletrônicos e de eletrodomésticos importados.

Paixão (2006, p. 187) explica que o turismo de compras nessa localidade foi impulsionado pela política cambial brasileira que atraiu compradores de cidades de Mato Grosso do Sul e até de outros estados. Embora não tenha ocorrido na mesma proporção do que acontece em Foz do Iguaçu, apresentou um crescimento, até então, nunca observado, com fluxo diário de ônibus cruzando a fronteira, principalmente em finais de semana e em feriados. Dessa forma, com a presença de turistas "ávidos por compras, impulsionando a criação dos *barrackeshings*¹⁵ e dos *shopping-ilhas*¹⁶, além de várias hospedagens de baixo padrão", houve uma verdadeira transformação no sítio urbano fronteiro, produzindo uma mudança brusca em Puerto Quijarro.

Assim como fazer compras no lado paraguaio da fronteira tornou-se mais um atrativo turístico que hoje vigora em Foz do Iguaçu, para os turistas que visitam as Cataratas (CARVALHO 2015, p. 127). A maioria dos pacotes de cruzeiros fluviais com destino a Corumbá oferece ao turista o transporte para o país vizinho, “potencializando o turismo de fronteira” (CORUMBÁ, 2013, p.15). Daí a importância de se explorar mais efetivamente esse

¹⁵ Denominação dada, localmente, às feiras de padrão mais rústico que vendem produtos sem garantia.

¹⁶ São construções grandes e suntuosas, com padrão arquitetônico semelhantes ao visto nos grandes centros urbanos e que diferem por completo do seu entorno, sob os mais variados aspectos.

espaço fronteiro, enquanto receptáculo da implantação de um *Free Shop*, de forma conjunta, por meio do diálogo entre as autoridades brasileiras e bolivianas.

Em semelhança a extrema sensibilidade, as oscilações cambiais entre *Ciudad del Este* e Foz do Iguaçu, como elemento dinamizador do espaço fronteiro Corumbá/Puerto Quijarro Kukiel, Costa e Benedetti (2015, p.10) citam a presença de fábricas de cimento do grupo Votorantim em ambos os lados: no lado brasileiro, a Cimentos Itaú e, no boliviano, em Puerto Quijarro, a Itacamba Cimentos. Ambas se aproveitam da grande reserva de calcário presente nos dois lados. Além disso, a unidade instalada do lado brasileiro (em Corumbá) exporta *clínquer*¹⁷ para a fabricação de cimento para o lado boliviano, estabelecendo, assim, uma integração na cadeia produtiva dessas empresas.

Diante disso e, conforme adverte Costa (2009, p. 76), “não se pode desconsiderar ‘o outro lado’ ao planejar o desenvolvimento de um município na faixa de fronteira”. Esclarecemos que o estudo sobre a implantação de *Free Shop* em Corumbá, está considerando essa necessidade.

No contexto fronteiro, complementariedade é a palavra mágica capaz de possibilitar aos territórios maior desenvolvimento e melhor qualidade de vida na região de fronteira, todavia é preciso primeiramente aniquilar a visão comum e passar a refletir sua existência, configuração, potencialidades e fragilidades, para iniciar o processo de integração dos territórios no conceito aqui empregado como fronteira. O que não significa realizar um trabalho de cunho unilateral, privilegiando este ou aquele lado, mas agregando a essa região, todas as especificidades dos territórios que constituem a fronteira. (SILVA; SIQUEIRA E OLIVEIRA, 2009, p. 99).

Nesse sentido, Almeida Prado (2014) adverte que a publicação da Instrução Normativa por parte da RFB que regulamentará os procedimentos aduaneiros e fiscais, bem como a relação de produtos que poderão ser comercializados nas lojas *Free Shops* está sendo aguardada com grande expectativa. Uma vez que pode criar uma série de programas e políticas públicas de incentivo ao turismo nas cidades gêmeas ou incrementar, ainda mais, o turismo de compras que hoje move setores econômicos de municípios como Foz do Iguaçu (PR), Ponta Porã¹⁸ (MS), Uruguaiana (RS) e Santana do Livramento (RS).

¹⁷ O clínquer tem como matérias-primas o calcário e a argila, ambos obtidos de jazidas em geral situadas nas proximidades das fábricas de cimento. A rocha calcária é primeiramente britada, depois moída e em seguida misturada, em proporções adequadas, com argila moída. A mistura formada atravessa então um forno giratório de grande diâmetro e comprimento, cuja temperatura interna chega a alcançar 1450°C. O intenso calor transforma a mistura em um novo material, denominado *clínquer*. (ABCP, 2002).

¹⁸ Fronteira entre Brasil e Paraguai.

4 *FREE SHOPS* EM CORUMBÁ – UMA CIDADE GÊMEA

4.1 Corumbá e sua cidade gêmea: breves considerações

Corumbá é uma cidade brasileira que está situada a 434 km de Campo Grande, a capital do estado de Mato Grosso do Sul, por estrada asfaltada. Localiza-se entre o meridiano de 57° de longitude oeste de Greenwich e a fronteira da Bolívia e entre os paralelos de 19° e 19°30' de latitude sul. Foi fundada em 1778 e denominada inicialmente de Vila Nossa Senhora da Conceição, a partir de um destacamento militar. Em 1838 foi elevada à categoria de freguesia e, em 1878 à categoria de cidade, contando, à época, com aproximadamente 6.000 habitantes. Suas principais atividades econômicas locais resumem-se “à pecuária de corte, ao extrativismo mineral, ao turismo e ao comércio fronteiriço” (MARIANI, FISCHER, 2014, p. 422).

Em se tratando de sua cidade gêmea, Puerto Quijarro é a segunda Seção Municipal da Província de Germán Bush, localizada à leste do Departamento de Santa Cruz, na Bolívia, fazendo fronteira com o Brasil. A província de Germán Bush inclui três seções municipais, dentre as quais, Puerto Quijarro é a segunda (a 1ª é Puerto Suárez e a 3ª é El Carmen Rivero Torres). Historicamente, constitui um dos poucos portos fluviais soberanos da Bolívia, onde se encontra uma Zona Franca. A origem do povoado é anterior a essa divisão político-administrativa, tendo sido criado em 1940. Encontra-se a 660 km de Santa Cruz de La Sierra, a 15 km de Puerto Suárez e a 4 km de Corumbá. Tem sua economia baseada na exportação de cereais e derivados através do seu porto, assim como, no intercâmbio comercial com a cidade brasileira de Corumbá (SEBRAE, 2010).

Vale ressaltar que Machado (2005) considera Puerto Suárez e não Puerto Quijarro como cidade gêmea de Corumbá, certamente por ser a capital da província. Neste trabalho, contudo, será considerada Puerto Quijarro pela proximidade geográfica e pelas intensas relações de trocas que empiricamente se mostram nos anos mais recentes.

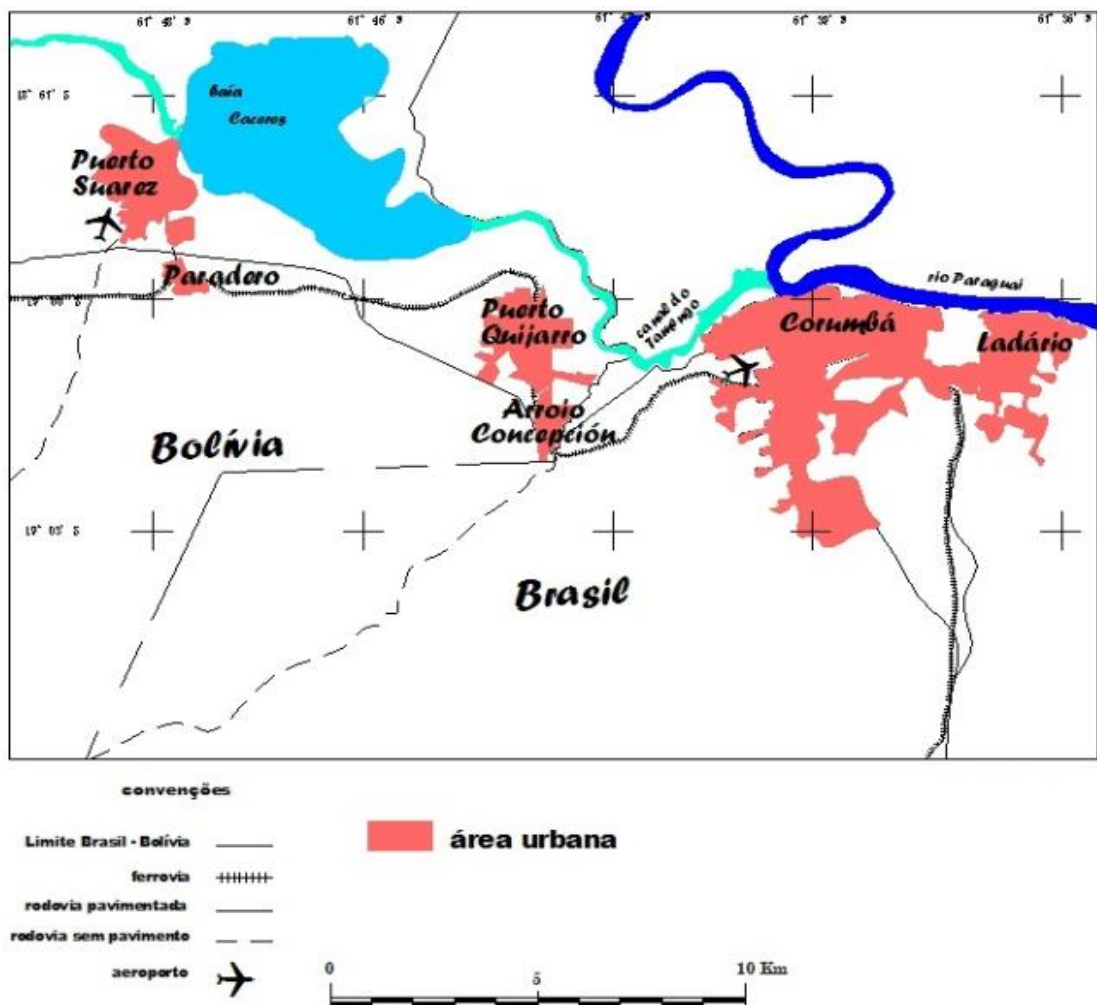
Por ali passa o gasoduto e um acumulado de mercadorias outras (chegam ou partem) utilizando o rio (com seis portos ali cravados), as rodovias e as ferrovias que se encontram, porém não se prendem. Soma-se a esta malha, uma rede de articulações comerciais que ligam: de norte a sul, Cáceres (no Mato Grosso) à Argentina e ao Uruguai, passando pelo Paraguai; e de leste a oeste, São Paulo a Santa Cruz de la Cierra; além de um apinhado de circulações internas. Sobretudo, há uma estrutura física, com grande reserva de minério de ferro e manganês nas morarias do Urucum, Mutum e Jacadigo (OLIVEIRA, 2009, p. 33).

Segundo Martins (2010), o entreposto comercial que abrange Corumbá tem uma história que alterna períodos econômicos de ascensão e de declínio. Até o início do século

XX, o município firmava-se no comércio portuário e de importação, sobre sua tradição mercantil, certamente pesou o fato de haver se estruturado sobre uma economia basicamente primária (pecuária) e extrativa (minérios). Nos últimos anos, porém, conforme observado por Silva et al. (2009 apud MARTINS, 2010, p. 243), um novo cenário acena para Corumbá com perspectivas e possibilidades de desenvolvimento associadas a situação fronteiriça. Esse fato foi percebido também por Oliveira (1998, *apud* MARTINS, 2010) ao assinalar que a integração com a Bolívia pode representar um “novo despertar” para o desenvolvimento de Corumbá.

Conforme pontua Oliveira (2009), essas localidades formam uma juntura semi-conurbada de intensa articulação sócio-econômico-cultural, fazendo de Corumbá um território de configuração estratégica, por ser o principal ponto de contato entre o Brasil e a Bolívia, é o que mostra a figura abaixo.

Figura 5 - Cidades na Fronteira Brasil/Bolívia (Corumbá/Puerto Quijarro)



Fonte: Ilustração temática elaborada a partir da imagem *Google-earth*, datada de 7/7/2010. Isquierdo, S.W.G., UFMS/CPAN, Curso de Geografia. Corumbá - MS, 11/2011.

Bolivianos e brasileiros protagonizam movimentos que ultrapassam as ‘linhas’ oficiais [...] de igual modo convivem com códigos jurídicos que os definem como nacionais dos seus respectivos Estados, reforçando os laços de pertencimento e identificação com territórios dessemelhantes em meio a um contexto espacial que também não “guarda bandeiras” e tampouco “lados” (FERNANDES, 2011, p. 2).

Ao falar das interações presentes no cotidiano dessas cidades gêmeas, Fernandes (2011) afirma que as pessoas que vivem na fronteira elaboram seus códigos básicos de sobrevivência e de convivência para além dos limites estatais que são estabelecidos para delimitar o território. Interessante que o próprio Ministério da Integração, por meio da Portaria nº 125/2014 reconhece os efeitos dessas interações:

Consideram-se cidades gêmeas os municípios cortados pela linha de fronteira, seja esta seca ou fluvial e articulada ou não por obra de infraestrutura, que apresentem grande potencial de integração econômica e cultural [grifo nosso], podendo ou não apresentar uma conurbação ou semiconurbação com uma localidade do país vizinho, assim como manifestações “condensadas” dos problemas característicos da fronteira, que nesse espaço adquirem maior densidade, com efeito os diretos sobre o desenvolvimento regional e a cidadania [grifo nosso]. (BRASIL, 2014, (b)).

Se referindo a Portaria 307/2014, Fernandes (2015, p. 13) destaca que a mesma “fomenta vantagens para as cidades gêmeas brasileiras, concepção que desconsidera as complementariedades fronteiriças” presente na própria classificação contida no artigo 2º, parágrafo único, citado acima. Dessa forma, sugere que o grupo de trabalho proporcione o estreitamento dos “dois lados da fronteira”, para que em conjunto sejam elaboradas propostas de ação que contraponham as incoerências legislativas e busquem consensos que fomentem objetivos comuns, que no caso dessa dissertação é a implantação do *Free Shop* em Corumbá.

4.2 *Free Shops* em Corumbá - seu enquadramento jurídico: breves considerações

No caso dos *Free Shops* de fronteira, as Leis, Decretos, Portarias, etc., são normas que regulamentam e materializam a composição do território nacional. São territorialidades do Estado Nacional: a Lei nº 12.723/2012 que autoriza a instalação de lojas francas em municípios da faixa de fronteira; a Portaria 125, de 21/03/2014 do Ministério da Integração - estabelece o conceito de cidades gêmeas; a Portaria MF 307, de 17/07/2014 que dispõe sobre a aplicação do regime aduaneiro especial de loja franca em fronteira terrestre. São territorialidades do Município: o Decreto nº 1.432, de 21 de outubro de 2014 - dispõe sobre a criação do Grupo de Trabalho para discussão; organização e criação do Plano de Ação para Implementação de Loja Franca em Fronteira terrestre e; a Lei nº 2.498, de 25 de Agosto de 2015 - dispõe sobre a instalação de lojas *Free Shops* no Município de Corumbá-MS como mecanismo de desenvolvimento local e regional.

Em relação ao seu enquadramento jurídico, enquanto cidade gêmea, Corumbá apresenta as características exigidas no documento da lei, por se tratar de uma “conurbação composta por áreas urbanas de quatro municípios: duas do Brasil (Corumbá e Ladário) e duas da Bolívia (Puerto Quijarro e Puerto Suárez)” (SILVA, 2012, p. 8).

Com edição da Lei 12.723/2012 e com a aplicação das portarias 307 de 17 de julho de 2014 e 320 de 22 de julho de 2014, vinte e seis (26) municípios brasileiros foram autorizados a instalar *Free Shops* na modalidade delineada por essa lei, contemplando dez (10) no Rio Grande do Sul; cinco (05) em Mato Grosso do Sul; três (03) no Acre; duas (02) no Paraná; duas (02) em Roraima; uma (01) no Amazonas e uma (01) no Amapá (Figura 07).

Dessa forma, a portaria 307 regulamenta uma lei inovadora que estende o regime aduaneiro, especial de loja franca, aos estabelecimentos situados em fronteira terrestre - em cidades gêmeas, permitindo a este estabelecimento vender mercadoria nacional ou estrangeira a pessoa em viagem terrestre internacional, com pagamento em moeda nacional ou estrangeira.

A venda de mercadorias isentas de impostos deverá ser realizada em loja franca instalada nas localidades descritas na figura 7 e mediante autorização da Receita Federal do Brasil (RFB) - órgão responsável pelo regime de concessão e de autorização de funcionamento desse tipo de lojas e de depósitos.

É interessante frisar que a medida a muito vem sendo esperada em vários Estados brasileiros, conforme pontua Moura Filho (2010, p.63):

Iniciativas de determinados Estados têm sido realizadas, no sentido de permitir a instalação nestes aglomerados urbanos transfronteiriços, de estabelecimentos do tipo *Free Shop* e zonas francas, já que o público alvo são os estrangeiros, beneficiários maiores do sistema de isenções tributárias que caracteriza aqueles negócios, sejam como consumidores, sejam como produtores.

Ao tecer considerações sobre esse regime, Prado (2014) adverte que, de acordo com o artigo 6.º, §2.º da portaria 307, os estabelecimentos deverão seguir requisitos e condições bastante claros, como:

A existência de Lei Municipal que autorize, em caráter geral, a instalação de lojas francas em seu território; b) a existência da RFB no município, principalmente, com equipe competente para proceder ao controle aduaneiro; c) a comprovação de regularidade fiscal da beneficiária (loja franca) perante a Fazenda Nacional; d) a implementação de sistema informatizado de controle integrado aos sistemas corporativos da beneficiária, que atenda aos requisitos e especificações estabelecidos pela RFB; e e) a utilização do estabelecimento autorizado exclusivamente para venda de mercadorias ao amparo do regime.

Em Corumbá, no dia 26 de agosto de 2015, foi publicada a lei 2.498/15¹⁹ que autoriza a implantação de *Free Shops* no município com a finalidade de promover o desenvolvimento local e regional. Datada de 25 de agosto e assinada pelo prefeito Paulo Duarte, estabelece, em seu parágrafo único, que:

O Município constituirá Grupo Técnico juntamente com as entidades empresariais para trabalhar na elaboração de legislações municipais específicas para a regulamentação dos *Free Shops* no que diz respeito ao horário comercial de funcionamento, zoneamento das localidades propícias para instalação de *Free Shops* e análise de projetos de grande porte que por ventura surgirem no processo de implantação²⁰.

Essa lei prevê, ainda, que, para a realização da expedição de alvará de funcionamento desses estabelecimentos comerciais, deverão ser observadas como princípios básicos, normas e regras previstas na Lei Orgânica Municipal e Plano Diretor Participativo. A nova legislação (que segue a lei Federal 12.723, de 09 de outubro de 2012) permite que a Receita Federal e demais organismos de fiscalização e de regulamentação da legislação Federal das esferas Federal e Estadual pesquem a instalação de lojas francas no território municipal, em consonância com as legislações municipais existentes.

Em seu 3º parágrafo registra-se que o Município constituirá Grupo Técnico juntamente com as entidades empresariais para trabalhar na elaboração de legislações municipais específicas para a regulamentação dos *Free Shops*, no que diz respeito ao horário comercial de funcionamento, zoneamento das localidades propícias para instalação de *Free Shops* e análise de projetos de grande porte que por ventura surgirem no processo de implantação.

Anterior à referida lei em 22/10/2014 o Decreto 1.432, de 21/10/2014 (anexo B) já instituíra um grupo de trabalho para discussão, organização e criação do Plano de Ação para viabilizar a implementação de loja franca no Município de Corumbá, bem como sua composição.

Apesar do Art. 6º do referido decreto definir o prazo de um (01) ano para conclusão dos trabalhos do grupo constituído. Até o momento, um ano e seis meses depois de sua criação, de acordo com informações obtidas durante trabalho de campo, o grupo não foi efetivamente criado e nenhuma ação relacionada aos *Free Shops* foi desenvolvida, nem mesmo audiência pública para debater a respeito do assunto.

¹⁹ <http://www.diarionline.com.br/?s=noticia&id=78839>

²⁰ http://do.corumba.ms.gov.br/visualizar_pdf.php?edi_id=987

Tabela 2: Relação de cidades Gêmeas de cidade estrangeira na linha de fronteira do Brasil e População.

| Municípios | Estado | População em 2014* | País Vizinho | |
|--------------------------|--------------------|--------------------|-------------------------|-----------------|
| | | | Município | País |
| 1 Assis Brasil | Acre | 6.610 | Iñapari | Peru |
| 2 Brasiléia | Acre | 23.378 | Cobija | Bolívia |
| 3 Eпитaciolândia | Acre | 16.417 | Cobija | Bolívia |
| 4 Tabatinga | Amazonas | 59.684 | Letícia | Colômbia |
| 5 Oiapoque | Amapá | 23.628 | Saint-Georges | Guiana Francesa |
| 6 Bela Vista | Mato Grosso do Sul | 24.002 | Bella Vista Norte | Paraguai |
| 7 Corumbá | Mato Grosso do Sul | 108.010 | Puerto Quijarro | Bolívia |
| 8 Mundo Novo | Mato Grosso do Sul | 17.773 | Salto del Guairá | Paraguai |
| 9 Ponta Porã | Mato Grosso do Sul | 85.251 | Pedro Juan Caballero | Paraguai |
| 10 Porto Murtinho | Mato Grosso do Sul | 16.340 | Capitán Carmelo Peralta | Paraguai |
| 11 Foz do Iguaçu | Paraná | 263.647 | Ciudad Del Este | Paraguai |
| 12 Guaira | Paraná | 32.394 | Salto del Guairá | Paraguai |
| 13 Guajará-Mirim | Rondônia | 46.203 | Guayaramerín | Bolívia |
| 14 Bonfim | Roraima | 11.632 | Lethem | Guiyana |
| 15 Pacaraima | Roraima | 11.667 | Santa Elena de Uairén | Venezuela |
| 16 Aceguá | Rio Grande do Sul | 4.671 | Aceguá | Uruguai |
| 17 Barra do Quaraí | Rio Grande do Sul | 4.189 | Bella Unión | Uruguai |
| 18 Chuí | Rio Grande do Sul | 6.320 | Chuy | Uruguai |
| 19 Itaqui | Rio Grande do Sul | 39.129 | Alvear | Argentina |
| 20 Jaguarão | Rio Grande do Sul | 28.393 | Rio Branco | Uruguai |
| 21 Porto Xavier | Rio Grande do Sul | 10.779 | San Javier | Argentina |
| 22 Quaraí | Rio Grande do Sul | 23.604 | Artigas | Uruguai |
| 23 Santana do Livramento | Rio Grande do Sul | 83.324 | Rivera | Uruguai |
| 24 São Borja | Rio Grande do Sul | 63.089 | Santo Tomé | Argentina |
| 25 Uruguaiana | Rio Grande do Sul | 129.580 | Paso de los Libres | Argentina |
| 26 Dionísio Cerqueira | Santa Catarina | 15.283 | Bernardo de Irigoyen | Argentina |

Fonte: Portaria 125 de 21/03/2014 MIN * População estimada (IBGE 2013). Adaptada pela autora.

4.3 *Free Shops* em Corumbá - Resultados e Discussões

Para alcançar os objetivos propostos na pesquisa foram realizados levantamentos de dados primários em campo, em dois momentos distintos: 1) através de entrevistas semiestruturadas, para obter informações sobre como os agentes territoriais da fronteira Brasil/Bolívia receberam a Lei dos *Free Shop*; 2) através de formulários em que foram aplicados 100 questionários durante a realização do Festival América do Sul – edição 2015 (20 a 22/08/2015) – com objetivo de identificar a percepção dos turistas sobre a implantação de um *Free Shop* em Corumbá.

