



Isenção do IR até R\$ 5 mil: qual o impacto real na economia?

Rmcarvalho_CANVA



Ampliação da faixa de isenção eleva renda disponível das classes baixa e média, e coloca à prova a capacidade do governo de compensar a perda de arrecadação sem pressionar o cenário fiscal. O ano de 2026 marca uma das alterações mais relevantes da política tributária brasileira recente com a entrada em vigor da isenção do Imposto de Renda para salários de até R\$ 5 mil. A medida não cria uma isenção do zero, mas expande de forma significativa o limite anterior, que era de R\$ 3.036 mensais, alterando a distribuição da carga tributária e o fluxo de renda disponível das famílias. Segundo estimativas organizadas pelo Ministério da Fazenda e pela Receita Federal, o total de brasileiros isentos sobe de 76% para cerca de 86% das pessoas com algum rendimento, enquanto os 14% que seguem pagando imposto concentram aproximadamente 60% da renda nacional.

Para Daniel Abrahão, economista da iHUB Investimentos, o impacto social é direto. “O núcleo do ganho está nas classes baixa e média formal, composta por trabalhadores com carteira assinada, parte do funcionalismo, aposentados e profissionais de serviços que ganham entre R\$ 4 mil e R\$ 5 mil. Esse grupo antes pagava Imposto de Renda, ao menos parcialmente, e agora passa a ficar totalmente isento”, explica.

Consumo reage no curto prazo, mas inflação e juros acendem alerta

Do ponto de vista macroeconômico, a principal consequência imediata da medida é o aumento da renda líquida disponível para consumo. Estimativas apontam que a renúncia fiscal anual fique entre R\$ 25 bilhões e R\$ 30 bilhões, valor que permanece com as famílias e tende a circular na economia. “Como essa faixa de renda tem alta propensão a consumir, boa parte do alívio tributário deve virar gasto em itens essenciais, como alimentação, transporte, contas básicas, farmácia e serviços, além de pagamento de dívidas”, explica o economista.

Esse movimento pode sustentar a atividade econômica no curto prazo, mas também exige atenção do ponto de vista inflacionário. Com a economia operando com nível elevado de utilização da capacidade instalada, um impulso de demanda pode pressionar preços, especialmente no setor de serviços.

“O efeito não é automático. Se parte relevante desse dinheiro for usada para quitar dívidas, o impacto inflacionário é menor. Já se o consumo acelerar de forma generalizada, o Banco Central tende a reagir com juros mais altos por mais tempo ou com um ritmo mais lento de cortes da Selic”, afirma.

Risco fiscal, compensações e leitura dos investidores

No campo fiscal, a ampliação da isenção traz um risco concreto de perda de arrecadação, ainda que desenhado para ser parcialmente compensado. O governo aposta em mecanismos como a tributação mínima sobre altas rendas e a cobrança de dividendos enviados ao exterior para neutralizar boa parte do impacto. Para o mercado, porém, o foco está menos na intenção e mais na execução.

Apesar de beneficiar um grande contingente de contribuintes, a mudança não altera a forte concentração de renda no topo. Mesmo com 86% da população isenta, esse grupo responde por cerca de 40% da renda nacional, enquanto os 14% que seguem pagando IR concentram aproximadamente 60%.

Abrahão destaca que o desafio está em equilibrar justiça social e estabilidade macroeconômica. “Aisenção até R\$ 5 mil reconhece o peso regressivo do imposto sobre a base da renda, em um país ainda marcado com altos níveis de diferenças sociais, mas só se sustenta se vier acompanhada de compensações críveis. O risco não está em aliviar quem ganha menos, mas em falhar na construção desse equilíbrio fiscal, que é estreito e fundamental para o futuro da economia brasileira”, conclui.

Presença em múltiplos canais vira fator de sobrevivência nos negócios

Empresas que não são encontradas deixam de existir

Em um ano marcado pelo avanço do fechamento de empresas no Brasil, a forma como os negócios se posicionam nos pontos de busca e contato com o consumidor passou a ser decisiva para a sobrevivência.

