

OS GARGALOS DO COMÉRCIO

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	03
PREFÁCIO.....	04
INTRODUÇÃO.....	05
ALGUNS ASPECTOS DO COMÉRCIO NA ECONOMIA BRASILEIRA.....	06
PARTICIPAÇÃO DO PIB	06
FATURAMENTO	07
COMÉRCIO ELETRÔNICO	08
EMPREGABILIDADE	11
OS ONZE GARGALOS DO COMÉRCIO	12
01 CARGA TRIBUTÁRIA	12
02 SUBSTITUIÇÃO TRIBUTÁRIA (ST)	16
03 ENCARGOS DA MÃO DE OBRA	17
04 ALTO PREÇO DOS ALUGUÉIS	18
05 PREÇOS NO ATACADO - CUSTOS DAS MERCADORIAS (INFLAÇÃO)	19
06 IPTU	21
07 INSUMOS (ENERGIA ELÉTRICA)	22
08 EMPREENDER POR NECESSIDADE	24
09 BUROCRACIA E LEGISLAÇÃO	26
10 DIFICULDADE DE OBTER CRÉDITO PARA INVESTIMENTO/FINANCIAMENTO	27
11 DESORDEM URBANA, CAMELOTAGEM, CONTRABANDO E ROUBOS DE MERCADORIAS	28
OBSERVAÇÕES E CONCLUSÕES	30

Ao exercer seu importante papel entre os setores produtivos, o comércio adquire bens da agropecuária e das indústrias para oferecer ao consumidor final, distribuindo a produção e empregando recursos físicos e humanos. Para facilitar a intermediação, adiciona valor ao esforço despendido, realiza investimentos, paga impostos, bem como gera emprego e renda. Mas também enfrenta desafios para superar diversos obstáculos que atrapalham o seu desenvolvimento.

Este estudo - **“OS GARGALOS DO COMÉRCIO”** - é mais uma realização do Clube de Diretores Lojistas do Rio de Janeiro (CDLRio) e do Sindicato dos Lojistas do Comércio do Município do Rio de Janeiro (SindilojasRio), com o objetivo de oferecer subsídios aos empresários do comércio, mostrando os caminhos que podem levar a superação desses gargalos.

Através de gráficos e estatísticas, o trabalho mostra onze principais barreiras que constata como é difícil empreender num país caracterizado por enormes discrepâncias regionais, com forte presença da participação do Estado no regramento e na cobrança fiscal, entre outros pontos adversos.

O estudo foi elaborado pelo economista Antonio Everton, assessor econômico do CDLRio e do SindilojasRio, especialista em micro e pequena empresa e mestre em economia empresarial.

Aldo Carlos de Moura Gonçalves
Presidente do CDLRio e do SindilojasRio

O estudo **“OS GARGALOS DO COMÉRCIO”**, realizado pelo **Clube de Diretores Lojistas do Rio de Janeiro (CDLRio)** e pelo **Sindicato dos Lojistas do Comércio do Município do Rio de Janeiro (SindilojasRio)**, tem como objetivo apresentar **onze pontos críticos que representam desafios estruturais e conjunturais enfrentados pelos comerciantes no Brasil.**

A pesquisa analisa adversidades que impactam diretamente a atividade comercial, como carga tributária elevada, burocracia, encargos sobre a mão de obra, preços dos aluguéis, custos operacionais (como energia elétrica e mercadorias), dificuldades de acesso ao crédito, concorrência desleal com o comércio informal, entre outros. O levantamento busca não apenas evidenciar os obstáculos que travam o desenvolvimento do setor, mas também fomentar a reflexão e o debate sobre políticas públicas e ações empresariais que contribuam para a **redução desses gargalos e o fortalecimento do comércio formal e produtivo.**

INTRODUÇÃO

Ao desenvolver a atividade do comércio, o empresário adquire identidade específica para constituir a ponte entre os setores produtivos e o consumidor final. Com essa função, agropecuária e indústrias ligam-se aos interesses finais das famílias, satisfazendo necessidades através da intermediação realizada pelo esforço empresarial.

Desempenhando seu papel, o comerciante enfrenta inúmeras barreiras, circunstâncias que somente podem ser superadas pela resiliência em procurar manter o estabelecimento visando obter rendimentos da ação empreendedora.

Para destacar essa transpiração, constata-se que é difícil empresariar num país caracterizado por enormes discrepâncias regionais, concentração de renda e da distribuição populacional, com forte presença da participação do Estado no regramento e na cobrança fiscal, entre outros pontos adversos.

Além disso, em geral a mão de obra empregada apresenta baixa produtividade devido a inúmeros fatores, como o tempo reduzido dedicado aos estudos e o fato de precisar complementar a renda familiar começando a trabalhar muito cedo.

Neste trabalho, são apresentados 11 (onze) pontos que podem ser as adversidades enfrentadas pelo comerciante, os gargalos incidentes sobre a atividade comercial.

Sejam específicos ou gerais, os problemas que afligem o comerciante contextualizam a sua atividade; e, por isso mesmo, devem ser enfrentados e superados.

Este é o contexto em que a aversão ao risco e a superação de barreiras se fazem presentes para o empreendedor alcançar o sucesso.

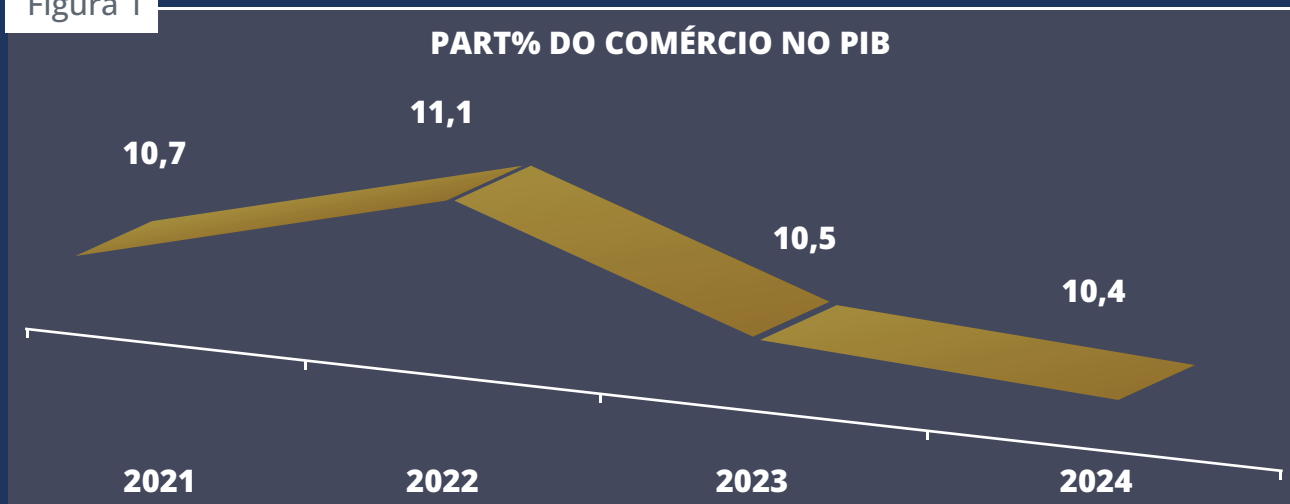
PARTICIPAÇÃO DO PIB

Na composição do PIB, os dados recentes da participação do comércio – um dos principais setores das atividades terciárias, conhecidas como serviços - têm oscilado entre 10% e 11% (ver Figura 1) nos últimos quatro anos.

