

Lojas que abrem aos domingos usarão selo

Lojistas dos principais shoppings de Brasília, que desde o ano passado abrem suas portas aos domingos pelo menos uma vez por mês, vão adotar, a partir do dia 10 de outubro, um novo método para informar seus clientes da abertura de suas lojas de segunda a segunda, sem interrupção. Durante a próxima semana, os estabelecimentos comerciais que aderirem à iniciativa de abrir todos os domingos vão colocar em suas vitrines um adesivo informativo sobre o período de funcionamento.

A Lei Magela, que regulamentou a Medida Provisória 1539.34, de agosto de 1997, condiciona a abertura de uma loja no domingo ao acordo entre os sindicatos patronal e dos trabalhadores. O primeiro recebe o pedido dos lojistas e os funcionários dos estabelecimentos o aprovam em assembleia. Pelo acerto, no dia extra de serviço, além das despesas com refeição e transporte, o comerciante recebe comissão em dobro. Caso não faça nenhuma venda, recebe R\$ 10.

A criação de um selo informativo sobre a abertura aos domingos é do Sindicato do Comércio Varejista do Distrito Federal, o Sindivarejista. De acordo com uma pesquisa realizada pela entidade, depois de sábado e sexta-feira, o domingo é o dia mais procurado pelos

consumidores. Wlanir Santana, presidente do sindicato, afirma que mais de 110 lojas já têm autorização para abrir suas portas aos domingos e, com a proximidade do final do ano, este número pode chegar a 350.

“Já chegamos a receber dos lojistas cerca de 30 pedidos por semana. Numa cidade com 203 mil desempregados, temos que usar a criatividade para aumentar as vendas e gerar empregos”, afirma ele. Santana acredita que, para cada quatro vagas existentes atualmente, uma será criada. Ele acha que cada um dos shoppings que aderir à idéia de abrir as lojas todos os domingos criará mais de 200 postos de serviços.

Geralda Godinho Salles, presidente do Sindicato dos Comerciantes, discorda de Wlanir Santana. Para ela, está comprovado que o dia de domingo não é bom para vendas. “Brasília não é uma cidade turística e 70% dos consumidores são funcionários públicos, que estão sem reposição salarial há cinco anos. Com exceção das datas comemorativas, trabalhar aos domingos não compensa para os comerciantes. O público que vai aos shoppings nesses dias não está disposto a gastar, mas a se divertir”.

MARCELO NANTES

Repórter do JORNAL DE BRASÍLIA