4.3.1 Os agentes territoriais da fronteira

No primeiro momento, foram selecionados 08 agentes territoriais, esses sujeitos pesquisados tiveram seus nomes mantidos em sigilo e identificados com a letra E (Entrevistado) em uma sequência cardinal (E1; E2; E3...E-8) sendo codificados do seguinte modo: E-1 - o Presidente da Associação Comercial de Corumbá, E-2 - o gerente de Fomento e Produção Industrial de Corumbá, E-3 - o Presidente do Sindicato do Comércio Varejista de Corumbá, o - E-4 - um representante do Poder Legislativo Municipal, E-5 - o Representante da RFB, E-6 - o Gerente Geral Shopping China e E-7 - o representante da Câmara de Indústria, Comércio Y Servicio da Província de German Bush – Bolívia e E-8 representante serviço especializado em turismo de pesca.

Dentre as questões constantes nas entrevistas semiestruturadas, destacam-se: i) como receberam a publicação da Lei 12.723/2012; ii) quais são as características estruturais das lojas que farão parte do *Free Shop* (construção de um espaço específico único ou um espaço múltiplo escolhido a critério de cada comerciante; iii) quem será o concessionário das lojas francas; iv) quais produtos serão comercializados e v) que ações já foram desenvolvidas em prol da implantação do *Free Shop*. Além do levantamento das opiniões e das percepções desses sujeitos quanto à questão da complementariedade da fronteira Corumbá/Puerto Quijarro, haverá benefícios ou prejuízos?

Na análise dos dados, o conteúdo das entrevistas foi trabalhado a partir da organização dos relatos e das observações, a fim de estabelecer contato com esse material. Tabulamos e categorizamos os dados para construção de uma apresentação simplificada do conteúdo e análise final, com as nossas inferências acerca dos relatos apresentados, relacionando-os com a proposta da pesquisa e os autores de referência dos assuntos em questão.

Ao serem questionados a respeito da percepção que têm sobre a implantação do *Free Shop*, ou *lojas francas*, como preferem chamá-las, os cinco primeiros entrevistados responderam que a princípio ficaram satisfeitos com a possibilidade de adquirir equidade tributária para os empreendimentos locais. Pois cotidianamente enfrentam distorções ocasionadas pelas diferentes legislações tributárias entre os dois lados da fronteira.

No entanto, segundo eles a redação contida no Art. 13 da Portaria nº 307, de 17 de julho de 2014 “*somente poderá adquirir mercadoria de loja franca de fronteira terrestre o viajante que ingressar no País e for identificado por documentação hábil*” é no mínimo preocupante. Os agentes entrevistados temem que a implantação de *Free Shop* seja atrativa apenas para os passageiros em viagens internacionais, excluindo, assim, a população

fronteira. Uma vez que não prevê a possibilidade de compra para o fronteiro e por não possuir fluxo contínuo de viajantes, como acontece nos aeroportos dos grandes centros, não veem o que justificaria sua implantação, pois mesmo o turismo de pesca (já consolidado) não sustentaria os investimentos devido a sua sazonalidade.

No tocante à preocupação referenciada, se o cidadão fronteiro (brasileiro/boliviano) poderá realizar compras no *Free Shop*, esta mesma questão paira sobre as demais cidades gêmeas contempladas pela lei. Isso é possível de ser verificado através da entrevista que o inspetor da Receita Federal de Santana do Livramento Sr. Adilson Valente²¹ forneceu ao Telediário (TV 10 Rivera UY) sob o título *Free Shops en Brasil Avances en la reglamentación*, quando questionado sobre a impossibilidade do morador de Santana do Livramento realizar compras no *Free Shop*.

Na verdade nós tivemos essa discussão interna, mas superamos rapidamente. Tecnicamente se eu vou até ali do outro lado da praça (ser referindo a Rivera) eu fiz uma viagem internacional, para todos os efeitos legais, inclusive. Se eu saio daqui (Santana do Livramento/BR) atravesso a rua, eu estou em outro país que é o Uruguai, sujeito a uma ordem jurídica, inclusive, então não há como negar que eu fiz sim uma viagem internacional. Então a gente superou essa questão presumindo que todas pessoas que forem declarar as compras tenham feito uma viagem internacional, assim os moradores (Santana do Livramento) poderão sim comprar.

Em conversa com o auditor fiscal da Receita Federal no Município de Corumbá, responsável pelo acompanhamento da implementação do *Free Shop* na fronteira Brasil/Bolívia, entendemos que este compartilha desse mesmo entendimento, ou seja, “[...] para o fronteiro local (Corumbá) comprar terá que comprovar com documento hábil que ele voltou dessa viagem internacional, [...] a pessoa só precisa comprovar que ela fez essa viagem internacional é o que diz a legislação”.

Ainda em relação a primeira pergunta, os dois últimos entrevistados que representam os agentes territoriais da Bolívia afirmaram que a implantação de *Free Shop* em Corumbá lhes traz certa preocupação. A esse respeito, E-6 acredita que há pontos positivos:

Há preocupação quanto a possibilidade de diminuir nossos clientes, ao mesmo tempo há a esperança que a nova política brasileira atraia mais pessoas para nossa fronteira, para o turismo de compra e assim amplia as possibilidades dessas pessoas desejarem conhecer a Bolívia e passar para o outro lado, sendo, portanto clientes potenciais para lá. E-6.

Esta noticia la recibimos con mucha preocupación, ya que la apertura de tiendas *FREE SHOPS* significaría que el comercio se concentraría en la ciudad gemela de CORUMBÁ, significando mucho más atractivo (el comercio) que en ciudades gemelas bolivianas. E-7.

Questionados a respeito de qual seria o formato ideal para as lojas francas (estrutura física), as opiniões se dividiram: 04 deles optaram pela liberdade de escolha do local onde se

²¹ Inspector Adilson Valente - Jefe Receita Federal Santana do Livramento. TV10RiveraUY Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jMy5UWV-Uks>. Acesso em fevereiro de 2016.

instalar, desde que obedecidos os critérios da Lei Municipal, pois acreditam que um espaço único para funcionamento limitaria a participação de comerciantes que não dispõem de grandes recursos para investir nesse novo formato de loja.

A esse respeito E-6 fez a seguinte afirmação: “Os *Free Shops* não funcionarão necessariamente em um único espaço – o município que estabelecerá o local, em Santana do Livramento, por exemplo, toda a área urbana poderá abrir empreendimento nos moldes do *Free Shop*”, o que demonstra seu interesse em acompanhar o andamento dos trabalhos em outras regiões de fronteira também beneficiadas pela lei. O presidente do Sindicato do Comércio varejista mencionou a possibilidade da criação de um selo de identificação para os estabelecimentos que aderirem ao regime de loja franca, assim como acontece em Rivera.

Os demais acreditam que o cliente busca comodidade, flexibilidade, proximidade entre as lojas, além disso, “ter um espaço único para receber todas as lojas permitirá maior facilidade no controle exigido para tal modalidade” (E-4). Importante é destacar o posicionamento do auditor fiscal da Receita Federal ao esclarecer:

A legislação não restringe que seja um local único – um shopping, por exemplo, a legislação não restringe que seja dessa forma. Qualquer loja que esteja hoje em funcionamento pode se tornar um *Free Shop* desde que tenha/ trabalhe com um único regime. Da nossa parte, claro que se estiver concentrado em um único endereço, um único local físico, facilita bastante a questão do controle e da fiscalização dessa mercadoria. Se tiver diversas lojas espalhadas pelo município a fiscalização já fica mais dificultada, mais nada que impeça que seja dessa forma. E-5.

Figura 6 - Selo de identificação de estabelecimento que adota regime Loja *Free* em Rivera



Fonte: <http://comprasnafronteira.com/busque-free-shops-autorizados-rivera/>

No entendimento de E-7 “*todo depende cómo está escrita la ley municipal. Una combinación de ambas u otras formas, serían adecuadas dependiendo de las facilidades que den tanto a vendedores como a compradores. Ambas tienen sus propias características*”.

Em relação a quem será o comerciante/concessionário dos *Free Shops*, os entrevistados acreditam que a oportunidade a *priori* será para empresários da região, porém, se não houver procura, será estendida aos demais interessados, desde que cumpram todos os requisitos.

A esse respeito, E-4 frisa que seria interessante estabelecer com o país vizinho ações de cooperação para implantação do *Free Shop*. “quando queremos levantar um muro e não dispomos de recursos suficientes a solução é chamar o nosso vizinho e propor a construção conjunta, com o *Free Shop* isso não pode ser diferente”. A respeito dessa assertiva, E-6 menciona que os proprietários do *Shopping China* aguardam término de regulamentação para verificar as vantagens para se instalar do lado de cá.

Considerando que a Portaria 307, de 17/07/2014 em seu Art. 6º dispõe que o regime de loja franca (*Free Shop*) será concedido, “mediante ato específico da Receita Federal do Brasil, a **pessoa jurídica estabelecida no País [grifo nosso]** que atenda aos requisitos e condições estabelecidos para a sua concessão”. Ao questionar E-7 se haveria interesse dos comerciantes bolivianos em se tornarem concessionários do *Free Shop* obtivemos a seguinte resposta:

Consideramos que el comercio es muy dinámico y no conoce fronteras; quiero decir, que El comercio trasciende fronteras y las personas dedicadas al comercio al poseer racionalidad económica, podrán asentarse en ciudades gemelas brasileñas para abrir sus tiendas *Free Shops*. Claro está que si cumplen todos los requisitos para abrir sus comercios. También dependerá de las condiciones establecidas en la ley de *Free Shops*. E-7

Questionado sobre quem será o concessionário do *Free Shop*, somente comerciantes brasileiros ou estrangeiros bolivianos, E-5 acha difícil ser uma pessoa estrangeira, contudo, desde que a empresa seja estabelecida no país será permitida: “a *pessoa jurídica tem que estar constituída no país, ou seja, o proprietário pode ser estrangeiro, mais a empresa tem que ser registrada no país, isto é deve possuir um Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) no Brasil*”.

Quanto aos produtos que serão comercializados no *Free Shop*, na visão dos entrevistados, estes devem ser diversificados, diferenciados, de marcas conhecidas e disponibilizados a preços mais baixos. Em sua maioria, alimentos, perfumes, eletrônicos, vestuários, eletro portáteis, etc., “quando se tratar dos *Free Shops* de fronteira isso não vai mudar, pois o consumidor já sabe o que poderá encontrar nessas lojas” (E-2).

Ao abordar E-5 houve substituição da questão acima, sendo alterada pelo seguinte questionamento: Existe uma lista de produtos que não deverão ser comercializados nos *Free Shops*, como está o andamento deste trabalho aqui em Corumbá?

Sei que a lei (a regulamentação) permite que sejam comercializados tanto produtos estrangeiros como produtos nacionais. Claro que a questão dos produtos nacionais

tem que levar em consideração também a situação do comércio local, não podemos (acredito eu) permitir que produtos muito básicos sejam vendidos nessas lojas com uma tributação diferenciada (tributação reduzida) que isso aí vai afetar diretamente o comércio local. A gente sabe que hoje os *Free Shops*, pelo menos os existentes atualmente em aeroportos, tem a característica de trabalhar com produtos *Premium*, mesmo que sejam produtos nacionais, mais produtos diferenciados [...] eu acredito que deva ficar restrito a uma lista de produtos mais diferenciados, mais isso por enquanto ainda não foi definido e nem houve uma discussão ainda em relação a isso especificamente aqui em Corumbá. E-5.

Sobre quais ações já foram desenvolvidas pela administração municipal de Corumbá em prol da implantação do *Free Shop*, 04 dos 07 entrevistados não souberam mencionar. Entre eles, E-7 menciona que desconhece qualquer ação, inclusive a de criação da lei que dispõe sobre a instalação de *Free Shops* no município de Corumbá-MS, “*todavía no conozco esta ley municipal, trataré de conseguirla para dar respuesta adecuada*”.

Entre os que têm conhecimento acerca da lei municipal, estão E-2, E-3 e E-4, este último afirmou que um dos representantes do poder legislativo já tomou a iniciativa de solicitar uma audiência pública, entretanto, não foi realizada até o momento, devido à dificuldade de conciliar agenda entre os diversos participantes considerados imprescindíveis para discussão do assunto.

A justificativa apresentada para postergar a realização de audiência pública não coincide com a informação obtida junto a E-5 que afirma não ter sido procurado para tratar desse assunto: “*não temos tido demanda, ou não temos sido procurados (digamos assim) pelos empresários locais ou pela própria administração municipal em relação a esse tema [Free Shop]*” e continua:

Aqui a gente está bem tranquilo em relação à realização de audiência pública, sei de colegas nossos da fronteira com o Paraguai, Mundo Novo, Ponta Porã que lá está acontecendo uma movimentação muito maior por parte da associação comercial local, justamente porque lá afeta mais (valor quota) valor agregado do produto que é importado gera um interesse maior. Do empresariado aqui, no caso, a gente não tem tido muita movimentação. E-5.

A esse respeito, apreende-se que o efetivo engajamento do grupo de trabalho, instituído pelo Decreto Municipal 1.432, torna-se imprescindível para que a implantação de *Free Shop* em Corumbá se torne realidade, conforme depoimento do E-6:

Vejo como um grande desafio os políticos não ficarem com a lei no papel e sim colocar em prática e creio que muito pouco está se ouvindo falar para a sociedade sobre as possibilidades de implantação de *Free Shop*, se as pessoas conhecessem as vantagens e a possibilidade de trazer muito mais pessoas aqui pra nossa fronteira não só pelo turismo ecológico, mas também pelo turismo de compra – que é um complemento para o turismo de pesca já consolidado aqui – colocariam em prática com maior brevidade possíveis ações necessárias a sua implantação.

Quanto aos benefícios que se espera dos *Free Shops* está, segundo E-1, a mudança do perfil do comércio local, “os comerciantes que optarem em não aderir a lojas francas serão ‘forçados’ a investir em melhorias no seu próprio estabelecimento no intuito de encantar o

cliente” que agora não será apenas o fronteiriço, mas, também, o turista que estiver de passagem pela cidade. Além de fortalecer o comércio local com a geração de novos empregos, reduzirá a saída de divisas do país.

Depois, segundo E2, vem a equidade tributária, referindo-se as distorções ocasionadas pelas diferentes legislações tributárias entre os dois lados da fronteira e que são enfrentadas cotidianamente pelos empresários locais que geram desenvolvimento e empregos no município de Corumbá-MS.

Ao questionar o auditor fiscal da Receita Federal de Corumbá, se haverá aqui benefícios ou prejuízos quanto à instalação de lojas francas, este apresenta a seguinte consideração:

Do ponto de vista da RF facilita bastante a fiscalização, ter um local que concentre essas mercadorias, principalmente as importadas, porque a gente pode usar controles informatizados que mantêm um registro de todas as operações que forem feitas. [...] Outra questão também é a renda auferida por esse comércio, ela ficará no município. Não será renda gerada em outro país, isso para o município é importante, gera-se emprego aqui também no país e não no país vizinho, então tem esse benefício. Por outro, talvez a gente possa gerar certo desconforto com o comércio já estabelecido, que vende seu produto pagando imposto nacional, vai competir com uma loja que tem um regime de tributação diferenciado, pode ser que haja um conflito em relação ao comércio local. E-5

Contrariamente ao posicionamento anterior, E-6 afirma que “*os que se mostrarem resistentes não querem concorrência, pois terão que trabalhar e deixar de ser acomodados [...] quanto mais gente interessada em vir para cidade mais atrativa ela será*”. A esse respeito tece, ainda, a seguinte consideração:

Os políticos brasileiros conseguiram ver o que tinha que ser feito há muito tempo, porque as fronteiras do Brasil são abandonadas, é necessário políticas de implementação e desenvolvimento, é necessário que elas sejam vistas como um lugar turístico, não só pro turista que vem de fora, que usa a fronteira como lugar de passagem para acessar os grandes centros como São Paulo, Rio de Janeiro, [...] os fronteiriços são pessoas que sentem/vivem a soberania do país e por isso devem ser valorizadas, o turismo de Corumbá tem condições de impulsionar as pessoas a pensar o *Free Shop* como potencialidade para promover o turismo de compra.

Diferente do posicionamento de E6, quando afirma que há pontos positivos para o lado boliviano da fronteira, E-7 acredita que só haverá perdas/prejuízos, sobretudo porque acredita que o Tratado de Roboré²² não é respeitado por autoridades fronteiriças brasileiras. Uma vez que, de acordo com esse convênio fronteiriço de 29/03/1958, os bolivianos e os brasileiros poderiam comprar em ambas as cidades gêmeas “*hasta 3.000 cruzeiros por semana o su equivalente en moneda boliviana (Artículo IV del Convenio de Tráfico Fronterizo; en la*

²² Um convênio de transito livre assinado entre o Brasil e a Bolívia, em 29 de março de 1958, na cidade de La Paz, e promulgado pelo Decreto nº 65.447, de 13 de outubro de 1969, no Brasil. Dispõe sobre práticas comerciais, bem como de circulação de mercadorias entre ambos os países.

moneda y poder adquisitivo de esa época”. Vejamos o trecho citado pelo entrevistado, a seguir:

La implementación de Free Shop traerá perjuicios a nosotros como sus más cercanos vecinos, pues la mercadería que salga de estas tiendas serán más competitivas que en Bolivia, por lo tanto generarán corrientes fuertes de comerciantes que quieran comprar de estas tiendas. Por otro lado Brasil debe tomar en cuenta los tratados que se tiene firmado con Bolivia, por ejemplo: El Tratado de Roboré de 29 de marzo 1958, El Convenio Fronterizo de 29 de marzo 1958 e El Tratado Del MERCOSUR que entrará en vigencia una vez Bolivia sea aceptada como miembro pleno Del MERCOSUR. El Tratado de Roboré no es respetado principalmente por autoridades fronterizas brasileñas, lo que demuestra, de inicio, un aspectos desventajoso para Bolivia.

De acordo com E-7, uma solução para esse impasse seria a atualização desses valores, “proporcionar el tipo de cambio de marzo 1958 entre el Cruceiro y el dólar, así podremos conocer, en términos de intercambio, cuánto significaba los 3.000 cruceiros, o cual era su valor adquisitivo”.

Embora a desvantagem apontada por E-7 não esteja relacionada somente ao artigo 22 da portaria nº 307/2014 que versa sobre o artigo 7º da Portaria nº 440/2010²³ reduzindo o limite de US\$ 300 para US\$ 150 para os gastos no exterior com isenção de Imposto de Importação, aplicada nas fronteiras terrestres do país, o cenário que se vislumbra para as interações na fronteira Brasil/Bolívia parece conflituoso.

De acordo com Fernandes (2015), a medida é um retrocesso para o comércio fronteiriço na Zona de Fronteira Brasil/Bolívia, pois as cotas continuarão assimétricas:

O consumo por via terrestre no lado boliviano da fronteira, sem tributação, será de até US\$ 150,00 a partir de julho de 2015. No lado brasileiro, o boliviano poderá gastar até US\$ 1000,00. Deste modo, a Receita Federal ao publicar as portarias nº 307/2014 e nº 320/2014 mais uma vez desconsiderou as dessemelhanças da extensa faixa de fronteira terrestre brasileira, as distintas complementariedades comerciais/cotidianas entre os fronteiriços, especialmente da Zona de Fronteira em discussão (FERNANDES, 2015, p. 196).

Lembrando que a data inicial para que entrasse em vigor a redução da cota era julho de 2015 e, em março de 2015, a medida gerou mobilização²⁴ por parte de comerciantes brasileiros e bolivianos que fecharam as portas na fronteira pedindo aumento da cota. Naquela oportunidade, “centenas de pessoas aderiram à manifestação e o comércio fechou as portas. Com faixas e cartazes, saíram em caminhada pela principal rua de Puerto Quijarro até Arroyo Concepción, na fronteira com Corumbá, onde houve um ato público”, (ver figura 7).

²³ Art 7º b) US\$ 300,00 (trezentos dólares dos Estados Unidos da América) ou o equivalente em outra moeda, quando o viajante ingressar no País por via terrestre, fluvial ou lacustre.

²⁴ “Brasileiros e bolivianos fecham as portas na fronteira e pedem aumento de cota.” Disponível em: <http://www.correiodoestado.com.br/cidades/brasileiros-e-bolivianos-fecham-as-portas-na-fronteira-e-pedem-aumento/242001/>. Acesso em 03/2016.

Figura 7 – Mobilização para aumento da cota - fronteira Brasil/Bolívia



Fonte: Leandro Oliveira disponível <http://www.imprensams.com.br/?page=ler&id=177>. Acesso em 03/2016

Entre os manifestantes, o representante da Câmara de Indústria e Comércio da Província de German Bush fez a seguinte declaração: *“O que nós queremos é pedir às autoridades nacionais que não tomem essa medida de redução da cota, pois isso atinge e muito o comércio local, como também a economia em Corumbá. Vai diminuir muito o movimento para os comerciantes da região”*.

Durante a manifestação, o comerciante Jorge Davi Tocale Carneiro, assim como Fernandes (2015), citado anteriormente, afirma que a redução da cota é um retrocesso:

Nossa intenção é sensibilizar as autoridades brasileiras para que o intercâmbio comercial seja completo. As cotas sempre foram acessíveis para atender a população das cidades de fronteira e hoje, está havendo um retrocesso. Queremos mostrar para as autoridades que não é bom para nenhum lado porque a gente quer que os brasileiros venham comprar aqui e que a gente possa comprar no Brasil também, sem que haja tantas restrições. (CORREIO DO ESTADO, 17/03/2015).

Em Ponta Porã, na fronteira entre Brasil e Paraguai, também houve paralisação²⁵ pelo mesmo motivo. O movimento, idealizado por empresários paraguaios, também contou com a participação de brasileiros, especialmente os da cidade fronteiriça, que será prejudicada caso a redução seja aprovada pelo Governo Brasileiro.

Ao refletir sobre a mobilização ocorrida em ambas as fronteiras (Brasil/Bolívia, Brasil/Paraguai), o que se percebe é que a redução da cota, na opinião dos manifestantes,

²⁵ <http://www.oliberdade.com.br/interior/reducao-de-cota-ameaca-comercio-de-ponta-pora>. Acesso em 03/2016

afetará não apenas o comércio lojista, mas também setores como o de hotelaria, o de gastronomia e o turístico. Em ambos os casos, poderá ocorrer uma redução no número de pessoas que viajam para essas fronteiras.

No caso da fronteira Brasil/Bolívia, Fernandes (2015, p. 5) afirma que “está se institucionalizando um cenário que a priori favorece o comerciante brasileiro e o consumo nas cidades brasileiras (algo que já se ensaiava com a Portaria 440/2010)” e ainda conclui:

Teoricamente as restrições quantitativas para os bolivianos somarão US\$ 1.300,00. Este valor corresponde aos US\$ 1.000,00 estabelecidos no artigo 188 do “Reglamento a la Ley General de Aduanas”, dispositivo que regula a margem de compra individual, com isenção, do cidadão boliviano no exterior e ao limite estabelecido pela Portaria nº 307/2014 de US\$ 300,00 nas Lojas Francas que serão instaladas no lado brasileiro da fronteira, caso queira consumir em tais estabelecimentos. Em contrapartida, o brasileiro poderá consumir em Puerto Quijarro ou Puerto Suarez, sem tributação, a quantia de US\$ 150,00. (FERNANDES, 2015, p. 5).