Os dados de 2024 apontaram para a taxa de 10,4%, com valores estimados em R\$ 1,219 trilhão de contribuição para a formação do produto interno de aproximadamente R\$ 11,745 trilhões.

Essas informações pressupõem a criação de valor adicionado, isto é, do valor total do PIB nacional a atividade comercial foi responsável por pouco mais de 10,4% deste montante.

Figura 1



Fonte: IBGE. Elaboração: CDLRio e SindilojasRio.

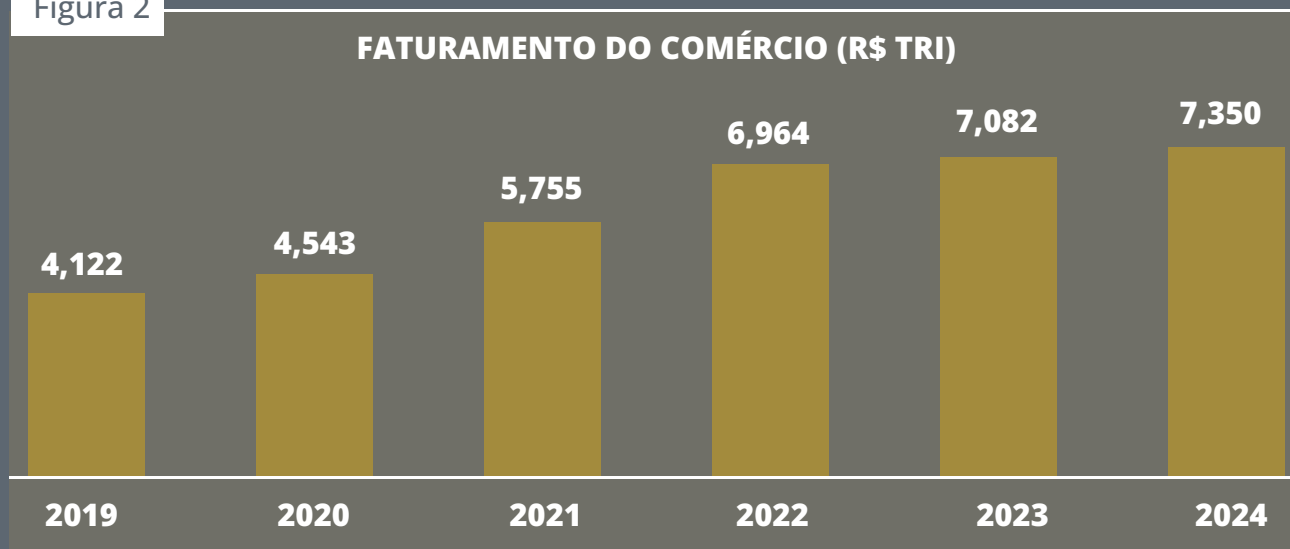
FATURAMENTO

O faturamento do comércio (outro critério de medição de valor) está intrinsicamente relacionado às compras feitas pelas famílias e empresas. Enquanto o conceito de valor adicionado refere-se ao produto interno gerado, a riquezas criadas, o de faturamento vincula-se a vendas, estas entendidas sendo o propósito da iniciativa empresarial na perseguição ao lucro e satisfação pessoal, fruto do seu esforço produtivo.

O Gráfico da Figura 2 a seguir descreve o desempenho do faturamento anual acompanhado pelo IBGE, segundo a Pesquisa Anual do Comércio (PAC).

Como se pode observar as vendas comerciais de 2024 ultrapassaram a casa dos R\$ 7,3 trilhões, muito em parte devido ao crescimento da economia e ao comportamento do mercado de trabalho junto com aumento da renda, além das estratégias de marketing por parte das empresas, vendas parceladas, gostos e preferências, entre outros fatores por parte da procura. Elas representaram o aumento de 4,7% em relação a 2023.

Figura 2



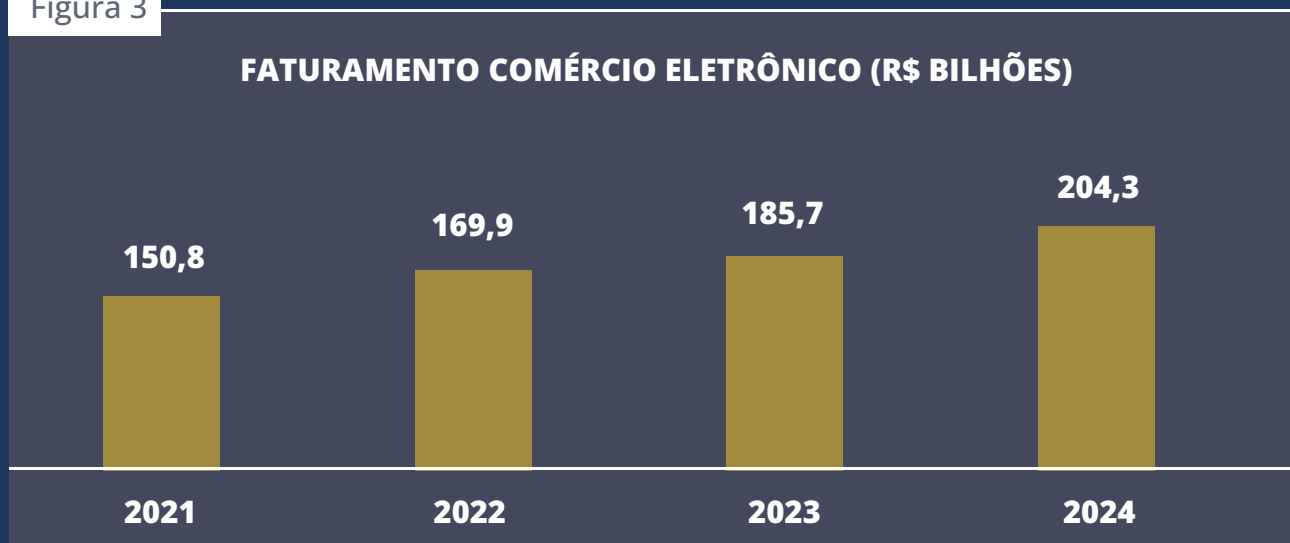
Fonte: IBGE. Estimativa CDLRio e SindilojasRio.

COMÉRCIO ELETRÔNICO

Cada vez mais em moda, os números do comércio eletrônico tendem a revelar crescimento por muitos anos na medida em que diante do faturamento físico as estatísticas apresentam-se incipientes (ver Figura 3).

Na passagem de 2023 para 2024 as vendas subiram R\$ 18,6 bilhões, ultrapassando a marca de R\$ 204 bilhões, segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Abcomm).

Figura 3



Fonte: Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Abcomm).

A robustez das vendas eletrônicas deve-se aos mecanismos de confiabilidade dos sites e das possibilidades tecnológicas que os celulares suscitam, principalmente, para fins de realização de compras via mobile.

Diversos são os fatores explicativos para o crescimento das pessoas comprando online. Comodidade de adquirir um produto sem sair de casa, preços mais baixos, vitrines virtuais atraentes, propagandas massivas, inovações, melhoramento da logística de entregas, ações dos algoritmos e IA sobre o uso da internet, entre outros, podem ser alguns fatores para o constante aumento de compradores.

A Figura 4 traz o número de pessoas que vêm utilizando a web para realizar compras.

