

economia

Rede do Interior fecha lojas e expõe dificuldades do varejo

Varejista com quase 70 filiais em diversas cidades gaúchas encerrou pontos deficitários

/ MINUTO VAREJO

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

“Comunicamos o encerramento das atividades desta filial.” O aviso fixado na fachada pegou moradores de três cidades gaúchas de surpresa.

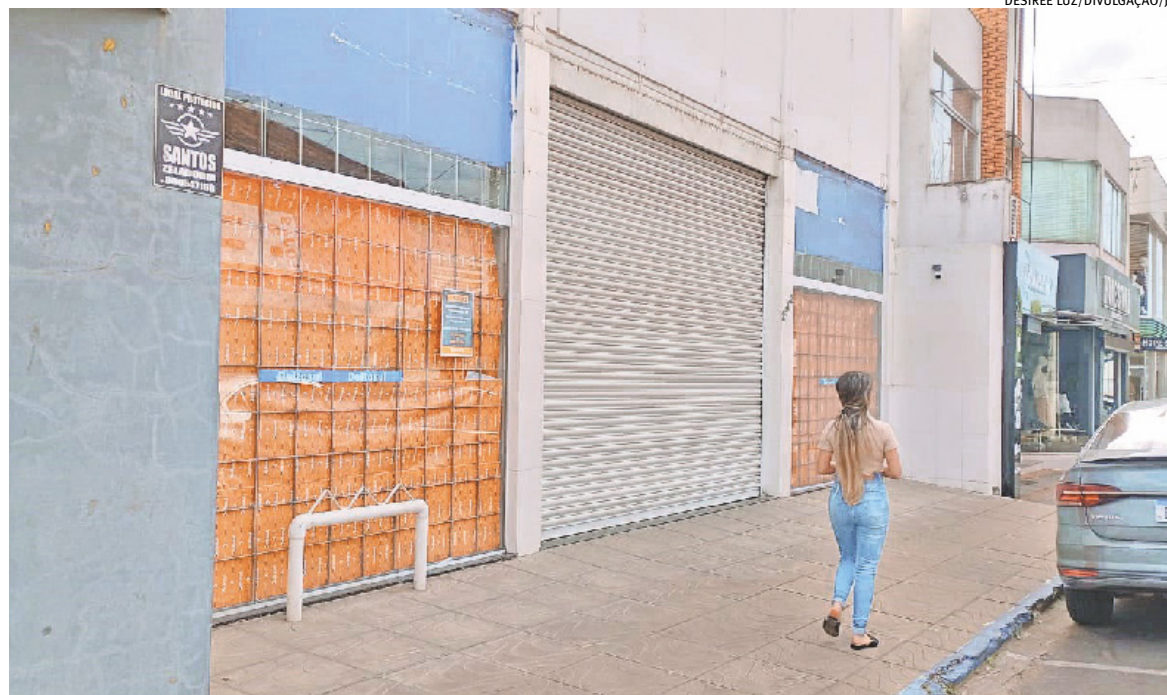
A rede Deltasul, de eletrodomésticos e móveis e com mais de sete décadas de atuação, fechou pelo menos quatro lojas nos últimos dias, apurou a coluna Minuto Varejo.

As unidades de Osório, Tapas Taquari e Viamão foram desativadas, gerando demissões e expondo dificuldades do setor associadas à queda em vendas, juros altos e inadimplência/enviduamento elevado e possi-

velmente concorrência de plataformas digitais. Na porta que antes seria de entrada das filiais, todas situadas em vias centrais das cidades onde operavam, um cartaz orienta os clientes a buscarem outras unidades para pagar carnês (crediário próprio da rede) e outros assuntos ou ligar para o 0800 da empresa.

A coluna enviou mensagem por WhatsApp para um dos gestores da rede buscando esclarecimentos sobre a medida, mas não obteve até agora resposta. A rede, com 65 lojas (descontando as quatro encerradas), de acordo com a lista no site da varejista, adota postura de não divulgar informações.

A Deltasul surgiu em 1952 como Lojas Mirandoli, em Três Passos, quase na fronteira com a

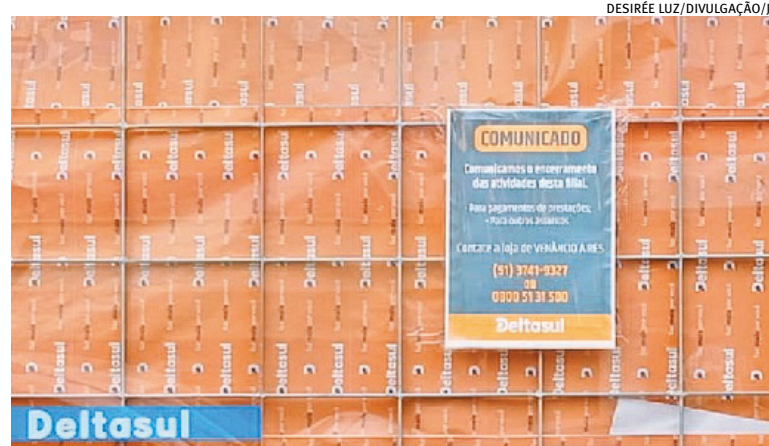


Filial no Centro e principal via do comércio de Taquari foi fechada pela rede gaúcha

Argentina. Em 1998, houve a troca de nome para o atual.

