

REPORTAGEM ESPECIAL

ANDRESSA PUFAL/JC



Frentes frias ajudaram a estimular o consumo de vestuário

## Investimentos crescem, apesar de inflação e juro alto

**Faturamento das lojas tem apresentado resultados positivos nos primeiros meses de 2022**

Karen Viscardi, especial para o JC  
economia@jornaldocomercio.com.br

Os varejistas gaúchos que sobreviveram à pandemia começam a virar a chave dos impactos da crise sanitária, apesar da falta de insumos em algumas categorias. E, a despeito da alta de dólar, inflação e juro e da redução da renda da população, estão retomando e até superando as vendas de 2019, antes da chegada do vírus ao País. Em maio, o setor cresceu 3,1% em relação ao mês anterior no Rio Grande do Sul, a quarta alta consecutiva. Os números são da Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), do IBGE.

Lojas de moda, eletrodomésticos, materiais de construção e farmácias vêm adotando diferentes estratégias para se manter e crescer. Algumas estão investindo após ajustes e até fechamentos. Mas alguns segmentos têm maior dificuldade pela dependência de crédito, cada dia mais caro. “O mercado deve ser olhado de maneira fatiada, com uma análise quase isolada”, explica Irio Piva, presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas de Porto Alegre (CDL POA), que destaca uma série de setores beneficiados, como restaurantes e agências de viagens, assim como vestuário, calçados e acessórios, estimulados pela proteção das vacinas, pela volta dos eventos e pelo retorno às atividades comuns da vida cotidiana.

A rede Lojas Renner é exemplo. “Percebemos que a retomada da mobilidade e da participação em eventos sociais tem contribuído

para a necessidade de renovar o guarda-roupa. Com isso, temos visto maior fluxo, em especial na loja física, mas também no online. Esses fatores, aliados às frentes frias que atingiram o País, estimulam maior procura por peças de inverno, assim como itens mais voltados para situações profissionais e sociais, que os clientes não estavam usando tanto em função da pandemia”, detalha Fabiana Taccola, diretora de Operações da Lojas Renner.

Essa maior procura por itens de moda se refletiu em um desempenho robusto de vendas no primeiro trimestre para a Renner, acima dos patamares de pré-pandemia: alta de 63% na comparação com o mesmo período de 2021 e de 35% na comparação com 2019. “A tendência se acelerou nos meses seguintes, alavancada pela boa aceitação da coleção outono-inverno, influenciada também por datas

comemorativas”, conta a executiva da Renner.

Considerando o primeiro semestre, a rede de confecção e calçados Dullius ampliou o volume de vendas em 10%. “Estamos contando peças em vez de valor porque a inflação distorce os números”, explica o empresário Cláudio Dullius. Segundo o empreendedor, a pandemia obrigou a rede a ser melhor, inclusive com o fechamento de lojas em municípios em que operavam com várias unidades. “Fizemos mudanças que no andar tranquilo da carruagem não se fazia. Agora, nos questionamos: o que podemos fazer diferente e melhor?”

Na Spirito Santo, as vendas nos primeiros seis meses de 2022 estão dois dígitos acima de 2019, último ano antes da crise sanitária. “Já esperávamos uma demanda reprimida, pois vendemos muito para eventos, festas”, diz Andreas

Renner Mentz, proprietário e diretor-geral da empresa. A retomada começou nos últimos meses de 2021, incluindo a linha social, após um período em que foram ajustados o time e a operação e ampliado o mix casual.

Nas Lojas Hercílio, com sede em Pelotas, o faturamento do primeiro semestre também foi positivo. O incremento foi de 15% sobre os seis primeiros meses de 2019. “Estamos conseguindo vender com crescimento. É um bom recomeço”, explica Vitor Colvara, proprietário da rede centenária de calçados que passou de nove para sete lojas nos últimos dois anos. Como ensinamento da pandemia, o proprietário relata que se readaptou e reduziu o volume de peças disponíveis. “Há três anos, o valor do custo do estoque era o triplo do que é hoje. Agora, trabalhamos com estoque mais enxuto, o que é positivo”, destaca.