

# economia

## Frio impulsiona vendas do comércio gaúcho

Lojistas apontam aumento da procura por peças para enfrentar o inverno neste começo de julho, após um junho fraco

/ MINUTO VAREJO

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

“Finalmente, o frio chegou!” O desabafo da lojista Karine Kruse, uma das proprietárias da rede Patchwork, com cinco unidades em Porto Alegre, dá o tom do humor dos varejistas que já sofreram - e ainda tentam se recompor -, com a inundações e não aguentavam mais o calor e a chuva, que dominaram junho.

O clima, que causou estragos e danos agora virou a favor do comércio. Pesquisa do Sindilijas Porto Alegre mostrou que 28% dos comerciantes registram comercialização maior este mês frente a junho. Outros 27% apontam alta ante julho de 2023. Mas mais da metade dos varejistas (54%) ouvidos na sondagem ainda veem um fluxo sem grandes alterações. Outros 18% registram queda. “A venda em junho foi caótica, muito ruim. Além de pouco movimento na nossa rua, tinham máquinas e gerador (para energia) fazendo um barulho horrível”, lista Karine, que teve a filial da rua Uruguai, no Centro Histórico, inundada. A produção da marca, na Zona Norte da Capital, também foi afetada. “A venda voltou a fluir. Não pode ser comparada com outros anos, mas já

está melhor que junho. O crescimento é mais de 100%”, compara a lojista, entre os primeiros 10 dias de julho e o mês passado.

O vice-presidente da CDL e também do sindicato, Carlos Klein, ressalta que o movimento é intenso, puxado pelo inverno. Nas ruas do Centro Histórico, nota-se um fluxo mais animador, com pessoas levando sacolas, um calibrador de compras, mesmo que empírico. Vitrines também estampam promoções, com parcelamentos e descontos de até 60% em peças de frio. “É muito importante neste momento de retomada. As pessoas voltam aos centros comerciais para resolverem demandas específicas, desde casacos, blusas, calçados, edredons e até aquecedores”, elenca Klein. Esse fluxo mais vigoroso ajuda as lojas, que tentam recuperar as perdas de duas datas de peso no varejo - Dia das Mães - ausente nas cidades com enchente este ano -, e Dia dos Namorados, abatido pelo impacto emocional das cheias.

“O frio em julho virou um grande trunfo. Há demanda reprimida ainda de 2023, que não teve frio típico da estação. Com muito calor, o lojista ficou com produto encalhado, pois o consumidor não comprou”, recorda o dirigente do varejo. “As vendas estão deixando os lojistas bem fe-

lizos”, resume a gerente comercial e de marketing do Shopping Total, Silvia Rachewsky. “Falei aqui que o inverno é o Papai Noel de junho/julho”, ilustra Silvia. Se não tem frio, não tem inverno e nem Papai Noel fora de época. Também ajuda na demanda em centros comerciais a safra de lançamentos de filmes, diz a gerente. “O número de pessoas circulando é similar ao de 2019”, contrasta Silvia, que comenta a mudança frente ao inverno passado. “Não teve muito frio, e as pessoas acabaram não comprando muito”, comenta a gerente, a partir de percepções dos lojistas do Total.

Outra onda de consumo atípica, gerada pela recente cheia e onda de solidariedade, é a compra para repor guarda-roupa que foi esvaziado para ajudar famílias que foram fortemente atingidas pelas inundações. “As doações aliadas ao inverno aumentaram o consumo”, completa ela. “Os consumidores têm necessidade de repor suas roupas, o que faz com que as vendas estejam acima da média com a volta do frio”, complementa Klein.

Com mais de 600 lojas, o Pop Center, ex-camelódromo, encara julho e agosto como desafios para recompor o vazio ou vendas em maio (boa parte com o complexo fechado) e junho. Elaine Deboni,



PATRICIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC

Sindilijas diz que 28% dos lojistas confirmaram aumento nos negócios

CEO do Pop Center, validou que o frio mais intenso virou esperança de “crescimento significativo nas vendas”.