Figura 4

COMPRADORES PELA INTERNET (MILHÕES)	
ANO	Nº EM MILHÕES
2021	79,8
2022	83,8
2023	87,8
2024	91,3

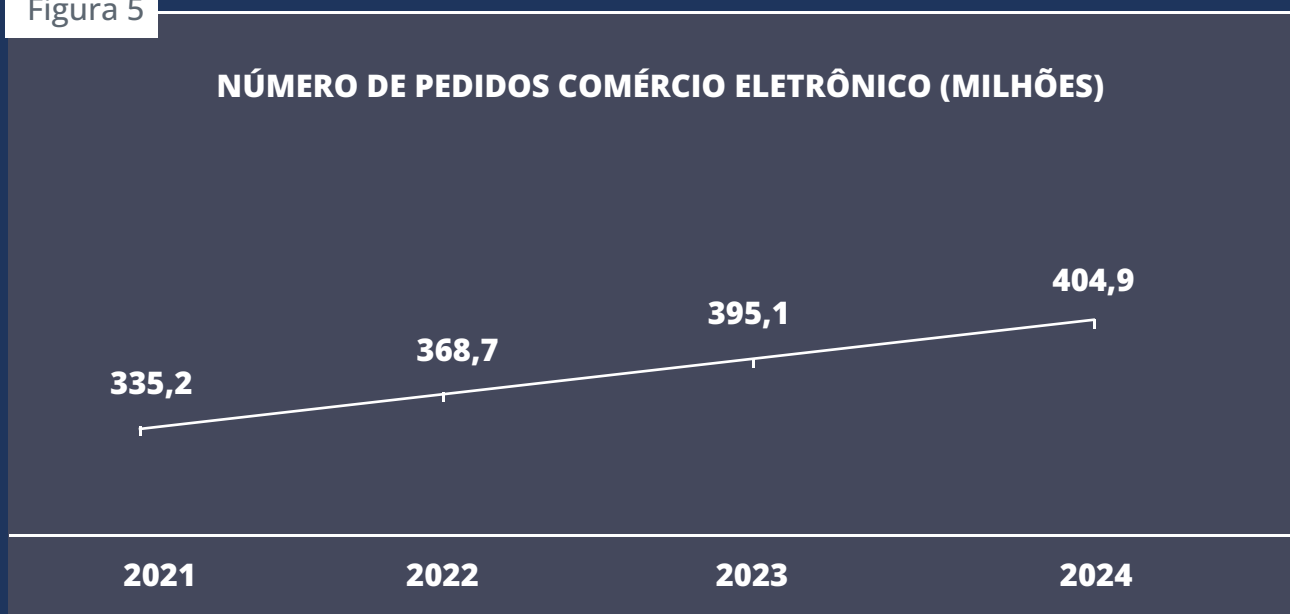
Fonte: Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Abcomm).



A estabilidade inflacionária somada à atratividade e preços competitivos proporcionada pelo comércio virtual vem implicando, notadamente, na evolução não apenas do número de pessoas na internet fazendo compras quanto do volume de pedidos.

A Figura 5 ilustra o interesse dos consumidores identificado pelo incremento do número de pedidos no comércio eletrônico. Mantida tendência dos últimos anos, pode-se afirmar que o número de transações já ultrapassou o patamar de 415 milhões.

Figura 5



Fonte: Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Abcomm).

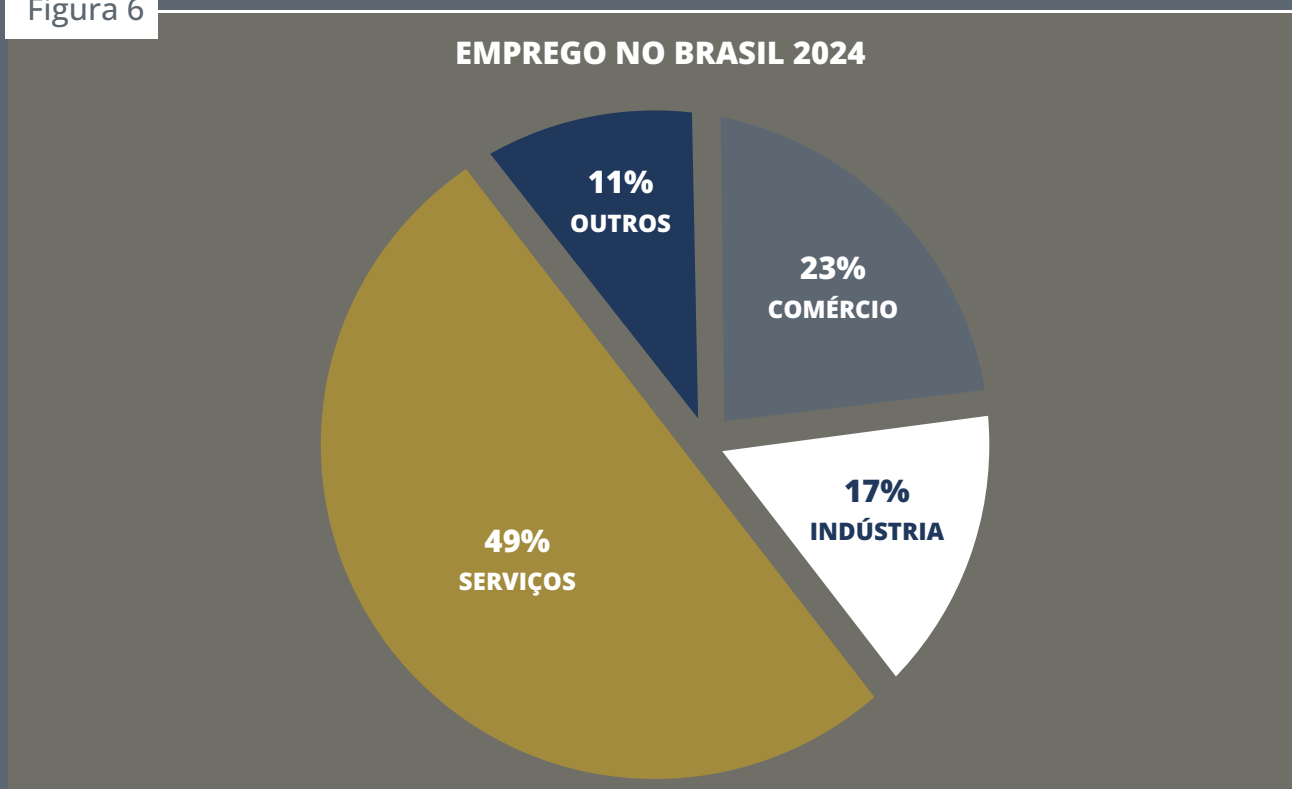
EMPREGABILIDADE

Segundo o Caged, ano passado encerrou com o estoque de 47.210.948 empregos formais. O comércio respondeu por 10.582.951 (cerca de 22,5% do total), enquanto a indústria ficou perto disso – mas um pouco abaixo – com o estoque de 8.110.056 empregados (17,2% do emprego formal).

Já os serviços, setor de maior empregabilidade, foram responsáveis pelo quadro de 23.300.926 trabalhadores contratados, representando expressivamente 48,8% do quantitativo com carteira assinada.

O gráfico abaixo (ver Figura 6) destaca o emprego gerado pelo comércio (23%), a fim de ressaltar essa dimensão para a economia brasileira.

Figura 6



Fonte:Caged.