Na esfera estatal, existe a necessidade de ações políticas que venham descentralizar a tomada de decisão que, por vezes, não leva em consideração a dinâmica e as especificidades locais de região de fronteira, causando entraves ao desenvolvimento dessas regiões. Cabe ao grupo de trabalho, que inclusive define como integrante um representante da Receita Federal, reunir esforços no sentido de pontuar essa questão deixando claramente definido os prejuízos que a redução da cota, caso mantida, trará para as fronteiras em questão. É o que pontua E-5:

Acredito um grupo de trabalho multidisciplinar que envolva pessoas que estão ligadas a esse processo é justamente importante para se ter a visão de todos os agentes, uma visão macro, porque nós enquanto agentes arrecadadores e de fiscalização temos a nossa visão, mas é sempre bom ouvir também o que se passa com outros envolvidos justamente, para definir essas questões que estão em aberto na legislação e trazer isso para o caso concreto [...] o grupo de trabalho pode com certeza contribuir muito para que a gente possa definir esses detalhes da legislação específicos pra essa região, para característica local dessa fronteira Brasil/Bolívia.

Ao se referir à entrada em vigência da cota reduzida, E-5 acredita que como não se tem notícia de que a regulamentação das lojas francas ocorrerá até o meio do ano, a partir de 01/07/2016 (conforme previsto pela Portaria 415, de 26/06/2015)²⁶, a nova cota (US\$ 150) se efetivará, mesmo sem implantação das lojas francas, sendo que “[...] para nossa fronteira a questão da cota não afeta muito as importações”, pontua.

Isso porque, segundo ele, o que se tem observado na fiscalização dessa fronteira é que a cota em valor financeiro não é atingida com muita frequência, o que acaba realmente impedindo/restringindo a entrada de mercadorias importadas é a cota em unidades físicas. “A

²⁶ “Art.24. Esta Portaria entra em vigor a partir da data de sua publicação no DOU, exceto o seu artigo 22, que entra em vigor a partir: I – de 1º de julho de 2016; ou II- do 1º dia do 3º mês subsequente à implantação do sistema de controle informatizado [...], se anterior à data estabelecida no inciso I”.

nossa fronteira não será muito afetada por isso, mais também a gente pensou que esse seria um fator de pressão para que a gente regularizasse logo as lojas francas”.

O fato da opinião do auditor fiscal da Receita Federal, em relação à redução da cota, ser contrária a dos comerciantes que participaram da mobilização nas fronteiras Brasil/Bolívia e Brasil/ Paraguai, remete a uma necessidade já apontada por Fernandes (2015, p. 12) – o efetivo envolvimento do grupo de trabalho para “realização de reuniões participativas que possibilitem a aproximação da pluralidade de ideias dos cidadãos interessados no assunto com a concepção técnica dos órgãos de planejamento”.

Dessa forma, o empenho desse grupo em apresentar informações que tratam das particularidades do território, que não são poucas, auxiliaria a Receita Federal e os gestores municipais na realização das adequações normativas pertinentes.

A respeito da preocupação quanto ao trâmite necessário para atender o cliente que ultrapassar a cota, o auditor da Receita Federal presta o seguinte esclarecimento:

Acredito que não será nada que vá gerar muita dificuldade, se está havendo essa flexibilidade na legislação para permitir a instalação dessas lojas, a ideia é que seja bem simples, bem dinâmico, porque o comércio depende desse dinamismo para concluir seus negócios. Se a pessoa tem aquele impulso da compra e chega ao momento de pagar tem uma série de empecilhos, talvez até desista da compra; isso não é a intenção, a intenção é fomentar o comércio desde que haja o recolhimento dos tributos devidos corretamente. Acredito que não haverá esse tipo de empecilho.

4.3.2 Os turistas

Com propósito de conhecer também o que pensam os potenciais clientes a respeito da implantação de um *Free Shop* em Corumbá, além de mensurar o impacto dessa implantação para o lado estrangeiro foi aplicado, por meio de formulários, 100 questionários durante a realização do Festival América do Sul – edição 2015 (20 a 22/08/2015). Ou seja, o propósito foi saber se a referida implantação afetará o fluxo de brasileiros para o outro lado, em um segundo momento da pesquisa.

A técnica para o levantamento de dados foi através da amostragem não probabilística por conveniência com pessoas selecionadas de acordo com a conveniência do pesquisador. O formulário contemplou questões fechadas referentes a dados gerais (socioeconômicos - gênero, idade, estado civil e residência) e, também, dados específicos como: o formato ideal para a composição da estrutura física do *Free Shop* a ser instalado, lojas que devem fazer parte do empreendimento, produtos preferidos/desejados, faixa de consumo (em dólar), e,

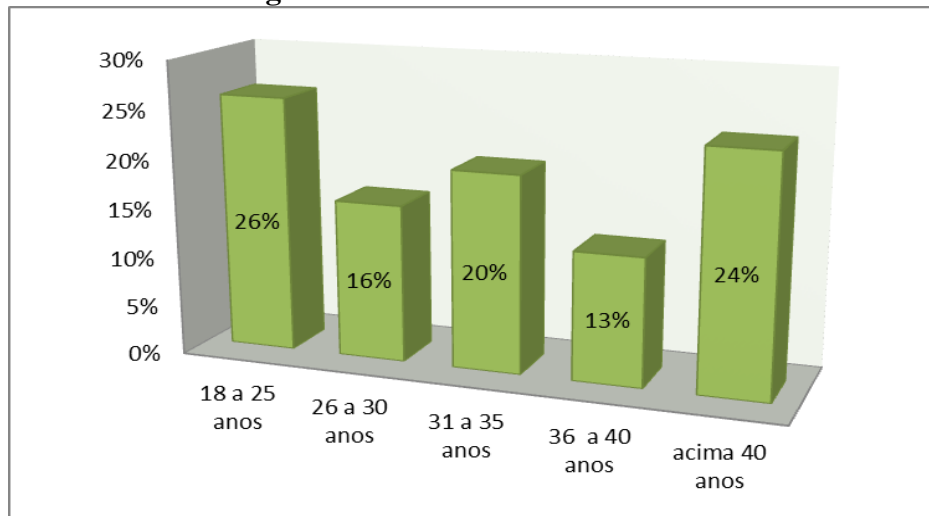
inclusive, a motivação para comprar em apenas um ou em ambos os lados da fronteira, entre outras formulações (ver apêndice A).

Nessa fase, a partir dos dados coletados, selecionados e tabulados, optou-se pela tabulação manual com utilização dos recursos da informática – Word/Excel – para apresentação dos dados em forma de gráficos e tabelas. Foi estabelecida uma análise comparativa da implantação do *Free Shop* em Corumbá, sob a visão dos agentes territoriais e dos prováveis ‘clientes potenciais’.

O formulário de pesquisa foi estruturado em dois blocos, sendo o primeiro referente a informações gerais como gênero, idade, estado civil, residência. Já o segundo, trata de informações mais específicas como qual a percepção sobre a implantação de *Free Shop* em Corumbá, a continuidade ou não de realização de compras na Bolívia. Assim como qual o formato ideal para a estrutura física do *Free Shop*, quais lojas devem fazer parte do *Free Shop*, que produtos são preferidos, faixa de consumo, razões para se fazer compras no *Free Shop* em Corumbá e, para finalizar, elencar as razões para continuar a fazer compras no lado boliviano da fronteira Brasil/Bolívia. Após a análise dos dados coletados, chegou-se ao resultado apresentado a seguir.

O universo do grupo pesquisado é predominante na faixa etária de 18 a 25 anos, conforme figura 8, trata-se de um público formado por jovens e adultos, o que é importante, pois possui poder de decisão sobre as compras, predominantemente do sexo feminino (53%) e casados (46%). Quanto ao local de residência, a maioria reside no estado de Mato Grosso do Sul, sendo provenientes em sua maior parte da Capital do Estado (36), os demais respondentes oriundos de vários estados do Brasil como São Paulo (9), Rio de Janeiro (8), Santa Catarina (2), entre outros, e, também, oriundos da Bolívia (4).

Quando questionados se achariam interessante a implantação de um *Free Shop* em Corumbá, todos foram unânimes em responder que sim (100%). Entre as razões que justificam essa unanimidade, em ordem de importância, destacam-se: a segurança, a proximidade e a comodidade como, por exemplo, comprar sem que haja necessidade de atravessar a fronteira.

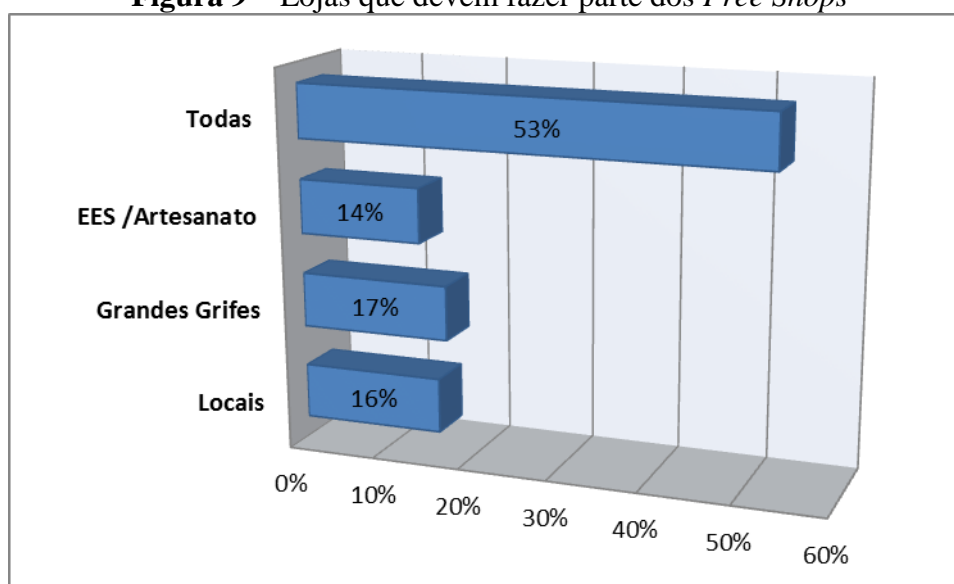
Figura 8 - Faixa etária dos visitantes

Fonte: Trabalho de campo, de 20 a 22/08/2015.

Quanto ao formato ideal para a estrutura física do *Free Shop*, 71% dos entrevistados optou pela construção de espaço único para a instalação de todas as lojas. Essa escolha se fundamenta em argumentos como ‘economia de tempo’, ‘comodidade’, “a proximidade das lojas facilitaria a localização dos produtos procurados”, ‘diversidade mais facilidade de localização’, “atrairá mais atenção – pelo requinte assim como acontece em outros países”, entre outros. Nesse ponto, há divergência sobre o que pensam alguns agentes territoriais em relação a um espaço único para funcionamento. Isto, segundo eles, limitaria a participação de comerciantes que não dispõem de grandes recursos para investir na construção de um empreendimento único para todas as lojas.

Segundo os entrevistados, 53% deles esperam encontrar todas as lojas que devem fazer parte do *Free Shop*. A visualização da figura 9 aponta os percentuais levantados sobre essa assertiva. Especialmente, em relação à categoria de loja EES, há um percentual significativo (14%) dada a necessidade de disponibilizar artigos (lembranças) que remetam à cidade e à sua cultura, segundo comentário de um dos entrevistados “*por ser de outro estado, quero produtos que me façam lembrar a cidade, a diversidade local... enfim pequenas lembranças para familiares e amigos*”.

Dessa forma, o artesanato produzido por estes EES’s pode ser entendido “como processo criativo gerador de valor simbólico que guarda forte relação com a cultura, tradição e identidade do local em que é produzido” (MEDEIROS, SILVA, FISCHER, 2013, p. 199). Assim, talvez esse seguimento comporte um potencial ainda não explorado pelos agentes territoriais, posto que não mencionaram a necessidade de ofertar, no *Free Shop*, produtos artesanais (*solveniers*).

Figura 9 – Lojas que devem fazer parte dos *Free Shops*

Fonte: Trabalho de campo, de 20 a 22/08/2015.

Os produtos que os entrevistados mais demonstraram interesse em comprar, encontram-se listados em ordem de prioridade (1º, 2º e 3º lugar) e são demonstrados na tabela 2. Quanto à faixa de consumo, em média, 47% pretende gastar de US\$ 101,00 a US\$ 300, 00 em lojas do *Free Shop* quando instalado.

Tabela 3 – Produtos que os turistas/visitantes mais teriam interesse em adquirir

| Produto preferido | Número de respostas por ordem de prioridade | | |
|------------------------------------|---|----|----|
| | 1º | 2º | 3º |
| Roupas | 28 | 19 | 17 |
| Eletrônica | 23 | 20 | 15 |
| Bebidas, tabacaria e comestíveis | 15 | 17 | 8 |
| Artesanato Local (EES) | 15 | 5 | 8 |
| Perfumaria | 9 | 17 | 21 |
| Utensílios e utilidades domésticas | 5 | 6 | 3 |
| Bijuteria e acessórios | 3 | 11 | 17 |
| Brinquedos | 3 | 2 | 3 |

Fonte: Trabalho de campo, de 20 a 22/08/2015.

No intuito de descobrirmos qual o impacto que a implantação do *Free Shop* em Corumbá traria para país vizinho, solicitamos aos pesquisados que em ordem de importância indicassem três (03) razões para continuar fazendo suas compras do outro da linha de fronteira, ou seja, na Bolívia. De todos os que participaram da pesquisa, 75% afirmam que continuariam a fazer compras na Bolívia e, entre as razões apresentadas para esse comportamento, destacam, conforme tabela 03: em primeiro lugar, a procura por preços mais baixos; em segundo, a busca por variedade de produtos e, em terceiro, seria pela oportunidade de aproximação da diversidade cultural, seguida pelo gosto de estar em outro país.

Tabela 4 – Razões para comprar na Bolívia após implantação de *Free Shop* em Corumbá.

| Motivação para comprar na Bolívia | Número de respostas por grau de importância | | |
|-----------------------------------|---|----|----|
| | 1º | 2º | 3º |
| Preços mais baixos | 39 | 20 | 8 |
| Diversidade cultural | 23 | 19 | 23 |
| Variedade de produtos | 16 | 35 | 18 |
| O gosto de estar em outro país | 16 | 15 | 22 |
| Paisagem | 2 | 3 | 7 |
| Segurança | - | - | 2 |
| Outra | - | - | 3 |

Fonte: Trabalho de campo, de 20 a 22/08/2015.

Fazendo uma análise em relação às duas situações apresentadas, isto é, o posicionamento dos agentes territoriais e o que os turistas/visitantes esperam dos *Free Shops*, percebemos que há alguns pontos de divergência:

- ✓ O fato dos comerciantes dos *Free Shops* de Corumbá contarem com a equidade tributária para competir com o comércio do ‘outro lado’ não significa que os compradores (turistas/visitantes) deixarão de atravessar o limite da fronteira para realização de compras do lado de lá;
- ✓ Diferente do que pensam os agentes em relação à estrutura física do *Free Shop*, os clientes querem comodidade, conforto, flexibilidade, enfim, querem contar com o requinte dos *shopping centers* para a realização de suas compras;
- ✓ Além dos produtos importados, espera-se encontrar lojas que ofereçam artesanato regional, uma forma de o turista levar uma recordação do local visitado para presentear familiares e amigos;
- ✓ Mesmo considerando a questão da segurança, proximidade e comodidade como importantes para a realização de compras no *Free Shop* em Corumbá, a procura por preços mais baixos, variedade de produtos e a própria diversidade cultural fará com que esse possível comprador se desloque até o outro lado.

Se acontecer *Free Shop* em ambos os lados há muitos ganhos – não é problema e sim ganho, em especial às condições de escolha, quanto mais gente interessada em vir para cidade quanto mais concorrência melhora para cliente, melhora para as empresas que ficam mais ativas. Haverá benefícios para o Município – atrairá investimento com a intenção de aquecer o mercado, desenvolver a cidade atendendo um segmento de clientes que está sendo perdido para o outro lado [Bolívia]. Quando se investe em políticas públicas de desenvolvimento há atração para muitas empresas de outros lugares virem se instalar aqui, isso gera emprego e automaticamente gera imposto – não há outra forma mais dinâmica de gerar imposto que a geração de emprego. As pessoas empregadas têm necessidade de alimentação, lazer, vestuário, entre outras, que farão a contraposição à isenção de impostos ofertados as lojas francas (E-6).

Durante trabalho de campo, ao perguntar para proprietária do Barco Hotel Indiaporã, se compras na Bolívia fazem sempre parte de seu roteiro, sua resposta foi sim, tanto que dispõe de um micro-ônibus para essa finalidade: “o grupo já chega aqui com a ideia de dar um ‘pulinho’ lá na Bolívia, já veem um perfume para a esposa, ou para passear, ver um souvenir”.

O passeio na Bolívia normalmente dura de 3 a 4 horas. Eles saem passam na feirinha, aí passam na *Miami House*, passam lá na zona franca e vem embora. Esse normalmente é o roteiro de compras deles. Com certeza 99% dos nossos clientes faz esse roteiro. [...] Mesmo com a cotação do dólar em alta eles continuam indo para lá, ainda que não compreem querem ir para lá pela questão cultural.

Esses pontos nos levam à reflexão de que as ações para implantação do *Free Shop* em Corumbá devem ser formatadas considerando essa interação já existente. A proximidade com o outro lado desperta no turista/visitante a curiosidade em saber como é a cultura do país vizinho, além de informações quanto ao preço praticado lá, se os produtos são similares. Com o *Free Shop* em Corumbá, certamente haverá comparação entre quem oferecerá a maior vantagem em relação a custo-benefício, antes de decidir a compra.

Eu sou boliviana nascida do outro lado e entendo que enquanto não tiver políticas especiais que façam alguma mudança que atraiam investimentos de fora nós corremos o risco até dos investimentos existentes irem embora – temos que trazer gente passear conhecer e aproveitar as potencialidades que tem as nossas regiões fronteiriças. E-6.

Como alerta E-6, se não houver estreitamentos entre ambos os lados para adequar as normativas de âmbito federal que em breve entrarão em vigor, como por exemplo, a redução da cota estabelecida pela Portaria 440/2015, até os empreendimentos existentes (do lado boliviano) correm risco de fechar. Os resultados mostram que apesar de as normas que regulamentam e materializam a composição dos *Free Shops* necessitarem de readequações que levem em consideração as particularidades da fronteira Brasil/Bolívia, os agentes territoriais nada têm feito para sinalizar sobre essas particularidades.

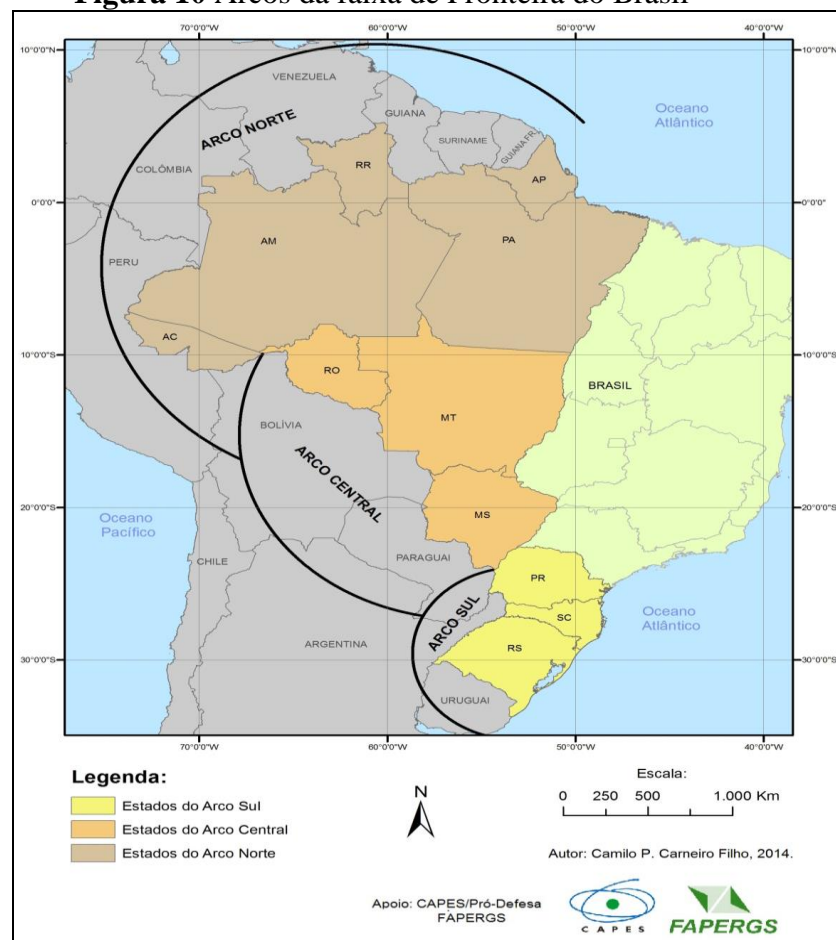
4.4 As potencialidades de desenvolvimento para Corumbá e sua relação com o *Free Shop*

Há enorme complexidade dos intercâmbios expostos e inúmeras dificuldades enfrentadas para a elaboração e para a implantação de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento da área de fronteira, a saber: barreiras legais, diplomáticas e falta de articulação do território com o centro político-decisório do país. Dentre os estudos que tratam das potencialidades para os municípios fronteiriços, citamos o Programa de Desenvolvimento

da Faixa de Fronteira (PDFF/2007) que se apresenta em forma de arcos e espaços sub-regionais que permitem aperfeiçoar e catalisar o aproveitamento de peculiaridades da organização social, das características produtivas sociais, das econômicas, das políticas e das culturais. A Faixa foi dividida em três arcos: Norte, Central e Sul e em dezessete sub-regiões.

O Arco Central abrange a Faixa de Fronteira dos Estados de Rondônia, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, já as oito sub-regiões que foram identificadas revelam um indicador de grande diversidade nos tipos de organização territorial (figura 10).

Figura 10 Arcos da faixa de Fronteira do Brasil



Fonte: Carneiro P. Carneiro Filho, durante o V Seminário Estudos Fronteiriços, 2015.

Em relação às possibilidades do município de Corumbá, destaca-se o turismo por estar em área de fronteira, especialmente, pela existência de cidades gêmeas. Nas palavras de Machado (2005, p.108), as cidades gêmeas "são lugares onde as simetrias e assimetrias entre sistemas territoriais nacionais são mais visíveis e podem se tornar um dos alicerces da cooperação com outros países da América do Sul e consolidação da cidadania".

Ao propor possíveis diretrizes para a implantação do *Free Shop* em Corumbá foram consideradas três das 13 atividades de desenvolvimento apontadas pelo PDFF²⁷ que tem grande potencial em Corumbá: a atividade pesqueira, (tratada ao longo do trabalho como turismo de pesca), o turismo de eventos e o artesanato.

Aliadas ao fato de Corumbá estar na condição de fronteira e pertencente ao rol de cidades gêmeas contempladas com a Lei 12.723/2012, as três (03) potencialidades ora citadas merecem uma análise mais detalhada, o que faremos logo adiante ao tecer que relações podem ter com a implantação do *Free Shop*.

Inicialmente abordaremos o turismo de pesca também considerado potencialidade para implantação do *Free Shop* em Corumbá, porque os turistas não se limitam apenas a atividade pesqueira. Na maioria das vezes, faz parte de seu pacote turístico atravessar a fronteira para comprar produtos importados, o que os torna, de fato clientes em potencial.

Em relação ao turismo de eventos, Corumbá se apropria da sua condição fronteira e atrai os mais diversos públicos, dispostos a gastar e a consumir com aquilo que lhes causa curiosidade – o diferente, que é característico do local, da mistura de povos, presentes desde a cultura até a gastronomia.

