

# INFLUÊNCIA DO REGIME ADUANEIRO DE ENTREPÓSITO INDUSTRIAL SOB CONTROLE INFORMATIZADO NO SETOR DE TELECOMUNICAÇÕES

D.S. Rosa\*; P.T.O. Matos; C.S.Silva

1 Faculdade de Tecnologia de São José dos Campos - Professor Jessen Vidal  
Av. Cesare Mansueto Giulio Lattes, 1350 - Eugênio de Melo, São José dos Campos/SP,  
CEP.12247-014, Brasil.  
Telefone: (12) 3905-2423

\*dani.danirosa12@gmail.com

**RESUMO:** O RECOF (Regime de Entrepósito Industrial sob Controle Informatizado) visa incentivar a exportação de mercadorias, proporciona um melhor aproveitamento de benefícios às transações comerciais internacionais e tem como objetivo agilizar o desembaraço aduaneiro de mercadorias importadas e exportadas. O objetivo desse trabalho consiste em desenvolver uma análise das potencialidades trazidas pelo regime aduaneiro RECOF sobre as empresas do setor de telecomunicações no Brasil. Para atingir esse objetivo, foi aplicado uma análise SWOT quantitativa sobre a implantação do RECOF no setor de telecomunicações. A análise aponta que o RECOF pode oferecer vários benefícios, independente de investimento ou custo alto.

**PALAVRAS-CHAVE:** RECOF; análise swot; telecomunicações.

**ABSTRACT:** The RECOF (Industrial Warehousing Regime under Computerized Control) aims to encourage the export of goods, provides a better use of benefits to international business transactions and aims to expedite the clearance of imported and exported goods. The objective of this work is to develop an analysis of the potential brought by the RECOF customs regime on the companies of the telecommunications sector in Brazil. To reach this objective, a quantitative SWOT analysis was applied on the implementation of RECOF of in the telecommunications sector. The analysis points out that RECOF can offer several benefits, regardless of investment or high cost.

**KEYWORDS:** RECOF; SWOT, telecommunications.

## 1. INTRODUÇÃO

Esse trabalho trata da influência do regime aduaneiro - RECOF (Regime de Entrepósito Industrial sob Controle Informatizado) no setor de telecomunicações, demonstrando a sua possível vantagem competitiva nessa área. Conforme Sellman e Marcondes [1], esse regime visa incentivar a exportação de mercadorias, proporciona um melhor aproveitamento de benefícios às transações de comerciais internacionais e tem como objetivo agilizar o desembaraço aduaneiro de mercadorias importadas e exportadas, gerando gerações de tributos relacionadas ao comércio exterior.

PORTUGAL [2] afirma que: “o papel do RECOF é vital para o país, pois não se limita às questões econômicas, que representam o resultado final mais abrangente do sistema, mas repercute também em outros ganhos logísticos para as empresas que se utilizam desse regime”

## 1.1 OBJETIVO

O objetivo desse trabalho consiste em desenvolver uma análise das potencialidades trazidas pelo regime aduaneiro RECOF sobre as empresas do setor de telecomunicações no Brasil.

Sendo assim, foram estabelecidos os objetivos específicos:

- Estudar a literatura relacionada a RECOF;
- Desenvolver análise SWOT sobre a implantação do RECOF no setor de telecomunicações.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Essa seção aborda conceitos sobre Telecomunicações, Alfândegas e Regimes Aduaneiros Especiais, Drawback e Entrepasto Industrial sob Controle Informatizado (RECOF).

### 2.1 Telecomunicações

Conforme Lins [3] o setor de telecomunicações passou, nos anos noventa, por uma fase de rápida evolução em nível mundial, devido à disseminação da telefonia celular, da Tv a cabo e da Internet. Tais serviços, além de agregar valor ao consumidor, elevando a sua qualidade de vida, também tiveram um importante efeito social, na medida em que transformaram muitos de seus hábitos. Tais efeitos se fazem sentir, em especial entre os mais jovens, que incorporam ao seu dia-a-dia novos costumes, tais como navegar na internet, trocar mensagens com amigos ou distrair-se com videogame.

A oferta de novos serviços não foi, porém, o único fator da rápida expansão das telecomunicações na década de noventa. A abertura do setor em vários países, seja na Europa, seja no terceiro mundo, proporcionou um aporte de investimentos significativo na infraestrutura de telefonia, com aumento da velocidade de transmissão e entrada de novos usuários no sistema.