OS ONZE GARGALOS DO COMÉRCIO

01

CARGA TRIBUTÁRIA

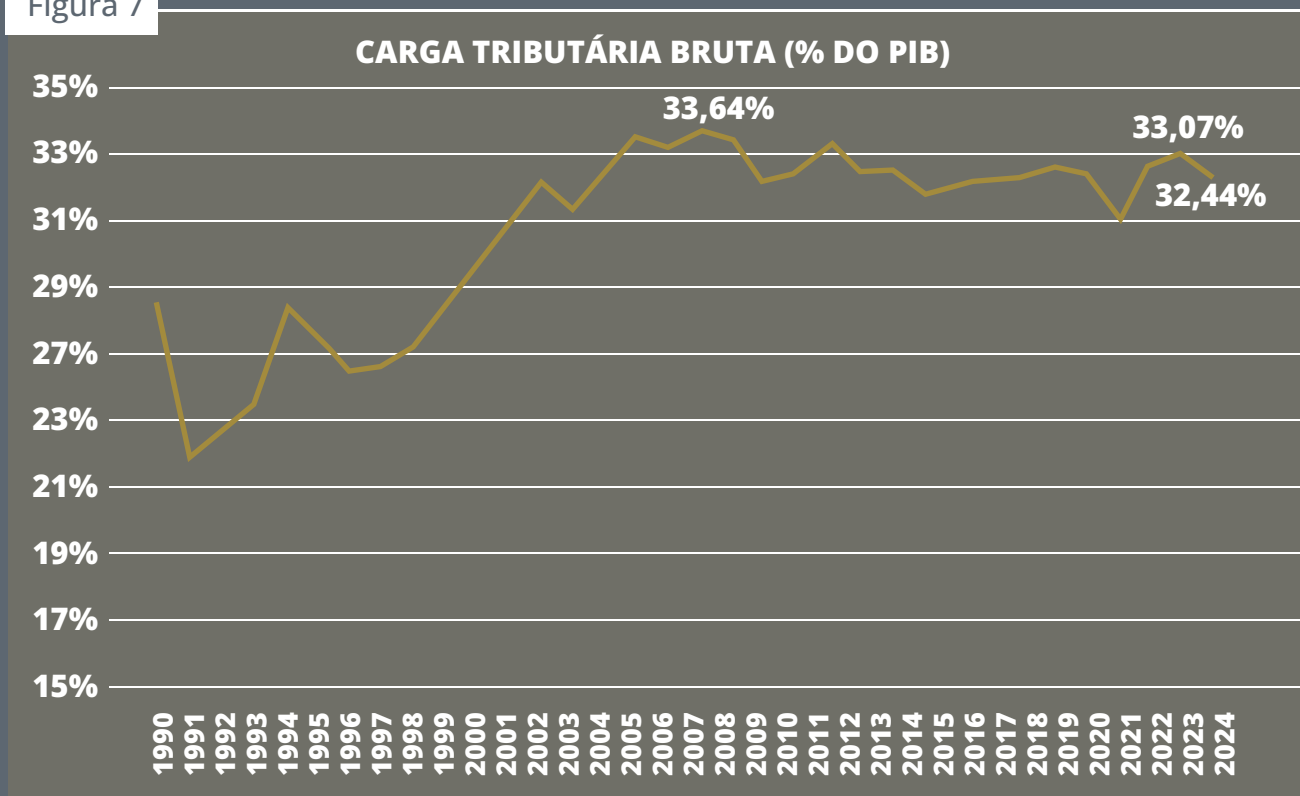
Os impostos possuem como característica fundamental servirem para financiamento dos gastos públicos. Seu aumento significa transferir recursos do setor privado e das famílias para o governo. Assim, diminui a capacidade de investimento, distribuição de lucro e capitalização das empresas, e de consumo e poupança por parte das famílias.

No caso brasileiro, a sociedade reclama do nível elevado de pagamento de impostos frente à contrapartida precária da prestação de serviços públicos.

Isso porque o Brasil revela carga tributária elevada, perto do nível dos mais avançados e ricos, considerando o nível de renda média para um país em desenvolvimento.

A curva da Figura 7 mostra da carga tributária no país, cujo aumento deu-se acentuadamente a partir dos anos 90 do século passado, até atingir o patamar próximo de 33,0% do PIB nos últimos anos.

Figura 7



Fonte: Observatório de Política Fiscal.

Com característica da tributação sobre o consumo, grande parte da carga de impostos recai sobre o comércio - atacadista e varejista. A Figura 8 adiante mostra a arrecadação da Receita Federal, discriminando por atividade econômica.

O comércio atacadista recolheu mais R\$ 26,7 bilhões nos onze primeiros meses de 2024 contra igual período de 2023, enquanto o varejo direcionou aos cofres públicos federais mais de R\$ 7,4 bilhões (ver na Tabela 8, coluna das Diferenças).

Depois das entidades financeiras (R\$ 256,1 bilhões), o comércio atacadista foi a atividade que mais recolheu impostos (R\$ 156,5 bilhões) – ver coluna Arrecadação jan-nov/24.

Figura 8

**ARRECADAÇÃO DA RECEITA ADMINISTRADA PELA RFB
POR DIVISÃO ECONÔMICA (EXCETO RECEITAS PREVIDENCIÁRIAS)
PERÍODO: JANEIRO A NOVEMBRO - 2024/2023
(A PREÇOS DE NOVEMBRO/2024 - IPCA)
(R\$ MILHÕES)**

DIVISÃO ECONÔMICA (CNAE)	ARRECADAÇÃO		ARRECADAÇÃO	
	JAN-NOV/24 [A]	JAN-NOV/23 [B]	[A]-[B]	[A]/[B]%
COMÉRCIO ATACADISTA	156.538	129.849	26.689	20,55
ENTIDADES FINANCEIRAS	256.067	237.026	19.041	8,03
COMBUSTÍVEIS	96.964	82.524	14.440	17,50
ATIVIDADES AUXILIARES DO SETOR FINANCEIRO	73.356	59.673	13.684	22,93
FABRICAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES	58.274	46.261	12.013	25,97
COMÉRCIO VAREJISTA	69.062	61.621	7.440	12,07
FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DO FUMO	8.262	2.182	6.080	278,60
SERV. DE ESCRIT., APOIO ADMINIST. E OUTROS SERV.	38.407	32.422	5.985	18,46
SUBTOTAL [A] ATIVID. DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO	23.362	18.647	4.715	25,28
DEMAIS [B] FABRICAÇÃO DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS	26.489	22.165	4.324	19,51
TOTAL [C]=[A]+[B]	806.781	692.371	114.411	16,52
	909.064	846.364	62.700	7,41
	1.715.845	1.538.735	177.110	11,51

Fonte: Receita Federal do Brasil.

Com São Paulo (R\$ 834,01 bilhões) em primeiro lugar, o município do Rio de Janeiro apresentou a segunda maior arrecadação de tributos no país (R\$ 425,83 bilhões) em 2023, de acordo com estudo do IBPT – Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário.

A Figura 9 apresenta o ranking das dez maiores arrecadações de tributos por município há dois anos. Dela se sobressai a força do Estado de São Paulo com quatro municípios e o Rio de Janeiro como a segunda maior capital em arrecadação de impostos.

Figura 9

**10 MAIORES MUNICÍPIOS
ARRECADAÇÃO DE TRIBUTOS - 2023
(R\$ BILHÕES)**

MUNICÍPIOS	UF	TOTAL
SÃO PAULO	SP	834,01
RIO DE JANEIRO	RJ	425,83
BRASÍLIA	DE	256,14
BELO HORIZONTE	MG	78,08
OSASCO	SP	68,88
CURITIBA	PR	64,4
BARUERI	SP	56,88
PORTO ALEGRE	RS	50,67
CAMPINAS	SP	37,17
MANAUS	AM	35,6

Fonte: Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário (IBPT).

