



Quais os impactos da Reforma Tributária nos processos de compras?

Cássio Menezes (*) e Izac Mendes (**)

O ato de comprar e especificar produtos no Brasil é, atualmente, um desafio

Essa operação envolve diversas variáveis, condições tributárias, atributos e alíquotas. Com a Reforma Tributária, mais uma grande mudança se aproxima, com o início do período de testes previsto para 2026. As organizações têm, portanto, a missão de se adaptar para estar em conformidade com o novo regime.

Não é de hoje que se fala sobre a nova emenda que tem o intuito de simplificar o sistema tributário brasileiro, considerado um dos mais complexos do mundo. Na prática, a reforma prevê a extinção de cinco tributos e a criação de dois: a CBS (Contribuição de Bens e Serviços) e o IBS (Imposto sobre Bens e Serviços).

Apesar do horizonte de ganhos que esse novo modelo irá trazer para a gestão fiscal, antes disso, as organizações têm um desafio pela frente. Isso é, inicialmente, durante o período de transição, as empresas irão operar em dois sistemas simultâneos. Afinal, os softwares precisarão de reajustes para incluir os novos impostos e recalcular tudo de acordo com as novas regras.

Além disso, a cada ano, as regras tributárias irão mudar. Entre 2029 e 2032, por exemplo, haverá uma redução gradual da carga do ICMS, além de o IBS ser aumentado. Diante disso, os processos de compras serão impactados diretamente, tanto no cálculo de custo quanto na composição da margem.

Isso porque, no sistema atual, o custo final de um produto inclui vários impostos que, com a Reforma Tributária em vigor, serão extintos. Assim, o valor do produto se tornará mais próximo do seu preço líquido.

A equipe de compras precisará, então, focar a sua negociação no preço real e na qualidade do item a ser comprado.

Em paralelo, a composição da margem também será impactada. Hoje, esse valor é calculado sobre um custo que já carrega impostos, e o preço da venda também incorpora essa taxa. Com a nova regra, esses tributos não farão mais parte do custo, o que tornará a margem mais direta e transparente.

Essas mudanças reforçam que a Reforma Tributária não é apenas uma alteração fiscal, mas uma verdadeira transformação da cultura organizacional. O novo modelo exige, prim-

cipalmente, que a área de compras deixe de ser meramente operacional e se torne estratégica. As equipes precisarão fazer análises criteriosas, considerando as janelas de oportunidade e ajustando a precificação de forma correta para não perder a competitividade.

Tendo em vista que são diversas mudanças anunciamos, é importante ressaltar que a Reforma Tributária não será prorrogada. Fazendo uma analogia, a emenda pode ser considerada como uma obra de um lado da ponte, a qual o governo brasileiro já terminou. Sendo assim, esse é o momento das empresas também começarem a construir o seu lado.

Nesse sentido, a tecnologia se mostra, como sempre, a principal ferramenta para apoiar essa construção. Com o novo modelo de tributação, todas as regras serão alteradas, de modo que o comprador precisará se atentar às regras, isenções, reduções, entre tantos outros requisitos que farão parte desse processo. Deste modo, ter o apoio de um software de gestão robusto, sem dúvida, é uma ação fundamental. Isso porque a ferramenta tem a capacidade de integrar os novos impostos, bem como ajuda a fazer os cálculos, levando em conta as novas regras.

Certamente, não podemos falar que a jornada de adaptação será algo simples, visto que se trata de uma mudança cultural. Por isso, ter o apoio de uma consultoria especializada nessa abordagem e que vem acompanhando os desdobramentos das medidas do governo é a melhor forma de atravessar esse período e manter a competitividade.

Com a proximidade da Reforma Tributária, é vital que as organizações comecem a se preparar. Popularmente, existe o conceito de que a vida do empreendedor é correr riscos, mas, na prática, o sucesso da empresa está em mitigá-los. Temos os últimos meses de 2025 que antecedem o início da transição, e nunca é tarde para começar.