Com ponto no complexo, Nilvaldo Gonçalves reforça que os primeiros dias de julho já validaram a elevação. “Tem previsão de mais queda da temperatura, o que vai ajudar a recuperar negócios perdidos em maio”, acredita Gonçalves, citando ainda que muitos consumidores vêm buscando agasalhos menos pesados. “Tendência de as pessoas buscarem peças que possam continuar usando, mesmo após o inverno, ou reflexo da condição da economia”, acrescenta o lojista.

Na Serra, também tem mais movimentação no caixa do va-

rejo. Lojista e vice-presidente da Câmara de Indústria e Comércio (CIC) de Caxias do Sul da Fecomércio-RS, Idalice Manchini, diz que o frio “deu uma bela impulsionada nas vendas”. A expectativa, projeta Idalice, é que, com a continuidade das baixas temperaturas, a comercialização nas lojas se mantenha aquecida.

Não há dados de volume de vendas de maio e junho. A Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), sai com dois meses de atraso. Maio deve sair nos próximos dias. Indicadores com base em transações com cartão e Pix, como o do Itaú, mostram uma recuperação na largada de julho.

## Primeiro projeto de regulamentação da reforma tributária deve ser votado hoje

/ CONJUNTURA

O líder do governo na Câmara, José Guimarães (PT-CE), disse que os deputados votarão hoje o primeiro projeto de lei complementar da reforma tributária. De acordo com o parlamentar, a Casa votará o requerimento de urgência para que a proposta pule a etapa das comissões e seja analisada diretamente no plenário. O governo apresentou na semana passada um pedido de urgência constitucional para o primeiro projeto da tributária. O dispositivo dá um prazo de 45 dias para que tanto a Câmara quanto o Senado votem o texto. Mas há uma avaliação de que é preciso aprovar um requerimento para que a proposta pule as comissões.

Ontem, o ministro da Fazenda, Fernando Haddad, afirmou que o principal ponto em dis-



DIOGO ZACARIAS/DIVULGAÇÃO/JC

Haddad diz que maior ponto em discussão é a carne na cesta básica

cussão para a regulamentação da reforma tributária é sobre o impacto da inclusão da carne na cesta básica desonerada na alíquota final. O tema foi discutido na reunião com líderes partidários e o presidente da Câmara,

Arthur Lira (PP-AL), na tarde de ontem.

“Essa é a mais expressiva, porque o impacto dela é maior, porque o volume de proteína animal consumida no Brasil é relevante. Nós expusemos

qual seria o impacto e levamos um técnico que fez o modelo. Foi feita uma checagem, quase uma sabatina, para o técnico da Receita Federal explicar como é que esse cálculo é feito. O impacto da proteína animal é o mais relevante. mas não é o único. Há outros que estão sendo discutidos”, disse o ministro, sem detalhar quais são esses temas.

Ele fez uma distinção, ainda, entre temas relevantes, como a discussão sobre tributação de armas, e de impactos relevantes na tarifa, como as carnes. Segundo Haddad, nos cálculos da Fazenda, o impacto da inclusão das carnes é de 0,53 ponto porcentual na alíquota geral. Já segundo a metodologia do Banco Mundial, esse impacto é de 0,57pp.

Na avaliação de Haddad, “quanto menos exceções, me-

lhor”, mas há uma ponderação de que esses temas, que afetam a vida das pessoas, mobilizam a votação dos parlamentares. Ele disse, ainda, que uma discussão em andamento é a possibilidade de aumentar o cashback. “Aumentar a parcela do imposto que é devolvida para as pessoas que estão no Cadastro Único é uma coisa que tem efeitos distributivos importantes. Às vezes, não é incluir toda a carne, mas aumentar o cashback de quem não pode pagar o valor cheio da carne. Foi discutido tudo isso com muita tranquilidade, em uma reunião muito educada”, disse.

Como os parlamentares estão de posse dos cálculos, Haddad diz que cabe a eles avaliarem com sobriedade o que entra de excepcionalidade ou não ou travar o que está na emenda constitucional.