As empresas com faturamento bruto anual até R\$ 4,8 milhões - as micro e pequenas empresas - possuem no regime tributário do Simples Nacional tratamento exclusivo e favorecido. Das cinco tabelas, conhecidas como Anexos, contendo as atividades em que se enquadram, o comércio no Anexo I apresenta as menores alíquotas, sendo, portanto, o setor mais beneficiado dentre os optantes deste regime.

Diante das possibilidades estratégicas do planejamento tributário, o Simples Nacional torna-se opção pelo tratamento diferenciado e favorecido, considerando que as alíquotas são entre 4,0% e 19,0%. A Tabela 10 destaca o comércio no Simples Nacional.

Figura 10

ANEXOS DO SIMPLES NACIONAL		
ANEXOS	ATIVIDADES	ALÍQUOTAS EM %
I	COMÉRCIO	4,0 A 19,0
II	INDÚSTRIA	4,5 A 30,0
III	SERVIÇOS	6,0 A 33,0
IV	SERVIÇOS	4,5 A 33,0
V	SERVIÇOS	15,5 A 30,5

Fonte: Simples Nacional.

É uma particularidade do ICMS que se adiciona ao já complexo processo de recolhimento dos impostos. Com a ST as vantagens recaem para os órgãos fiscalizadores porque a cobrança acontece de uma só vez, facilitando a sua contabilização.

Para o empresário, além de ser mais um imposto a pagar representa aumento da carga tributária. Não bastasse, pela diminuição da burocracia para a fiscalização há o pagamento de imposto mesmo que não tenha havido o fato gerador, ou seja, a venda. Assim, a ST impacta o capital de giro e desequilibra o fluxo de caixa, dificultando a gestão operacional do negócio.

Por conta dessa imposição, sendo possível o repasse para os preços, muitas vezes as empresas que fazem isso podem perder competitividade, vindo a enfrentar problemas de caixa para vender produtos que se apresentam majorados devido à ST.

Observação: Impostos como a ST (entre outros) irão desaparecer com a reforma tributária, que já está se efetivando. Não obstante, é importante focar a extinção não representará diminuição da carga tributária, necessariamente. Até porque Estados não deverão perder parte da arrecadação sem a devida contrapartida.

De um modo geral, além dos encargos trabalhistas (13º salário e férias, que somam 19,44%), existem os encargos sociais (FGTS, INSS e outros itens) que somam pouco mais de 40%. No mínimo, o custo da mão de obra assalariada formal sai por 67,22%, sem contar no cálculo afastamento por auxílio-doença e aviso prévio.

Com essas rubricas, o patamar inicial do peso da mão de obra passa para mais de 70%. Ao final de um ano o trabalhador onera em aproximadamente o dobro o seu valor de remuneração, devido aos componentes da folha de pagamento.

Nessa linha, os encargos incidentes sobre a mão de obra colocam o Brasil na liderança do peso da mão de obra sobre a atividade produtiva, chamando atenção para o resto do mundo do custo do fator trabalho.

Isso muitas vezes interfere nas decisões de investimento, bem como atrapalha a competitividade do produto nacional no mercado externo, visto que a produção torna-se onerada e empresas com uso intensivo de mão de obra arcam com maior ônus.

O resultado dos encargos incidentes do fator trabalho sobre a folha é o alto custo da mão de obra, encarecendo o custo operacional, reduzindo margens e capacidade de investimentos, assim como tornando mais cara a produção e freando o crescimento empresarial.

De acordo com o Índice FipeZAP Comercial (calculado pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas em parceria com o portal Zap Imóveis), ano passado representou a maior alta da série histórica do levantamento dos preços dos aluguéis pagos pelos imóveis comerciais desde 2013.

Enquanto o Índice FipeZap (subiu 7,88%, a inflação oficial bateu 4,83% (estourando a meta de 4,5%) e o IGP-M que corrige a maior parte dos imóveis residenciais alugados registrou 6,54%.

Apesar da dispersão das cidades examinadas pela pesquisa, as cidades Niterói (+17,84%); Curitiba (+10,89%) e Rio de Janeiro (+9,05%) revelaram maior variação do Índice, embora Belo Horizonte (+8,47%); Brasília (+7,62%); São Paulo (+7,13%); Salvador (+6,23%); Campinas (+5,71%) e Florianópolis (+5,11%) tenham apresentado variações relativas acima da inflação; e Porto Alegre ter sido a capital (+4,63%) que ficou abaixo do IPCA em 0,20 pontos percentuais.

Dessa maneira, pode-se concluir através do Índice FipeZap que as renovações de aluguel e/ou os preços dos mesmos constituíram-se em componentes adversos para o desempenho favorável da atividade empresarial comercial, na medida em que subiram bem mais do que a inflação (4,83%) nas regiões apontadas. Muitas vezes, as despesas com aluguel só perdem para a folha, correspondendo a um item de enorme esforço para o empresário arcar.

PREÇOS NO ATACADO - CUSTOS DAS MERCADORIAS (INFLAÇÃO)

Na atividade de intermediação realizada pelo comércio varejista, os preços dos produtos adquiridos do mercado atacadista - seja da produção agropecuária e a industrial - são uma referência para o futuro do negócio porque, juntamente com os aluguéis, carga tributária e custo da mão de obra, constituem-se nos principais custos, vez que correspondem às mercadorias que serão vendidas.

Os produtos do atacado a serem ofertados pelo varejo no futuro próximo definem vitrines e prateleiras que atrairão consumidores às lojas. Se os praticados pelo lojista ficarem altos, estes comerciantes podem perder competitividade e mercado para a concorrência, expondo, assim, dificuldades para gerir receitas, estoques e margens de comercialização.

Portanto, havendo inflação no atacado ou na esfera produtiva, os impactos sobre o comércio do varejo dependerão da capacidade de repasse do aumento de custos aos bens, bem como da resiliência do empresário em continuar seu negócio através da melhor gestão, muitas vezes sacrificando margens ou realizando promoções.



A Figura 11 adiante apresenta os índices de preços ao atacado (IPA da FGV) e ao produtor (IPP do IBGE), bem como a inflação oficial (IPCA do IBGE) e índice de preços ao consumidor (IPC da FGV).

O que se observa na Tabela 11 é o seguinte: A inflação de 2023 foi muito boa para os consumidores – IPC (3,55%) e IPCA (4,62%) - porque no âmbito do atacado e produção os preços mostraram deflação. Isso foi revelado pelo comportamento dos dois indicadores: IPA (-5,92%) e IPP (-4,99%).

Já no ano seguinte, o processo se modifica, principalmente com as incertezas geradas pelo aumento do dólar, condições climáticas, gestão fiscal do governo e pressões de custos e demanda. Assim, IPA e IPP ficam maiores, respectivamente, 7,23% e 9,42%.

Logo, a inflação retoma com força e fica patamar acima de 2023, estacionando em 3,99% pelo IPC da FGV; e ultrapassando o teto da meta de 4,50% ao atingir 4,83% pelo indicador do IBGE.

Figura 11

ÍNDICES DE INFLAÇÃO EM %				
ANO	IPA (FGV)	PP (IBGE)	IPC (FGV)	IPCA (IBGE)
2022	4,70	3,16	4,28	5,79
2023	-5,92	-4,99	3,55	4,62
2024	7,23	9,42	3,99	4,83

Fonte: IBGE e FGV.

As obrigações fiscais municipais no tocante à área ocupada pelo imóvel (próprio ou alugado) materializada pela figura do IPTU enquadram-se para as empresas como custo fixo, pois dependem da localização, metragem, valorização do imóvel etc.

A Figura 12, mais adiante, contém as variações do IPTU aplicadas pelas gestões do Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Salvador.