Para alguns, a nova emenda é vista como um desafio. Contudo, com os recursos e parceiros corretos, é possível transformá-la em uma oportunidade. À medida que as mudanças avançam, a empresa ganha uma musculatura organizacional que traz segurança tanto para a equipe quanto para os fornecedores. Mas, para isso, a preparação continua sendo algo fundamental.

(*) Sales Manager da H&CO Brasil.

(**) é CEO do Grupo IMendes.

Energia solar: o que permite o crescimento do mercado e como implementá-lo nas franquias?

Setor vem se fortalecendo ano a ano e surge como alternativa para quem quer franquear seu negócio

O mercado de energia solar começou a ganhar força em solo brasileiro a partir de 2012. De lá para cá, a fonte passou a se firmar como uma das alternativas do país no consumo elétrico, principalmente se tratando do setor sustentável. E o reflexo desse resultado vai além do uso cada vez mais frequente em casas e empresas.

Segundo dados da Associação Brasileira de Energia Solar Fotovoltaica (Absolar), o Brasil atingiu a marca de mais de 3 milhões de instalações de energia solar em geração distribuída – o que torna possível a redução do consumo de eletricidade e uma economia de 90% na conta de luz. E, ainda de acordo com a entidade, o setor atraiu mais de R\$ 241 bilhões em investimentos desde o início de sua expansão.

Com o mercado aquecido, empreendedores veem a oportunidade de investirem e se estabelecerem, uma vez que o segmento está projetado para atrair quase R\$ 40 bilhões ao longo de 2025. E quem também está embarcando nesse cenário são as franquias de energias solares, como uma alternativa para quem deseja franquear seu próprio investimento.

Para o especialista em varejo e consultor de franquias, Erlon Labatut, o formato se torna uma opção saudável para o negócio, muito pela facilidade como pode ser feito. “Hoje, o mercado de energia solar é um dos mais rentáveis do país, visto que são bilhões em investimentos acumulados. Para quem trabalha com franquias, isso significa operar em um modelo de negócio escalável, com retorno acelerado e um produto que tem grande aceitação pelos clientes, por

alphapix.it.CANVA



conta da economia gerada ao consumidor final”, explica.

Observando a oportunidade de investir em franquias, Priscilla Aitelli e Jonathan Natanael, sócios-fundadores da Joy Energy Brasil, franquia de energia solar e eletropostos – pontos com carregadores para veículos elétricos. Fundada em Joinville (SC), os empreendedores apostaram no modelo para “crescer com mais agilidade e sem perder o DNA da marca”, que busca ter a sustentabilidade acompanhada do progresso.

“A Joy Energy nasceu do desejo de fazer parte da transformação que o mundo precisa. Sempre acreditamos que o futuro é limpo, inteligente e conectado – e energia solar e mobilidade elétrica representam exatamente isso. O que nos motivou foi ver que o Brasil tem muito potencial nesse setor e também de fazer a diferença na vida das pessoas.

Queríamos ser a ponte entre a inovação e a realidade das pessoas”, diz Aitelli.

Labatut reforça a ideia da empresária, pontuando que “as franquias de energia solar têm ganhado notoriedade porque unem dois pilares sólidos: demanda crescente

(bastante pelo aumento de energia renovável utilizada pelo país nos últimos anos)

e recorrência técnica”. Ele ainda avalia que pequenos e médios empreendedores podem captar clientes residenciais e corporativos com ticket médio superior a R\$ 20 mil, o que considera “fora da curva para as franquias em geral”.

“Empresas franqueadoras que investem em suporte técnico, padronização de vendas e integração com fintechs para financiamento têm se destacado. O setor está pronto para consolidação, e quem se posicionar agora, com uma proposta robusta e escalável, pode liderar essa transformação energética no varejo brasileiro”, completa o especialista.

Implementação: prós, contras e caminhos - Com a formatação da franquia feita em 2020, a Joy Energy possui 22 unidades espalhadas pelo Brasil e com previsão de outras inaugurações ao longo deste ano. Criadores do primeiro eletroposto com conveniência autônoma no país, Jonathan analisa que as vantagens e desvantagens de franquear no setor são refletidas pelo mercado em si.

