

ECONOMIA

VAREJO

Dr. Comércio.

Anuais ou quinzenais, fixas ou móveis, os corredores cheios de estandes atraem os brasilienses, que já incorporaram os eventos à cultura local. Para satisfação dos comerciantes, que adoram o público do DF

Febre das feiras em Brasília

MARIANA FLORES

DA EQUIPE DO CORREIO

Com a maior renda per capita brasileira, Brasília se torna a menina dos olhos dos comerciantes de todas as regiões do país. Quem não tem a possibilidade de se instalar definitivamente na cidade, aproveita oportunidades temporárias. A capital federal virou o paraíso das feiras, sejam elas anuais, mensais ou até mesmo quinzenais. As classes A e B, frequentadoras assíduas dos eventos, servem como imã para os empresários.

Mas além da renda diferenciada, o brasiliense tem uma predileção pelas feiras, segundo avaliam organizadores de eventos. "As pessoas de Brasília gostam de feiras, não vão apenas para fazer compras, mas também para passear, é visto como um lazer", avalia Fábio Ramos, organizador do Expo Minas, evento que começou ontem no Parque da Cidade.

Só neste mês estão sendo realizados quatro eventos de diferentes ramos. Hoje encerra o Salão Chevals, de arte e decoração, e o Fest Noivas, com artigos para os que estão se preparando para o casamento. No próximo dia 26 acaba o Expo Minas, com culinária e artesanato mineiros. A Expotchê, uma das mais antigas, teve fim na semana passada contabilizando um público de mais de 140 mil pessoas. Nas feiras realizadas na cidade, o faturamento

Paulo de Araújo/CB/17.6.05



SABRINA NÃO PERDE FEIRA PARA COMPRAR E SE DIVERTIR: COISAS LEGAIS POR UM PREÇO MAIS ACESSÍVEL

médio por vendedor pode chegar a R\$ 30 mil. Alguns chegam a vender R 200mil em poucos dias.

O bom resultado no Salão Chevals em 2004, fez a decoradora mineira Renata Granha pensar até mesmo em instalar definitivamente sua loja de produtos de couro na capital federal. Depois de vender em apenas três dias da primeira edição do evento no ano passado o equivalente ao faturamento de um mês inteiro de sua loja de Belo Horizonte, ela tem na ponta da língua os argumentos para abrir no Distrito Federal sua primeira

filial. "Brasília é o primeiro lugar que eu penso em função do retorno que tive na feira. Tem um público muito seletivo e com o gosto apurado", afirma.

Os empresários vêm atrás de pessoas como a secretária Sabrina Milani, de 29 anos. Consumista assumida, ela confessa sua queda por feiras. Pelo menos uma vez por mês, vai a eventos conferir as novidades. Seu preferido, revela, é o BSB MIX — mercado alternativo realizado quinzenalmente na cidade —, onde calcula deixar cerca de R\$ 200 em roupas e acessórios. "Gosto

de feiras porque a gente encontra coisas legais por um preço mais acessível que o de shoppings. Gosto do ambiente para passear", afirma.

Para os organizadores da segunda edição do Salão Chevals, realizado na Sociedade Hípica de Brasília, 25 mil devem passar pelos 80 estandes. Devem gastar mais que no ano passado, quando 15 mil pessoas compraram mais de R\$ 1,8 milhão. "Aqui vendemos bem, por isso todo mundo fica de olho no mercado consumidor da cidade", afirma a organizadora, Eliane Martins.

Para todos os gostos

Mesclar produtos para atrair diversos públicos é a chave dos eventos. Pesquisa dos organizadores da Expotchê mostra que o passeio atraiu 47,8% dos que foram ao evento. Para comprar, foram 22,4%. Realizada no início do mês, levou 140 mil pessoas aos mais de 300 estandes que mostraram a cultura, culinária e folclore do Rio Grande do Sul. A previsão é superar os R\$ 12 milhões conseguidos em 2004.

Em sua quinta edição, a ExpoMinas, realizada no Parque da Cidade, reúne, além da culinária e artesanato mineiros, artigos de vários outros estados. A idéia de diversificar é atrair um público cada vez maior. No ano passado foram 150 mil pes-

soas e 170 estandes. Neste ano, acréscimo de 60 estandes e mais visitantes. "Mesmo tendo uma região metropolitana menor que a de outras capitais, Brasília tem uma renda muito grande, o que atrai vendedores de todo o país", afirma.

O público permanece interessado mesmo por feiras de curto prazo. O BSB Mix, mercado alternativo de varejo, comemora em junho nove anos com um público de 12 mil pessoas por fim de semana. Com o sucesso, no início de 2005 passou a ser realizada duas vezes por mês: além do Gilberto Salomão, no Pontão. Por fim de semana, as vendas movimentam mais de R\$ 500 mil. "Alguns estandes chegam a vender até R\$ 40 mil no fim de semana. Os vendedores de outros estados acham Brasília o paraíso", afirma uma das organizadoras, Adriana de Moraes Valadares. (MF)