

economia



Visão Empresarial

Paulo Giacomelli

Presidente do Instituto Liberdade

Haddad sai, mas a conta e as más ideias permanecem

Fernando Haddad já comunicou que pretende deixar o Ministério da Fazenda, em princípio até fevereiro. Paralelamente, informou ao partido e a interlocutores mais próximos que não disputará qualquer cargo eletivo nas próximas eleições, limitando-se a auxiliar a campanha de reeleição do atual presidente da República. A decisão chama atenção não pelo gesto em si, mas pelo que ele revela. Em política, ministros bem avaliados dificilmente desperdiçam capital político acumulado após passagem por uma das pastas mais relevantes do governo.

Quando essa opção é descartada de antemão, podemos concluir que o próprio Haddad reconhece que esse capital praticamente não existe. A comparação com Henrique Meirelles é inevitável. Meirelles deixou o Ministério da Fazenda após o governo Michel Temer, um dos mais impopulares da história recente, e ainda assim buscou protagonismo eleitoral. Independentemente do resultado nas urnas, havia ali a percepção de que um conjunto de reformas e ajustes justificava submeter sua gestão ao crivo popular. No caso de Haddad, a ausência dessa disposição expõe a fragilidade de um legado que dificilmente resistiria a uma campanha eleitoral minimamente competitiva.

Do ponto de vista econômico, essa fragilidade tem explicação. Durante sua gestão, a política fiscal se concentrou quase exclusivamente no aumento da arrecadação. Levantamentos indicam que, em média, a cada 37 dias um imposto era criado ou elevado no país. Em vez de atacar o problema central do desequilíbrio fiscal, o crescimento contínuo das despesas, optou-se por transferir o custo integral do Estado para a sociedade produtiva, aprofundando a carga tributária já elevada para padrões de países emergentes.

Esse padrão não decorre de circunstâncias isoladas, mas está alinhado à visão de mundo que Haddad carrega desde sua formação intelectual. Ainda no início de sua trajetória acadêmica, manifestou simpatia por modelos de planejamento estatal e chegou a enxergar virtudes econômicas em experiências como a soviética, já em colapso à época. Essa dificuldade em compreender os limites do Estado e os incentivos da economia de mercado reapareceu na prática ministerial, traduzida em mais controle, mais arrecadação e nenhuma disposição real para conter o gasto público.

As consequências são conhecidas. O aumento sistemático da carga tributária pressiona empresas, reduz margens, desestimula investimentos e compromete a geração de empregos. Não há como dissociar empresários, trabalhadores e investidores nesse processo. Quando o custo de produzir aumenta, toda a cadeia econômica é afetada, criando um círculo vicioso que reduz crescimento e mobilidade social. Esse ambiente ajuda a explicar a saída crescente de empresas brasileiras para países como o Paraguai, atraídas por sistemas tributários mais simples e previsíveis. Não se trata de oportunismo, mas de sobrevivência econômica diante de um Estado que exige cada vez mais recursos sem oferecer contrapartidas institucionais ou fiscais.

A saída de Haddad pode ser vista como positiva para o Brasil no curto prazo. Ainda assim, é preciso reconhecer que suas ideias permanecerão enquanto este governo estiver no poder. A troca de nomes não altera o legado, a meu ver perverso, de políticas econômicas baseadas na expropriação contínua do fruto do trabalho da sociedade. Sem mudança de modelo, o problema seguirá intacto, apenas com novos rostos à frente da mesma lógica.

Quando o custo de produzir aumenta, toda a cadeia econômica é afetada, criando um círculo vicioso que reduz crescimento e mobilidade social

Iguatemi Porto Alegre ganha 40 novas marcas em 2025

Foram, em média, três novas operações por mês no complexo

/ MINUTO VAREJO

Patrícia Comunello
patricia.comunello@jornaldocomercio.com.br

A temporada de 2025 no Iguatemi Porto Alegre, um dos líderes do segmento no Sul do Brasil e o de maior faturamento no Rio Grande do Sul, teve o desembarque de 40 novas marcas no mix, segundo levantamento da direção do complexo repassado à coluna Minuto Varejo. O cardápio teve grifes de luxo, como Chanel e Carolina Herrera (CH), Livraria da Travessa e nova Adidas. A média é de três marcas por mês, desde vestuário, joalheria, perfumaria e cosméticos, calçados, acessórios e muita gastronomia. Dezembro foi o campeão em aberturas, com sete empreendimentos aportando no megaempreendimento e antes do Natal, crucial no fechamento das vendas anuais.

