

DOMINGO SEM COMPRAS

OS ARGUMENTOS DE CADA UM

PEDIDOS DOS LOJISTAS

- Redução no preço dos aluguéis. Os lojistas alegam que, com a queda nas vendas, não podem arcar com tantos custos
- Investimento em campanhas publicitárias que sejam veiculadas aos sábados, anunciando a abertura das lojas aos domingos
- Sorteio de R\$ 500 entre os comerciantes de cada shopping que trabalharemos nos domingos
- Espaço para a instalação de um consultório médico para os comerciantes

RESPOSTA DOS SHOPPINGS

- Não há condições de reduzir o aluguel porque nos domingos em que as lojas abrem as portas os shoppings têm as mesmas despesas dos dias normais
- Os shopping já investem em publicidade
- Não há possibilidade de negociação porque os representantes dos shoppings entendem que a abertura das lojas aos domingos deve ser tratada entre dirigentes lojistas e comerciantes de modo geral e não setorialmente

Flávia Filipini
Da equipe do **Correio**

O resultado dessa briga é fácil de prever: todos vão perder. Mas nem os 42,3% de queda acumulada nas vendas este ano conseguiram fazer com que comerciantes e superintendentes dos shoppings do Distrito Federal sentassem à mesa para negociar a abertura das lojas aos domingos, suspensa esta semana.

A queda-de-braço começou no mês passado, mas na noite de quarta-feira a guerra foi declarada. Os representantes dos shoppings não compareceram à reunião, no Sindicato do Comércio Varejista (Sindivarejista), onde decidiriam com os dirigentes do setor em que condições os comerciantes abririam suas lojas aos domingos.

A ausência foi interpretada como ato de desrespeito. Se sentindo desprezados, os lojistas radicalizaram e decidiram, às vésperas do Natal, que o comércio de Brasília não funcionará aos domingos — hoje, as lojas abrem um domingo por mês.

Os comerciantes só admitem mudar sua decisão se forem atendidas quatro reivindicações. Querem a redução do preço dos aluguéis; um espaço nos shoppings para a instalação de um consultório médico; o sorteio, entre os comerciantes, de R\$ 500 em cada domingo trabalhado; e o investimento em campanhas publicitárias que alertem os consumidores para abertura excepcional do comércio.

Segundo o presidente do Sindivarejista, Lázaro Marques, o preço dos aluguéis se tornou insuportável com a queda das vendas. Pelas contas do sindicato, o aluguel de uma loja pequena, de 50 metros quadrados, sai em média por R\$ 3 mil. A esse valor, o lojista tem que acrescentar o condomínio e a cota para investimentos em propaganda. “O preço chega a dobrar, atingindo R\$ 6 mil. Os shoppings ficam com o dinheiro e os lojistas pagam a conta”, diz Marques.

Em janeiro, os shoppings cobram o chamado *aluguel dobrado* ou *13º aluguel*. O que os lojistas querem é uma redução mensal que anule ou pelo menos diminua esse pagamento. “Não queremos que eles tenham prejuízo, mas sim que abram mão de uma parte do lucro.”

Os comerciantes reconhecem que sairão perdendo com a decisão de não abrir as lojas, sobretudo nos domingos de dezembro. Porém,

acreditam que esse prejuízo será maior para os shoppings. “Vamos acabar com essa cultura de exploração. Podemos perder algum dinheiro, mas vamos ganhar a causa” diz o presidente da Câmara dos Diretores Lojistas (CDL), Antonio Moraes.

A estimativa dos comerciantes é de que os shopping faturem 32% a menos em dezembro não abrindo aos domingos. Para as lojas, o prejuízo seria o mesmo que não abrir num dia qualquer da semana. Segundo Marques, 65% dos lojistas não querem mais abrir aos domingos porque os custos não compensam.