Dados atualizados até agosto de 2025 indicam que cerca de 1,9 milhão de empresas encerraram as atividades no país, número mais que o dobro do registrado em 2024, quando aproximadamente 800 mil negócios fecharam as portas. O cenário revela um ambiente cada vez mais competitivo, especialmente para pequenas e médias empresas, pressionadas não apenas por fatores econômicos, mas também pela dificuldade de serem encontradas e reconhecidas pelos consumidores.

Para Rafael Somera, CEO da Solutudo, plataforma que conecta soluções locais à população, a ausência nos ambientes digitais onde o cliente busca informação tem se tornado um fator silencioso de exclusão do mercado. “Hoje, se a empresa não aparece quando o consumidor procura, ela simplesmente não entra no radar. E se não entra no radar, não é cogitada”, afirma. Segundo ele, a decisão de compra acontece antes do primeiro contato direto, durante a etapa de pesquisa e comparação.



O comportamento do consumidor mudou de forma estrutural. Pesquisas do Google mostram que 93% das pessoas pesquisam online antes de comprar e transitam, em média, por três a seis canais diferentes até tomar uma decisão. Buscadores, redes sociais, mapas, sites institucionais, plataformas de avaliação e, mais recentemente, ferramentas de inteligência artificial passaram a fazer parte desse percurso.

Nesse contexto, depender de um único canal de visibilidade tornou-se uma estratégia de alto risco. “A atenção do consumidor está fragmentada. Apostar tudo em redes sociais ou apenas no Google deixa a empresa vulnerável a mudanças de algoritmo e perda repentina de alcance”, diz Somera.

Mais do que serem descobertas, as empresas passa-

ram a ser constantemente verificadas. Estudos internacionais da BrightLocal indicam que 99% dos consumidores leem avaliações online em algum momento da jornada, enquanto dados do próprio Google mostram que informações atualizadas, fotos, respostas a comentários e presença consistente influenciam diretamente a escolha, sobretudo em negócios locais. “O consumidor descobre em um canal, mas vai a outros para confirmar se aquela empresa é confiável, se está ativa e se outras pessoas falam bem dela”, explica Somera. “Não adianta investir em tráfego pago se, na hora da checagem, não há avaliações, conteúdo atualizado ou sinais de que o negócio está vivo.”

Na prática, empresas que não cuidam dessa presença integrada acabam presas a um ciclo silencioso de perda

de oportunidades. Perfis desatualizados, ausência de informações básicas ou inconsistência entre canais geram desconfiança e levam o consumidor a voltar para a busca inicial. Pesquisas mostram que páginas completas, com fotos e dados atualizados, podem gerar até três vezes mais interações do que páginas incompletas ou abandonadas.

A experiência da Solutudo ilustra esse movimento. Nos últimos 12 meses, a plataforma registrou mais de 60 milhões de acessos e contabilizou mais de 3 bilhões de exibições de conteúdos de empresas cadastradas na primeira página do Google, segundo dados internos. Para Somera, os números reforçam que visibilidade não é apenas presença pontual, mas constância e coerência. “O consumidor não quer só encontrar uma empresa. Ele quer confirmar que ela é confiável, acessível e relevante. Estar em múltiplas plataformas hoje não é excesso, é sobrevivência”, afirma.

Em um ambiente de concorrência elevada e consumidores cada vez mais impacientes e desconfiados, a presença consistente em diferentes pontos de busca e contato deixou de ser apenas uma estratégia de crescimento. Para muitas empresas, tornou-se a linha tênue entre continuar operando ou fechar as portas.