Quanto à questão do artesanato, abordam-se os empreendimentos econômicos solidários conhecidos como Casa do Massabarro e como Associação Amor Peixe. Estes, na implantação de *Free Shops*, podem ganhar novo impulso para suas atividades, pois tem, como base, a criação de imagens/objetos que simbolizam o Pantanal, a sua gente e que, por isso, apresentam apelos muito fortes à aquisição de *souvenirs*. Estes empreendimentos além de promover o local visitado, sempre têm espaço reservado nos mais diferentes *Free Shops* de aeroportos, para comercialização de seus produtos.

4.5 O turismo de pesca

Entende-se que o segmento denominado “Turismo de Pesca” compreende as atividades turísticas decorrentes da prática da pesca amadora que consiste na atividade de

²⁷ O Programa de Desenvolvimento da Faixa de Fronteira (PDFF/2007) lista para o arco Central 13 potencialidades, sendo: piscicultura, mandiocultura, fruticultura, bovinocultura do leite; turismo, apicultura, leite, ovinocultura, artesanato de tradição, ecoturismo; erva mate, ovino caprinocultura, bovinocultura.

pesca praticada por brasileiros ou estrangeiros, com a finalidade de lazer, turismo ou desporto, sem finalidade comercial”²⁸ (BRASIL, 2006, p. 28).

Em função da prática da pesca amadora, várias atividades turísticas se efetivam como a operação e o agenciamento, o transporte, a hospedagem, a alimentação, a recepção, a recreação e o entretenimento, os eventos e as atividades complementares. Conforme salienta Spada (2014, p. 6):

A atividade turística compreende um conjunto complexo de relações que devem ser consideradas. Para sua realização e o desenvolvimento, são necessários grupos de prestadores de serviços da área de transportes, alojamento, serviços de alimentação, atividades de recreação, entre tantas outras. É notável que se a atividade turística está indiretamente ligada às diversas áreas da economia, envolve também o lazer, a cultura, o entretenimento, o meio ambiente, a política, além de permitir o contato entre pessoas.

De acordo com Paixão (2006), o turismo de pesca surgiu em Corumbá no final dos anos 1960, a partir do que se acredita na constituição de um período em que o turismo adquiriu realce na condição de função econômica e agente transformador do espaço regional.

O turismo de pesca destacou-se no cenário nacional, colocando Corumbá entre os principais destinos dessa modalidade na América do Sul, principalmente nos anos 1980 e 1990 (PAIXÃO, 2006, p. 166). Porém, “a partir do final dos anos 1990, a atividade tem demonstrado sinais de colapso, gerando muita polêmica entre governo, ONGs, empresários e pesquisadores da área de recursos pesqueiros”, pelas razões que seguem expostas.

Embora a região fosse extremamente atrativa a essa atividade, pela grande fartura de peixes de todos os tamanhos e tipos, reduzindo o esforço de captura do pescado, até o final dos anos 1960 não havia qualquer empreendimento dessa natureza na área urbana dos municípios de Corumbá, Ladário ou, mesmo, da Bolívia (PAIXÃO, 2006).

Já no início dos anos 1970, surgiu a primeira empresa para atender turistas de pesca na cidade de Corumbá, criada pelo senhor Orozimbo Decenzo, com a inovação de uma modalidade de turismo de pesca: o barco-hotel (figura 11).

Segundo Paixão (2006), a vantagem dessa modalidade de hospedagem quando comparada aos hotéis (forma tradicional), era colocar o turista em situação de maior contato com o rio, além de garantir maior mobilidade aos locais de pesca pouco frequentados pelos moradores locais e turistas que se hospedavam de forma tradicional.

Em meados dos anos 1970, outras empresas começaram a surgir, tendo como produto principal o lazer nas pescarias de fácil captura. Assim, foram surgindo cada vez mais empresas e barcos de maior potência e com maior quantidade de leitos, o que favoreceu a

²⁸ Portaria IBAMA nº30/03 (www.ibama.gov.br/pescaamadora/legislacao/lei_federal).

consolidação da região de Corumbá como o maior destino turístico de pesca embarcada da América Latina, dotada dos mais avançados equipamentos.

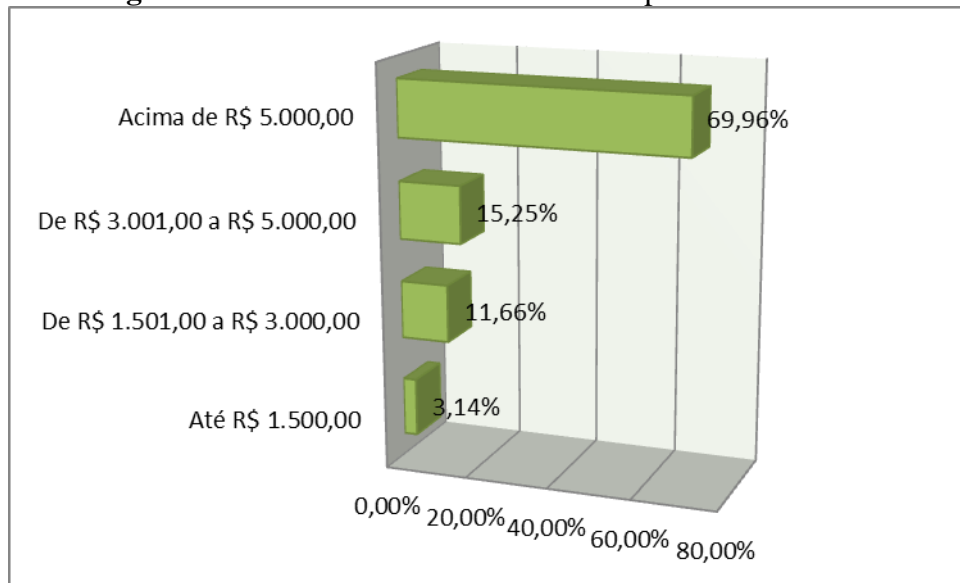
Figura 11: Cabexi I – o primeiro barco-hotel de pesca fluvial do Pantanal.



Fonte: Paixão (2006) – Autor: Orozimbo Decenzo (1972).

O turismo de pesca desenvolvido na região sempre foi bastante seletivo quanto aos consumidores desses serviços, exigindo um alto padrão de poder aquisitivo quando comparado a modalidades como turismo religioso, rural e ecoturismo, o que pode ser comprovado com dados recentes fornecidos pela Fundação de turismo, onde quase 70% possuem renda acima de R\$ 5.000,00 mensais e pouco mais de 15% renda entre R\$ 3.000,00 e R\$ 5.000,00 (Figura 12). Trata-se, sem dúvida, de um público economicamente capaz de consumir os produtos de um *Free Shop* (CORUMBÁ, 2013).

O turismo de pesca tem fortes possibilidades de associação com outras modalidades de turismo, como o de compras na fronteira, por exemplo. Martins (2009) ressalta a importância das interações e dos fluxos fronteiriços. Nesse sentido, tomamos como base as assimetrias existentes de ambos os lados, destacando, por exemplo, o câmbio da moeda, as taxas, a base produtiva, entre outros.

Figura 12 - Nível de renda dos turistas de pesca de Corumbá

Fonte: Fundação de Turismo do Pantanal (2013), adaptado pela autora.

Paixão (2006) relata que em 1999, sendo Corumbá o principal destino, o turismo de pesca produziu alterações de toda ordem e fez surgir novos barcos-hotéis, lojas de *souvenires*, hotéis, restaurantes, estaleiros, entre outras atividades comerciais, gerando emprego e divisas também para as cidades bolivianas de Puerto Quijarro e Puerto Suarez. Isto porque a maior parte dessas empresas ainda leva seus clientes até as lojas bolivianas.

Assim, “mesmo com a atual cotação do dólar, esses turistas, que chegam a ter renda mensal de US\$ 4.000,00, sempre gastam a quantia permitida pela alfândega brasileira para adquirir mercadorias importadas no comércio boliviano” (MORAES e SEIDL, apud PAIXÃO, 2006, p. 151).

Em consonância ao que expõe Paixão (2006), a Fundação de Turismo de Corumbá afirma que, de todos os turistas embarcados, 71,3% realizam compras na Bolívia. “Pôde-se perceber a grande demanda pelos turistas na realização de compras internacionais, haja vista que a maioria dos pacotes dos cruzeiros fluviais oferecem ao turista o transporte para o país vizinho, potencializando o turismo de fronteira” (CORUMBÁ, 2013, p. 15). Tendo em vista a cota atual permitida de 300 dólares por pessoa, quase 40% desses turistas gastam esse limite com as compras na Bolívia. Logo, o turismo de fronteira é reconhecidamente um produto da oferta turística de Corumbá.

Para Paixão (2006), com o aumento da demanda e, conseqüentemente, da oferta turística, alguns fatores deflagraram um processo de crise que, no entendimento do *trade* regional, aprofundou gradativamente a partir do final dos anos 1990. Entre eles, destacam-se a diminuição dos cardumes (provocados, sobretudo pela pesca esportiva), o surgimento de

alternativas informais para a prática da pesca esportiva, como os "ranchos de pesca"²⁹ e os "barcos de esporte e recreio"³⁰, além de outros destinos formais que surgiram, como os do Paraná, sul do Pará e o de Puerto Ayolas (Paraguay), bem como as alterações de ordem legal promovidas no âmbito estadual.

Corroborando com a crise vivenciada pelo *trade* regional, Paixão (2006) cita ainda o surgimento de empresas na Bolívia, onde há redução do custo trabalhista, da carga tributária, do combustível, e, que não se pode negar, que a Bolívia soube aproveitar sua condição fronteiriça. Vejamos o que registram Britts e Costa (2009, p. 174) sobre o assunto:

Analisando o cotidiano fronteiriço de Corumbá – Brasil e Puerto Quijarro – Bolívia e seu entorno (Ladário, Puerto Aguirre e Puerto Suarez), percebe-se que as oportunidades são tão mais lógicas e possíveis para ambos os países. Nessa relação diária, as oportunidades são apresentadas desde o turismo até melhorias na qualidade de vida, por intermédio da geração de renda e emprego.

Apesar de sua situação de declínio, pelos motivos já expostos, o turismo de pesca pode ser visto como instrumento para potencializar a implantação de *Free Shop*, uma vez que, conforme observado por Paixão (2006):

Há um movimento empresarial que desperta para a necessidade de se buscarem novas tendências para o setor. Para isso, tem sido articulada, inicialmente, a tentativa de conjugação da pesca com outras modalidades, como a proposta do grupo de denominado de G7 Pantanal³¹, que pretende retomar o turismo contemplativo, um cruzeiro fluvial pela Bacia do Prata e outros, como o turismo de compras, a exemplo do que ocorre na região de Ponta Porã (PAIXÃO, 2006, p. 138).

Durante o trabalho de campo, na busca por informações que ratificassem a importância do turismo de pesca para a implantação de *Free Shop* em Corumbá, entrevistamos uma prestadora, especializada nesse segmento, sobre se o setor em que opera poderá contribuir ou não para o sucesso do *Free Shop* em Corumbá. A sua resposta confirmou nosso posicionamento a respeito. Devida a sua relevância para nosso trabalho, é apresentada a seguir:

Com certeza, porque hoje somos nós que levamos o cliente, é o nosso cliente que vai lá para a Bolívia, então a contribuição do nosso setor seria em torno de 70% porque o movimento é muito grande, de forma direta contribuiríamos levando nossos clientes para comprar nesses locais, talvez também através de investimento, talvez investiríamos para ter alguma coisa lá também, porque é um atrativo a mais ter um empreendimento como loja franca (PROPRIETÁRIA BARCO INDIAPORÃ).

²⁹ Forma mais barata de desfrutar de um laser que, pelos meios formais de consumo, apresenta alto custo. Via de regra, são instalados em residências já existentes, adquiridas de moradores locais, ou mesmo construídos para essa função.

³⁰ Barcos cuja primeira finalidade é restrita ao uso dos seus proprietários, familiares e amigos, sem propósitos de lucro, razão pela qual não são cadastrados junto aos órgãos de turismo.

³¹ Grupo de sete empresários de turismo que se organizaram para agir coletivamente na busca de uma nova segmentação de mercado para a região de Corumbá.

Cabe ressaltar que segundo a Fundação de Turismo do Pantanal, Corumbá recebe anualmente turistas de várias regiões do País e do mundo, nas mais diversas modalidades de turismo de lazer, situando-se como principal destino da pesca esportiva. É um dos 65 Destinos Indutores de Desenvolvimento Turístico do Ministério do Turismo.

4.6 O turismo de eventos de Corumbá

Os deslocamentos realizados para trocas comerciais e pela participação em eventos não é um fenômeno recente. De acordo com o Ministério do Turismo, tornaram-se frequentes a partir da Revolução Industrial, quando as viagens tomaram acentuado impulso, facilitadas, principalmente, pelo aprimoramento dos meios de transporte e de comunicação (BRASIL, 2006).

Alguns fatores como a globalização, a formação de blocos econômicos, a aceleração da economia mundial e o crescimento das multinacionais contribuíram para desencadear um movimento internacional, sem precedentes, para a efetivação de transações e de relacionamentos de caráter comercial, assim como, para a realização de eventos com finalidades e interesses diversos. Vejamos:

O Brasil vem se posicionando como um destino de negócios, com destaque para as áreas de telecomunicações, biotecnologia, finanças, moda, entre outras. No que se refere à realização de eventos, a profissionalização do setor e as opções de lazer relacionadas à diversidade dos recursos naturais e culturais são alguns dos fatores para o crescimento do segmento. O país tem sediado eventos de repercussão, a exemplo da ECO-92 do Fórum Social Mundial (BRASIL, 2006, p. 45).

Desta forma, o “Turismo de Negócios e Eventos compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social”. (BRASIL, 2006, p. 46).

Concernente ao exposto são considerados turismo de negócios, entre outros, as visitas técnicas, as reuniões, as exposições comerciais, a compra e a venda de produtos e de serviços, e outros. Os eventos, por sua vez, compreendem encontros programados e organizados como congressos, convenções, simpósios, lançamentos, mostras, exposições e feiras (BRASIL, 2006).

É importante ressaltar que a denominação “Turismo de Negócios e Eventos” designa um único segmento. Embora possam ocorrer de forma independente, foi consolidada a partir da consideração de que alguns tipos de eventos podem, também, proporcionar a concretização

de negócios, pressupondo o emprego de estruturas comuns, como centros de convenção, hotéis, salas e outros espaços específicos. (BRASIL, 2006).

Segundo o Ministério do Turismo (BRASIL, 2006), o Turismo de Negócios e Eventos possui algumas características que o destacam entre os demais segmentos, a saber:

- a) Oportunidade de equacionamento de períodos sazonais - equilíbrio na relação entre oferta e demanda;
- b) Caracteriza-se como de alta rentabilidade - já que o turista de negócios e eventos possui maior gasto médio que o turista de lazer;
- c) Os eventos e atividades de negócio funcionam como ferramenta de *marketing* para o destino – reunindo esforços da mídia para estimular retorno do turista para fins de lazer;
- d) Incremento das atividades de outros segmentos turísticos com as visitas realizadas por esses turistas em seus horários livres, em períodos pré ou pós-eventos;
- e) Podem ser realizados em cidades menores, desde que apresentem as condições e as estruturas necessárias para a realização de eventos, reuniões e visitas de negócios - Possibilidade de interiorização da atividade turística.

Aproveitando esse rol de possibilidades oferecidas, trataremos aqui apenas sobre o turismo de eventos por entender que o mesmo surge como um instrumento complementar outros segmentos turísticos oferecidos pelas cidades. Desse modo, resulta em aumento da demanda turística e de todas as atividades que a viabiliza como: transporte, operação e agenciamento, organização e operação de eventos, hospedagem, alimentação, recepção, recreação e entretenimento e atividades complementares.

Conforme destaca Moraes (2012, p. 1595):

En cuanto a los beneficios económicos que el turismo de eventos genera para una ciudad los profesionales y empresas ligada al turismo saben que el segmento es importante para la economía local y nacional en diversos estados y municipios brasileños. No es novedad que el turismo de eventos es el que más ingresos, impuestos y empleo genera en las ciudades que reciben esa categoría de viajeros.

Ao se referir a essa modalidade de segmentação turística, Paixão (2006 p. 184) a denomina de “turistificação dos lugares”, através da realização de eventos e afirma que municípios de diversas partes do mundo estão procurando incrementar suas localidades com o turismo de eventos. No Brasil, alguns destinos já são consagrados nessa modalidade. Como exemplo é possível citar a cidade de Parintins/AM, onde todos os anos milhares de turistas procuram (re)visitar os festejos do "Bumba-meu-boi"³² que acontece no mês de junho. Outro

³² Opereta popular que ocorre em vários estados brasileiros, síntese de cultura africana, indígena e europeia. Geralmente segue em dramatização recitada e cantada na qual a personagem Catirina grávida tem desejo de comer a língua de um boi, que é morto e depois ressuscitado. Os dramas são apresentados em locais

exemplo é a mundialmente conhecida "Festa do Peão de Barretos" que ocorre no mês de agosto, objeto de análise de Moraes (2012) que faz a seguinte consideração:

La promoción de eventos contribuye al uso de los equipamientos y servicios turísticos existentes en una localidad y a la difusión de sus diversos atractivos. De esa forma las localidades se harán conocidas y lograrán que crezca el flujo de visitas y la generación de una demanda específica (MORAES, 2012, p.1596).

Conforme ressalta Paixão (2006, p. 184), em Mato Grosso do Sul alguns municípios também estão tentando a turistificação por meio da realização de eventos: Maracaju tem a "Festa da Linguíça", Bonito o "Festival de Inverno", Aquidauana a "Pantaneta" - festa que vincula o carnaval fora de época à visitação de desfrute de atrativos naturais, como as praias do rio que dá nome à cidade. Em relação à Corumbá, ele destaca o Festival de Pesca do Pantanal, a Mostra Pantanal de Dança (ambos unificados em 2005 sob a denominação de Festival das Águas e atualmente extintos) e o Festival América do Sul.

De acordo com Oliva (2014), há em Corumbá um calendário oficial de eventos, sendo os já consolidados, segundo informações da Fundação de Turismo, o Carnaval, o Festival América do Sul e o Banho de São João. Estes três eventos são assim considerados por já possuírem um período predefinido para acontecer, tendo cada um deles finalidade específica. São responsáveis por maior movimentação da economia local, gerando mais divisas, rendas e empregos do que outros eventos menores também realizados no município.

No caso do Festival América do Sul, realizado pelo governo do estado em parceria com o municipal, há um diferencial, além da ausência do apelo ao símbolo Pantanal. Trata-se de um evento que tem como objetivo reunir vários países [e assim tem sido] num processo declaradamente de integração da cultura sul-americana. No âmbito regional, a organização e realização dos eventos é sediada principalmente em Corumbá, mas envolve os demais municípios (Ladário, Puerto Quijarro e Puerto Suarez), que são conclamados à organização e onde são desenvolvidas algumas etapas do evento, favorecendo o processo de integração regional de Corumbá (PAIXÃO, 2006, p. 143).

Logo, funcionam como atividades estratégicas para o desenvolvimento econômico e social da região, por beneficiarem a infraestrutura local e engrandecer os costumes culturais dos residentes. Além disso, tornaram-se uma alternativa de lazer e renda para muitas pessoas, que encontram nesses eventos uma oportunidade de obter uma renda complementar.

Considerando a transversalidade do turismo de negócios e eventos, Moraes (2012) assim destaca sua importância:

Hay que destacar la transversalidad del turismo de negocios & eventos que se refiere a su relación con los demás segmentos. Cuando algún segmento turístico y las cuestiones relacionadas con la actividad son temas de encuentros técnicos o comerciales, la transversalidad se da por la pertinencia del tema y de las programaciones temáticas del evento a otros segmentos turísticos, mientras la

públicos ou em cortejos também, associados ao ciclo das festas juninas, mês de junho (FIGUEIREDO; TAVARES, 2006).

organización de los equipamientos se relaciona con el turismo de negocios & eventos propiamente dicho. Esto también se observa en los eventos culturales (artísticos, religiosos, entre otros) que se insertan en el turismo cultural y en los eventos deportivos y competitivos situados en el ámbito del turismo de deportes (MORAES, 2012, p. 1597).

O Carnaval de Corumbá-MS é classificado como uma festa popular com ênfase na cultura local, sendo considerado o maior do Centro-Oeste e do interior do Brasil. Atrai milhares de turistas e residentes para a área central da cidade, recebendo influências de diversas regiões do país. Nos dias de Carnaval, segundo a Fundação de Cultura e Turismo, estima-se que Corumbá reúna aproximadamente cerca de 20 a 30 mil turistas, além da população local.

Uma festa espontânea e livre, em que o samba, o lúdico e o cultural se misturam para renovar o evento a cada ano, atingindo todos os tipos de público. Acontece todos os anos no período compreendido entre fevereiro e março. Uma de suas características principais é o desfile das escolas de samba, de blocos e de cordões que passam pela principal rua da cidade, a Frei Mariano, até chegar à Avenida General Rondon.

Também o Arraial do Banho de São João acontece no mês de junho, durante três dias reúne milhares de devotos que, em procissões, percorrem trechos da cidade com bandas e andores num misto de festa e fé religiosa, até chegarem às margens do rio Paraguai para banhar o santo.

Segundo Oliva (2014), este evento tem origem portuguesa e tem o propósito de divulgar as tradições folclóricas de Corumbá, oferecendo aos visitantes e à população local, uma festa popular que se manifesta através das rezas e das crenças, além de promover a arte musical popular com violeiros, festeiros e rezadores.

Enquanto potencial para a implantação do *Free Shop* em Corumbá, os eventos descritos podem funcionar como instrumento de *marketing* para o destino, expondo-o significativamente na mídia e estimulando o turista para que, além de retornar mais vezes, divulgue-o a outras pessoas. Considerando que esse turista terá, em seu tempo livre, a oportunidade de visitar/conhecer lugares que lhe chame a atenção pela especificidade local e, ainda, poderá adquirir produtos ou lembranças dos locais visitados, o que sugere a existência de um espaço com esses itens.

Conforme ressalta Figueiredo (2010, p. 27), “existem outros eventos que foram inseridos no calendário anual, como é o caso da Quermesse da Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE) que acontece no dia 07 de setembro e a Noite da Seresta (ocorre

uma vez por mês)”, ambos são de abrangência intermunicipal (Corumbá/Ladário) e são realizadas na Praça da Independência.

4.7 O artesanato proveniente dos Empreendimentos Econômicos Solidários

Em relação ao artesanato como potencialidade a ser explorada na implantação do Free Shop identificou-se dois Empreendimentos Econômicos Solidários (EES),³³ no sentido definido por Mariani e Arruda (2010), e que têm sido objeto de estudo de vários pesquisadores: a Associação de Mulheres Organizadas Reciclando o Peixe (AMOR PEIXE) e a Associação Não-governamental Casa do Massabarro.

A escolha dos EES foi intencional, levando-se em conta as características dessas organizações no que diz respeito as suas missões e suas possíveis inserções no *Free Shop* de Corumbá, ou seja, trata-se de EES que desenvolvem o artesanato como atividade geradora de ocupação e renda, valorizando os territórios e reduzindo suas desigualdades.

O que diferencia o artesanato produzido em determinado território, conferindo-lhe exclusividade, é basicamente, a forma de conceber e produzir artefatos, de acordo com a interpretação da cultura e da trama da história local, favorecida pela utilização de matéria-prima disponível no território (SILVA, 2006, p. 14).

