

16/07/2015 - 05:00

## Comerciante mais antigo também busca rever contratos

Por **Felipe Datt**

Se por um lado a atração de lojistas está mais difícil para muitos shopping centers, sobretudo os inaugurados em anos recentes, a retenção dos varejistas já instalados também entra na pauta dos administradores, em resposta a um movimento crescente de lojistas procurando as superintendências na busca, ainda que temporária, de um refresco nos seus custos de ocupação em tempos de vendas mais baixas.

Uma situação comum nos inícios de temporada, quando as vendas são sazonalmente mais baixas, mas que se intensificou desde meados de 2014, sobretudo entre shoppings mais novos de cidades menores, que passaram a flexibilizar suas bases de negociação em um momento em que o varejo começava a mostrar perda de fôlego.

"A novidade é que, em 2015, essa situação chegou também aos shoppings mais maduros, que se mostram mais abertos para concessões temporárias ou renegociações dos custos de ocupação", diz o sócio da consultoria Varese Retail Strategy, Alberto Serrentino.

Tradicionalmente, os custos de ocupação dos lojistas são formados por três componentes: um aluguel mínimo ou variável, em que incide um porcentual que varia de 3% a 8% sobre as vendas (o lojista paga o que for maior), o condomínio (o rateio das despesas administrativas do shopping, como água, luz e limpeza, com valor definido pela metragem ocupada) e o fundo de promoção.

"Tem havido uma busca maior por renegociação de contratos. O papel da administração é buscar um equilíbrio entre a rentabilização do shopping e um valor de aluguel compatível com o que lojista consegue pagar. O desafio é entender em que casos a repactuação é razoável", diz o sócio-fundador da administradora Lumine, Claudio Nabih Sallum.

Como não há negociação sobre o condomínio ou fundo de promoção, a possibilidade de reduzir custos recai exclusivamente sobre o aluguel. "O que os shoppings têm feito é, em alguns casos, diminuir o valor do aluguel mínimo", diz Michel Cutait, da Make it Work. Para Luiz Augusto Ildefonso da Silva, diretor de Relações Institucionais da Alshop, trata-se de um movimento abrangente e que atinge de lojas-âncora a redes de franquias e satélites.

"O que ocorre agora já aconteceu em outras épocas de crise e os shoppings têm intercedido no sentido de ajudar o lojista, concedo perdões temporários ou reduzindo a carga do custo de ocupação e promovendo ações para que mais clientes passem pelos corredores e lojas", afirma Silva.

Como aproximadamente 60% das receitas dos estabelecimentos são oriundas dos pagamentos de ocupação feitos pelos lojistas, a preferência dos estabelecimentos é a realização de acordos para evitar evasão e, conseqüentemente, aumento das taxas de vacância. Isso inclui até mesmo a possibilidade de parcelamento do pagamento de débitos dos inadimplentes.

"A renegociação está muito atrelada às taxas de vacância e inadimplência do shopping. Se o shopping estiver com ocupação cheia e os pagamentos em dia, será muito menos flexível. Mas se os locatários estão em dificuldade para suportar os custos e com eventual aumento de inadimplência, é muito melhor para o empreendimento sacrificar alguma coisa no curto prazo", diz Serrentino.