O ano de 2026 não será para amadores

Marcos Dallagnese (*)

O ano de 2026 amanhece sem promessas fáceis para o agro brasileiro. Não há brisa de complacência, há vento de cobrança. O setor entra grande, competitivo, decisivo para a economia, mas sob um teste mais refinado, produzir muito já não basta, é preciso produzir certo, vender melhor e provar origem. O clima continua mandando, a geopolítica segue interferindo e a regulação deixou de ser ameaça distante para virar regra concreta. Quem ainda opera no improviso vai sentir primeiro.

A fotografia da safra é exuberante. A Conab projeta algo em torno de 354,4 milhões de toneladas de grãos. A soja, velha âncora, deve romper a barreira dos 177 milhões de toneladas, consolidando o Brasil como líder global. O milho segue firme, com expectativa de 138 milhões de toneladas. Mas aqui mora a armadilha: safra grande em ambiente de custo elevado, logística pressionada e demanda errática não é sinônimo de prosperidade, é sinônimo de margem estreita. Em 2026, errar o timing de venda ou negligenciar hedge não será azar, será falha de gestão.

O clima não concede indulgência. A saída gradual da La Niña não significa calmaria, significa transição e transições são traiçoeiras. Chuvas fora de hora, granizo, janelas curtas, extremos pontuais. O Zoneamento Agrícola de Risco Climático deixa de ser recomendação técnica e passa a ser critério de sobrevivência, espe-

cialmente porque o crédito agora cobra isso como contrapartida.

O milho confirma a lógica. A safra continua sendo pilar e divide protagonismo com o etanol, que mexe na demanda e na previsibilidade. Custos pressionados por fertilizantes e fretes impõem uma verdade incômoda: não haverá espaço para decisões “no feeling”. O milho de 2026 será de planilha, não de esperança.

É exatamente nesse ponto que o café escancara o novo agro brasileiro. O setor chega a 2026 depois de dois anos de choques climáticos, estoques globais apertados e preços elevados, mas engana-se quem confunde preço alto com tranquilidade. O “mercado está caro” porque está frágil. Qualquer geada, seca ou ruído logístico reverbera instantaneamente na ICE Futures. Produzir sem proteção comercial é especular contra o próprio caixa.

Importante: 2026 marca o fim da tolerância com informalidade. A regulação europeia antidesmatamento não é detalhe, é filtro de mercado. Exportar não depende só de produzir, mas de provar origem. Rastreabilidade, georreferenciamento e conformidade deixaram de ser diferenciais e viraram requisitos básicos. Quem ainda não entendeu isso está discutindo o problema errado.

O crédito também mudou de natureza. Não é cheque em branco. Em 2026, vem condicionado à gestão de risco climático, sustentabilidade comprovada e planejamento estratégico.

Pensar apenas na próxima safra é curto demais para um setor que vive de ciclos longos, volatilidade e pressão regulatória. Ignorar essas exigências não significa perder oportunidade, significa perder relevância.

E há um ruído extra no ar: por ser um ano eleitoral, a polarização política e as incertezas macroeconômicas podem gerar volatilidade adicional no mercado. Quem depende de crédito, câmbio e apetite de risco precisará de cenários alternativos, disciplina em caixa e atenção redobrada aos prazos.

O comércio global não é mais sedução, é seleção. A China ajusta compras, a Europa impõe acordos com regras estritas e o mercado passa a remunerar mais origem e constância do que simplesmente volume. O café que se venderá melhor não será o mais abundante, será o mais confiável. E esse raciocínio vale para todo o agro. A carne vive momento forte, mas enfrenta cotas e barreiras. A soja domina, mas sofre com bases voláteis. O milho se industrializa, mas encarece. O denominador comum é simples e desconfortável: o agro brasileiro não está sendo ameaçado, está sendo selecionado.

O ano de 2026 será potente para quem opera com método, proteção e visão estratégica. Mas será implacável com quem insiste em jogar o jogo antigo em um tabuleiro novo. O agro brasileiro entra grande em 2026. Permanecer grande, porém, exigirá algo mais raro do que escala: maturidade.

(*) Diretor Comercial da Orbis, a maior plataforma digital integrada do agronegócio na América Latina.

