

RELAÇÃO ENTRE INCENTIVOS FISCAIS E O CRESCIMENTO DO COMÉRCIO VAREJISTA NO ESTADO DE GOIÁS

Fernando Silva Lima (ID)¹*

¹ Instituto Federal do Maranhão (IFMA) - Campus Bacabal, * fernando.silva@ifma.edu.br

RESUMO

O presente estudo buscou verificar o desempenho do comércio no setor de varejo frente aos incentivos fiscais concedidos pelo Estado de Goiás, tendo como objetivo geral, estudar o crescimento do comércio varejista, especificamente no que refere à receita bruta, margem de comercialização, constituição e baixas das empresas dentro do período de 2010 e 2014. Porém foi considerado que ainda existem

fragilidades onde o benefício fiscal concedido por parte do Estado não tem sido suficientes para reduzir o alto índice de baixa das empresas comerciais. Para este estudo, utilizou-se de uma pesquisa qualitativa recorrendo às análises socioeconômicas fornecidas pelo Instituto Mauro Borges (IMB) de Goiás.

PALAVRAS-CHAVE: Comércio, incentivos fiscais, Goiás.

INTRODUÇÃO

Historicamente, o Estado de Goiás iniciou o programa de incentivo fiscal em 1984, por meio da lei 9.489 com objetivo de incrementar a implantação e a expansão de atividades que promovam o desenvolvimento industrial do Estado de Goiás. Consequentemente, o comércio varejista recebe os benefícios fiscais por meio dos incentivos concedidos as indústrias.

Com o passar do tempo, o Estado de Goiás criou o programa de incentivo fiscal denominado produzir (GOIÁS, Lei nº. 13.591 de 2000) que tem como objeto social contribuir para a expansão, modernização e diversificação do setor industrial de Goiás, estimulando a realização de investimentos, a renovação tecnológica das estruturas produtivas e o aumento da competitividade estadual, com ênfase na geração de emprego e renda e na redução das desigualdades sociais e regionais alcançando o comércio varejista por meio do subprograma centroproduzir com objetivo de alcançar alguns segmentos comerciais na área de distribuição, logística e comércio.

O Estado de Goiás buscando aquecer a economia local e regional por meio do programa fomentar (GOIÁS, Lei nº. 9.489 de 1984) e produzir (GOIÁS, Lei nº. 13.591 de 2000) têm estimulado os setores de indústria, comércio e serviços. No entanto, ao tratar especificamente do comércio varejista, o incentivo que permite e contempla este segmento é o subprograma denominado centroproduzir (GOIÁS, Lei nº. 13.844, de 1º de junho 2001) que foi ampliado no programa Produzir em 2001, porém neste percebe-se, que Goiás incentiva restritamente atividades econômicas como produtos de informática, telecomunicação ou automação; eletroeletrônico, eletrodoméstico, móvel e utilidades domésticas em geral e equipamento e material fotográficos e para laboratório fotográfico, equipamento e material para laboratório óptico, relógio e fita e disco virgens ou gravados, alcançando o segmento de supermercados e materiais de construção civil (GOIÁS, Lei nº. 13.844, de 1º de junho 2001) e para ser concedido, a legislação exige que possua estabelecimentos comerciais localizados em mais de uma unidade da Federação e, no mínimo, 07 (sete) no Estado de Goiás.

Partindo da realidade econômica no segmento de varejo, uma questão aflorou: Qual a relação dos incentivos fiscais concedidos no Estado de Goiás e a situação do comércio varejista? Este estudo tem como objeto de pesquisa o comércio varejista instalado no Estado de Goiás. Justifica-se o presente estudo no setor de varejo, pois o comércio é um dos setores mais afetados pela carga tributária nestes últimos anos e de fato, compromete em média 35% do faturamento bruto da receita (RFB, 2012, p. 1 e IBGE 2009, p.1), ou seja, além da carga tributária direta o setor de varejo sofre com as despesas administrativas como encargos sociais, previdenciários e até

mesmo, a substituição tributária. Contudo, os tributos entre si comprometem mais de um terço do faturamento, (RFB, 2012, p. 1 e IBGE 2009, p.1).