“As vantagens são inúmeras: um setor em plena expansão, com demanda crescente, baixo risco ambiental e alto potencial de impacto social. Já as desvantagens? Diríamos que o maior desafio

é o ritmo da regulamentação e da educação do mercado. Mas isso também é oportunidade”, afirma o Jonathan.

Para Labatut, o sucesso do negócio dentro do franchising passa também pela escolha do modelo de franquia ideal, ressaltando que o home office e as unidades enxutas podem se mostrar “extremamente eficazes, pois reduzem o investimento inicial e aumentam a margem de lucro. Além disso, a operação consultiva, focada em relacionamento e proposta de valor ao cliente final, é essencial”.

Além do eletroposto, a Joy Energy também opera com o formato de escritório. A presença de funcionários irá depender do tipo de operação que o franqueado vai tocar – o escritório permite um time enxuto; enquanto os eletropostos eliminam a necessidade de equipe local.

Ao contarem com as franquias, a expansão da marca aumentou em 300% em menos de dois anos, diz Aitelli. Ela lembra também que os eletropostos carregadores para carros elétricos “deram visibilidade e autoridade”, além de abrirem caminhos. Segundo Jonathan, “a franquia fez com que a marca se tornasse referência não só em energia solar, mas também uma solução para veículos elétricos, o que abriu portas e parcerias”.

Erlon ainda reforça que “o consumidor brasileiro está cada vez mais consciente em relação à sua conta de luz e ao impacto ambiental das suas escolhas”. O cenário cria oportunidades para que franqueadores estruturados consigam oferecer uma jornada de compra transparente, experiência que “é o diferencial competitivo de hoje”, completa.

Brasil chega ao maior percentual de famílias que não têm condições de pagar suas dívidas

Índice de famílias inadimplentes renova recorde e evidencia ciclo de endividamento. A edição de setembro da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), realizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), apresenta novo recorde: 13% das famílias brasileiras afirmam não ter condições de pagar suas dívidas. Esse é o maior percentual desde o início da série histórica da pesquisa, iniciada em 2010. A inadimplência também renovou seu recorde e chegou a 30,5% no mês passado, o que aponta um quadro de crescente fragilidade financeira.

“Esses dados, combinados a um menor crescimento da projeção de vendas para o Dia das Crianças, por exemplo, justificam a preocupação da CNC com as famílias inadimplentes e com as altas taxas de juros praticadas ao longo de 2025 no Brasil”, avalia o presidente

do Sistema CNC-Sesc-Senac, José Roberto Tadros.

Pela primeira vez desde outubro de 2022, o percentual geral de famílias endividadas chega a 79,2%. O cenário é complementado por um elevado comprometimento da renda: 18,8% dos consumidores têm mais da metade dos rendimentos comprometidos com dívidas. Quando observado o tempo de inadimplência, 48,7% das famílias que não pagam suas dívidas já estão nesta situação há mais de 90 dias, destacando o agravamento dos prazos de inadimplência e o efeito dos juros sobre o montante a ser pago.

“Esses fatores corroboram que, mesmo com o lado positivo do endividamento considerado um aquecedor das vendas no comércio, a crescente inadimplência evidencia que o movimento é de frenagem desta dinâmica”, analisa Fabio Bentes, economista-chefe da CNC.

Diferentes faces do endividamento - A análise por faixas de renda revela uma expansão do endividamento principalmente entre famílias com até três salários mínimos (eram 81,1% em agosto, com aumento para 82% em setembro). Do outro lado, mesmo com crescimento da inadimplência entre as que somam mais do que dez salários de renda mensal (de 68,7% em agosto para 69,5% em setembro), as famílias com mais recursos financeiros seguem sendo as menos endividadas.

Projeção negativa - Os dados reforçam o alerta para o ciclo de endividamento prolongado diante do contexto de juros elevados e restrição ao crédito. A CNC projeta que o quadro permanecerá crítico até o fim de 2025: famílias mais endividadas (+3,3 pontos percentuais) e mais inadimplentes (+1,7 ponto percentual) em comparação aos números registrados no fim de 2024 (Gecom/CNC).