Terca-Feira, 20 de Outubro de 2026

O comércio também precisa de voz

Toda sociedade é formada por diferentes setores econômicos e sociais. Todos são importantes. A agricultura produz alimentos, a indústria transforma matérias-primas, os serviços atendem às necessidades da população e o comércio conecta tudo isso, fazendo a riqueza circular.

Em um ano eleitoral, quando se escolhem aqueles que representarão a população, é legítimo que cada segmento busque representantes comprometidos com seus interesses e, sobretudo, com o desenvolvimento coletivo.

Em Mato Grosso, poucos setores possuem impacto tão abrangente quanto o comércio de bens, serviços e turismo. É nele que milhões de relações econômicas acontecem diariamente.

Das pequenas mercearias aos grandes supermercados, das oficinas mecânicas às farmácias, dos restaurantes às lojas de bairro, dos hotéis às empresas de tecnologia, o comércio movimenta a economia, gera empregos, recolhe tributos e mantém as cidades vivas.

O filósofo Aristóteles ensinava que a finalidade da política é promover o bem comum. Esse bem comum não nasce apenas das grandes obras ou dos discursos inflamados, mas da capacidade de criar condições para que as pessoas trabalhem, empreendam e prosperem.

Quando o comércio cresce, cresce também a arrecadação pública, aumentam as oportunidades de emprego, fortalecem-se as famílias e amplia-se a capacidade do Estado de investir em saúde, educação e infraestrutura.

Adam Smith, considerado um dos fundadores da economia moderna, demonstrou que a prosperidade das nações depende da liberdade para produzir, trocar e empreender. O comércio não é apenas uma atividade econômica; ele é um mecanismo de integração social.

Cada compra realizada representa uma cadeia de trabalho que envolve produtores, transportadores, distribuidores, vendedores e consumidores. Quando essa engrenagem funciona bem, toda a sociedade é beneficiada.

O economista Joseph Schumpeter lembrava que o empreendedor é o agente da inovação e do desenvolvimento econômico. No comércio, milhares de empreendedores assumem riscos diariamente, investem seu patrimônio, criam empregos e enfrentam uma carga tributária elevada, concorrência intensa e constantes mudanças tecnológicas.

Ainda assim, esse setor frequentemente possui pouca representatividade política proporcional à sua importância econômica.

Diversos segmentos organizam-se politicamente, elegem representantes e conseguem levar suas demandas aos parlamentos. O comércio, entretanto, muitas vezes permanece fragmentado.

Seus empresários, comerciantes e prestadores de serviços acabam distribuindo seus votos entre candidatos ligados a diferentes interesses, inclusive alguns que desconhecem a realidade do setor ou priorizam agendas distintas de suas necessidades. Não se trata de defender privilégios. Trata-se de defender representatividade.

Em uma democracia, quem não participa das decisões acaba convivendo com decisões tomadas por outros. Quando um setor responsável por significativa parcela da arrecadação tributária e da geração de empregos não possui representantes comprometidos com sua realidade, perde espaço no debate sobre simplificação tributária, desburocratização, segurança pública, infraestrutura logística, crédito, qualificação profissional e incentivo ao empreendedorismo.

É evidente que nenhuma sociedade vive apenas do comércio. A agricultura, a indústria, a educação, a saúde, a ciência e tantos outros setores são indispensáveis. Entretanto, também é verdade que nenhuma sociedade moderna sobrevive sem comércio.

Desde as primeiras civilizações, a troca de mercadorias foi responsável pela formação das cidades, pela difusão da cultura e pelo desenvolvimento econômico. O comércio é o elo que conecta produção e consumo, riqueza e oportunidade.

Montesquieu observava que o comércio aproxima os povos e favorece a cooperação. Onde existe comércio, há circulação de pessoas, ideias, investimentos e desenvolvimento. Defender o comércio, portanto, não significa defender apenas empresários; significa defender consumidores, trabalhadores, fornecedores e toda a cadeia produtiva.

Mato Grosso vive um momento extraordinário de crescimento econômico. Entretanto, crescimento sem representação pode gerar desequilíbrios. O setor comercial precisa ocupar seu espaço institucional com responsabilidade, ética e visão de futuro.

Precisa eleger representantes legítimos, preparados tecnicamente, comprometidos com o diálogo e capazes de construir políticas públicas que fortaleçam o ambiente de negócios sem perder de vista os interesses da sociedade.

A boa representação política não serve apenas para defender uma categoria. Ela serve para construir soluções equilibradas que beneficiem toda a população. Um comércio forte significa mais empregos, maior arrecadação, cidades mais dinâmicas e melhores condições para financiar os serviços públicos.

Em um ano eleitoral, essa reflexão torna-se ainda mais necessária. O voto é um instrumento de representação. E a representação só é verdadeira quando aqueles que conhecem os desafios de um setor participam efetivamente da construção das decisões públicas.

João Edisom de Souza é analista político e professor universitário