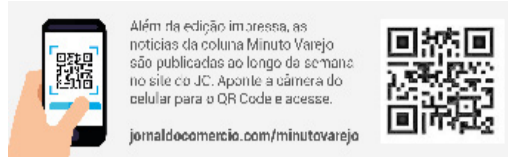




Patrícia Comunello
patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br



Diretor da TaQi: “Pessoas entram na loja chorando”

Rede refaz filiais afetadas na cheia e intensifica novo posicionamento

“Já estive em loja atendendo pessoas e elas entram chorando.” A descrição é feita por Rogério Knebel, diretor de Negócio da rede gaúcha TaQi, dando a dimensão de como a tragédia climática está mudando o ambiente do varejo onde famílias perderam tudo ou quase tudo. Tanto que Knebel, ao comentar sobre a demanda para reposição de mobiliário ou reconstrução após a inundação, mesmo admitindo que já movimenta as vendas, avisa: “Não quero comemorar. Preferia estar crescendo 20% por uma questão natural. Tenho de respeitar a dor destas pessoas”. O diretor de Operação da rede, que pertence ao grupo Herval e passa neste momento por um reposicionamento, mudança de layout e fortalecimento de categorias de produtos em lojas e abertura de filial, explica que são duas frentes de ação para lidar com os impactos e como receber os consumidores atingidos. Uma delas é no cuidado em como receber os clientes que estão sofrendo as perdas e outra na condição de pagamento.



“Quando a gente vende um produto para alguém, ele nos paga com dinheiro, mas ele botou o que tem de mais precioso na vida: o tempo dele para ganhar aquele dinheiro. A maioria dessas pessoas quase que botou o tempo da vida que elas tinham e perderam tudo”, pontua o executivo. “Sim, a economia vai movimentar. Sim, vamos vender mais, mas é um momento que, como empresa, temos de trabalhar para oportunizar que es-



GRUPO HERVAL/DIVULGAÇÃO/JC

Marca cria condições para ajudar clientes e muda configuração de loja

sas pessoas consigam comprar o máximo possível para restabelecer o mínimo da dignidade delas que é ter um lugar para morar novamente”, acrescenta o diretor. A rede adotou parcelamento em 12 vezes sem juros no cartão de crédito e 15 vezes no cartão próprio. No crédito direto (CDC), o prazo pode ir a 36 vezes. Além disso, tem programa com uso do FGTS e vale-compra para quem quer ajudar outras pessoas. “O cliente faz o vale, e quem foi atingido vai comprar na loja”, descreve. Com mais inadimplência nas áreas afetadas, a TaQi dá mais prazo sem custo.

A rede teve cinco das 57 lojas atingidas pelas cheias e com perda quase total, diz Knebel. São elas as de São Sebastião do Caí - pela segunda vez seguida, e já reabriu -, São Leopoldo (já voltou), Três Coroas (em processo de reabertura), Igrejinha (reabre nos próximos

dias) e Rio Grande (ainda com água). Knebel não revela o prejuízo, mas dá uma pista: “Perto do milhão. Todas as linhas de produtos foram perdidas, com água que chegou a 1,5 metro”.

Além do tema da conjuntura climática, a rede se mobiliza em mudanças que vão de reformas em todas as operações, que será concluída este mês. A varejista foca categorias de produtos. “Nossas lojas continuam com todo mix, mas vai ter direcionamento para linhas prioritários. As lojas vão destacar mais acabamentos, iluminação, tintas, louças e metais sanitários e para cozinha”, detalha Knebel. A mudança começou no fim de 2023. “Construção sempre foi uma área muito forte. Não é voltar às origens, mas fortalecer onde somos reconhecidos.” Na expansão, a primeira abertura do ano, e que deve ser a única, foi em Carlos Barbosa, numa volta à cidade e reforçando a posição na Serra. Em 2023, 17 filiais chegaram a ser fechadas, além de algumas abertas.