O presente estudo teve como objetivo geral, estudar o crescimento do comércio varejista em Goiás. Especificamente, o estudo buscou contextualizar sobre os incentivos fiscais no Estado de Goiás, verificando a evolução da receita de revenda especificamente no comércio varejista goiano em relação à margem de comercialização entre 2010 e 2012, analisando a quantidade de registro em relação a número de extinção do comércio varejista em Goiás entre 2012 e 2014.

MATERIAIS E MÉTODOS

O estudo buscou levantar informações por meio de dados disponíveis na internet pelo Instituto Mauro Borges (IMB) que é um órgão ligado a Secretária Estadual de Gestão e Planejamento do Estado de Goiás e que são responsáveis pela elaboração de estudos, pesquisas, análises e estatísticas socioeconômicas fornecendo subsídios na área econômica e social para a formulação das políticas estaduais de desenvolvimento, entretanto o órgão também fornece um acervo de dados estatísticos, geográficos e cartográficos do Estado de Goiás.

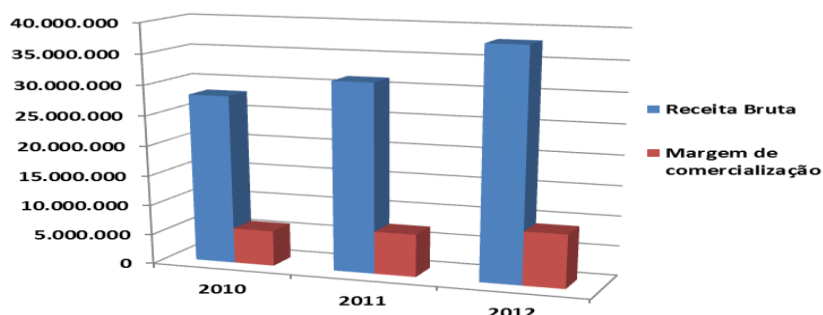
Para este estudo foi necessário recorrer às análises socioeconômicas por meio de acervo disponível no portal do IMB de Goiás contendo dados de 2014. Segundo o próprio IMB, os dados contidos no acervo referente à receita de venda e margem de comercialização são oriundos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e que recorreu a Pesquisa Anual de Comércio entre 2012 e 2014.

Analisando especificamente as tabelas de constituição e extinção de empresas comerciais em Goiás entre os anos 2012 e 2014, que também faz parte das análises socioeconômicas do mesmo acervo, segundo IMB são extraídos da Junta Comercial de Goiás, porém analisados entre 2010 e 2012.

RESULTADOS E DISCURSÕES

As empresas varejistas instaladas em Goiás entre 2010 e 2012 apresentam no desempenho da receita de venda e a margem de comercialização, um desenvolvimento positivo. A tabela 1 mostra o desenvolvimento da receita de vendas e da margem de comercialização a partir de 2010, segundo dados fornecidos pelo IMB nos últimos três anos, observa-se que, entre 2010 e 2012 a receitas de vendas cresceram mais de 82% durante este período e a margem de comercialização cresceu mais de 79% durante esses anos.

Tabela 1 – Desempenho da receita de revenda especificamente no comércio varejista goiano em relação à margem de comercialização entre 2010 e 2012.

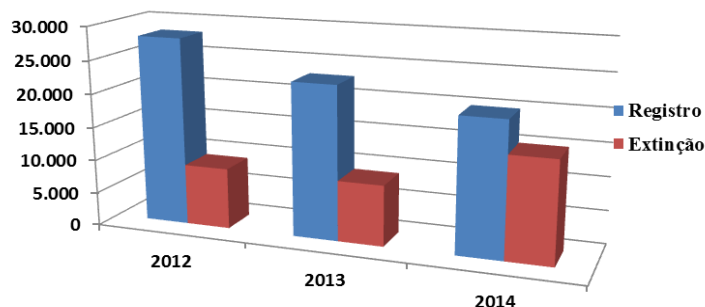


Fonte: IMB (2012). Elaborado pelo autor.