Comparativamente com a inflação, a alta do IPTU foi bem maior se se considerar o acumulado dos últimos três anos (2022-2024). O descolamento do reajuste pela inflação aconteceu em 2022. Naquele exercício, foram aplicadas elevações na casa dos dois dígitos, enquanto a taxa de inflação ficou bem abaixo, quase na metade percentual (5,79%).

Apesar de o aumento de IPTU em 2022 ter sido há mais de dois anos e na fase de recuperação da pandemia da Covid-19, sem sombra de dúvidas tal fato passou a onerar ainda mais o pagamento mensal do local onde o comerciante está estabelecido.

De lá para cá, ainda que as correções acompanhassem a taxa de inflação, o incremento de 2022 representou aumento da base de cálculo, e desde então maior desembolso por parte do comerciante para poder suportar a sua loja.

Figura 12

VARIAÇÃO ANUAL DO IPTU (EM %)				
ANO\MUNICÍPIO	RJ	SP	BH	SA
2022	10,42	10,00	10,42	10,74
2023	5,90	5,79	5,90	5,90
2024	4,71	4,30	4,71	4,87

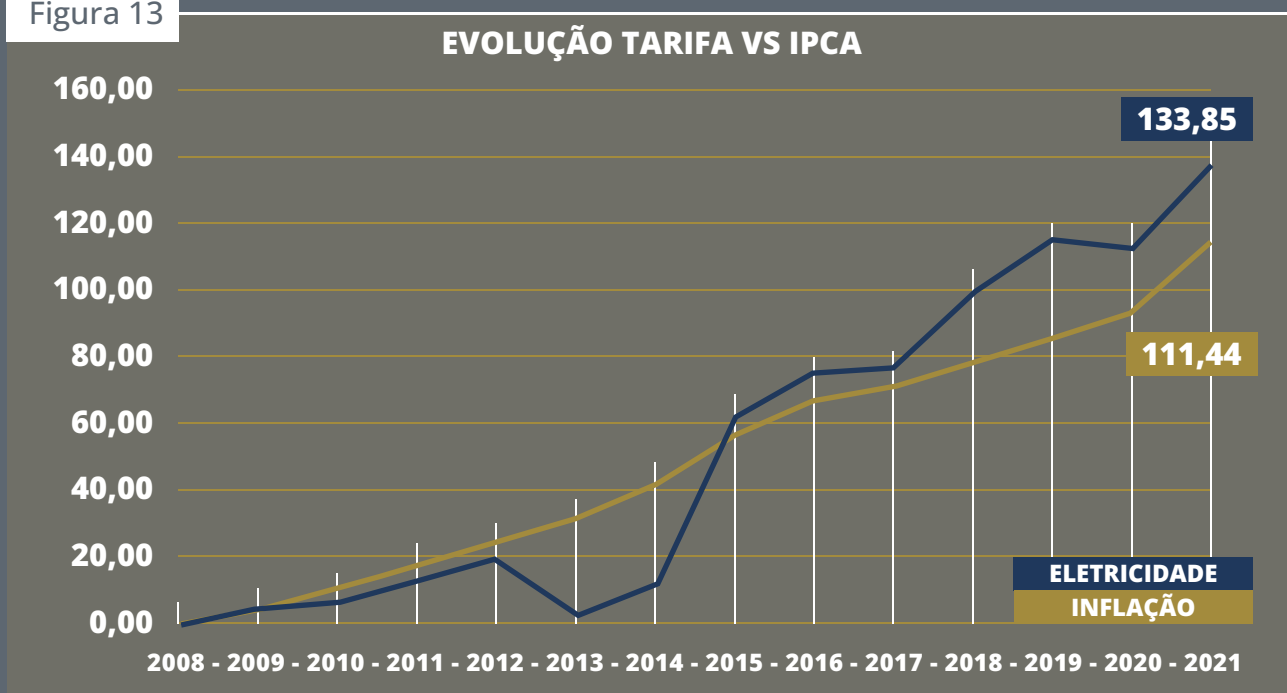
Fonte: Pesquisa na internet.

Estudo da Confederação Nacional da Indústria, divulgado no site Poder360, aponta para o crescimento dos reajustes de energia elétrica muito acima da inflação, principalmente após 2015 (ver Figura 13). Ressalta-se que entre 2015 e 2016 a economia brasileira perpassou pela sua maior crise econômica.

Naquele cenário, tendo havido reajustes da energia elétrica acima da inflação numa época de contração da atividade econômica, foram exigidos os maiores sacrifícios da atividade empresarial, onerando produção e vendas num momento de queda da demanda.

Apesar de ser um custo variável, em função do tempo de uso das máquinas e instalações, a eletricidade é um componente produtivo de vital importância para qualquer tipo de negócio.

Figura 13



Fonte: <https://www.solsticioenergia.com/saiba-mais/evolucao-tarifa-energia-brasil>

Está no site do Tribunal de Contas da União que *A prestação dos serviços públicos de energia elétrica exige tarifas que sejam sustentáveis economicamente, notadamente para o consumidor que o financia. Contudo, entre 2000 e 2022, o custo unitário da energia elétrica para a indústria brasileira aumentou 1.154% em reais, muito acima dos 291% do IPCA e dos 585% dos preços industriais no Brasil.*

Por força dessa realidade preocupante, o próprio TCU reconhece o disparate entre os preços cobrados dos produtores industriais pelas empresas de energia elétrica e os resultados da inflação. De certa forma, constata-se entre 2000 e 2022 transferência de recursos da produção industrial para as empresas de energia.

Além disso, observa-se o custo de energia elétrica (1.154%) para os setores produtivos tem crescido numa proporção descabida, muito acima da capacidade de reação dos demais setores, apesar dos esforços industriais em repassá-los (585%).

Em comparação com as famílias a realidade ainda é pior. Isso porque as rendas da economia (salários, soldos, pensões, aposentadorias etc.) têm como base de correção o IPCA (291%). A comparação dos percentuais apresentados revela o peso da energia elétrica sendo crescente para os setores produtivos da economia e tendo impacto maior sobre o consumidor pessoa física.



Segundo pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em parceria com o Sebrae são diversas as motivações para haver empreendedorismo – em resumo, por necessidade ou oportunidade.

No Brasil, a taxa de empreendedorismo por necessidade contribui para expressar mais para a frente sua influência sobre a taxa de mortalidade das empresas; notadamente nos seus primórdios de existência quando muitas fecham nos primeiros anos de vida.

Também retrata as oscilações no mercado de trabalho, graças à escassez de empregos, indicando muitas vezes o empreendedorismo por necessidade acontece para complementação da renda pessoal ou familiar – não pela observação da oportunidade de negócio no mercado.

O volume intensivo da abertura de novos negócios por necessidade implica seguramente no futuro numa gama de problemas à semelhança do que pode ser compreendido como sendo gargalos para o comércio.

