

Renovação de acordo para abertura aos domingos divide lojistas

Alessandro Mendes
de Brasília

A continuidade da abertura do comércio no primeiro domingo do mês está gerando controvérsia entre os shopping centers do Distrito Federal, Associação dos Lojistas de Shopping Center do DF (Aloshop) e Sindicato do Comércio Varejista do DF (Sindivarejista). O acordo, firmado em novembro do ano passado entre o Sindicato dos Empregados no Comércio do DF (SECB-DF) e o Sindivarejista se encerra no próximo dia 30, e ambos não têm planos de renovar o contrato. Os shoppings e a Aloshop, no entanto, consideram a decisão equivocada, e garantem que, caso o acordo não seja prorrogado, terão prejuízo de 20% no faturamento durante o próximo ano.

Para o vice-presidente do Sindivarejista, Wlamir Santana, proprietário de sete lojas em shopping centers, a experiência de abertura aos domingos este ano foi negativa e não merece ser repetida. Essa, acrescenta ele, é a opinião de cerca de 90% dos lojistas filiados ao sindicato. "A maioria das empresas acabou tendo prejuízo com a abertura, por isso não estamos dispostos a

renovar o contrato", explica.

Ele acrescenta que o Sindivarejista está negociando com o SECB-DF para a abertura de apenas mais um domingo após o fim do acordo, o da semana do Natal (20 de dezembro). "Nesse dia valerá a pena, mas no restante do ano estamos certos de que não irá compensar", afirma Santana.

Os empregados também não pretendem renovar o acordo para abertura aos domingos. Segundo a presidente do SECB-DF, Geralda Godinho, não há nenhuma proposta de continuidade e o sindicato deve negociar apenas o funcionamento no dia 20 de novembro. Ela acrescenta que, caso algum empresário deseje abrir sua loja no domingo, deverá negociar em separado com o sindicato para viabilizar um possível acordo.

Ao contrário do Sindivarejista, a Aloshop considera a continuidade da abertura aos domingos essencial. Segundo o presidente da entidade, Ennius Muniz, a prorrogação é desejo da maioria das lojas filiadas à associação. "É preciso dialogar com o Sindivarejista para rever essa posição", defende Muniz. (Cont. Pág. 6)

DF - comércio *Renovação de acordo para abertura aos domingos divide lojistas*

Alessandro Mendes
de Brasília

(Continuação da Primeira Página)

Para ele, a visão empresarial deve ser a médio e longo prazo, e não imediata. "Alguns lojistas não tiveram lucro aos domingos devido ao péssimo ano e ao fato de o dia ainda não estar consolidado. Um dia por mês no primeiro ano não pode servir de base", argumenta.

Muniz considera o fim do acordo uma regressão. "Este ano abrimos um domingo por mês, em 1999 abríamos dois e assim sucessivamente. Essa era a idéia, até o dia ficar consolidado, como em outros países e até no Rio e São Paulo", afirma. "Funcionando todos os domingos, o lojista tem mais 54 dias de venda, o que representa quase dois meses", completa Muniz.

A posição da Aloshop é a mesma defendida pelos shopping centers. Para eles, a não abertura significa prejuízo para patrões, funcionários e consumidores. O superintendente do ParkShopping, Dênis Seixas, também acredita que a reclamação dos lojistas é resultado da abertura em apenas um domingo por mês. "Se as lojas funcionassem em todos, criaria-se a cultura de compra aos domingos, o que traria um incremento importante nas vendas", acredita. Segundo Seixas, caso não haja a renovação do acordo, haverá cerca de 20% a menos de ven-

das em 1999. "Se não abrir será uma pena. Estamos torcendo para que o Sindivarejista volte atrás na decisão", declara.

O gerente comercial do Alameda Shopping, Roberto Andrade, reforça a afirmação de Seixas. "Para os shoppings, é essencial que as lojas continuem abrindo no domingo, que já é o terceiro melhor dia em vendas", afirma. Ele garante não abrir mão de uma nova negociação para a continuidade do acordo. "Tem de existir a possibilidade de abertura para quem assim o desejar", acrescenta Andrade.

No Conjunto Nacional, a posição é a mesma. A gerente-geral do shopping, Ângela Pullig Salgado, lamenta o possível fim do acordo. Para ela, a medida trará prejuízo para todos os envolvidos. "As lojas venderão menos, os funcionários terão menos oportunidades de emprego, já que o comércio tem de contratar para o domingo, e o consumidor perderá uma opção de compra", lamenta. "É uma porta que se fecha", acrescenta.

Para o superintendente do Brasília Shopping, Paulo Valter Radtke, o fim do acordo é cruel no campo de geração de empregos. Ele acredita que vários postos de trabalho deixarão de ser criados. "São cerca de 2 mil lojas em shoppings, que têm de contratar reforço para os domingos. Daí dá para se ter idéia do prejuízo para quem busca trabalho", afirma Radtke.

GAZETA MERCANTIL

06 NOV 1998