

Lojistas questionam abertura aos domingos

Sindivarejista mostra que 65% das lojas não têm lucro algum. Fecomércio quer mudar hábito de consumo do brasileiro

Feriado prolongado e tarde chuvosa. Cenário pouco propício para ir às compras. Mesmo sendo o primeiro fim de semana do mês — dia em que o shopping funciona aos domingos — e com o contracheque na mão, o brasileiro que não saiu da cidade preferiu outro programa às vitrines dos shoppings. O movimento de ontem foi fraco e mesmo as praças de alimentação dos shoppings não chegaram a lotar. As lojas ficaram, quase sempre, vazias.

“O brasileiro precisa adquirir o hábito de comprar no domingo. É só comparar com os supermercados que funcionam 24h e aos finais de semana. Todos têm movimento pela constância. Os shoppings devem abrir todos os domingos e não só uma vez por mês”, defende Sergio Koffes, presidente da Federação do Comércio do Distrito Federal (Fecomércio), que registrou queda de 43% das vendas acumuladas, entre maio e setembro, em relação ao mesmo período do ano passado. “É um dos índices mais altos do país nesses últimos três anos”, diz.

Mas movimento não é sinal de venda. Muitos vão a passeio, sem a intenção de comprar. “Eu não vou comprar nada. Estava entediada em

casa e resolvi sair um pouco. Sempre venho aos domingos, mas raramente trago dinheiro para gastar”, diz a estudante Denise Moura, 17 anos, em companhia de mais três amigas. O mesmo aconteceu com o agente funerário Hamilton de Sousa. “Saí do trabalho e resolvi dar uma volta. Aproveitar que hoje o dia é calmo. Talvez compre um Cd.”

VENDEDORES

Do lado de dentro das lojas estão os vendedores, ansiosos para vender. “Nossas vendas aos domingos acontecem, porque ligamos para os clientes. As pessoas que freqüentam o shopping no final de semana, vêm para ir ao cinema ou passear com a família. Vendemos melhor nos dias de semana”, diz a subgerente da Zoomp do Brasília shopping, Ana Carla Peixoto.

Já na Redley Records, do Conjunto Nacional, a vendedora Luciana Sampaio lamenta a única venda feita em duas horas de trabalho: “Só vendi um chinelo de R\$ 22,00. Domingo é o dia da sorte. Às vezes entra um cliente e compra R\$ 500,00. Outras vezes não vendemos nada. É inverso aos dias de semana, quando vendemos o tempo todo”, compara.

O pouco movimento faz com que o Sindicato do Comércio Varejista do Distrito Federal (Sindivarejista) avalie se vale a pena manter as lojas abertas aos domingos. “A tentativa é revitalizar as vendas, que estão fracas. Mas 65% dos lojistas acham que não está compensando manter o comércio aberto neste dia. A venda é baixa e a despesa, altíssima. Eles têm que pagar 50% a mais de comissão para o vendedor e condução. Não há ganho”, lamenta Lázaro Marques, presidente do Sindivarejista.

Os vendedores também parecem não gostar muito de trabalhar aos domingos. “A gente ganha um dia de folga e temos comissão maior, mas nada se compara ao descanso de domingo. Folgar dia de semana é ruim. O ritmo é outro”, explica Luciana, da Redley.

Teresa Barbosa, gerente da livraria Siciliano, acha que o movimento não compensa o trabalho. “Na loja do Conjunto Nacional eu vendo aos domingos uma média de 50 livros. Nos dias de semana, com vendas razoáveis, vendo cerca de 200 livros por dia. A diferença é enorme”, justifica.

A comparação numérica também desanima a pipoqueira Francisca Santos. Sábado saem uma média de 150 saquinhos de pipoca. Domingo, se chegar a 30 está bom demais”, brinca. Nas entrequadradas do Plano Piloto só as farmácias, lanchonetes, padarias e lojas de conveniência abriram suas portas.