Para tanto, foram realizados levantamentos de dados primários em campo, através de entrevistas (com um dos membros do EES em suas próprias instalações) e observação pessoal. As entrevistas não foram gravadas com o intuito de deixar o entrevistado mais receptivo para responder aos questionamentos efetuados.

4.7.1 Associação Não-governamental Casa do Massabarro

No que se refere à Associação Não-governamental Casa do Massabarro³⁴, conforme descrevem Mariani e Arruda (2010), trata-se de uma entidade fundada em 1982 e que tem como objetivo proporcionar às crianças do bairro Cervejaria um contato com a arte em cerâmica, de modo que possam dispor de alguma ocupação nos tempos em que não estão na escola e, além disso, profissionalizar-se em algo que lhe possa gerar renda.

³³ São exemplos de formas organizativas que visam à produção de bens e serviços através da integração dos trabalhadores, onde eles mesmos são os detentores dos meios de produção; bem como são impelidos a estabelecer relações entre si e com o meio externo em rede, concorrendo para a consecução de um ambiente de Solidariedade (MARIANI, 2010, p. 3)

³⁴ Em referência ao Massa Barro (nome regional do João de Barro, pássaro cuja cor é cor de terra que constrói com barro seu ninho) comparando o trabalho do pássaro com o barro para construir seu ninho com as criações em cerâmica que saem das mãos das crianças, "transformando sonhos em realidade".

Os autores ressaltam que o bairro da Cervejaria é um local da cidade de Corumbá tipicamente habitado por pescadores e demais indivíduos de baixa renda. Embora, historicamente, tenha sido um espaço territorializado pela criminalidade e demais mazelas sociais, as territorialidades expressas através das ações da Casa do Massabarro, ali instaurada, tem provocado um processo de reterritorialização social. Vejamos:

No auge das atividades da Casa de Massabarro, passaram pelo projeto diversas celebridades nacionais, incluindo o famoso Joãozinho Trinta. Em 1990, o carnavalesco convidou associados da Casa de Massabarro para esculpirem arte em isopor para a Escola de Samba Beija-Flor. Doze associados, incluindo o diretor atual do Massabarro, Enilson de Campos, viajaram para o Rio de Janeiro e permaneceram lá por duas semanas. Em 1996 e em 1997, com grupo menor, apenas cinco pessoas, novamente a convite de Joãozinho Trinta, a entidade se fez presente no Carnaval carioca esculpindo, por cerca de um mês, dessa vez para a Escola de Samba do Viradouro. Eles integraram o grupo de artesãos unidos por Joãozinho Trinta que trabalharam com a arte para carros alegóricos do desfile das escolas (Jornal Correio de Corumbá, de 16/02/2015).

Conforme constatado por Mariani e Arruda (2010), a Casa do Massabarro carece de melhor infraestrutura física para atender aos garotos que participam do projeto. Além disso, necessita de acompanhamento psicopedagógico aos participantes, de modo a auxiliá-los nos seus anseios mais urgentes, cumprindo, assim, o fim social que a casa se destina a perseguir. Não obstante, entre todos os projetos analisados por esses autores, naquela oportunidade (sendo 04 no total), este foi o que apresentou pouquíssimas parcerias para desenvolver suas ações, de modo que se sustenta com a renda proveniente do artesanato fabricado e vendido.

As deficiências encontradas pelos autores em 2010 já haviam sido apontadas por Muller (2005, p.53). Durante a elaboração de sua dissertação de mestrado intitulada: *Artesanato Regional: Casa do Massabarro*, ocasião em que realizou entrevistas com os voluntários que faziam parte da Diretoria da Associação e constatou que:

Embora seja uma bela instituição pelos serviços prestados nesses 23 anos de existência, com os menores carentes, tirando-os da rua e da marginalidade e dando-lhes uma profissão (artesão) os membros se entristecem com a falta do devido reconhecimento das autoridades responsáveis pelo setor. Caso as autoridades constituídas não venham a prestar-lhes auxílio financeiro para o seu funcionamento, o futuro da Associação estará comprometido (MULLER, 2005, p.53).

Ao que tudo indica, até o início de 2016, a situação da Casa do Massabarro não apresentou mudanças. De acordo com a reportagem apresentada sob manchete: *Casa de Massabarro poderá ser fechada*³⁵, em diagnóstico econômico-financeiro realizado pelo Sebrae no final de 2014, há a indicação da necessidade de uma parceria urgente da Prefeitura Municipal de Corumbá com a associação, já que instituição faz parte do roteiro turístico da

³⁵Disponível em: <http://www.correioddecorumba.com.br/index.php?s=noticia&id=17700>. Acesso em junho de 2015.

cidade. Entre as recomendações apontadas pelos consultores, está a possibilidade de utilizar verbas dos Fundos de Assistência Social ou Desenvolvimento Turístico para garantir a continuidade das atividades da Casa.

Ao concluir o diagnóstico, o consultor do Sebrae confirmou ser "gravíssima" a situação financeira da associação, correndo risco de encerrar suas atividades, pois "são necessárias medidas urgentes de recuperação econômica da instituição, com o objetivo de não permitir que este importante trabalho social e tradicional ponto turístico da cidade não feche suas portas". Desse modo, termina o documento assinado com data de 28 de novembro de 2014 por Cássio José Rodrigues Pereira, auditor e consultor de gestão econômico-financeira credenciado pelo sistema Sebrae.

Conforme entrevista realizada em novembro/2015 com o Diretor da Associação, a situação apontada por Muller (2005), Mariani (2010) e consultoria do Sebrae (2014) se concretizou. Desde 2012, a Associação deixou de realizar atendimento social aos menores por falta de infraestrutura adequada. Essa situação se deve à falta de recursos para regularizar sua pendência fiscal, pois qualquer iniciativa do poder público no intuito de estabelecer convênios/parcerias depende dela.

Desde 2010, o Estatuto da Casa do Massabarro precisava ser reestruturado. No primeiro semestre de 2015, após o diagnóstico apresentado pelo consultor do Sebrae em 2014, o seu diretor recebeu apoio jurídico da Prefeitura para sua adequação. O presidente afirma que o estatuto está concluído, porém faltam recursos financeiros para os demais procedimentos jurídicos como, por exemplo, o registro em Cartório.

Embora limitada por suas deficiências estruturais, as atividades realizadas pela Casa do Massabarro, atualmente, concorrem para a geração de renda a 08 artesãos (todos ex-alunos da Associação). O Diretor, contudo, almeja firmar parcerias para a obtenção de condições de resgatar a finalidade da Associação, qual seja, a de proporcionar às crianças do bairro Cervejaria um contato com a arte em cerâmica, contribuindo para a redução da vulnerabilidade a que estão expostos continuamente³⁶.

A partir da entrevista com o diretor da Casa do Massabarro foi possível identificar as seguintes dificuldades enfrentadas pela instituição: 1) a ausência de um gestor para tomar conta da parte administrativa e financeira; 2) número insuficiente de artesãos, o que, muitas vezes, impossibilita atendimento a uma demanda maior por não dispor de tempo suficiente para produção das peças solicitadas; 3) impedimento do escoamento da produção para outros estados, devido a irregularidade fiscal que impede a emissão de nota fiscal. Somando à

³⁶ Informação obtida oralmente.

situação descrita, o diretor relata ainda a problemática enfrentada com o transporte de mercadoria artesanal, pois as transportadoras se recusam a realizar esse tipo de transporte, dada a fragilidade dos produtos.

Nas dificuldades anteriormente elencadas, pode-se perceber que os empreendimentos econômicos solidários apresentam os mesmos problemas dos quais padecem os enfrentados pelas micro e pequenas empresas.

Acerca desse assunto, Rutkowski (2008, p. 2) esclarece que:

Além de dificuldades de gestão, há deficiências na comercialização dos produtos e dos serviços e de acesso a crédito para investimentos e mesmo capital de giro. Atuando no mercado capitalista, entende-se que estes empreendimentos, assim como as demais empresas, deveriam lidar com estratégias competitivas a fim de aumentar a capacidade de relacionamento e o poder de barganha com clientes, concorrentes, e fornecedores, para sobreviver. Dessa forma, as soluções para os problemas das EES seriam da mesma natureza das empresas tradicionais. Porém, não há como simplesmente transpor os instrumentos utilizados em empresas capitalistas para os EES, pois estas se baseiam em valores e formas de organização que a Economia Solidária não reconhece como válidas.

A falta de competências adequadas destes ‘empreendedores’ para lidar com conhecimentos e tecnologias, na maioria das vezes inacessíveis a eles, é apontada pela autora como a principal razão para este problema. Precisam aprender como lidar com técnicas gerenciais, tecnologias de produção, e métodos de desenvolvimento de produtos, comercialização e marketing (CASTRO, 2003). Como acrescenta Rutkowski (2008, p. 4): “Trata-se de reeducar trabalhadores formados para ser mão de obra de uma sociedade industrial [...] para torná-los empreendedores”.

Uma forma de auxiliar os empreendedores para que tenham possibilidade de inclusão no *Free Shop*, será inseri-los no processo de pré-incubação e incubação. O processo de incubação pode ser entendido como uma das formas de extensão universitária aplicada a favor da sociedade e consiste em uma troca de conhecimento entre a Universidade e a sociedade. (MATSUDA, 2010).

A proposta de incubação dos empreendimentos econômicos solidários vinculados à Universidade faz esta estender sua atuação para fora de seus muros, ampliando seu papel de servir à sociedade. Por meio de uma metodologia de acompanhamento, assistência técnica para a gestão e profissionalização e apoio na construção da autogestão os empreendimentos solidários receberão apoio a partir de suas demandas até que estejam preparados para enfrentarem sozinhos as condições do mercado.

Quanto à produção artesanal, por exemplo, com a argila, artesãos da entidade, modelam exemplares pantaneiros com riqueza de detalhes: são figuras de tuiuiús, garças

brancas, jacarés, capivaras, araras, tucanos e onça-pintada. Tem, também, a imagem de São Francisco estilizada e a imagem de Nossa Senhora do Pantanal (Figura 13).

Figura 13 – Peças de argila da Casa do Massabarro, Corumbá-MS.



Fonte: Cedidas por Enilson Campos, 2015.

A potencialidade a ser destacada, nesse caso, é a possibilidade de tornar a Casa do Massabarro um referencial em artesanato com argila voltada à temática da fauna e flora, explorando também as descobertas arqueológicas do Pantanal Sul-mato-grossense. Em outras palavras, a arqueologia³⁷ se transformará em temática e inspiração para produção de *souvenires* e réplicas que atendam a demanda específica dos turistas/visitantes. O apelo à representação cultural será efetuado por meio da arte rupestre como gravura nas peças criadas rerepresentando cenas da história regional, a exemplo do que acontece na Serra da Capivara, onde o artesanato³⁸ incorpora os valores e as heranças culturais e a história rerepresentada numa peça de *design*, como revela a figura 14.

Importante é considerar a necessidade de um planejamento específico de estruturação para aproveitamento turístico dos sítios arqueológicos locais apresentados por Peixoto e Schmitz (2013), assim como acontece no Parque Nacional da Serra da Capivara, onde "existem 105 sítios arqueológicos abertos ao visitante, a maior parte acessível por meio de

³⁷ A arqueologia é uma ciência que busca recompor uma história que não está escrita, mas que pode ser acessada pelas gerações atuais através dos vestígios deixados pelas populações antigas. (GUIMARÃES, 2012).

³⁸ Começando com vendedores ambulantes que as ofereciam a turistas em visita ao Parque, as peças hoje estão em lojas de artesanato sofisticadas, entraram em duas grandes cadeias de objetos para o lar (Tok & Stok e Caras do Brasil, do Grupo Pão de Açúcar) e começam a ser exportadas para a Europa.

rede de trilhas sinalizadas desde os acessos ao parque [...] que contam com pontos de informação e venda de produtos do Parque" (JUAN TRESSERAS, 2009, p. 47).

Figura 14: A arte rupestre como inspiração para a criação de peças em cerâmica da serra da capivara.



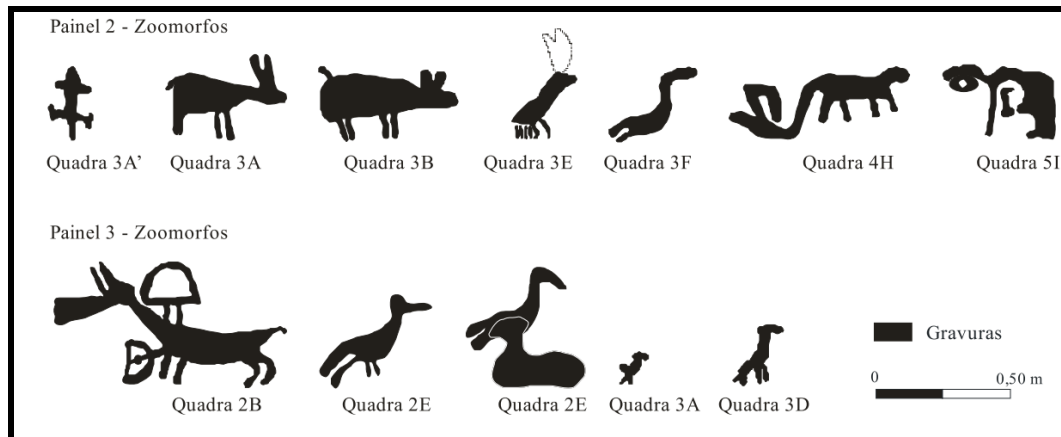
Fonte: Juan Tresseras (2009).

Dessa forma, parafraseando Guimarães (2012, p. 154), "a arqueologia permitirá, metaforicamente rerepresentar cenas de uma história que é importante não apenas para os munícipes, mas também para os 'sul-mato-grossenses' e para os brasileiros, de modo geral". Retomando Peixoto e Schmitz (2013, p. 261), "as figuras dos animais cervídeos, serpentes, tatus, quelônios e peixes [...] são símbolos compartilhados por grupos de pessoas que se identificam como parceiros de uma mesma história e representam informações construídas ao longo do tempo" (figura 15).

De acordo com seu estatuto, no Art. 2º, inciso III, a Associação Casa do Massabarro tem como um de seus objetivos principais contribuir com ações que visem à preservação do patrimônio material, imaterial e natural da região do Pantanal. Assim, a arte rupestre apresentada por Peixoto e Schmitz servirá de inspiração para a produção artesanal que refletirá na representação de "uma história repleta de informações construídas ao longo do tempo" (PEIXOTO, SCHMITZ 2013, p. 261).

Não se pretende propor a substituição das peças que são elaboradas, pelo contrário, se somadas as demais atividades, o uso da arte rupestre como inspiração para produção de peças ampliará o portfólio da Associação conferindo-lhe identidade, já que peças semelhantes as que são atualmente produzidas são encontradas em diferentes municípios do estado.

Figura 15 - Registro gráfico da fauna terrestre representada por aves, répteis, carnívoros e cervídeos.



Fonte: Peixoto, Schmitz (2013).

4.7.2 Associação de Mulheres Organizadas Reciclando o Peixe (Amor-Peixe)

A Associação de Mulheres Organizadas Reciclando o Peixe (Amor-Peixe), de acordo com Mariani e Arruda (2010), é uma entidade social e ambiental, fundada em 2003, que produz artesanato em couro de peixe (figura 16) a partir do aproveitamento do pescado. “Com criatividade, trabalho e dedicação, transformam o que antes ia para o lixo em belos produtos artesanais como: bolsas, agendas, cadernetas, chaveiros, brincos e outros acessórios” (AMOR PEIXE, 2011).

Figura 16– Peças feitas a partir do couro do peixe.



Fonte: Amor-Peixe, 2011.

A Associação, em 2010, contava com 14 mulheres associadas, em grande maioria, esposas de pescadores ou praticantes da atividade de pesca, diretamente. Em entrevista com a sua presidente se pôde apurar que houve uma redução considerável do número de membros, pois em 2015, período no qual a entrevista foi realizada, a associação contava apenas com 06 mulheres preparadas para participar da maior parte do processo de produção. A fase da costura é restrita somente àquelas que possuem conhecimento técnico para essa finalidade. No exercício de 2015, devido a problemas técnicos e de infraestrutura, não houve produção.

O ingresso na Associação foi aberto às mulheres da comunidade em geral, de 18 a 60 anos, não ficando restrita apenas a esposas de pescadores como anteriormente evidenciado por Mariani (2010). Para estarem aptas a integrarem a Associação, elas passam por um treinamento de três meses. O último mês é considerado decisivo para permanência ou não da interessada, pois é quando se precisa aprender a limpar o couro do peixe que, por ser uma tarefa árdua, provoca a desistência de várias postulantes a associação.

A Associação Amor Peixe conta, atualmente, com parcerias como a da Prefeitura Municipal de Corumbá e como a do Fundo de Investimentos Sociais (FMIS), através de convênios para recebimento de recursos financeiros que possibilitarão a continuidade de suas atividades.

Assim como ocorre na Casa do Massabarro, a Associação Amor Peixe possui dificuldades relacionadas à infraestrutura física, à falta de mão de obra e, principalmente, a problemas para aquisição do couro de peixe. Segundo a presidente, essa matéria prima não é encontrada no estado de Mato Grosso do Sul, por isso a adquirem através de um fornecedor do Paraná, entretanto, por ser perecível, o frete pago para o transporte fica muito mais caro que o valor da mercadoria.

Quanto às potencialidades da Associação Amor Peixe a serem exploradas na implantação do *Free Shop*, destaca-se o fato de que suas atividades são conhecidas e foram divulgadas fora da localidade de origem. Isto é, esta já ganhou a dimensão do “local para o global” tão desejado por muitas outras instituições. No momento, a Associação possui encomenda para remessa de produtos à França e à Holanda. Esta demanda só poderá ser atendida a partir do primeiro semestre de 2016, visto a ocorrência de problemas técnicos relacionados à mudança no código de produtos químicos usados no processo de tingimento do couro e, também, por causa da readequação da estrutura física do local.

Nas palavras de Mariani e Arruda (2010, p.14):

Um aspecto peculiar da Amor-Peixe refere-se ao fato de que suas territorialidades não se limitam ao espaço de Corumbá. Face à divulgação dos produtos confeccionados para outras localidades, a associação territorializa novos espaços a

partir de suas expressões culturais nos trabalhos artesanais, consolidando e expandindo seus territórios e, assim, suas características peculiares.

A escolha desses dois EESs, enquanto potenciais a serem acentuadamente explorados, se deu pelas razões apresentadas por Mariani e Arruda (2010, p. 16) que, ao considera-los promotores do desenvolvimento local, a partir do viés da manutenção e da consolidação das especificidades culturais, também consta a apresentação de produtos finais com forte apelo retratando e/ou simbolizando a beleza do Pantanal e de sua gente. As ações necessárias para aproveitar seus potenciais serão apresentadas como diretrizes para implantação *do Free Shop* na parte final deste trabalho.

4.8 Diretrizes para implantação de um *Free Shop* em Corumbá

A autorização para implantação de *Free Shop* em Corumbá, enquanto cidade gêmea, está longe de ter um curso de ação conclusivo, uma vez que há a necessidade de “implementação por parte da Receita Federal de sistema informatizado para controle de entrada, saída, estoque e registro e apuração das mercadorias e créditos tributários [...]” (BRASIL, 2014). Há, também, uma série de pontos críticos a serem esclarecidos não apenas para o município, mas para todos os demais contemplados pela portaria.

Em princípio, a lei 2.723/2012 surgiu no cenário brasileiro como uma possibilidade de equidade tributária em relação ao comércio praticado pelo país vizinho, mas, num segundo plano, é apontada por Fernandes (2015, p. 13) como a oportunidade para “uma ‘inversão’ perversa de papéis que possibilita ao cidadão do Estado mais pobre injetar maiores quantias de capital na praça comercial de municípios do Estado mais rico que é o Brasil”.

Isso porque não há como falar em equidade tributária quando a redução da cota, emanada pelas Portarias da RF, impõe restrições quantitativas sobre consumo sem tributação por via terrestre em país estrangeiro, diminuindo o poder de compra dos brasileiros no comércio de Puerto Quijarro e Puerto Suarez, ao contrário do que acontece no lado boliviano da fronteira. Segundo informações dadas pelo presidente da CAINCO³⁹, há a autorização do governo para que o cidadão boliviano consuma no exterior até US\$ 1000,00 com isenção de tributação.

A análise do texto contido no artigo 13 da Portaria 307/2014 revela que há um lapso de informação na lei quanto à definição de quem será o comprador nessas lojas, particularmente, quando afirma que “[...] *poderá adquirir mercadoria de loja franca de*

³⁹ Camara de Industria, Comercio y Servicio da Provincia German Bush – Bolívia.

fronteira terrestre o viajante que ingressar no País e for identificado por documentação hábil”. Embora dois agentes da RF concordem que o fronteiro do lado brasileiro se enquadrará como viajante, todas as vezes que cruzar o limite internacional, faltam esclarecimentos quanto a forma de comprovação dessa viagem, uma vez que há, diariamente, a livre circulação de pessoas nesse espaço fronteiro. Essa constatação provoca o seguinte questionamento: Qual será essa documentação hábil?

Neste contexto, serão apresentadas algumas propostas no intuito de destacar o que já se sabe sobre o assunto, com base no referencial teórico, assim como as ações que poderão ser firmadas junto a diferentes agentes territoriais envolvidos. Considerando a importância de respeitar a dinâmica presente na interação Corumbá/Puerto Quijarro em suas mais diversas interações, o intuito é o de contribuir para estudos mais detalhados acerca da implantação do *Free Shop* em Corumbá.

4.8.1 O uso das Potencialidades locais – O turismo de Pesca, de eventos e o artesanato

O turismo de pesca em Corumbá é bastante consolidado. Segundo a Fundação de Turismo do Pantanal, com dados fornecidos pela Marinha do Brasil – Capitania dos Portos, Corumbá recebe para este segmento aproximadamente 16.482⁴⁰ turistas, entre os meses de março e outubro. A busca por novas tendências para dinamizar o setor (em declínio desde os anos 90), conforme evidenciado por Paixão (2006), resultou em mudanças consideráveis nos últimos anos, a oferta de cruzeiros fluviais, por exemplo, tem provocado um crescimento do público feminino durante a temporada de pesca, logo, é marcante a presença de casais em uma atividade que era predominantemente realizada pelo público masculino.

Considerando que os cruzeiros fluviais são verdadeiros produtos da oferta turística, é importante ressaltar que os gastos com hospedagem se referem exclusivamente aos que realizam pernoite nos hotéis da cidade, antes ou depois do cruzeiro fluvial. Situação semelhante se aplica no campo de alimentação, ou seja, em decorrência da permanência nos cruzeiros fluviais não há realização de consumo nos restaurantes da cidade (CORUMBÁ, 2014).

Referente ao gasto estimado em compras na cidade, segundo dados da Fundação de Turismo, 80,27% dos turistas embarcados não adquirem produto ou serviço nos empreendimentos locais e pouco menos de 20% adquirem materiais de pesca e pequenos

⁴⁰ Montante de turistas que praticaram a pesca esportiva à bordo de cruzeiros fluviais, inclusas as embarcações de uso particular nomeadas como Esporte, Recreio e Lazer pela Marinha do Brasil.

souvenirs. Por outro lado, reconhecendo o turismo de fronteira como um componente da oferta de cruzeiro fluvial, cerca de 67% dos turistas realizam compras no país vizinho.

Nesse cenário que apontamos, o turismo de pesca, como potencialidade para a implantação do *Free Shop* em Corumbá, será mais um componente dessa oferta, assim como os empresários do setor divulgam em seus pacotes o turismo de compras na Bolívia, podem acrescentar compras no *Free Shop* em Corumbá. Desde que os diferentes agentes territoriais lutem para que o comprador não seja apenas *o viajante que ingressar no País*, conforme dispõe o Art. 13º da Portaria 307/2014 já apresentada anteriormente. Nesse ponto, será necessária a pressão da sociedade e a vontade política para mudar essa configuração já estabelecida.