Também entraram na seleção de encerramento do ano a grife de calçados e acessórios de Alexandre Birman (empresário e presidente do grupo Azzas 2154, que uniu Soma e Arezzo), Armazém dos Importados, Gelato Borelli, Playa Paris (na área do Gardens, nova área de gastronomia do Iguatemi), Tânia Bulhões e Unique Masson, tradicional marca do ramo de relojaria. O Playa é da jornalista francesa Anne-Laure Braithwaite, mulher do jogador do Grêmio, o dinamarquês Martin Braithwaite. O bistrô combina receitas francesas com algumas influências de comida brasileira. A casa da Capital é a segunda da marca, que só tinha em Barcelona. A New Era, com coleções de bonés, deve abrir ainda antes da virada para 2026.

A CH chegou de forma bem



Unidade fica na área onde estão outras grifes de luxo no shopping

Calendário cheio de novas marcas

Abril: Abriram
Janeiro: Loftystyle e Ulbra
Fevereiro: Seth
Março: Run More
Abri: Audio POA e Madre Reina
Maio: Adidas Performance, Clifield, Jo Malone, Lenny Niemeyer e Troussseau Exclusivit
Junho: Boutique do Rei, Cremy Skincare, Hype Kings, Milky Moo e Prata Tropical
Julho: Chanel, Foxy Informática, Oi Mar e Óticas Diniz
Agosto: King Sneakers e Soho Joias
Setembro: Livraria da Travessa e Lua Luá

Outubro: Capitu Aromas, Got up, Locale e Vix
Novembro: American Cookies, Hyllua e Mainardi
Dezembro: Alexandre Birman, Armazém dos Importados, Carolina Herrera, Gelato Borelli, Playa Paris, Tânia Bulhões e Unique Masson. New Era (deve abrir)

Reinauguraram (8): Lugano Gramado (janeiro), Intimissimi (março), Crocs (abril), Sunglass Hut (maio), Mamma Mia Express (junho), Voa Park (julho), Zara (outubro) e Galeto Mamma Mia (novembro)

discreta, cinco dias antes do Natal. O Minuto Varejo apurou, em pesquisa na internet, que a loja gaúcha é a sétima da grife no Brasil. A operação gerou oito empregos. As coleções vão de roupas femininas (peças para dia a dia a festas), masculinas, bolsas e acessórios, calçados, joias e perfumaria. A operação fica no segundo piso, o principal do Iguatemi, e em um setor que se consagra por ter outras grifes de luxo, como Gucci, Dolce & Gabbana, Chanel e Armani EX (Exchange). O Iguatemi também teve oito reinaugurações este ano, entre elas e a mais badalada da gigante de moda espanhola Zara, que ampliou em quase 50% seu espaço físico e adotou layout e conceito entre os mais recentes da companhia global. O Galeto Mamma Mia também renovou o ambiente agora dentro do repertório do Gardens.

Peruzzo abre em ponto do Nacional comprado pelo rival

A mais recente loja da rede Peruzzo, sétima maior do Estado, a abrir mostra como a temperatura da concorrência no setor se elevou. O ponto em Dom Pedrito, ex-Nacional, rede fechada pelo Carrefour, havia sido vendido pelos franceses ao maior rival do Peruzzo, o grupo Nicolini, que arrematou 11 filiais do Nacional no

começo de 2024. O dono do imóvel em Dom Pedrito não locou o prédio para o Nicolini, mas para o rival. "Havia duas condicionantes para o fechamento efetivo da negociação com o Carrefour: aprovação do Conselho Administrativo de Direito Econômico (Cade) e as negociações das locações com os proprietários dos imóveis, já

que não eram de propriedade do Carrefour. É um processo normal de mercado e não havia qualquer acordo prévio", explicou Selmo Dias, diretor do Nicolini. O Peruzzo tem 24 supermercados e quatro atacarejos da bandeira Ecomix. Em 2026, a marca terá loja na Praia do Cassino, em Rio Grande, onde a rede tem um Ecomix.