Oito a cada 10 lojistas não têm seguro para cheias

“Na minha apólice do seguro, tem (cobertura) para raio, explosão, queda de granizo, incêndio e vendaval. Inundação e cheias não”, lista, desapontado, o varejista Carlos Klein, proprietário da rede de moda masculina Via Condotti. O drama não é só de Klein: quase oito em cada dez comerciantes de Porto Alegre, segundo pesquisa do Sindicato dos Lojistas da Capital (SindilojasPOA), vivem a mesma a situação. E não ter cobertura para o impacto da tragédia climática que abate o Rio Grande do Sul só complica mais a possibilidade e custo da recuperação de muitos varejistas. O dono da Via Condotti teve duas das nove unidades da rede inundadas, sendo uma, a do Centro da Capital, com perda total. “A gente faz a contratação com a seguradora e imagina que vai ter cobertura ampla. Quando acontece o sinistro, descobre-se que teria de ter outras opções e tudo discriminado”, lamenta Klein, que ainda não tinha terminado de pagar o investimento na loja onde perdeu tudo, aberta há pouco mais de um ano. A coluna **Minuto Varejo** tem ouvido relatos de outros lojistas: “O corretor me ofereceu um dia antes proteção para enchente, mas não renovei com isso. Não imaginava que a água fosse chegar onde chegou”, conta Sérgio Rosa, da Banca do Holandês, com loja no Mercado Público. O SindilojasPOA apontou ainda

que apenas 13% dos empreendedores do setor têm seguro que cobre os danos e quase 10% ainda não sabe se tem ou não a proteção. A pesquisa do Núcleo de Pesquisa do SindilojasPOA apurou ainda que 20% dos ouvidos tiveram o estabelecimento totalmente invadido pelas águas e 15,2% parcialmente. Entre os afetados, 69,4% já conseguiram acessar o ponto. Destes, 8,3% indicam que perderam tudo. Para pouco mais de 40%, os prejuízos ficam entre 50% e 75% da operação. Já quase 20% tiveram perda acima de 75%, e 5,6% de até 10%. Outro assunto que também gerou muita preocupação e mobilização é a segurança, com muita unidade algo de ladrões. O levantamento revelou que 3,8% das lojas sofreram furtos, roubos ou saques. Já 11% dos ouvidos não têm como saber pois não voltaram aos estabelecimentos. Para manutenção do negócio, os comerciantes já acionam medidas para equilibrar impactos e receitas. Antecipação de férias individuais já foi buscada por 50,8% deles, banco de horas (47,6%), demissão de funcionários (39,7%), acordos coletivos de trabalho (20,6%) e férias coletivas (9,5%). Mais de 55% dos lojistas vai recorrer aos auxílios do governo federal: os mais requisitados são Pronampe (70,9%), prorrogação do pagamento do Simples Nacional (58,2%) e Programa Emergencial de Acesso ao Crédito (55,7%).



PATRICIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC

Klein tem cobertura para vendaval e raio, mas não tem para inundação

Recomeço

▶ **Cashback do eletro:** A Secretaria Estadual da Fazenda (Sefaz) está montando um programa para a devolução do ICMS pago pelos consumidores nas compras de eletrodomésticos. O subsecretário da Receita, Ricardo Neves Pereira, explica que o dinheiro vai ser repostado como no cashback do Nota Fiscal Gaúcha, que já tem retorno. A dica de Pereira é que as pessoas coloquem sempre CPF na nota de compra. Ele antecipa que deve ter um limite no valor do produto para ter devolução.

▶ **Pergunta de 10 entre 10 empreendedores atingidos pelas inundações:** o governo federal vai lançar um programa para ajudar a pagar os salários dos empregados como foi na pandemia de Covid-19? Um recado: a medida é para “ontem”.



Coluna de quinta

Na edição da próxima quinta-feira, a coluna vai trazer histórias dentro da série Recomeçar, com negócios que estão voltando, as dificuldades, os desafios e os planos futuros, após perderem tudo ou quase tudo nas cheias.

No Ponto

▶ **O Rua da Praia Shopping**, no Centro da Capital, reforça a operação de retirada de água que ainda tem no subsolo. Não há previsão ainda de reabertura, que dependerá também do retorno da energia. A praça de alimentação ficou debaixo da água, que chegou a 50 centímetros no acesso pela rua dos Andradas. São 60 lojas no empreendimento.

▶ **O Canoas Shopping** ampliou o horário, após voltar a operar. Segunda

a sábado, abre das 10h às 20h, e aos domingos, a praça de alimentação das 10h às 20h, e lojas e quiosques das 14h às 20h. A gratuidade do estacionamento vai até dia 7.

▶ **A Donuts Punk's** estreou quiosque no Shopping Villagio Caxias, com o clássico donut rosa “Simpson”.

▶ **O Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA)** mostrou vendas 12,7% mais altas, de 20 a 26 de maio, nas 30 cidades mais afetadas pela enchente.