Para que os empresários do setor de pesca sejam parceiros na divulgação do *Free Shop* como mais um componente de sua oferta turística, é importante que um representante da Fundação de Turismo faça parte do grupo de trabalho para “discussão, organização e criação do Plano de Ação para viabilizar a implementação de loja franca no Município” (Decreto nº 1.432/2014, anexo B). Isso porque esse representante poderá intermediar a relação entre os possíveis investidores do *Free Shop* e os diversos ofertantes do turismo de pesca nesse território fronteiriço.

De acordo com Souza *et al* (2014, p. 8), o Carnaval, o Arraial do Banho de São João e o Festival América do Sul são eventos que costumam acontecer anualmente na cidade, sendo os dois primeiros de responsabilidade da Fundação de Cultura do Município e o último de responsabilidade do governo do Estado. Estes são eventos que apresentam “oportunidades de negócios para aqueles que queiram ingressar no mercado como empreendedores, tanto no segmento gastronômico como de artesanatos”. Além disso, constituem potencialidades para a promoção do *Free Shop*, por atrair turistas nacionais e pessoas de outros países, tendo em vista que os participantes também são consumidores dos serviços turísticos quando aproveitam a ocasião para passeios e compras.

Merece destaque em relação ao turismo de eventos, o município de Paratins, divisa do Estado do Pará, que sedia, anualmente, o Festival Folclórico que, em 2015, teve sua 50ª edição. E, ao longo dos anos, tornou-se um grande evento considerado como a principal atividade econômica do município (MELO, ARAÚJO-MACIEL E FIGUEIREDO, 2015). Do mesmo modo, os eventos consolidados em Corumbá poderão, com o passar do tempo, ganhar expressividade nacional e internacional, desde que as ações para sua promoção sejam

ampliadas consideravelmente. Chaves (2015)⁴¹, durante palestra ministrada no Festival América do Sul, citou que Paratins “em três dias de evento capta recursos para o ano todo”.

Dessa forma, é explícita a necessidade de parceria entre os órgãos públicos da esfera municipal, estadual e empresários locais para fortalecimento da promoção destes eventos, através de divulgações em ações nacionais e internacionais com a realização de workshops, blogs, sites, programas de turismo em canais abertos e fechados de TV, revistas e jornais de turismo, revistas de bordo de companhias aéreas, nos moldes de como acontece com o Evento de Paratins.

Em se tratando dos empreendimentos econômicos solidários Amor Peixe e a Casa do Massabarro, estes são apontados como potencialidades porque transformam diversidade cultural em criatividade através das peças produzidas de modo artesanal. A associação Amor Peixe, por exemplo, através da parceria com a WWF–Brasil, tornou seus produtos conhecidos tanto nacionalmente como internacionalmente, pois já possui uma marca. É preciso que se consolide internamente para depois ganhar o mercado externo, o que pode ser possível com a promoção de feiras e eventos para essa finalidade.

Já na Casa do Massabarro, as peças produzidas a partir da argila retratam o Pantanal e suas belezas, contudo, diferente da Amor Peixe, embora desenvolva suas atividades a muito mais tempo que esta, como dito anteriormente, ainda não possui uma marca. Entre outras coisas, sofre com a sazonalidade das atividades turísticas e a queima praticada durante o processo de produção (abaixo dos 600° C) que não confere resistência às peças. Devido a essa fragilidade, muitas vezes, os turistas deixam de adquiri-las.

Durante a fase de coleta de dados com visita *in loco*, percebemos, em ambos os casos citados, uma série de dificuldades como: falta controle de qualidade, precariedade das instalações, limitações de equipamentos e ferramentas de trabalho, baixo rendimento e pouco acesso ao mercado comprador. Estes entraves ameaçam o desenvolvimento de um sistema de produção artesanal, por afetar elementos importantes para a competitividade de um segmento produtivo, como a capacidade empresarial, a modelagem da produção, a comercialização e o mercado (PERALTA, 2005).

Aos problemas de comercialização e de mercado, Peralta (2005) atribui os gargalos relacionados ao baixo controle do processo comercial, ao escasso conhecimento do mercado e das tendências de consumo, e à falta de inovação dos produtos. Segundo ele, a solução para

⁴¹ “Economia Criativa e Inovação como Indutores do Desenvolvimento Econômico e Social das Cidades e Comunidades” ministrada pela Pró-Reitora de Inovação da Universidade Federal do Amazonas, Profa. Dra. Maria do Perpétuo Socorro Rodrigues Chaves.

esses problemas seria investir em capacitações que tornem o artesão um empresário capaz de dissolver a resistência às mudanças, com ajustes nos processos de trabalho, e adotar uma visão sistêmica de todo o processo produtivo.

Para que tenham condições de conseguir espaço no *Free Shop* de Corumbá, os dois EES precisam compreender essa necessidade de mudança e firmar parcerias com gestores municipais e estaduais, com órgãos federais como Embrapa Pantanal e Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Para que juntos articulem políticas públicas que apoiem a inovação a ser adotada com finalidade de atrair visitantes e promover o fortalecimento da comercialização dos artesanatos ali produzidos.

Entre as ações necessárias para dar maior visibilidade a estes EES, destacam-se: 1) diagnóstico da situação local: análise da capacidade de produção: matéria-prima, máquinas/equipamentos, instalações, recursos humanos; 2) acompanhamento da situação administrativa e financeira por acadêmicos do Curso de Administração (a partir do 6º semestre) que através de parceria entre os EES e a UFMS/CPAN serão voluntários para auxiliar os diretores no processo de gestão; 3) realização de cursos de capacitação que os torne mais competitivos com base nas necessidades apontadas através do diagnóstico da situação real.

Especificamente no caso da Associação Casa do Massabarro, uma vez aceita a proposta de redirecionamento de sua produção - inspiração na arte rupestre – serão necessários cursos que abordem os seguintes temas: 1. *Patrimônio cultural*: diferenças culturais em escalas globais, nacionais e locais podendo ser realizado por órgãos responsáveis pela promoção da cultura e gestão do patrimônio; 2. *Arqueologia*: o que é arqueologia, patrimônio arqueológico brasileiro, arqueologia no Pantanal; 3. *Turismo*: noções básicas, tipos de turismo, turismo no Brasil, desenvolvimento sustentável - tripé da sustentabilidade, produto turístico, qualidade, atendimento, preço, além da apresentação de casos de sucesso que utilizam a arte rupestre na produção de artesanatos em cerâmica.

4.8.2 A importância de tornar pública todas as informações sobre *Free Shop*

Toda mudança, invariavelmente, produz dificuldades de aceitação. No âmbito das fronteiras, em especial no caso dos *Free Shops*, tal qual acontece no ambiente empresarial, é importante envolver em sua implementação todos os agentes que serão atingidos direta ou indiretamente, e não apenas esperar que estes se adaptem isoladamente a nova mudança.

Dessa forma, entre as ações pertinentes à implantação do *Free Shop* em Corumbá, inicialmente deve-se promover mobilização que busque a manutenção da cota, bem como o respeito ao Tratado de Roboré, em termos de valor aquisitivo, conforme sugerido por E-7:

Debería mantenerse el espíritu del Tratado de Roboré en términos de valor adquisitivo y el mismo valor para ambos países. Lo peor es que en Corumbá se generará mucho empleo y por lo tanto, será muy atractivo tanto para brasileños como para bolivianos ir a trabajar a Corumbá, por el contrario crecerá el desempleo en el lado boliviano.

A seguir, poderá ser promovido um encontro, através de audiência pública, com diferentes setores da comunidade como empresários, contadores, representantes de entidades, servidores públicos municipais e federais, entre outros, para participarem de uma reunião específica para debater o tema *Free Shop*. Apresentando, entre outras questões, sua definição, suas potencialidades e fragilidades e, ainda, qual o curso de ações a ser tomado para a sua implantação.

Essa ação inicial tem como objetivo ‘quebrar a resistência’ de alguns comerciantes/agentes territoriais em relação à implantação do *Free Shop* em Corumbá. Segundo Quintella (2004, p. 30) a “resistência à mudança é uma reação natural e inevitável de qualquer pessoa numa organização em relação à quebra de suas expectativas e à sensação de perda de controle”. Trazendo esse conceito para o território fronteiro, trata-se de quebra de expectativa de cidadãos que compartilham o mesmo espaço, sem contudo, pertencerem aos mesmos sistemas jurídicos e ordenamentos políticos. Robbins (2006, p. 479) afirma que "as fontes de resistência individual à mudança incluem hábito, segurança, fatores econômicos, medo do desconhecido e processamento seletivo de informações".

No território fronteiro em estudo, estas questões ganham uma dimensão bem maior, justamente por envolver “um espaço de articulação e de comunicação entre as lógicas territoriais dos dois Estados, onde as características e os processos que ocorrem em um lado da fronteira não são detidos pelo limite internacional, formando um espaço de interações transfronteiriças” (SILVA, MACHADO e RIBEIRO 2009, p. 10).

4.8.3 O desenvolvimento de estudo de viabilidade – Sugerindo um modelo de negócios.

Devido a profundidade de informações envolvidas no estudo de viabilidade da implantação de *Free Shop* em Corumbá, sugiro como base para a formatação, a utilização do modelo de negócios de Osterwalder e Pigneur (2011), identificado por CANVAS, que fornece uma visão sistêmica e holística do negócio, da direção e é flexível a mudanças. Em resumo,

esse modelo de negócios descreve as bases para uma empresa criar, proporcionar e captar valor (Anexo C).

O modelo é descrito pelos autores por meio de nove componentes básicos que identificam a lógica de como uma organização pretende gerar valor. Esses nove componentes cobrem as quatro principais áreas de um modelo de negócios, que são: cliente, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira.

A sugestão desse modelo tem como objetivo apresentar aos agentes fronteirios – os possíveis empreendedores - os aspectos que devem ser considerados na sua elaboração, mediante quatro dimensões: clientes (segmento, relacionamento e canais); oferta (proposta de valor); infraestrutura (recursos principais, atividades chave e parcerias principais) e viabilidade financeira (estrutura de custos e fontes de receita) (OSTERWALDER E PIGNEUR, 2011).

De forma sucinta, a figura 17, a seguir, apresenta cada componente, sua finalidade e perguntas-chave.

Figura 17 - Os componentes do modelo CANVAS para o *Free Shop* Corumbá

| Componentes | Perguntas Chave | Respostas |
|---------------------------------------|---|--|
| Segmentos de clientes | Quem será seu consumidor? | O viajante que ingressar no país; o cidadão boliviano; o cidadão corumbaense que na condição de fronteiroiro comprove a condição de viajante . |
| Proposta de valor⁴² | Qual valor será entregue ao cliente? Que conjunto de produtos e serviços será oferecido? | Oferecer mercadorias de qualidade nacionais ou estrangeiras com isenção total ou parcial de tributos federais ⁴³ limitados ao valor de US\$300,00 por pessoa, a cada intervalo de um mês. |
| Canais | Através de quais Canais os segmentos de Clientes serão contatados? | Venda direta ao viajante, que necessariamente deverá passar por Corumbá no momento de ingressar ou sair do Brasil. |
| Relacionamento com Clientes | Que tipo de relacionamento cada um dos segmentos de clientes espera que seja estabelecido com eles? | Deverá ser personalizado, próximo e de acordo com a regulamentação vigente. A ideia é que sua passagem pelo <i>Free Shop</i> de Corumbá seja uma experiência que lhe convide a retornar, além de torna-lo um dos principais canais de publicidade. |
| Fonte de receitas | Quais valores os clientes estão realmente dispostos a pagar? Pelo que pagarão? Como pagarão? | Venda de produtos <i>Premium</i> , nacionais ou estrangeiros, que sejam diversificados, a preços mais baixos que os praticados fora do regime, pagos em moeda nacional ou estrangeira, débito ou crédito. |
| | | |

⁴² Os valores podem ser quantitativos (ex. preço, velocidade do serviço) ou qualitativos (ex.: design, experiência do cliente, status, acessibilidade, etc.). Canvas, p. 23;

⁴³ imposto de importação (II); imposto sobre produtos industrializados (IPI), da importação para PIS/Pasep-importação e da COFINS-Importação. Guia para viajantes - Controle aduaneiro e tratamento tributário na importação e exportação de bagagens e porte de valores. Secretaria da Receita Federal, agosto 2013. Disponível em www.receita.fazenda.gov.br/aduana/viajantes.htm

| | | |
|--|--|---|
| Recursos Principais ⁴⁴ | Que recursos principais a proposta de Valor requer? Canais de Distribuição? Relacionamento com Clientes? Fontes de Receitas? | Os meios para fornecer e entregar a proposta de valor acima virá da estratégia de negócios, o que necessariamente atendam aos padrões de qualidade esperado por clientes que já sabem o que podem encontrar nessas lojas. |
| Atividades-Chave | Que atividades-chave a proposta de valor requer? Fontes de receita? | Empresas fornecedoras de roupas; eletrônicos; perfumaria; bebidas, tabacaria e comestíveis; artesanato local (EES); bijuteria e acessórios; utensílios e utilidades domésticas, brinquedos que se enquadrem dentro dos padrões internacionais exigidos para a categoria <i>Duty Free</i> em todo o mundo. |
| Parcerias principais | Quais serão os principais parceiros? | 1. <i>Para implementação:</i> Empresas públicas – Secretaria Municipal de Indústria e Comércio; Sindicato do Comércio Varejista de Corumbá - SINDVAREJO; Associação Comercial e Industrial de Corumbá - ACIC; Câmara Municipal Corumbá; Receita Federal do Brasil; Federação do Comércio do Estado de Mato Grosso do Sul – FECOMERCIO; Câmara de Industria, Comercio y Servicio da Provincia de Geraman Bush; Empresas privadas – empresas fornecedoras de mercadorias que se enquadram dentro dos padrões internacionais exigidos para a categoria <i>Duty Free</i> em todo o mundo. 2. <i>Para Divulgação:</i> Operadores turísticos de Corumbá e de Puerto Quijarro; eventos consolidados no município; revistas de bordo de companhias aéreas, etc. |
| Estrutura de Custo | Que recursos principais são mais caros? | Custos de infraestrutura e custos fixos - para impactar menos no orçamento dos possíveis empresários sugerimos a criação do selo de identificação, o que permitiria a adaptação da loja já existente para a nova proposta, bem como facilitaria a decisão por parte do concessionário sobre qual estrutura física ideal para ingresso no regime, caso não possua estabelecimento. |

Fonte: Elaborado pela autora a partir da proposta de Osterwalder e Pigneur (2011) e dados da pesquisa.

Embora pareça ousada, a referida sugestão tem como referência o trabalho desenvolvido por Sanchez (2013) que elaborou um plano de negócios para a criação de um *duty free* no passo internacional Los Libertadores, uma das principais fronteiras entre Chile e Argentina. Uma vez adotada, deve-se considerar para a definição dos nove componentes as

⁴⁴ Os recursos principais podem ser físicos, financeiros, intelectuais ou humanos. Podem ser possuídos ou alugados pela empresa ou adquiridos de parceiros-chave.

legislações específicas e as regulamentações por parte da Receita Federal do Brasil, amplamente aguardadas por todos os municípios contemplados pela Portaria 125 de 2014.

Em face de tudo o que foi discutido até aqui, apresentamos, a seguir, as considerações finais deste trabalho, as referências bibliográficas, os anexos e os apêndices.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em sentido *lato*, *Free Shop* ou *lojas francas* podem ser compreendidos “como todo o estabelecimento comercial que está situado em uma determinada área de trânsito internacional que utiliza mecanismos de isenção de taxas ou impostos conferidos pelo Estado” (PRADO, 2014, p.18).

Particularmente, em se tratando de casos de *Free Shops* de fronteira no Brasil, em 09 de outubro de 2012, houve a homologação da Lei 12.723/12 que autoriza a instalação de lojas francas em municípios da faixa de fronteira, cujas sedes se caracterizam como cidades gêmeas de municípios estrangeiros.

Enquanto cidade gêmea, o município de Corumbá já cumpriu um dos requisitos para a instalação do *Free Shop*, no dia 25 de agosto de 2015 foi publicada a Lei nº 2.498 que autoriza a instalações de lojas *Free Shops* com a finalidade de potencializar o desenvolvimento local e regional.

Esta pesquisa procurou, pois, analisar a autorização de implantação de um *Free Shop* no município de Corumbá como forma de fortalecimento do turismo e da economia solidária. Verificamos, a partir das legislações pertinentes à temática, do referencial teórico e do trabalho de campo, que os encaminhamentos necessários para a implantação desse tipo de estabelecimento no município estão além dos impedimentos ora existentes. Entre os quais citamos: 1) a falta de regulamentação de atos específicos da Secretaria da Receita Federal e 2) a implementação de um sistema de controle informatizado que dará suporte aos trâmites realizados nos *Free Shops*. Até o presente momento, a implementação dos *Free Shops* não ocorreu em nenhuma cidade gêmea brasileira contemplada pela lei, por estas continuarem aguardando a sua concretização.

De fato, como demonstrado ao longo do trabalho, a implantação de um *Free Shop* em Corumbá precisa extremo esforço para acontecer. Talvez um dos maiores entraves seja a falta de pacto territorial entre os diversos agentes territoriais com a finalidade de propiciar uma construção social acerca do *Free Shop*, suas possibilidades e desafios. O Conhecimento insuficiente da lei do *Free Shop* tanto por parte dos diferentes agentes territoriais quanto pelo grupo de trabalho criado em 2014, distanciam o município da sua real implantação.

É necessário que haja um esforço coletivo entre governo, empresários, representantes de classes sindicais e sociedade civil, considerando os fronteiriços, que detenham competência para articular, organizar e combinar experiências para que a implantação do *Free Shop* atenda as especificidades de cada território.

Concluimos que, caso não sejam consideradas as interações presentes no cotidiano do território fronteiro Brasil/Bolívia, haverá impactos negativos na implantação do *Free Shop* em Corumbá. Inicialmente, uma das situações que tem preocupado o presidente da CAINCO⁴⁵ é a questão da redução da cota de US\$ 300,00 para US\$ 150,00. Essa redução afetará diretamente as atividades comerciais do país vizinho (Bolívia), que conta com o fluxo de brasileiros para movimentá-las, pois o viajante, ao ingressar de volta ao seu país de origem (Brasil), por via terrestre, estará sujeito a essa restrição quantitativa.

O impacto da redução da cota já é visto, de modo negativo, pelo cidadão boliviano como uma ameaça que trará prejuízos as atividades comerciais de seu país, por entender que o lado brasileiro, ao contar com um *Free Shop*, será muito mais competitivo e, ainda, contará com a geração de emprego tornando-o significativamente mais atrativo tanto para brasileiros quanto para bolivianos. Em contrapartida, crescerá o desemprego no lado boliviano.

A chave para solucionar a questão, talvez seja o estreitamento das relações de complementariedades comerciais fortemente presentes nesse cotidiano fronteiro. Isto é, tornar os agentes territoriais do país vizinho integrantes do grupo de trabalho responsável por organizar as ações necessárias à implantação do *Free Shop*. Considerando, de modo conjunto, buscar soluções junto à Receita Federal para tornar sem efeito a redução da cota para compras do lado estrangeiro. A união das forças desses agentes fará com que a singularidade desse território seja levada em consideração.

Outro ponto a ser destacado é a acentuada preocupação dos agentes territoriais, do lado brasileiro, em relação a possibilidade de permitir também que o corumbaense seja comprador no *Free Shop*. Uma vez que ao cidadão boliviano, sem dúvidas, é permitida a compra, por enquadrar-se como pessoa em viagem terrestre internacional.

Conforme os dados da pesquisa de campo, os auditores da Receita Federal de Corumbá e de Santana do Livramento pressupõem que o morador do lado brasileiro ao cruzar o limite estatal - ato que o sujeita, inclusive, a outra ordem jurídica - faz, sem dúvida, uma viagem internacional. Todavia, esse pressuposto não materializa a estrutura do modelo de negócios em que definir o segmento de clientes, ou seja, quem será o consumidor do *Free Shop* é apenas uma de suas finalidades.

⁴⁵ Camara de Industria, Comercio y Servicio da Provincia German Bush - Bolívia

No caso específico da fronteira Brasil/Bolívia, entendemos que o turista ao cruzar o limite estatal, materializado pelo Posto da Receita Federal do Brasil, tecnicamente, caracteriza a ação como uma viagem internacional. Logo, os fronteiriços corumbaenses, assim como os turistas que são levados, via de regra, pelos operadores turísticos para a Bolívia, poderão comprar no *Free Shop*. Nesse caso, é preciso ter claramente definida qual será a documentação hábil que identificará esse viajante.

É importante frisar que a viabilidade para implantação do *Free Shop* em Corumbá está intimamente relacionada a essa permissão de compra ao fronteiriço, já que o aeroporto internacional de Corumbá não dispõe de fluxo de pessoas/viajantes suficientes nem mesmo para manter uma cantina/lanchonete. Mesmo considerando os turistas de pesca ou turismo de eventos, para movimentar as vendas nesses estabelecimentos, ambos apresentam suas sazonalidades, o que inviabilizaria o negócio.

Desse modo, compreendendo o comércio como uma atividade dinâmica que não conhece fronteiras, os agentes fronteiriços do lado estrangeiro poderão se apropriar da condição de complementariedade dessa fronteira para o desenvolvimento do potencial turístico boliviano, no uso do *Free Shop* como um atrativo a mais, ou seja, vender Corumbá a partir da Bolívia. Assim como os operadores turísticos do Brasil fazem em seus pacotes.

Quanto à questão de estrutura física, a única condição mencionada em regulamentação é quanto à utilização do estabelecimento exclusivamente para a venda de mercadorias ao amparo do regime, ou seja, não há regulamentação quanto a estrutura física a ser adotada. Do nosso ponto de vista, há duas possibilidades de implementação física: a) a do *Free Shop* como um shopping center – opção dos possíveis consumidores e das agências de barco hotéis e a b) dos espaços com lojas identificadas pelo selo – opção dos comerciantes corumbaenses que poderão optar pelo regime especial de tributação.

É sabido que o cliente busca a comodidade de encontrar várias lojas em um único lugar, como acontece no *Duty Free Shop* Puerto Iguazu - conhecido por seu requinte, organização e amplo espaço. Todavia, para não inviabilizar a implantação do *Free Shop* em Corumbá, o ideal será que o grupo de trabalho coordene as atividades em função da criação do selo de identificação para os estabelecimentos que aderirem ao regime *Free Shop*, como acontece em Rivera (figura 8, p. 62).

É preciso que haja mobilização para que as normativas que desconsideram a complementariedade presente no cotidiano fronteiriço sejam modificadas. Caso haja a modificação dessas normativas, a implantação do *Free Shop* no município tende a trazer acentuados benefícios para os territórios de fronteira, dentre eles, a atração de novos

investidores, gerando trabalho e renda, além da agregação de valor às atividades turísticas (de pesca, aventura, eventos), pois as pessoas, além de virem a passeio, aproveitarão a ocasião para compras de produtos com preços mais atrativos.

Pelo desenvolvimento da pesquisa e análise de entrevistas coletadas junto a agentes territoriais estrangeiros e brasileiros, podemos afirmar que outro benefício será o fortalecimento da concorrência entre estabelecimentos instalados no Brasil e na Bolívia com foco em produtos importados. Isso porque a implantação do *Free Shop* em Corumbá não fará com que o turista/fronteiriço deixe de frequentar o outro lado da fronteira, ou seja, a Bolívia por razões como procura por baixos preços, busca por variedade de produtos e, sobretudo, pela oportunidade de aproximação da diversidade cultural (gosto de estar/conhecer outro país).