VANTAGENS

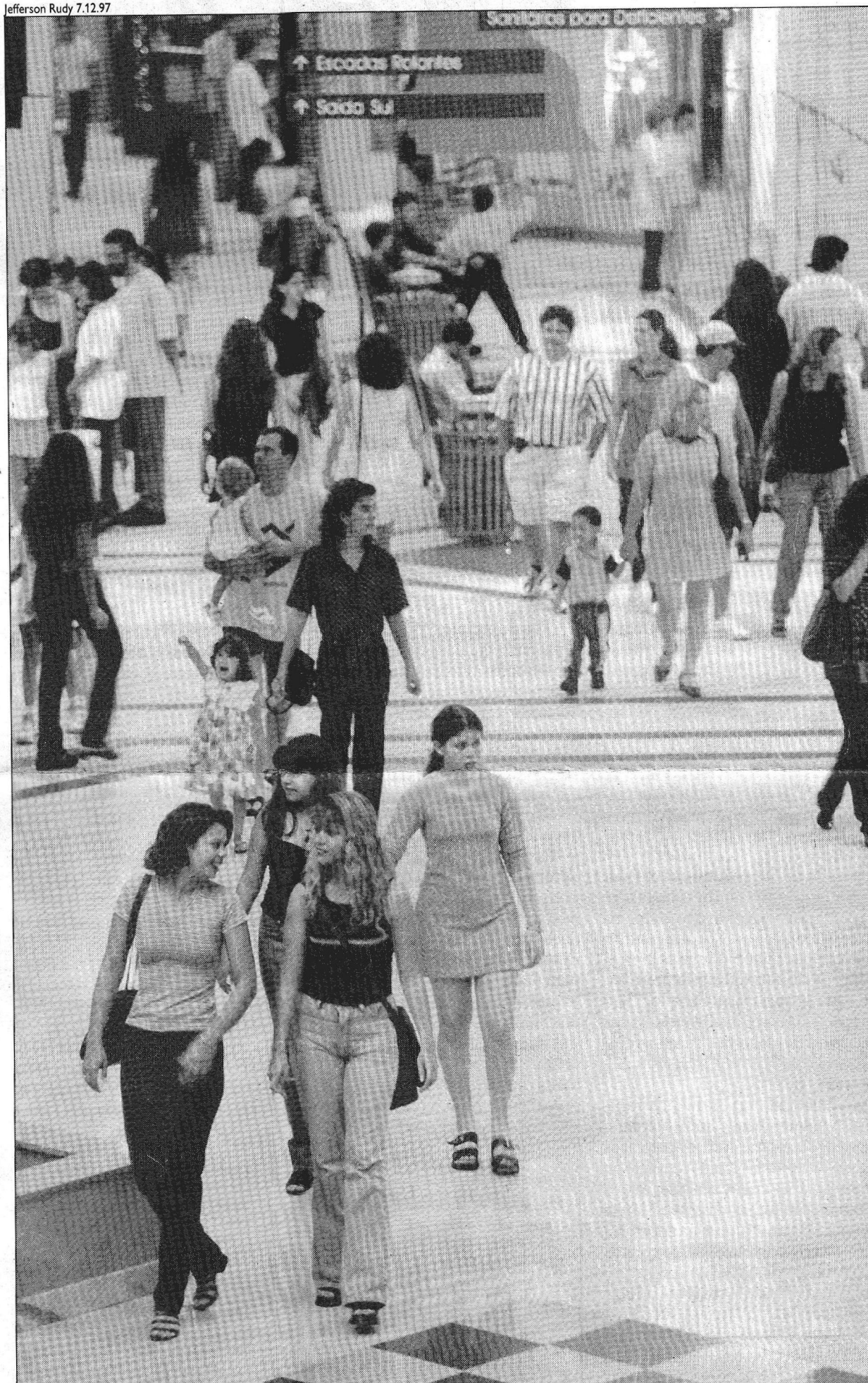
Os superintendentes alegam que é indiferente se as lojas vão ou não funcionar porque os shoppings já abrem normalmente todos os domingos, com os cinemas e praças de alimentação. “Os comerciantes estão dando um tiro no pé. O domingo é terceiro melhor dia da semana, ficando atrás apenas do sábado e da sexta-feira. Isso sem considerar um mês atípico como dezembro”, diz o superintendente do Alameda Shopping, em Taguatinga, Alexandre Rodopoulos.

Segundo o superintendente do ParkShopping, Denis Seixas, abrir aos domingos representa, para as lojas de departamento, por exemplo, 15% a mais no faturamento. Pelas suas contas, até para os pequenos comerciantes o domingo significa um potencial de venda entre 10% e 15% a mais no mês.

Os dirigentes do comércio admitem que pode haver negociações individuais com grandes redes de lojas como Mesbla e C&A, mas não cedem quando se trata dos pequenos. Os superintendentes dizem que não têm condições de reduzir o preço dos aluguéis porque os custos são altos e que já investem em publicidade. Acha que a questão deve ser tratada entre comerciantes e comerciantes.

Se dependesse dos empregados, as lojas não abririam domingo algum nos onze primeiros meses do ano. “Não temos vantagens em trabalhar nesse dia. Preferimos folgar”, diz a presidente do Sindicato dos Comerciantes do DF, Geralda Gondim. Porém, lamenta a fechamento das lojas apenas nos domingos de dezembro. “Seria o único mês que valeria a pena trabalhar. Mas como os shoppings não querem negociar, fechamos com os comerciantes.”

Jefferson Rudy 7.12.97



Na disputa entre lojistas e superintendentes de shoppings de Brasília quem sai perdendo são os consumidores