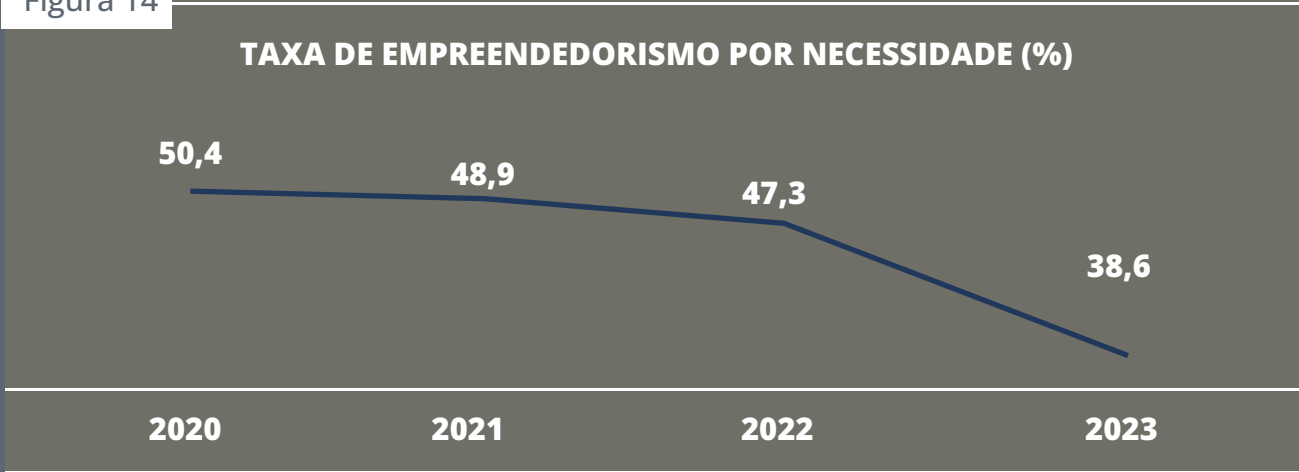
Por força da natureza do desdobramento da abertura de novos negócios tendo como base esse tipo de empreendedorismo (necessidade), em algum tempo a empresa pode se deparar com situações muitas vezes que foram originadas desde o início do seu funcionamento, portanto.

A esse respeito é possível listar alguns tópicos que explicam a razão do insucesso empresarial tendo na razão, na raiz dos problemas de gestão o empreendimento por necessidade:

- Gestão inadequada;
- Falta de planejamento;
- Falta de preparo do empreendedor;
- Escolaridade às vezes incompatível com o tipo de negócio;
- Ausência de experiência do empresário;
- Dificuldades em lidar com empregados;
- Problemas de relacionamento com o mercado;
- Baixa produtividade;
- Má gestão do conhecimento;
- Dificuldades de adaptação da empresa às alterações no mercado, principalmente nos momentos de encolhimento da demanda ou elevação de custos;
- Falta de visão estratégica;
- A empresa não sabe onde quer ir ou como quer chegar
- Ausência de uma política de controle de estoques.

O empreendedorismo por necessidade tem sido um vetor relevante para se aventurar no mercado produtivo, constituindo negócio próprio. Em 2023 essa característica declinou fortemente (ver Figura 14). Muito provável devido às oportunidades do mercado de trabalho, tendo em vista o crescimento da economia brasileira.

Figura 14



Fonte: GEM (Global Entrepreneurship Monitor).



No site Doing Business pode-se obter a classificação do Brasil num ranking de 190 países de acordo com critérios para levantar vantagens e desvantagens para os negócios.

O trabalho foi realizado em 2020. Apesar de distante em relação a 2025 alguns pontos parecem permanecer atuais e ainda servem de apoio para levar a reflexões acerca do que representa ser empresário neste país; e as barreiras existentes para serem suplantadas em nome do sucesso.

O Doing Business é fruto do esforço do Banco Mundial (BID) em buscar medir os efeitos das legislações que afetam o desenvolvimento dos negócios nos diversos países.

De acordo com o estudo, muitas vezes o Brasil apresentou-se mal posicionado no ranking diante de outros países de menor envergadura econômica. Isso refletiu a necessidade de se implementar reformas, promover avanços tecnológicos na prestação de serviços públicos e mudanças institucionais para que o ambiente para os empresários seja benéfico, ágil, fácil e vantajoso.

Abaixo, os diagnósticos levantados pelo Doing Business, seguidos da classificação do Brasil no ranking dos 190 países estudados:

- **Classificação relativa quanto à facilidade de se fazer negócios** – colocação brasileira foi de 124°.
- **Abertura de empresas** – colocação brasileira foi de 138°.
- **Obtenção de alvará de construção** – colocação brasileira foi de 170°.
- **Registro de propriedade** – colocação brasileira foi de 133°.
- **Obtenção de crédito** – colocação brasileira foi de 104°.
- **Pagamento de impostos** – colocação brasileira foi de 184°.

É possível crer que esses sete pontos podem ter melhorado bastante nos últimos anos. Mas em relação aos demais países, pode-se pressupor que os mesmos também evoluíram, fazendo com que a posição brasileira não tenha modificado tanto, comparativamente.

DIFICULDADE DE OBTER CRÉDITO PARA INVESTIMENTO/FINANCIAMENTO

Nas condições atuais, em que as taxas de juros encontram-se em patamares estratosféricas, o crédito poderia ser visto como injeção na veia caso fosse utilizado adequadamente; ou melhor, obtido sob as diretrizes do planejamento e fosse direcionado eficazmente conforme necessidade da empresa.

A tomada do crédito não deve se confundir com demandas do dono da empresa e/ou da sua família. Também deve ser evitado no caso de algum diagnóstico errado sobre a situação da empresa.

Então, por vezes os acontecimentos do mundo real distanciam-se do mundo ideal ou das necessidades. Assim, a realidade apresenta-se diferente para diferentes tipos de organizações produtivas.

Esse é o contexto para muitas empresas, em especial micro, pequenas e médias, normalmente as mais afetadas, levando-se em conta as dificuldades para obtenção de crédito.

Para essas empresas, as barreiras para financiamento/investimento esbarram na burocracia exigida pelos bancos (considerada exagerada); na falta de garantias; custo elevado das operações (taxa de juros e tarifas); baixa reciprocidade com os agentes financeiros; na instabilidade da economia – daí o spread ser muito alto – e nas avaliações de risco da operação de crédito.

Com esses pontos, o ambiente bancário que pode até parecer hostil para o empresário.

Além disso, há outros pontos a considerar relativos ao próprio desenvolvimento da empresa, como: falta de planejamento; desentendimento da real necessidade do empréstimo; ausência de um plano de negócios; e clareza em saber qual será a melhor solução ou linha de crédito específica para o problema que tem que ser enfrentado.

DESORDEM URBANA, CAMELOTAGEM, CONTRABANDO E ROUBOS DE MERCADORIAS

Com relativa frequência, ou o tempo todo, dependendo, o comerciante se depara com esses óbices, que no final conspiram em detrimento do desenvolvimento da sua atividade.

Ao cenário urbano caótico — marcado pela presença de barracas de ambulantes em frente ou próximas às lojas — somam-se outros problemas graves: a venda de produtos piratas, mercadorias contrabandeadas (importadas ou produzidas sem nota fiscal) e, possivelmente, itens provenientes de roubos no transporte de cargas.

Para o comércio regulamentado e formal, o confronto com o comércio informal acarreta na concorrência desleal ou predatória, no sentido de que os preços praticados pelos últimos se tornam atrativos e acessíveis aos consumidores.

Apesar dos riscos que os consumidores sofrem (produtos clonados, sem garantias, com pouca durabilidade, fora da conformidade legal, sem nota fiscal, entre outros riscos), o comerciante enfrenta esse tipo de concorrência na qual muitas vezes não consegue suportar o embate, porque a sua estrutura operacional é mais cara.

Os números da economia subterrânea em relação ao PIB no país já foram maiores, segundo a FGV. O antídoto para diminuí-los têm sido os incentivos à formalização, com ênfase nas vantagens da constituição do MEI (microempreendedor individual).