Quanto aos empreendimentos econômicos solidários (EES) locais que apresentam capacidade para ofertar seus produtos em *Free Shop*, selecionamos dois em particular: a associação *Amor Peixe* e a associação *Casa do Massabarro*. A escolha desses empreendimentos foi de modo intencional, a fim de destaca-los como importantes indutores para promoção da preservação de nossos patrimônios naturais/culturais já explorados pelo turismo. Esses dois empreendimentos sofrem com a dificuldade de comercializar suas criações e, caso sejam inseridos no *Free Shop*, poderão ganhar abrangência social, cultural e econômica consideráveis, o que facilitará a promoção e a circulação de seus produtos.

O sucesso para a implantação do *Free Shop* em Corumbá não depende somente do envolvimento do grupo de trabalho que é formado por diferentes agentes territoriais, mas, sobretudo, de um planejamento eficaz de todas as ações necessárias para a sua concretização. A fim de suprir essa necessidade foi proposto o modelo CANVAS para que, de forma visual e didática, sejam apresentadas informações básicas a respeito do empreendimento ao público alvo, isto é, aos investidores.

A guisa de conclusão, dentre as limitações desta dissertação podemos citar a dificuldade em encontrar referencial específico sobre *Free Shop*, por isso, tudo que foi tratado ao longo do trabalho está relacionado às disposições legais para sua implantação. Outra dificuldade encontrada foi a falta de recursos financeiros para visita a outros lugares como os *Free Shops* em municípios estrangeiros, ou mesmo, a alguns municípios do próprio estado que também foram contemplados pela lei. Esta última ação seria direcionada à busca de informações sobre o como estão sendo conduzidas as ações que norteiam sua implantação.

Os resultados dessa pesquisa apontam ainda para a necessidade de novos estudos que acompanhem o percurso da dinâmica para implantação do *Free Shop* em diferentes estados,

apresentando semelhanças e diferenças na forma de organizar as ações que de fato permitirão sua concretização. Por essa razão, entendemos que muitas discussões ainda serão levantadas a respeito do tema, contudo, fica registrada nessa dissertação algumas reflexões sobre as possibilidades de um *Free Shop* aos moldes do proposto pela Lei nº 12723/2012 num município brasileiro fronteiriço.

REFERÊNCIAS

ALLIS, Thiago. **Considerações sobre turismo de compras nas fronteiras brasileiras.** O caso de Pacaraima (RR) e Santa Elena de Uairén (Venezuela). Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL. Universidade de Caxias do Sul, RS, Brasil, 2008.

ALMEIDA PRADO, Henrique Sartori. **Lojas francas, a fronteira e as perspectivas para as cidades gêmeas brasileiras.** Disponível em:
<http://scholar.google.com.br/scholar?hl=ptBR&q=lojas+francas%2Ca+fronteira+&btnG=&lr>
 Acesso em 18/08/2015.

ALVES, E. L. P; FERRAZ, G. A. V.; OLIVEIRA, M. A. M. **O Turismo e a Fronteira, uma breve discussão.** In: COSTA, G. V. L.; OLIVEIRA, M. A. M e SIQUEIRA, K. M. (Orgs.). *Fronteiras: Conflitos, Integração e Políticas Públicas.* Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 2011.

AMARAL, J. H. F. **Feira dos Importados com produto turístico de Brasília.** E-Revista Facitec, v.2 n.2, Art.6, dezembro 2008.

AMOR-PEIXE: **Modelo de Desenvolvimento Sustentável.** WWF - Brasil, Brasília, Projeto BR, 2011.

ARRILAGA, José I: **Introdução ao estudo do turismo.** Rio de Janeiro, Editora Rio, 1976, 309p.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CIMENTO PORTLAND (ABCP). **Guia básico de utilização do cimento portland.** 7 ed. São Paulo, 2002. 28p.

BANDUCCI JUNIOR, Álvaro: **Turismo e fronteira: integração cultural e tensões identitárias na divisa do Brasil com o Paraguai** p. 10 e 11 Revista Eletrônica EXAMĀPAKU V. 07 – N. 02. Agosto/2014. Disponível em: <http://revista.ufr.br/index.php/examapaku>. Acesso em agosto/2015.

BASUALDO, Patrícia; COSTA, Edgar Aparecido da. **Cultura e Patrimônio na Perspectiva das Fronteiras.** In: Revista *Fronteiras: Conflitos, Integração e Políticas Públicas.* Campo Grande: Editora UFMS, 2011.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo.** São Paulo: Senac, 2003.

BENTO, Fábio Régio. **Fronteiras, significado e valor-A partir do estudo da experiência das cidades gêmeas de Rivera e Santana do Livramento.** *Conjuntura Austral*, v. 3, n. 12, p. 43-60, 2012.

BRASIL. Casa Civil. Subchefia para assuntos jurídicos. Decreto Lei nº 1.455, de 7 de abril de 1976.

_____. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo - Marcos Conceituais.** Brasília: Ministério do Turismo, 2006.56 p.

_____.Ministério da Fazenda. **Portaria MF nº 440, de 30 de julho de 2010.**

_____. Grupo de Trabalho Interfederativo de Integração Fronteiriça. **Bases para uma Proposta de Desenvolvimento e Integração da Faixa de Fronteira**. Brasília: GTIIF, 2010.

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

_____. Ministério da Integração Nacional. **Portaria 125 de 21 de março de 2014**. Republicada em 26 de março de 2014. Brasília.

_____. Ministério da Fazenda. **Portaria MF nº 307 de 17 de julho de 2014**. Brasília.

_____. Ministério da Fazenda. **Portaria MF nº 320, de 22 de julho de 2014**. Brasília.

_____. Ministério da Fazenda. **Portaria MF nº 415, de 26 de junho de 2015**. Brasília.

_____. RECEITA FEDERAL. **Loja franca em Fronteira Terrestre**, março/2014. Disponível em www19.senado.gov.br/sdleg-getter/public/getDocument? Acesso em julho de 2015.

BRITTS, Joyce Karoline; COSTA, Edgar Aparecido da. Diálogo e desenvolvimento territorial. In: COSTA, Edgar Aparecido da; SILVA, Giane Aparecida Moura; OLIVEIRA, Marco Aurélio Machado de (Org.). **Despertar para a fronteira**. Campo Grande: Ed. UFMS, 2009. p. 161-180.

CAMMARATA, Emilce Beatriz. **Misiones: Turismo, paisaje en la frontera con Paraguay y Brasil**. acd. ufrj. br/gruporetis/pdf/Cammarata. pdf. En 18/02, 2010. Acesso em julho de 2015.

CANDIOTTO, L. Z.; SANTOS, R. A. dos. Experiencias geográficas em torno de uma abordagem territorial. In: SAQUET, M. A.; SPOSITO, E. S. (Org.). **Territórios e territorialidades: teorias, processos e conflitos**. São Paulo: Expressão Popular, 2009. p. 315-340. (Geografia em Movimento).

CARA, R.B. (1996). El Turismo y los Procesos de Transformacion Territorial. In: RODRIGUES, A. (org.). *Turismo e Geografia: Reflexões teóricas e enfoques regionais*. HUCITEC, São Paulo: 86-93.

CARNEIRO FILHO, C. P.; SEVILLA, G. G.; AVILA, R. I. **Faixa de Fronteira do Rio Grande do Sul: economia, infraestrutura e gestão do território**. Textos para Discussão FEE, v. 107, p. 1-28, 2012.

CARVALHO, Élcio Aparecido. 100 ANOS DE FOZ DO IGUAÇU: A IMPORTÂNCIA DA CIDADE PARA O MERCOSUL. **Revista Orbis Latina**, v. 5, n. 1, 2015.

CASTRO, F.B., **Diversificação de produtos e competitividade: o caso de uma pequena indústria de autogestão**. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) Programa pós-graduação em Engenharia de Produção, COPPE/UFRJ. 2003.

CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos. **Fronteiras e Turismo: Tensionando Conceitos**. IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL. Caxias do Sul, 7-8/07/2006.

CAVALCANTE, J. S. **Venezuela no Mercosul: Turismo e Região de Fronteira em Roraima**. Examãpaku (Boa Vista), v. 7, p. 3-17, 2014.

CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. São Paulo: Cortez, 2001.

CLEMENTE, Claudelir Correa. **Etnografia da Tríplice Fronteira: Primeiras aproximações**. Horizonte Científico, v. 5, n. 2, 2011.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. Teixeira; SILVA, Sylvio C. Bandeira de Melo: **Turismo e geografia: abordagens críticas** - (- 2005)

CORUMBÁ. **Lei nº 2.498, de 25 de Agosto de 2015**. Dispõe sobre a instalação de lojas *Free Shops* no Município de Corumbá-MS como mecanismo de desenvolvimento local e regional.

_____. **Decreto nº 1.432, de 21 de outubro de 2014**. Dispõe sobre a criação do Grupo de Trabalho para discussão, organização e criação do Plano de Ação para Implementação de Loja Franca em Fronteira terrestre. Publicado no Diário Oficial em 22/10/2014.

_____. **Pesquisa de demanda e movimentação econômica do turismo de pesca esportiva embarcada de Corumbá - Mato Grosso do Sul**. Observatório de Turismo. Fundação de Turismo do Pantanal, 2013.

COSTA, E. A. **Ordenamento territorial em áreas de fronteira**. In: OLIVEIRA, M. A. M. (Org.). Seminário de estudos fronteiriços. 1. ed. Campo Grande: Editora da UFMS, 2009.

_____. Mexe com o que? Vai pra onde? Constrangimentos de ser fronteiriço. In: COSTA, E.A.; COSTA, G.V.L.; OLIVEIRA, M.A.M.. (Org.). **Fronteiras em foco**. 1ed.: , 2011, v. 1, p. 131-147.

COSTA, Edgar Aparecido. FIGUEIREDO, Nilze de Paula, SILVA, Aguinaldo. **Fronteira: limite ou potencialidade para as práticas do turismo?** II Seminário de Estudos Fronteiriços. Corumbá, MS: ed. UFMS, 2010.

CRUZ, S.H.R. **Turismo, Fronteira e Desenvolvimento na Pan-Amazônia**: Trajetórias entre Brasil e Guiana Francesa. Tese - Universidade Federal do Pará, Desenvolvimento Ambiental, Núcleo de Altos Estudos da Amazônia. Belém. 2010.

CURY, Mauro José Ferreira. **Territorialidades transfronteiriças do Iguassu (TTI): Interconexões, Interdependências e Interpenetrações nas cidades da Tríplice Fronteira - Foz do Iguaçu (BR), Ciudad Del Leste (PY) e Puerto Iguazú (AR)**. 2010. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

DALLABRIDA, Valdir Roque. **A Gestão Social dos Territórios nos Processos de Desenvolvimento Territorial: Uma Aproximação Conceitual**. Sociedade, Contabilidade e Gestão, Rio de Janeiro, V.2, n2, segundo semestre de 2007.

DORFMAN, Adriana e FRANÇA, Arthur Borba Colen. **Espaço e Segurança Pública na Fronteira Gaúcha**. Revista Geonorte, Edição Especial 3, V. 7, N.1, p.1095-1115, 2013.

DORFMAN, Adriana. **Fronteira e contrabando em Santana do Livramento (BR)-Rivera (UY)**. Boletim Gaúcho de Geografia, v. 32, n. 1, 2007.

FERNANDES, Roberto Mauro da Silva. Cotidiano fronteiriço versus deliberações de estado: aniquilamento de classe e desentrosamento (s) de governança na zona de fronteira brasil/bolívia. **Revista Pegada**, v. 16, n. 1, 2015.

FERREIRA, Gisele Elaine da Silva; TAVARES, Maria Goretti da Costa. Turismo de Fronteira: Em Criação e Construção. Disponível em: <http://www.anppas.org.br/encontro6/anais/ARQUIVOS/GT1-766-503-20120715114502.pdf> Acesso em: 07 de novembro de 2015.

FIGUEIREDO, Nilze de Paula. **Produção do espaço e potencialidades do turismo na área urbana da fronteira Brasil-Bolívia**. 2010. Dissertação (Mestrado em Estudos Fronteiriços) - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus do Pantanal, Corumbá - MS.

FIGUEIREDO, S. L.; TAVARES, A. E. P. *Mestres da Cultura*. Belém: Editora da UFPA, 2006.

GODOI, Christiane K. *et al.* **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: Paradigmas, Estratégias e Métodos**. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

GODOY, Arilda Schmidt. **Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais**. Revista de administração de empresas, v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995.

GUIMARÃES, Adriana Meiking. **Aproveitamento turístico do Patrimônio arqueológico do município de Iranduba, Amazonas**. 2012. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

HAESBART, R. **Território e Multiterritorialidade: um debate**. GEOgraphia, ano IX, n.17, p.19-46, 2007.

HOUSE, J.W. The frontier zone: A conceptual problem for policy maker. **International Political Science Review**, v. 1, n.4, 1980. P. 456-477. In SABATEL, V. Oliveira. COSTA, E. A. **Considerações sobre o ordenamento territorial em áreas rurais fronteiriças**. UNIOESTE, V. 8, N.9, 2013.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 2 ed. rev. E ampl. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003

JUAN TRESSERAS, Jordi (Org.). Turismo arqueológico no Parque Nacional Serra da Capivara (Piauí-Brasil)/Editora IABS - Instituto Ambiental Brasil Sustentável/Rede de Patrimônio, Turismo e Desenvolvimento Sustentável(Ibertur)/Agencia Espanhola de Cooperação Internacional para o Desenvolvimento (Aecid)/Ministério do Turismo (MTUR-Brasil) - Brasília, DF. BRasil: 2009.

KLEINSCHMITT, Sandra Cristiana; AZEVEDO, Paulo Roberto; CARDIN, Eric Gustavo. "A **tríplice fronteira internacional entre Brasil, Paraguai e Argentina**: contexto histórico, econômico e social de um espaço conhecido pela violência e pelas práticas ilegais." Revista Perspectiva Geográfica 8.9 (2013): 1-22.

KUKIEL, E.D.G.; COSTA, E. A.; BENEDETTI, A. G.. Fronteira Brasil-Bolívia: A construção histórica dos relacionamentos comerciais entre Corumbá e Puerto Quijarro. In: V Seminário em Estudos Fronteiriço, 2015, Corumbá. V SEMINÁRIO DE ESTUDOS FRONTEIRIÇOS. Campo Grande: Editora UFMS, 2015. v. 1. p. 1-12.

LEITE, Nathália Körössy. **Turismo e Território: Um estudo sobre a Turistificação de Portimão (Algarve/Portugal) a partir da Geografia do Turismo**. 2008. Tese de Doutorado

LEOTI, Alice et al. **Turismo de Fronteira: o Caso das Cidades gêmeas do RS**. Revista Inllecter. Ano XI V. XI, N.21, Julho/Dez 2014, RJ

LIMA, Fernando Raphael Ferro. **Desenvolvimento regional na fronteira Foz do Iguaçu/BR - Ciudad Del Este/PY**. Tese de Doutorado, UFPR: Curitiba, 2011.

LUCENA, Marta Gomes. **Territorialidade de fronteira: uma contribuição ao estudo da questão fronteiriça Brasil-Uruguaí no contexto MERCOSUL**. 2011. Tese (doutorado em Ciências Humanas e Sociais). Universidade Rural do Rio de Janeiro – RJ.

MACHADO, Lia Osório et al. **O desenvolvimento da faixa de fronteira: uma proposta conceitual-metodológica**. In: Tito Carlos Machado de (org). Território sem limites: estudos sobre fronteiras. Campo Grande, MS: UFMS, 2005, p. 87-112.

MACHADO, Lia Osório. **Cidades na fronteira internacional: conceitos e tipologia**. In: Nuñez, Ángel, et al. (orgs.) Dilemas e diálogos platinos: fronteiras. Dourados: Ed. UFGD, p. 59 – 72, 2010.

MARIANI, Milton Augusto Paquotto; ARRUDA, Dyego de Oliveira. **Território, territorialidades e desenvolvimento local: um estudo de caso dos empreendimentos econômicos solidários de Corumbá/MS**. In: 48º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural-SOBER. Anais... Campo Grande, MS. 2010.

_____. **A economia solidária como elemento fomentador do desenvolvimento local de Corumbá/MS/Brasil face à inserção dos pescadores artesanais na atividade do turismo**. Universidade Federal do Mato Grosso do Sul – UFMS, 2011.

MARIANI, M. A.; FISCHER, R. M. As territorialidades de Empreendimentos Econômicos Solidários (EES) no contexto de um sistema produtivo do turismo: um estudo de caso em Corumbá (MS). **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v.7, n.2, maio/jul 2014, pp.412-433.

MARTINS, Sérgio Ricardo Oliveira. **Corumbá e Puerto Suárez, Fronteira e Interações a Escala Humana**. In COSTA, E. A.; COSTA, G. V. L.e OLIVEIRA, M. A. M (Orgs). Estudos Fronteiriços. Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 2010.

MATSUDA, Patricia Mari. Incubação de Cooperativas Populares e Extensão Universitária: o Caso da INCOOP – Incubadora Regional de Cooperativas Populares Universidade Federal de São Carlos. Disponível em: http://www.simpoi.fgvsp.br/arquivo/2011/artigos/E2011_T00472_PCN36197.pdf. Acesso em maio/2016.

MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 2005.

MELO, J.J.M.;ARAÚJO-MACIEL, A.P; FIGUEIREDO, S.J.L. Eventos Culturais como estratégia de fomento do turismo: análise do Festival Folclórico de Paratins (AM). **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v. 8, n.2, mai/ago2015, pp.251-272.

MORAES, Adriana Gomes. **TURISMO DE EVENTOS. Un análisis del impacto económico en el comercio de la ciudad de Barretos (Brasil) durante la fiesta del peón rural. Estudios y Perspectivas en Turismo. Volumen 21 (2012) pp. 1594-1608.**

MOURA FILHO, J. L. **Multiterritorialidade em regiões transfronteiriças**: estudo de duas cidades gêmeas na fronteira Brasil/Uruguai, Tese doutorado Ano de obtenção: 2010.

MULLER, Karla Maria. Espaços conurbados de fronteiras nacionais:" leituras" de jornais locais. **Intexto: revista do mestrado da comunicação UFRGS. N. 12 (2005),[10 f.]**, 2005.

MULLER, Rosângela Carla de Oliveira. Artesanato regional: Casa do Massa Barro/Rosângela Carla de Oliveira Muller; orientação, Aparecido Francisco dos Reis.2005.88f.+anexos. Dissertação (Mestrado) – Universidade Católica Dom Bosco, 2005.

OLIVA, Elisângela Sienna da Costa. **Estudo sobre a demanda hoteleira em Corumbá – MS**: Uma análise em períodos de eventos turísticos, 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, *Campus do Pantanal*, Corumbá- MS.

OLIVEIRA, Érica dos Santos. COSTA, Edgar Aparecido da. **Arranjo Espacial da "Feirinha Boliviana"**, Em Arroyo Concepcion (BO).UFMS, 2008.

OLIVEIRA, Tito Carlos Machado de. **Tipologia das relações fronteiriças: elementos para o debate teórico-prático**. In: OLIVEIRA, Tito Carlos Machado de. (org.) Território sem limites: estudos sobre fronteira. Campo Grande: Editora UFMS, p.377- 408. 2005.

_____. **Os elos da integração: o exemplo da fronteira Brasil-Bolívia**. In: OLIVEIRA, M. A. M; COSTA, E. A. (Orgs). Seminário de estudos fronteiriços. 1. ed. Campo Grande: Editora da UFMS, 2009.

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL PARA LAS MIGRACIONES. **Módulo I – Gestión de fronteras**: Gestión fronteriza integral em la subregión andina. Lima: Impreso em WR, 2012, 84p.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. *Business model generation* - Inovação em Modelos de Negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

PAIXÃO, Roberto Ortiz. **Turismo na Fronteira, identidade e planejamento de uma região**. Série Fontes Novas. Campo Grande-MS: Ed. UFMS, 2006.

PEIXOTO, J. L. S.; SCHMITZ, P. I. . A Arte Rupestre do Caracará, Pantanal, Brasil. *Clio. Série Arqueológica* (UFPE), v. 6, p. 237-263, 2013.

PERALTA, Juan Ahumada. Desarrollo del Sector Artesanal. In: VERGARA, Patrício (Coord).*Desenvolvimento Econômico Territorial e Emprego-Documento de Base: II Seminário Internacional DETE*. Fortaleza: DETE-ALC, 2005. p. 211-227.

POLON, Luana Caroline Künast. **A fronteira do consumo: relações transfronteiriças entre Foz do Iguaçu (BR) e Ciudad del Este (PY)**.Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Campus de Marechal Cândido Rondon, 2014.

PRADO, H.S.A. **Lojas francas, a fronteira e as perspectivas para as cidades gêmeas brasileiras**. In: V Seminário Internacional América Platina, 2014, Dourados. Anais do V Seminário Internacional América Platina. Dourados: VSAP, 2014. v. 1. p. 1-26

QUINTELLA, H. M. **Gestão da mudança**. Rio de Janeiro: Suma Econômica, 2004

RABOSSI, F. **Dimensões da espacialização das trocas: a propósito de mesiteros e sacoleiros em Ciudad del Este.** Ideação. Revista do Centro de Educação e Letras, Foz do Iguaçu, v. 6, n. 6, p.151-176, 2004.

_____. **Nas ruas de Ciudad Del Este.** Vidas e Vendas num mercado de Fronteira. Tese de Doutorado apresentada ao PPGAS/Museu Nacional/UFRJ. 2004.

RAFFESTIN, Claude. **A Ordem e a Desordem. Ou os paradoxos da fronteira.** Trad. Cleonice Le Bourlegat e Renato L. Sproesser. In: COSTA, E. A; SILVA, G. A. M;

RIBEIRO, Letícia Parente. Zonas de Fronteira Internacionais na Atualidade. **Uma discussão.** Rio de Janeiro. UFRJ, 2002.

RIGATTI, Décio; BRAGA, Andréa C.; RICKZIEGL, Daniela. *Categorias de comércio na fronteira sul do Brasil.* Santana do Livramento/BR e Rivera/UY. **II Colóquio Internacional sobre comércio e cidades:** uma relação de origem. São Paulo, 17 a 19 de março de 2008.

RIGHI, Vinicius Madruga; SOUZA, Alessandro Vasconcelos; VASCONCELLOS, Cesar Odilon da Silva. As tentativas de desenvolvimento de regiões de fronteira através de legislações que visam à exportação para países vizinhos nas cidades de fronteira do Rio Grande do Sul. **Caderno Organização Sistêmica**, v. 1, n. 1, p. 8-30, 2012.

ROBBINS, S. P. **Mudanças e perspectivas.** São Paulo: Saraiva, 2006.

ROSEIRA, Antonio Marcos. Foz do Iguaçu: cidade rede sul-americana. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Universidade de São Paulo, p. 171, 2006.

RUTKOWSKI, J. E. Sustentabilidade de empreendimentos econômicos solidários: como garantir?. In: **XXVIII ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO:** A integração de cadeias produtivas com a abordagem da manufatura sustentável. Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 13 a 16 de outubro de 2008. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2008_TN_STO_079_550_10921.pdf

SACK, Robert. *Human territoriality: its theory and history.* Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

SANTOS, M. **Território, territórios: ensaio sobre o ordenamento territorial.** Lamparina. Rio de Janeiro, 2007.

SAQUET, Marcos Aurélio. **Abordagens e concepções sobre território.** 3ª ed. São Paulo: Outras Expressões, 2013.

