

Semana inglesa terá mediação da Câmara

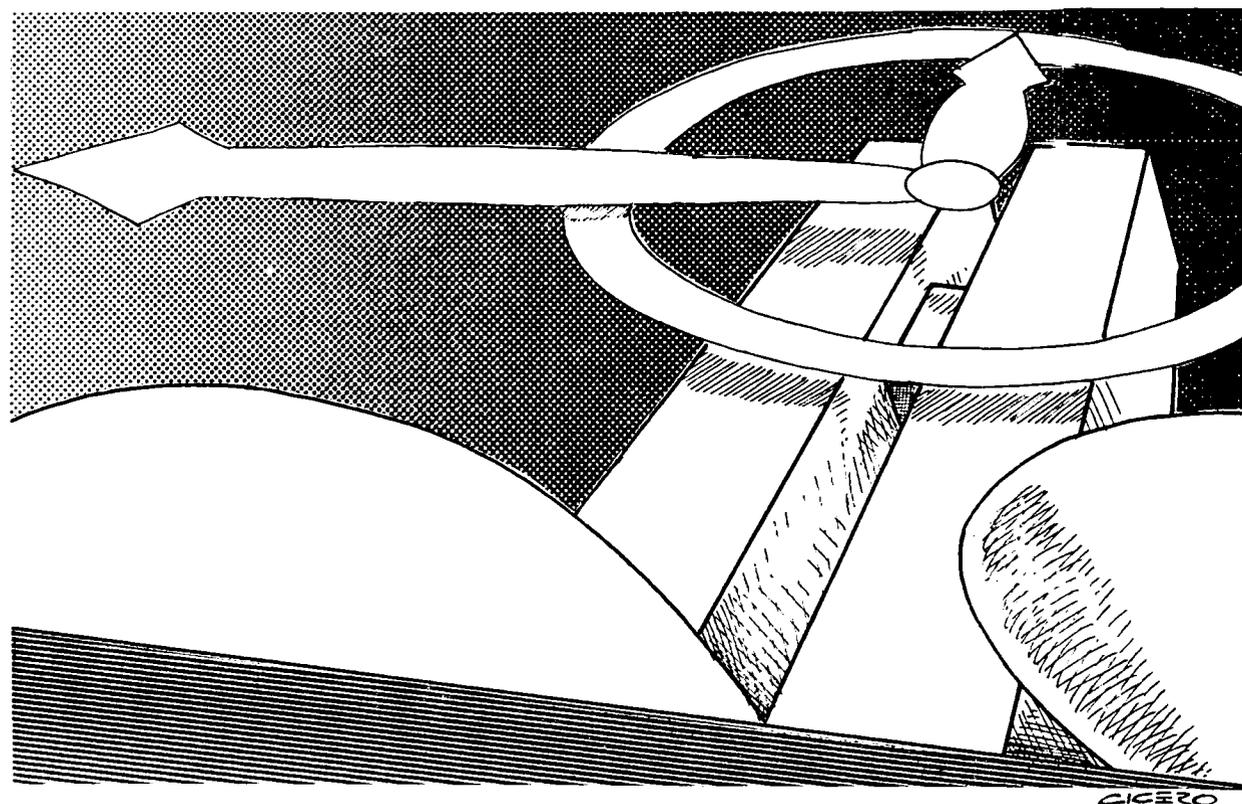
A Câmara Legislativa patrocina hoje, às 9h, um entendimento entre comerciantes e comerciantes com vistas a pôr um fim no impasse provocado pela aprovação do projeto de lei que institui a semana inglesa para o comércio. O convite foi formulado pelo presidente da Casa, deputado Salviano Guimarães (PFL), aos presidentes dos Sindicatos do Comércio Varejista, Nei Carneiro, e dos Comerciantes, Raimundo Nonato. Vão participar também da mesa de negociação os 24 distritais e empresários do setor.

Salviano informou ontem que nem a Câmara nem ele próprio têm uma proposta acabada para apresentar aos comerciantes e comerciantes. "A nossa intenção é buscar um entendimento. Vamos ouvir as partes (patrões e empregados) e insistir para que cheguem logo a um acordo sobre o funcionamento do comércio nos sábados à tarde e à noite", revelou.

O presidente da Câmara acha que o governador Joaquim Roriz também espera esse entendimento. "Se levamos uma proposta em conjunto, ele vai naturalmente examinar a matéria embasado em um consenso entre as partes envolvidas.

O líder do governo, Maurílio Silva (PTR), está apostando no entendimento antes que o governador Joaquim Roriz tome uma posição sobre o projeto da semana inglesa. Indagado sobre a possibilidade de um veto ao projeto, Maurílio disse que não quer falar sobre o assunto, porque cabe ao governador se manifestar.

"Queremos resolver o impasse em virtude de o projeto ter sido votado de forma apressada e a comunidade, a parte mais interessada, não foi ouvida. Só depois da aprovação da semana inglesa através de pesquisa de opinião pública é que a comunidade foi consultada, desaprovando a medida, com um índice de 70 por cento de rejeição", comentou.



Comerciante lança outro vídeo

O Sindicato dos Comerciantes já investiu Cr\$ 5,5 milhões nas duas peças publicitárias para a tevê, em defesa da semana inglesa e vai gastar mais Cr\$ 2,5 milhões num novo vídeo, que promete transformar-se em mais uma bomba na guerra contra os empresários do comércio.

No vídeo, que está sendo dirigido por uma produtora de pequeno porte e que deve ir ao ar nos próximos dias, em horário nobre na TV Globo, dois atores vão encenar uma situação em que uma comerciante convence um consumidor da importância da semana inglesa.