O presidente da Federação dos Empregados do Comércio e Serviços do RS (Fecosul), Guiomar Vidor, confirmou o encerramento dos pontos e que os funcionários foram demitidos. “Segundo a empresa, fecharam por serem lojas deficitárias e aluguéis incompatíveis com as vendas locais”, repassou o dirigente: “No restante do Estado, não tivemos nenhuma notícia (de mais fechamentos) da rede”.

A varejista deve seguir o enxugamento, desativando unidades sem lucro, com aluguéis altos e em mercados com maior concorrência. Os motivos ali-



Aviso na fachada orienta clientes a buscarem outras unidades

nam uma realidade para pequenos a grandes varejistas: não adianta estar fisicamente em uma localidade ou ter número

considerável de pontos se a operação não se paga.

A senha é: ponto físico só com rentabilidade.

Mais marcas estão fechando, mas há exceções com aberturas

Lojas sendo encerradas, já fechadas ou mesmo se transformando em entreposto de entrega e devolução de pacotes de e-commerce se multiplicam no comércio em diversas regiões do Estado. Há ainda revisões de modelo, com peso do menor resultado financeiro, de redes como a Gang, que terá todas as lojas físicas fechadas até fim de julho, seguindo decisão do Grupo Lins Ferrão, dono também da Lojas Pompéia. As coleções da marca ligada a consumidores jovens serão vendidas na Pompéia.

Há escassas exceções como a gaúcha Lojas Colombo, maior varejista de eletrodomésticos do Sul do Brasil, que está abrindo pontos. São 10 desde o começo do ano, entre os três estados, Mato Grosso do Sul e São Paulo, onde a rede voltou a atuar após 14 anos fora do mercado paulista.

No setor de supermercados e atacarejos, também há expansão, mas fontes do setor comentam

que cresce o número de unidades, principalmente as de perfil familiar, à venda, indicando também um movimento de enxugamento, ligado à questão financeira e sucessão.

“Daqui para frente serão muitas lojas fechando todos os meses. Muitas ficaram inviáveis. O varejo dá início a um novo ciclo: o de enxugamento”, avalia o consultor Xavier Fritsch, para o Minuto Varejo. “O tempo de aumentar o número de lojas passou. Agora é ajustar o tamanho das redes com foco nos resultados”, arremata Fritsch.

Em meio ao atual ciclo de crise no setor (associado muito a juros altos e consumidor sem espaço na renda para gastar mais), as gigantes do comércio online mostram vigor.

A líder no Brasil e na América Latina, Mercado Livre (Meli), anunciou na sexta-feira (17/07) a montagem de dois mega centros de distribuição (CDs) no Rio Gran-

de do Sul - em Gravataí e Guaíba.

No caso da Meli, os dois novos CDs gaúchos estão no “pacote histórico de R\$ 75 bilhões” em investimentos em 2026, entre expansão física e mais tecnologia, diz a gigante. Este ano serão abertos 14 novos complexos como os anunciados para o Estado, somando ainda 28,2 mil empregos.

Uma das cartadas da Meli, que atingirá em cheio varejistas de eletrodomésticos e outros itens, é o projeto Polos, cita Fritsch: “A plataforma vai colocar todas as indústrias para vender direto para os consumidores”. Mais CDs são decisivos para armazenar mais produtos (de fabricantes) e despachar rapidamente ao destino.

Tempo cada vez menor de entrega de pacotes é a grande fronteira de disputa das grandes companhias de e-commerce. O varejo físico, com suas frentes digitais, terá de encontrar o seu lugar.

“Isso veio para ficar e é uma bomba para os varejistas, muda



Filial aberta em Farroupilha, sede da rede, foi a terceira nova de 2026

radicalmente a vida e a razão de existir de muitos varejistas”, alerta o consultor, cada vez mais requisitado por comerciantes de diferentes portes atrás de respostas ao cenário mais desafiador.

“A maioria dos lojistas não está reagindo. Eles estão assustados e reclamando. Mas a situa-

ção é muito séria”. Vidor, da Fecosul, constata também reações à expansão das gigantes. “Empresas (comércio tradicional) também estão investindo na venda online, muitas substituindo os pontos físicos. Acho que os dois modelos vão coexistir”, aposta o sindicalista.