Atualmente, o papel das telecomunicações é de extrema importância no cenário mundial, pois a sua utilização, especialmente com sua parceria com a informática após a digitalização ser incorporada totalmente a Telecom, passou a ser cada vez mais uma vantagem competitiva. Comunicação instantânea, mobilidade, transferência de dados em alta velocidade, serviços multimídia e possibilidade de realizar teleconferências passaram a ser, dentre outros, recursos imprescindíveis para corporações de todos os portes. O avanço da internet só veio acentuar ainda mais a relevância das comunicações para a sociedade moderna, conforme GALINA [4].

### 2.2- Alfândega e Regimes Aduaneiros Especiais

Inserido na alfândega existem os regimes aduaneiros especiais, que segundo Vazquez[5] são assim chamados porque existe uma série de procedimentos fiscais caracterizando-os conforme a finalidade de cada um. Esses regimes permitem a redução de impostos para determinadas categorias de produtos e são utilizados para aumentar a competitividade do produto nacional. As obrigações fiscais suspensas pela aplicação dos regimes aduaneiros especiais serão constituídas em termo de responsabilidade firmado pelo beneficiário, de acordo com o que determina o art. 71, do Decreto-lei nº 37/1966, alterado pelo Decreto-lei nº 1.223/1972.

#### 2.2.1 Entrepasto Industrial Sob Controle Informatizado (RECOF)

O regime RECOF (Regime Aduaneiro de Entrepasto Industrial sob Controle Informatizado) foi instituído pela Secretaria da Receita Federal em dezembro de 1997 e visa proporcionar ganhos de



Figura 3-Matriz de análise SWOT

	AJUDA	ATRAPALHA
INTERNA (organização)	FORÇA	FRAQUEZA
EXTERNA (ambiente)	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS

Fonte: <http://www.ignicaodigital.com.br>

O gestor deve começar a pensar em termos do que a empresa pode fazer bem e onde estão suas deficiências. Forças e fraquezas existem por causa de recursos possuídos (ou não possuídos) pela empresa ou da natureza de seus relacionamentos entre a empresa e seus consumidores, empregados ou organizações exteriores (por exemplo, parceiros de cadeia de suprimentos, fornecedores, instituições financiadoras e órgãos do governo) FERREL e HARTLINE [10].

Para a constatação de forças e fraquezas, oportunidades e ameaças advêm sempre dos resultados de uma análise combinada, na qual as condições internas devem ser sobrepostas dos resultados e confrontadas com as situações do ambiente de negócios da empresa, conforme YANAZE [11].

Nesse quadro, é possível ter uma visão do RECOF no setor de telecomunicações sem análise SWOT:

### 3.1 ANÁLISE DE RESULTADOS- GRAU DE INFLUÊNCIA

Através do modelo de SWOT, puderam ser definidos os pontos fracos e fortes relacionados ao RECOF.

A base de avaliação realizada na análise SWOT desse trabalho deu-se de acordo com MATOS [12], ao produzir uma escala de valores, na qual proporciona a quantificação das relações e avalia os resultados do projeto proposto.

Para uma análise mais correta, implementou-se valores pré-definidos que demonstra o grau de influência dos itens avaliados acima.

No quadro, os indicadores de grau de influência:

Quadro 2- Indicadores de influência

Indicadores de correlação: Linhas x Colunas	
Grau de Influência	Valor Estabelecido
Sem Influência	0
Pouca Influência	1
Muita Influência	2

Fonte: Matos et. al. (2007)

### Quadro 3- Matriz SWOT

<div> <div>AMBIENTE EXTERNO</div> <div>AMBIENTE INTERNO</div> </div>	Oportunidades			Ameaças			Indicador de impacto swot
	- Aumento dos níveis de comércio internacional	- Políticas de redução do tempo de liberação da mercaderia	- Sem passar pelo canal de parametrização.	- Desconhecimento dos agentes das cadeias produtivas	- Ineficiência da IV em processar e julgar altos volumes de importação	- Apenas determinados segmentos de indústrias podem utilizá-lo.	
- Agilidade no desembaraço aduaneiro.	2	2	1	0	0	0	4
- Suspensão e isenção dos tributos federais.	2	1	1	0	2	2	2
- Sistema informatizado próprio e sem burocracia.	2	2	0	1	2	0	3
- Necessitar ter um patrimônio líquido superior a R\$10 milhões.	2	0	0	0	1	1	3
- Implantação do regime exige altos investimentos.	1	0	0	0	1	1	3
- O tempo implantação demora de 4 a 10 meses.	0	2	2	2	2	0	2
<b>Indicador de impacto swot</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	

Fonte: Adaptado de Matos et. al. (2007).