Outro dado importante da pesquisa foi realizar um estudo comparativo das empresas que foram registradas em Goiás em relação às empresas comerciais que encerraram suas atividades entre 2012 e 2014. Segundo tabela 2, entre 2012 e 2013 os números de registros de empresas comerciais sofreram uma queda de 18,48% e em 2013 e 2014 as baixas de empresas atingiram um recorde, aproximadamente 84% em relação ao ano anterior.

Num estudo realizado pelo IMB (2012, p. 13) diz que o Estado com ajuda dos incentivos fiscais cresceu a participação da economia goiana no cenário nacional. Outro, estudo realizado por Oliveira *at al* (2010), comenta que junto com o crescimento da economia goiana ocorreu aumento do fluxo de comércio do Estado com as outras unidades da federação, entretanto, o que revela no presente estudo é que nos últimos três anos, houve uma elevação gradual do número de extinção de empresas em mais de 50% entre 2012 e 2014, em contrapartida uma redução do número de registro em torno de 35%.

Tabela 2 – Comparativo de registro e extinção do comércio em Goiás.



Fonte: IMB (2015). Elaborado pelo autor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo considera que as empresas comerciais instaladas em Goiás no setor de varejo, tiveram desempenho favorável na perspectiva da economia local, porém, os incentivos fiscais mesmo estando presente no crescimento do comércio varejista, ainda existem fragilidades em que o benefício fiscal concedido por parte do Estado não tem sido suficientes para reduzir o alto índice de baixa das empresas neste segmento.

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer a Deus pela inspiração em escrever sobre o assunto que considero polêmico e criterioso. Agradeço também, aos Mestres: Eder Johnson (professor de economia) e Paula Layanne (professora de sociologia) pela contribuição imensurável neste artigo.

REFERÊNCIAS

30. BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Carga Tributária período de 1947 – 2009.** Disponível em: <<http://serieestatisticas.ibge.gov.br/series.aspx?vcodigo=SCN49&t=carga-tributaria-bruta>>.
31. BRASIL. Receita Federal do Brasil (RFB). **Carga tributária no Brasil 2012 – Análise por tributos e base de incidência.** Centro de estudos tributários e aduaneiros. 2013. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Publico/estudotributarios/estatisticas/CTB2012.pd>>.
32. GOIÁS. Instituto Mauro Borges (IMB). **O programa fomentar/produzir informações e análises para o Estado de Goiás e suas microrregiões.** Estudos do IMB, Goiânia, jun. 2012.
33. GOIÁS. **Lei n. 13.591, de 18 de janeiro de 2000.** Institui o Programa de Desenvolvimento Industrial de Goiás - PRODUZIR e o Fundo de Desenvolvimento de Atividades Industriais - FUNPRODZIR e dá outras providências.
34. GOIÁS. **Lei nº 13.844, De 01 de Junho De 2001.** Institui o incentivo Apoio à Instalação de Central Única de Distribuição de Produtos no Estado de Goiás - CENTROPRODZIR, subprograma do Programa PRODZIR.
35. GOIÁS. **Lei nº 9.489, De 19 de Julho De 1984.** Cria o Fundo de Participação e Fomento à Industrialização do Estado de Goiás - FOMENTAR.
36. OLIVEIRA, D.V.; MARQUES, D. F.; ROMANATTO, E.; ARRIEL, M.F. **As relações do comércio interestadual do estado de Goiás em 2009.** Conjuntura Econômica Goiana, Goiânia, nº 16 dez. 2010.