O vídeo terá 45 segundos — os dois anteriores tinham apenas 30 segundos — e será veiculado até o dia 24, prazo final para o governador Joaquim Roriz sancionar ou vetar o projeto que institui a semana inglesa, já aprovado na Câmara Legislativa.

O presidente do Sindicato dos Comerciantes, Raimundo Neves, que confirmou os números, garantiu que os custos de produção e veiculação das peças publicitárias pela tevê estão sendo bancadas pelo próprio sindicato. O dinheiro é proveniente das contribuições e mensalidades dos associados.

"A população está acostumada a ver sindicato como uma coisa amadora, rancorosa. Estamos investindo na tevê porque, além de ser um espaço muito eficaz para

a comunicação com a massa, tira essa imagem amadorística do sindicalismo. Na verdade, estamos modernizando ao investir na propaganda na tevê", diz Raimundo.

A guerra na tevê entre comerciantes e empresários explodiu no dia 5. Nesse dia, e por uma semana, o Sindicato dos Comerciantes veiculou peça de propaganda em defesa da semana inglesa, apresentando videotape de uma declaração do governador, feita em 30 de novembro de 1989, defendendo a semana inglesa. Em resposta, o GDF foi à tevê e tachou o sindicato de "leviano".

Na semana seguinte, o sindicato voltou a atacar com uma nova peça, desta vez mais contida, em que um locutor em off lia um texto, apresentado em caracteres na tela, explicando as vantagens da semana inglesa. Os empresários reagiram levando ao ar um bem feito comercial para detonar o projeto aprovado pela Câmara.

Agora, o sindicato está preparando sua terceira investida. Em vez de peças tradicionais, o sindicato optou por um vídeo em que um "consumidor" fica sabendo por uma "comerciante" que a semana inglesa não é uma camisa-de-força e que as lojas podem ser abertas aos sábados à tarde, desde que haja entendimento entre comerciante e empresários.

Luta é também pelo reajuste

Nem só com a polêmica semana inglesa estão ocupados os comerciantes. Os salários representam uma outra frente de luta travada pela categoria, que hoje, às 18 h, realiza assembleia na sede do sindicato. A campanha salarial de emergência busca um reajuste de 72 por cento, a fim de repor as perdas que a categoria alega ter acumulado de novembro do ano passado a março último. A data-base dos comerciantes é 1º de novembro, mas, de acordo com Moacir Braúna, diretor do Sindicato dos Empregados no Comércio, foi necessário desencadear uma campanha emergencial, em vista da defasagem salarial.

O DF possui 65 mil pessoas empregadas no comércio, mas os diretores do Sindicato dos Comerciantes não esperam mais que 400 funcionários na assembleia de hoje. "Com qualquer número de pessoas nós vamos colocar em votação a pauta de reivindicações, pois a assembleia é soberana para decidir", explicou Moacir. Além do reajuste de 72 por cento, a pauta inclui o pedido de Cr\$ 51 mil como piso salarial, garantia de vale-transporte, horas extras pagas em dobro e tíquete de refeição.

Empresário afirma que o grupo jogou para ganhar

O presidente da Associação de Dirigentes de Empresas de Mercado Imobiliário (Ademi), empresário Wigherto Tartuce, afirmou ontem que, se tivesse que avaliar a área adquirida pelo Carrefour, "não o faria por menos de Cr\$ 9 bilhões, ou seja, 31 milhões de dólares. O grupo Faro Comércio Ltda, proprietário da rede de supermercados Carrefour, adquiriu um lote com 135 mil 22 metros quadrados por Cr\$ 3,54 bilhões para construir um hipermercado no Setor de Oficinas Norte.

"Acho que o Carrefour entrou na concorrência para ganhar. Não importa se o preço da compra é alto ou baixo. Importa que o Carrefour comprou a área que queria", defendeu o presidente do Sindicato dos Corretores de Imóveis, Haroldo Moll. Ele explica que quem ganhou com esta compra foi a comunidade.

Moll entendeu que o grupo Faro Comércio Ltda, entrou na disputa da licitação da Terracap para ganhar. "Foi o único grupo a concorrer. Só o grupo Carrefour tinha condições de participar", avalia. Segundo o presidente do Sindicato dos Corretores, recentemente o grupo entrou na

concorrência para compra da área para construção do shopping center no Lago Norte e perdeu para um consórcio denominado LPS. "Eles (Carrefour) não queriam perder outra vez e supervalorizaram a área".

Tartuce disse que o terreno foi bem adquirido pelo grupo Faro. "Representa a realidade do mercado imobiliário", argumenta. Ele aproveita, e explica uma prática adotada em concorrência, das quais participam empresários de incorporadoras. "Às vezes duplicamos e até triplicamos o valor da proposta mínima para vencer a disputa", observa. Ele entende que Cr\$ 3,54 bilhões "não é muito dinheiro", já que se trata de uma empresa que detém um dos maiores faturamentos do País.

"O terreno está baratíssimo. Se tivesse que avaliá-lo não o faria por menos de Cr\$ 9 bilhões", revelou Tartuce, achando "razoável" o preço de compra. O presidente da Admi faz uma indagação: "Por que um pequeno empresário pode dobrar de Cr\$ 100 milhões para Cr\$ 200 milhões uma proposta e o Carrefour não pode?" O grupo adquiriu uma área supervalorizada e, por isso, na opinião da Tartuce, o grupo Faro fez um ótimo negócio.