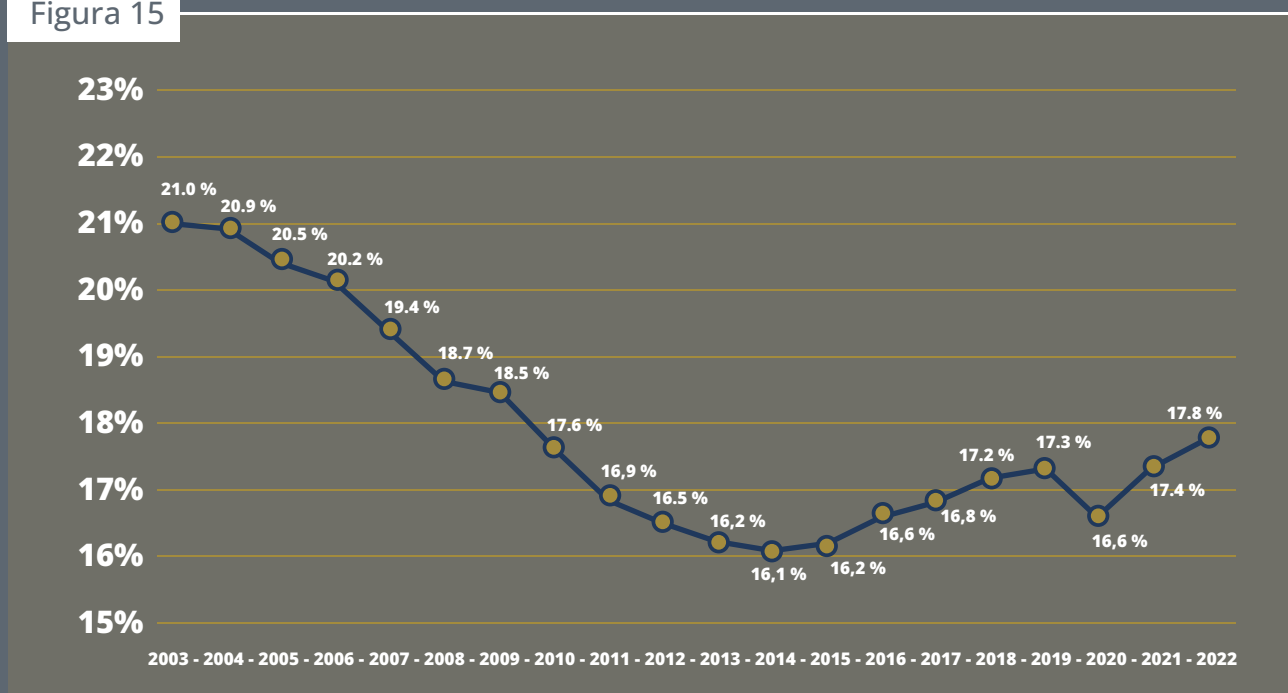
Histórica e estruturalmente a economia informal no Brasil sempre se revelou muito grande. A carga tributária e a legislação burocrática, só para citar dois fatores, são exemplos que auxiliam explicar a presença massiva de negócios informais, empurrando empreendedores e negócios para o mercado paralelo.

A Figura 15 mostra o gráfico da relação da produção do setor informal sobre o PIB brasileiro. Pelo trajeto da curva, observa-se a tendência declinante dessa relação até a recessão histórica de 2015-2016, quando voltou a crescer face ao desemprego e à necessidade de sobrevivência das pessoas, visto que o mercado de trabalho não absorveu contingente expressivo da mão de obra.

Os registros da curva indicam que a taxa da informalidade está em torno 17,8% (2022) do produto doméstico, algo aproximadamente a R\$ 1,8 trilhão.

Cabe considerar, as atividades na informalidade que operam às margens da legislação produzem o equivalente à riqueza gerada por muitos países, ou até acima, como Uruguai, Suécia, Argentina, entre outros, devido à sua grandeza no PIB do Brasil.

Figura 15



Fonte: FGV.

No centro da questão da informalidade têm-se mais de 40 milhões de trabalhadores sem registro em carteira e, por conseguinte, com condições precárias de trabalho. A renda média desse contingente de pessoas é menor do que a do pessoal alocado no mercado formal.

A reprodução da pobreza ou das condições de vida nesse grupo social não constitui gargalo para o comércio, como é a concorrência com empresas que não pagam impostos.

Por outro lado, se a situação fosse revertida, ou seja, se a informalidade fosse reduzida com maior efetividade, o comércio seria o primeiro setor a beneficiar-se com a inclusão das pessoas no mercado de consumo em condições melhores – com renda superior e mais qualidade de vida.

OBSERVAÇÕES E CONCLUSÕES

Este trabalho elencou onze situações sendo gargalos para o comércio, dentre muitas outras enfrentadas no dia a dia da operação comercial. Pela natureza delas, podem ser estendidas para outros tipos de negócios, além do comércio, também porque muitos gargalos atingem simultaneamente outros segmentos produtivos da economia.

Essa amplitude significa dizer em particular o comerciante, ou o empresário brasileiro, sofre com carga tributária; substituição tributária; encargos sociais pesados no pagamento do fator trabalho; preço dos aluguéis; custo das mercadorias adquiridas; IPTU; custo da energia elétrica; burocracia; dificuldade de obtenção de crédito; concorrência desleal/economia informal; e com a criação de um empreendimento muito mais em função da necessidade (pessoal) do que ser oportunidade de mercado para ganhar dinheiro.

O empreendedorismo por necessidade, muitas vezes, contribui para situações que comprometem o sucesso do negócio. Isso ocorre devido a uma série de fatores, como: gestão inadequada; ausência de planejamento; falta de preparo técnico e prático do empreendedor; escolaridade nem sempre compatível com as exigências do negócio; inexperiência na condução da empresa; dificuldades na gestão de equipe; problemas de relacionamento com o mercado; baixa produtividade; falhas na gestão do conhecimento; dificuldade de adaptação às mudanças do mercado — especialmente em períodos de queda da demanda ou aumento de custos; falta de visão estratégica; indefinição sobre o propósito do negócio, como se a empresa não soubesse aonde quer chegar nem como fazê-lo; e ausência de uma política de controle de estoques.

Para combater problemas que afligem a atividade, o comerciante pode seguir algum receituário que permita modificar o ambiente da empresa.

A seguir, uma lista de iniciativas que poderiam representar o caminho para a superação dos gargalos:

- 01** Buscar ajuda especializada, tipo consultoria, assessoria, órgãos de classe, entidades representativas e de apoio;
- 02** Procurar associar-se, operar em cooperativas;
- 03** Investir em cursos de capacitação para si e sua equipe;
- 04** Aprimorar técnicas de planejamento e fazer o tributário;
- 05** Constituir adequadamente um plano de negócio;
- 06** Buscar melhorar o ambiente interno da empresa, trabalhando a sua liderança;
- 07** Ser mais flexível diante das demandas dos empregados;
- 08** Engajar o seu corpo de funcionários com metas factíveis de serem alcançadas;
- 09** Esmerar no reconhecimento do esforço despendido pela equipe;
- 10** Não depender muito de um só fornecedor;
- 11** Fugir dos juros exorbitantes no acesso a recursos alheios;
- 12** Participar de reuniões no tocante ao condomínio e assuntos relacionados ao seu negócio;
- 13** Fazer gestão financeira da empresa independente da gestão financeira pessoal ou familiar;
- 14** Investir na informatização da gestão financeira;
- 15** Aproximar-se do contabilista para compreender a real situação financeira da empresa;
- 16** Utilizar a IA em favor do negócio;
- 17** Fazer uso de ações nas redes sociais; e
- 18** Inovar sempre que possível em todos os aspectos da empresa (gestão, conhecimento, estoques, marketing, design, atendimento e produto).



CDLRIO.COM.BR