Ainda analisando o Quadro anterior, percebe-se que na coluna e linha onde se encontram os chamados: “Indicadores de Impactos (I.I) S.W.O.T”, e assim, se estabeleceu-se a soma de cada relação de item, ou seja, na primeira linha composta pelos pontos fortes, aplicou-se os indicadores correlacionados às oportunidades e as fraquezas, obtendo-se então, o grau de influência relacionado à cada item avaliado.

### 3.1 APLICAÇÃO DO INDICADOR DO IMPACTO SWOT

Evoluindo o modelo de Matos[14], este trabalho contribui com um Indicador de Impacto SWOT que pode-se ver a seguir.

O chamado Indicador de Impacto – SWOT (I.I) foi constituído utilizando os resultados obtidos da soma do grau de influência das oportunidades e ameaças, juntamente com os resultados obtidos nos pontos fortes e fracos. Para a avaliação efetiva do impacto é realizado, além do somatório de todos os itens, a multiplicação de cada ponto, ou seja, o resultado de cada coluna (oportunidades/ameaças) é multiplicado por cada resultado de cada linha (forças/fraquezas).

Para que a análise do modelo se torne aplicável para as empresas, o (I.I) - Indicador de Impacto SWOT foi subdividido por esquema de cores em três grupos, de acordo com uma adaptação de SANTOS [13] são eles:

I.I – SWOT  $\geq 40$  (Adota-se cor VERMELHO);

I.I – SWOT  $\geq 20$  ou  $< 40$  (Adota-se cor AMARELO);

I.I – SWOT  $< 20$  (Adota-se cor VERDE).

No quadro 4, apresenta-se a relação de cores com os níveis de prioridades:

### Quadro 4- Cores x Níveis de Prioridades

Cor	Nível de Impacto na Gestão
Vermelho	Alto
Amerelo	Médio
Verde	Baixo



Depois de ser determinado o “Índice de Impacto SWOT” e classificado os itens de acordo com o nível de Impacto o que cada um irá causar na administração da empresa utilizando o método das cores, estabeleceu-se o Quadro X- Indicador de Impacto (I.I.) SWOT, demonstrando assim, a sua classificação final e ao ponto em que se chegou. A representação está a seguir, no quadro 5:

**Quadro 5- Indicador do Impacto SWOT**

		Oportunidades			Ameaças		
	AMBIENTE EXTERNO AMBIENTE INTERNO	Aumento dos níveis de comércio internacional	Políticas de redução do tempo de liberação da mercadoria.	Sem passar pelo canal de parametrização.	Desconhecimento dos agentes das cadeias produtivas	Ineficiência da RF em processar e julgar altos volumes de importação	Apenas determinados segmentos de indústrias podem utilizá-lo.
Forças	- Agilidade no desembaraço aduaneiro.	II - 20	II - 28	II - 16	II - 12	II - 16	II - 16
	- Suspensão e isenção dos tributos federais.	II - 35	II - 49	II - 28	II - 21	II - 28	II - 28
	- Sistema informatizado próprio e sem burocracia.	II - 15	II - 21	II - 12	II - 9	II - 12	II - 12
Fraquezas	- Necessitar ter um patrimônio líquido superior a R\$10 milhões.	II - 15	II - 21	II - 12	II - 9	II - 12	II - 12
	- Implantação do regime exige altos investimentos.	II - 15	II - 21	II - 12	II - 9	II - 12	II - 12
	- O tempo implantação demora de 4 a 10 meses.	II - 35	II - 49	II - 28	II - 21	II - 28	II - 28

Fonte: Adaptado de Santos (2010)

Foi-se feita da seguinte forma: Somatório do fator “Aumento dos níveis de comércio exterior” x “Agilidade no desembaraço aduaneiro”.

