

Ana Luisa Arantes foi à Feira dos Goianos procurar um vestido de casamento no civil

Moda acessível, mas com identidade

Para muitos comerciantes, trabalhar na feira é mais do que vender, é construir uma marca. É o caso de Solange Neves Teixeira, 45 anos, responsável por uma loja com mais de uma década de história no local, a Elly Store. “Temos loja na Feira dos Goianos há mais de 12 anos. Minha irmã, Antônia Elieide, começou no comércio de roupas há mais de 30 anos, porque sempre gostou de moda desde criança. Ela fazia até roupas para as bonecas”, conta.

A proposta da loja é unir tendência e qualidade. “Trabalhamos com alfaiataria premium e modinhas mais sofisticadas. O público gosta de roupas atuais, e o nosso diferencial é justamente a qualidade. Mantemos um mix de produtos com preços acessíveis, mas sem abrir mão do nosso DNA, que é oferecer peças diferentes”, explica. Segundo ela, o público é fiel e atento às novidades. “Nossos clientes acompanham tendências, adoram lançamentos e muitos vêm de outras cidades. O que eles buscam é qualidade e preço justo.”

A trajetória de Isa Vieira, 43, segue um caminho semelhante, mas com foco em um público mais específico. “Atuo há mais de 15 anos no comércio de moda, trabalhando com peças de alfaiataria e trazendo novidades semanalmente. Nossos produtos vêm principalmente de São Paulo, sempre com foco em oferecer peças diferenciadas e de qualidade”, afirma.

Ela explica que o perfil das clientes influencia diretamente na curadoria. “Atendemos um público mais exigente, formado por profissionais como advogadas, jornalistas e pessoas que atuam em ambientes corporativos, que buscam elegância e sofisticação para o dia a dia.”

Já no segmento de acessórios, a diversidade também é um diferencial competitivo. “Trabalho na Feira dos Goianos desde 2017. Trabalhamos com bijuterias, e o estilo que as clientes mais gostam são as peças maxi”, conta Flávia Paula Dantas, 44, proprietária de uma marca no local.

A adaptação constante às tendências é parte do negócio. “Seguimos as tendências de moda, cores e modelos, mas principalmente o preço. O público sabe que vai encontrar qualidade, bom atendimento e o melhor custo-benefício”, destaca. Segundo ela, a feira tem alcance nacional. “Atendemos pessoas de todo o Brasil. Nossos acessórios têm personalidade, qualidade e preço.”

Muito além da moda

Entre as araras cheias e os corredores movimentados da Feira dos Goianos, a busca por peças vai muito além do cotidiano. Para alguns clientes, o objetivo é encontrar algo para momentos únicos, como o casamento. É o caso de Ana Luisa Arantes, de 24 anos, estudante de biomedicina, que percorreu a feira



Isa Vieira mantém uma loja homônima na feira dos goianos



Solange Neves, da Elly Store



Flávia Dantas, da Lady Lu Bijou

FEIRA DOS GOIANOS EM NÚMEROS

22 galpões
Mais de 10 mil lojas

acompanhada da mãe e do noivo em busca do vestido ideal para o casamento civil. Frequentadora antiga do espaço, ela explica que a escolha pelo local não é por acaso: “Venho sempre, desde mais nova. Costumo procurar as coisas aqui porque acabam sendo mais em conta. Já conheço os locais, então fica mais fácil”.

Mesmo com tantas opções, a decisão exige tempo e atenção. Ana Luisa afirma que encontrou boas possibilidades durante a visita, especialmente em setores mais específicos da feira, mas ainda não bateu o martelo. “Achei muitas coisas boas, principalmente aqui nessa parte, mas ainda não escolhi”, diz.

Para especialistas, o crescimento das feiras está diretamente ligado a transformações no mercado de trabalho e no comportamento do consumidor. “As feiras de roupas têm um papel estratégico no fortalecimento do empreendedorismo local e da economia criativa porque ampliam o acesso ao mercado para pequenos produtores e marcas independentes”, explica Hannah Salmen, professora de empreendedorismo.

Segundo ela, esses espaços funcionam como porta de entrada para novos negócios. “Elas reduzem barreiras, permitindo que empreendedores testem produtos, validem propostas e construam relacionamento direto com o consumidor. Além disso, contribuem para a circulação de renda e valorizam a identidade cultural”, diz.

O modelo também se destaca pela flexibilidade. “Com investimento inicial reduzido e menor risco financeiro, as feiras possibilitam iniciar um negócio de forma mais rápida. Elas funcionam como um ambiente de aprendizado e validação, preparando o empreendedor para uma possível expansão futura.”

***Estagiária sob a supervisão de Sibele Negromonte**