SAQUET, Marcos Aurélio. **Por uma geografia das territorialidades e das temporalidades:** uma concepção multidimensional voltada para a cooperação e para o desenvolvimento territorial. São Paulo: Outras Expressões, 2011. p.128.

SAQUET, Marcos Aurélio; SPOSITO, Eliseu Savério. **Territórios e territorialidades:** teorias processos e conflitos. São Paulo, SP. Expressão Popular. Ed. UNESP, 2009. 365 p. (Geografia em movimento).

SAQUET, Marcos Aurélio. **Por uma abordagem territorial. Territórios e territorialidades: teorias, processos e conflitos.** São Paulo: Expressão Popular, p. 73-94, 2009.

SEBRAE/MS. Mato Grosso do Sul Sem Fronteiras. **Características e interações Bolívia, Brasil, Paraguai/** [organização SEBRAE/MS]. 1ª edição. Campo Grande,MS: VISÃO: SEBRAE/MS, 2010.

SILVA, G. A. M; SIQUEIRA, K. S. M; OLIVEIRA, M. A. M. Uma Cidade Fronteiriça: Duas Moedas do Mesmo Lado. In: COSTA, E. A; SILVA, G. A e OLIVEIRA, M. A. M; (Orgs). **Despertar para a Fronteira.** Campo Grande: Editora da UFMS, 2009.

SILVA, Luis Paulo Batista da; MACHADO, Lia Osório; RIBEIRO, L.P. Fronteira Brasil-Bolívia: interações e características do espaço fronteiriço. Anais do 12º Encontro de geógrafos de América Latina, 2009, Montevideo.

SILVA, Luis Paulo Batista da. **A geografia das cidades gêmeas de Corumbá (Brasil) e Porto Suárez (Bolívia):** Interações espaciais na zona de fronteira Brasil - Bolívia, 2012.

SILVA, Tiago Venancio da; PRADO, Henrique Sartori de Almeida. **Lojas francas na fronteira:** breves apontamentos sobre a Lei nº. 12.723/2012. Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós- Graduação Stricto Sensu em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.9, n.1, 1º quadrimestre de 2014.

SILVA, Heliana Marinho da. Por uma teorização das organizações de produção artesanal: habilidades produtivas nos caminhos singulares do Rio de Janeiro. 2006. Tese de Doutorado.

SOUZA, Marcelo Lopes de. **O Território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento.** In, CASTRO, Iná E. GOMES, Paulo César da C. CÔRREA, Roberto Lobato. Geografia: Conceitos e Temas . Rio de Janeiro. Bertand Brasil, 2005, p. 77-116.

SOUZA, Celina. **Estado da arte da pesquisa em políticas públicas.** In: HOCHMAN, Gilberto (Org.) Políticas Publicas no Brasil. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2007.

SOUZA, Edson Belo Clemente de. **Territórios turísticos na fronteira do Brasil e o Paraguai:** uma regionalização do planejamento. In. COSTA, E.A; OLIVEIRA, M.A.M. Seminário de estudos fronteiriços. Campo Grande: Ed. UFMS, 2009, p. 145-168.

SOUZA, Roosiley dos Santos; SILVEIRA, A.; ESPÍRITO SANTO, Michelle Oliveira; NASCIMENTO, S.. Vendedores Ambulantes e o modelo de CAIRD (1991): Tendência Empreendedora Geral TEG. In: EGEPE, 2014, Goiânia. VIII EGEPE, 2014.

SPADA, Anaize. Turismo e eventos: uma análise sobre a gestão dos Festejos Farroupilhas de Caxias do Sul-RS. Revista de Turismo Contemporâneo, v. 1, n. 1, 2014.

STEIMAN, R; MACHADO, L. (2002) **Limites e fronteiras internacionais:** uma discussão histórico-geográfica. Disponível em: <<http://www.igeo.ufrj.br/fronteiras>> Acesso em: 17 de jul. 2013.

TRIGO, Luiz G. G. **Turismo e Qualidade: Tendências Contemporâneas.** 5.ed. Campinas, SP: Papyrus, 1993.

WAHAB, Salah – Eldin Abdel. **Introdução à administração do turismo:** alguns aspectos estruturais e operacionais do turismo internacional: teoria e prática. 3 ed. São Paulo: Pioneira, 2002.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 3. ed. Tradução Daniel Grassi. São Paulo: Bookman, 2005.

ANEXOS

Anexo A - Lei nº 2.498, de 25 de Agosto de 2015. Dispõe sobre a instalação de lojas *Free Shops* no Município de Corumbá-MS como mecanismo de desenvolvimento local e regional.

http://www.corumbamato.gov.br

DIOCORUMBÁ



DIÁRIO OFICIAL DO MUNICÍPIO DE CORUMBÁ, MATO GROSSO DO SUL

Ano IV • Edição Nº 768 • Quarta-feira, 26 de Agosto de 2015

PARTE I • PODER EXECUTIVO

GABINETE DO PREFEITO

LEI Nº 2.498, DE 25 DE AGOSTO DE 2015

Dispõe sobre a instalação de lojas Free Shops no Município de Corumbá-MS como mecanismo de desenvolvimento local e regional.

O PREFEITO MUNICIPAL DE CORUMBÁ Faça saber que a Câmara Municipal de Corumbá aprovou e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Fica autorizada a instalação de lojas Free Shops no Município de Corumbá-MS, conforme previsto na legislação Federal 12.723 de 9 de outubro de 2012 com a finalidade de potencializar o desenvolvimento local e regional.

Parágrafo único. O Município deverá observar os regramentos e diretrizes previstas na Lei Orgânica Municipal e Plano Diretor Participativo como princípios básicos para a realização da expedição de alvará de funcionamento aos estabelecimentos comerciais denominados Free Shops.

Art. 2º A presente Lei permite que a Receita Federal e demais organismos de fiscalização e regulamentação da legislação Federal das esferas Federal e Estadual prospectem a instalação de lojas francas no território municipal em consonância com as legislações municipais existentes.

Art. 3º O Município constituirá Grupo Técnico juntamente com as entidades empresárias para trabalhar na elaboração de legislações municipais específicas para a regulamentação dos Free Shops no que diz respeito ao horário comercial de funcionamento, zoneamento das localidades propícias para instalação de Free Shops e análise de projetos de grande porte que por ventura surgirem no processo de implantação.

Art. 4º (VETADO)

Art. 5º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Corumbá, 25 de agosto de 2015.

PAULO DUARTE
Prefeito Municipal

DECRETO Nº 1.558, DE 25 DE AGOSTO DE 2015

Nomeia membros da Mesa Municipal de Negociação Permanente do SUS do Município de Corumbá-MS.

O PREFEITO MUNICIPAL DE CORUMBÁ, Estado de Mato Grosso do Sul, no uso das atribuições que lhe são conferidas o inciso VII do art. 82, VII da Lei Orgânica do Município de Corumbá, e em conformidade com a Lei nº 2.414, de 17 de julho de 2014,

DECRETA:

Art. 1º Ficam nomeados os membros da Mesa Municipal de Negociação Permanente do SUS do Município de Corumbá-MS para Biênio 2015/2017, com representantes dos seguintes segmentos:

REPRESENTANDO OS TRABALHADORES EM SAÚDE

| TITULARES | |
|--------------------------|---|
| Representante | Entidade |
| Riad Ali Hamie | Associação Médica de Corumbá - AMC |
| Ivan Espinosa Coelho | Sindicato dos Técnicos e Auxiliares em Radiologia Empresas Públicas e Privadas no Estado de Mato Grosso do Sul - SINTERMS |
| Jesomar Pereira de Souza | Sindicato dos Trabalhadores na Área de Enfermagem do Estado de Mato Grosso do Sul - SIEMS |
| Marcelene Bastos | Sindicato dos Servidores e Funcionários do Município de Corumbá - SIMCOR |

SUPLENTES

| Representante | Entidade |
|--------------------------------|---|
| Fabiane Ohara Ramires | Sindicato dos Psicólogos de MS - SINPSI - MS |
| Emrane Ribeiro Lopez | Sindicato dos Agentes Comunitários de Saúde e Endemia de Corumbá/SINDAÇSE |
| Tatiana da Silva Santos Mattos | Sindicato dos Trabalhadores na Área de Enfermagem do Estado de Mato Grosso do Sul - SIEMS |
| Nely Ramona da Costa Santos | Sindicato dos Servidores e Funcionários do Município de Corumbá - SIMCOR |

Anexo B - Decreto nº 1.432, de 21 de outubro de 2014. Dispõe sobre a criação do Grupo de Trabalho para discussão, organização e criação do Plano de Ação para Implementação de Loja Franca em Fronteira terrestre. Publicado no Diário Oficial em 22/10/2014.

**ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL - PREFEITURA MUNICIPAL DE
CORUMBÁ GABINETE DO PREFEITO**

DECRETO Nº 1.432, DE 21 DE OUTUBRO DE 2014

Dispõe sobre a criação do Grupo de Trabalho para discussão, organização e criação do Plano de Ação para Implementação de Loja Franca em fronteira terrestre.

O PREFEITO MUNICIPAL DE CORUMBÁ, Estado de Mato Grosso do Sul, na forma autorizadora do art. 82, VII da Lei Orgânica do Município de Corumbá,

Considerando a Portaria do Ministério de Estado da Fazenda nº 307, de 17 julho de 2014 que dispõe sobre a aplicação do regime aduaneiro especial de loja franca em fronteira terrestre;

Considerando que o Município de Corumbá foi identificado como cidade gêmea de cidade estrangeira na linha de fronteira do Brasil;

Considerando que para instalação da loja franca é necessário a existência de Lei Municipal que a autorize,

DECRETA:

Art. 1º Fica constituído o Grupo de Trabalho para discussão, organização e criação do Plano de Ação para viabilizar a implementação de loja franca no Município de Corumbá.

Art. 2º O Grupo de Trabalho terá a seguinte composição:

I – um representante da Secretaria Municipal de Indústria e Comércio, na qualidade de coordenador;

II – um representante do Sindicato do Comércio Varejista de Corumbá – SINDVAREJO;

III – um representante da Associação Comercial e Industrial de Corumbá – ACIC. Art. 3º O Grupo de Trabalho poderá ser composto, ainda, por representantes das seguintes instituições convidadas:

I – um representante do Poder Legislativo Municipal;

II – um representante da Agência Fazendária Estadual (AGENFA);

III – um representante da Receita Federal do Brasil;

IV – um representante do Departamento de Polícia Federal;

V – um representante da Federação do Comércio do Estado de Mato Grosso do Sul (FECOMERCIO);

VI – um representante da Federação das Associações Comerciais do Estado de Mato Grosso do Sul (FAEMS);

VII – um representante da Camara de Industria, Comercio y Servicio da Provincia German Bush – Bolívia.

Art. 4º Os integrantes do Grupo de Trabalho indicados nos incisos do art. 2º e os convidados mencionados nos incisos do art. 3º poderão ser substituídos nas suas ausências ou impedimentos por pessoas designadas pelo titular da pasta ou por seu representante legal.

Art. 5º Compete ao grupo de trabalho para discussão, organização e criação do Plano de Ação Implementação de Loja Franca:

I – realizar reuniões com os representantes das instituições e órgãos envolvidos;

II – propor atribuições às instituições e órgãos envolvidos;

III – realizar estudos para avaliar a viabilidade de instalação de loja franca;

IV - discutir e criar o Plano de Ação para implementação de loja franca;

V – propor formas de execução após a conclusão do Plano de Ação;

Art. 6º O prazo para conclusão dos trabalhos do grupo é de 1 (um) ano a contar da data de publicação deste Decreto.

Art. 7º A designação dos membros não implica ônus ou vínculo com a Administração Pública, nem quaisquer outros direitos contra o Município, sendo sua prestação considerada serviço público relevante.

Art. 8º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Corumbá, 21 de outubro de 2014.

PAULO DUARTE

Prefeito Municipal

Publicado no Diário Oficial

22/10/2014

APÊNDICES

APÊNDICE A – ROTEIRO ENTREVISTA – DIVERSOS AGENTES TERRITORIAIS

Dados do entrevistado

Representante: _____

Local: _____

Função/Cargo: _____

1. Criada em 25/08/2015 a Lei 2.498/15 autoriza a implantação de *Free Shop*/ lojas francas no município com a finalidade de promover o desenvolvimento local e regional. Como recebeu a lei do *Free Shop*, tendo Corumbá como um local para possível implantação?
2. Em relação à estrutura - em sua opinião qual seria a estrutura física ideal para instalar *Free Shop*/lojas free: a) construção em um espaço único - abrigando todas as lojas ou b) espaços múltiplos onde cada comerciante terá liberdade de definir seu espaço?
3. Quem será o concessionário do *Free Shop*? Quais produtos serão comercializados?
4. Tem conhecimento de ações desenvolvidas pela administração municipal de Corumbá em prol da implantação do *Free Shop*?
05. Com implantação do *Free Shop* em Corumbá haverá benefícios ou prejuízos para o país vizinho – Bolívia? Quais?*
06. Há interesse comerciantes bolivianos abrirem filial aqui para integrar *Free Shop*?*
07. Uma das preocupações é em relação a quem poderá comprar o sr. Adilson valente acredita que o fronteiro poderá comprar, uma vez que a partir do momento que cruza a linha de fronteira torna-se viajante. Concorda com esse entendimento?***
08. Forma de arrecadação – mecanismo para que os impostos sejam retidos na própria loja, sem necessidade do comprador se locomover até um posto de arrecadação?***
09. Existe uma lista de produtos que não deverão ser comercializados, como está o andamento deste trabalho aqui em Corumbá?***
10. Acredita que o grupo de trabalho criado pela PMC poderia auxiliar na elaboração dessa lista? De que forma?***
11. Corumbá pode atrair pessoas para o turismo de compras?***

* Pergunta específica para Gerente do Shopping China;

** Perguntas específicas para o Auditor da Receita Federal.

APÊNDICE B – Modelo de formulário aplicado

Formulário aplicado aos turistas durante a realização do Festival América do Sul – Edição 2015, de 20 a 22/08.

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul/*Campus* do Pantanal – UFMS/CPAN
 Curso de Pós-Graduação Mestrado em Estudos Fronteiriços
 Tema: A percepção dos agentes territoriais fronteiriços sobre os *Free Shops*: o caso da fronteira Brasil/Bolívia.

Formulário nº: _____ **Data:** __/__/__. **Hora:** __: __ h.

Dados do Pesquisador:

Nome: Rosa de Barros Ferreira de Almeida

Motivo da Pesquisa: Identificar a percepção dos turistas sobre a implantação de um *Free Shop* em Corumbá.

Instruções de Preenchimento:

- 1) As informações prestadas neste formulário serão resguardadas com o devido sigilo;
- 2) O instrumento é composto de 2 blocos: sendo o primeiro com 04 questões direcionadas à coleta de dados gerais para identificação do entrevistado; o segundo, com 8 questões para a coleta de dados específicos relativos ao tema de Pesquisa.

*No Brasil, os *Free Shops* ou *duty free* são lojas onde os produtos são vendidos com diminuição ou completa isenção de impostos. Normalmente se localizam em áreas como portos ou aeroportos. Contudo, com a criação da Lei 12.723/2012 foi autorizada a instalação de lojas francas em municípios contíguos da linha de fronteira cujas sedes se caracterizam como cidades gêmeas, como é o caso de Corumbá, daí a importância do estudo.

1. INFORMAÇÕES GERAIS

1.1. Gênero? () Masculino () Feminino () Outro

1.2. Faixa Etária? () 18 a 25 anos () 26 a 30 anos () 31 a 35 anos () 36 a 40 anos
 () Acima de 40 anos

1.3. Estado Civil? () Solteiro () Casado () Separado/Divorciado () Viúvo
 () Outros.

1.4. Local de residência? () Campo Grande () Outro?
 Especifique: _____

2. Informações Específicas

2.1. Você acha interessante a implantação de *Free Shop* em Corumbá?

() Sim () Não.

2.2. Com um *Free Shop* em Corumbá-MS você continuaria a fazer compras na Bolívia?

() Sim, iria nos dois (no *Free Shop* e na Bolívia). () Sim, iria somente na Bolívia.
 () Não, iria só no *Free Shop* de Corumbá.

2.3. Em relação à estrutura física do *Free Shop*, em sua opinião qual seria o formato ideal? Assinale apenas uma opção:

- 1) () A construção de espaço único para instalação de todas as lojas;
- 2) () Espaço múltiplo - escolhidos a critério de cada comerciante?

Comente sua escolha: _____

2.4. Em sua opinião quais lojas devem fazer parte do *Free Shop*?

1) () Locais; 2) () Grandes Grifes 3) () Empreendimentos Econômicos Solidários (EES) como Amor Peixe e Casa do Massabarro; () Todas

Comentários: _____

2.5. Quais produtos mais lhe interessariam (Listar até 3 – indicar a preferência -1,2,3-na opção)?

| Produto adquirido | 1º lugar | 2º lugar | 3º lugar |
|---------------------------------------|----------|----------|----------|
| a) Bijuteria e acessórios | | | |
| b) Eletrônica | | | |
| c) utensílios e utilidades domésticas | | | |
| d) Bebidas, tabacaria e comestíveis | | | |
| e) Roupas | | | |
| f) Artesanato Local (EES) | | | |
| g) Perfumaria | | | |
| h) Brinquedos | | | |

2.6 Indique sua faixa de consumo (em dólar):

() De US\$ 1,00 a US\$ 100,00 () De US\$ 101,00 a US\$ 200,00
 () De US\$ 201,00 a US\$ 300,00 () Acima de US\$ 300,00.

2.7. Em ordem de importância, indique 3 razões para fazer compras no *Free Shop* em Corumbá - lado brasileiro da fronteira Brasil/Bolívia:

| Motivação Compras Brasil | 1º lugar | 2º lugar | 3º lugar |
|---------------------------------------|----------|----------|----------|
| a) Segurança | | | |
| b) A língua falada | | | |
| c) Distância (mais perto) | | | |
| d) O câmbio da moeda | | | |
| e) Não precisa atravessar a fronteira | | | |
| f) Outra _____ | | | |

2.8. Em ordem de importância, indique 3 razões para continuar fazendo compras no lado boliviano da fronteira Brasil/Bolívia – mesmo com um *Free Shop* em Corumbá:

| Motivação Compras Bolívia | 1º lugar | 2º lugar | 3º lugar |
|-----------------------------------|----------|----------|----------|
| a) Diversidade cultural | | | |
| b) Preços mais em conta | | | |
| c) Variedade de produtos | | | |
| d) O gosto de estar em outro país | | | |
| e) Paisagem | | | |
| f) Segurança | | | |
| g) Outra _____ | | | |

Muito Obrigada por sua participação!

APÊNDICE C – Modelo de roteiro de entrevistas para os EES

APÊNDICE C - ROTEIRO ENTREVISTA - CASA DO MASSABARRO/AMOR PEIXE

- 1) Qual a finalidade da Associação? Quantos membros possui atualmente? Número de atendimentos ao ano?

- 2) Como está a infraestrutura física da mesma? Quais instituições apoiam/são parceiras da Associação?

- 3) Faz parte do roteiro turístico da cidade? Como está a produção atualmente (número de peças produzidas x quantidade artesãos?)

- 4) Quais as principais dificuldades para desenvolvimento das atividades?

APÊNDICE D – SÍNTESE DAS LEGISLAÇÕES DO *FREE SHOP*

APÊNDICE D - SÍNTESE DAS LEGISLAÇÕES DO *FREE SHOP*

| DATA | EVENTO | OBJETO |
|-------------|----------------------------------|---|
| 30/07/2010 | Portaria MF nº 440/2010 | Dispõe sobre o tratamento tributário relativo a bens de viajante. |
| 09/10/2012 | Lei nº 12.723/2012 | Altera o Decreto-Lei nº 1.455, de 07/04/1976, que dispõe sobre bagagem de passageiro procedente do exterior, disciplina o regime de entreposto aduaneiro, estabelece normas sobre mercadorias estrangeiras apreendidas e dá outras providências, para autorizar a instalação de lojas francas em Municípios da faixa de fronteira cujas sedes se caracterizam como cidades gêmeas de cidades estrangeiras [...]. |
| 21/03/2014 | Portaria MIN nº 125 /2014 | Estabelece o conceito de cidades-gêmeas nacionais, os critérios adotados para essa definição e lista todas as cidades brasileiras por estado que se enquadram nesta condição. |
| 17/07/2014 | Portaria MF nº 307/2014 | Dispõe sobre a aplicação do regime aduaneiro especial de loja franca em fronteira terrestre e altera a Portaria MF nº 440, de 30/07/2010, que dispõe sobre o tratamento tributário relativo a bens de viajante. (Redução cota de US\$ 300,00 para US\$ 150,00 quando o viajante ingressar no País por via terrestre) . Traz a relação de cidades gêmeas de cidade estrangeira em linha de fronteira do Brasil. |
| 22/07/2014 | Portaria MF nº 320/2014 | Altera a Portaria MF 307, de 17/07/2014, que dispõe sobre a aplicação do regime especial de loja franca em fronteira e o tratamento tributário relativo a bens de viajante. (Fica reestabelecida a vigência da redação original da alínea “b” do inciso III do art. 7 da portaria MF 440/2010 - cota de US\$ 300,00 quando o viajante ingressar no País por via terrestre). |
| 26/05/2015 | Portaria MF nº 415/2015 | Altera a Portaria MF nº 307, de 17/07/2014, que dispõe sobre a aplicação do regime aduaneiro especial de loja franca em fronteira e o tratamento tributário relativo a bens de viajante. (Estabelece prazo específico para entrar em vigor a redução da cota de US\$ 300,00 para US\$ 150,00 quando o viajante ingressar no País por via terrestre) . |



**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
MESTRADO EM ESTUDOS FRONTEIRIÇOS**



Termo de Autorização para Publicação na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da UFMS

1. Identificação do material bibliográfico: Tese Dissertação

2. Identificação do documento/autor

Programa de pós- graduação: Mestrado Profissionalizante em Estudos Fronteiriços

Área de concentração (Tabela CNPQ): Desenvolvimento, Ordenamento Territorial e Meio Ambiente.

Palavras – chave (3 a 5): Fronteira, Territorialidades, *Free Shop*, Turismo, Economia solidária.

Título: **FREE SHOP NA FRONTEIRA BRASIL-BOLÍVIA: UMA PROPOSTA PARA IMPULSIONAR O DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL**

Autor: **Rosa de Barros Ferreira de Almeida**

e-mail: rosa.almeida@ufms.br RG:1032764 SSP/MS CPF: 853.630.301-87

Orientador: Dr. Edgar Aparecido da Costa

Co-orientador: Prof. Dr. Alejandro Gabriel Benedetti

Número de páginas: 129 Data de defesa: 20/05/2016.

Data de entrega do arquivo à secretaria: 20/06/2016.

3. Informações de acesso ao documento

Total parcial . Em caso de publicação parcial, assinale as permissões:

Sumário

Capítulos, Especifique: _____

Bibliografia

Outras restrições: _____

Por quanto tempo? 1 ano _____ anos sempre

Na qualidade de titular dos direitos de autor da publicação, de acordo com a Lei nº 9610/98, autorizo à Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS, a disponibilizar gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, conforme permissão assinadas, do documento, em meio eletrônico, na Rede Mundial de Computadores, no formato especificado, para fins de leitura, impressão e/ou pela Internet, a título de divulgação da produção científica gerada pela Universidade, a partir desta data.

Assinatura do autor

Assinatura do orientador

Data: 17/junho /2016

Data: 17/junho /2016

Havendo concordância com a publicação eletrônica, torna-se imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF da Tese ou Dissertação.