Sendo assim, sugere-se que os quadros vermelhos são de maior influência, os amarelos são de média influência e, os quadros verdes, são de baixa influência.

Repara-se que, a maior concentração está nas forças e fraquezas (externo). A média e baixa influência concentram-se nas oportunidades e ameaças (interno).

Logo, se observa que conforme citado anteriormente, resultados com valores acima de 40 foram classificados seguindo a cor Vermelha, pontos menores que 20 e maiores que 40 foram classificados na cor Amarela e por último, valores menores que 20, foram classificados na cor Verde, onde o modelo do Quadro X sugere a prioridade das ações nos itens com I.I SWOT vermelho.

#### 4. CONCLUSÃO

Primeiramente, foi identificado como o RECOF, pode atuar na área da telecomunicação. Analisou-se o quanto esse regime seria realmente beneficiário ou não.

Para poder-se chegar a um resultado que comprovasse o quão poderia ou não ser vantajosa, como forma de análise, levantou-se uma SWOT, e assim, chegamos ao impacto da SWOT logo após a análise estratégica. Levou-se em consideração, para poder visualizar seu impacto no setor de telecomunicações, suas vantagens como agilidade aduaneira, informatização, isenção e suspensão de impostos. Como desvantagens, seus custos altos, tempo de implantação, entre outros.

De fato, que, pode-se ver que o RECOF pode ser um investimento alto, demorado para implantar, mas em contrapartida, no que se diz respeito a telecomunicações, um setor de grande giro, esse regime é o melhor a ser implantado nessa área, devido a ser informatizado e ágil.

#### 6. REFERÊNCIAS

- [1] SELLMAN, M. C. Z.; MARCONDES, R. C. **Inovações Induzidas Externamente: Estudo Sobre Implementação de Processos no Setor de Telecomunicações**. Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2009.
- [2] PORTUGAL, U. P, RECOF e os ganhos logísticos. ... III Workshop Gestão Integrada: Riscos e Desafios, Centro Universitário Senac, 2007.
- [3] LINS, B. F. E. **Elementos da Legislação de Telecomunicações, Informática e Comunicação Social**, 2001.
- [4] GALINA, S.V.R. **Desenvolvimento Global de Produtos: O papel das subsidiárias brasileiras de fornecedores de equipamentos do setor de telecomunicações**. Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, 2003.
- [5] VAZQUEZ, José. *Comércio Exterior Brasileiro*. Atlas, 2009
- [6] BRITO, I. Jr.; BELFIORE; Patrícia e Yoshizaki, Hugo. **Revista Transportes**. 2012.
- [7] ANDRADE, José C. et al **Aplicação da Análise SWOT para Identificar Oportunidades Para o Desenvolvimento Econômico e Social**. In XIII Encontro Latino Americano De Iniciação Científica E Ix Encontro Latino Americano De Pós-graduação - Universidade do Vale do Paraíba, 2008, Cruzeiro, São Paulo.
- [8] JOHNSON, G; SCHOLLES, K.; WHITTINGTON, R. **Explorando a Estratégia Corporativa, Integração de Informações quantitativas e qualitativas de várias áreas da exportação**. 7 ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.
- [9] MARTINS, Leandro. **Marketing: Como se tornar um profissional de sucesso**. 1 ed. São Paulo: Digerati Books, 2006.
- [10] FERREL, O. C.; HERTLINE, Michael D. **Estratégia de Marketing**. Tradução All Taks e Marlene Cohen. 4 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009. [6]
- [11] YANAZE, M. H. **Gestão de Marketing e Comunicação: avanços e aplicações**. I Ed. São Paulo: Saraiva 2007.
- [12] MATOS, José Gilvomar R.; MATOS, Rosa Maria B.; ALMEIDA, Josimar Ribeiro de. **Análise do Ambiente Corporativo: do caos organizado ao planejamento**. 1. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.
- [13] SANTOS, R. F. **Proposta de um modelo de gestão integrada da cadeia de suprimentos: Aplicação no segmento de eletrodoméstico**. 2010. 202 f. Tese (Doutorado em Ciência no Curso de Engenharia Aeronáutica e Mecânica, Área de Produção) - ITA - Instituto Tecnológico de Aeronáutica, São José dos Campos, 2010.