



Fotos: JEN

NEGÓCIOS

MAIOR FEIRA DE DECORAÇÃO ABRE PORTAS NA AMÉRICA LATINA E EUROPA



Depois de um road show pelo Paraguai, a ABCasa vai pra Portugal também

Redação

Passear por um mundo de utilidades, presentes, papelaria e, sobretudo, decoração, com olhos atentos às novidades, é estimulante. Em sua 15ª edição, a ABCasa Fair espera receber 50 mil visitantes, nacionais e estrangeiros, durante os quatro dias, em São Paulo. São 380 estandes representando 80% deste mercado. O evento, que termina no sábado, 16, é considerado o maior do país e no próximo mês de setembro chegará a Portugal. Tarifaço? Incomoda, mas não inibe os negócios desse setor que já pensa em 2026.

Não é difícil encontrar a presença de produtos chineses, indianos e de outras localidades, nos 75 mil m² de feira. As 600 associadas da ABCasa, associação brasileira do setor, que também importam, produzem por aqui mesmo entre 55% e 60% do que se vê na feira ou fora dela. “Nossa pesquisa aponta que na ABCasa Fair estão 80% do mercado representado, nas duas edições, de fevereiro e agosto”, diz Flávio Pignataro, gerente de marketing da ABCasa, que acrescenta: “Hoje nosso setor é o 12º da economia nacional”. O tíquete médio é variável. As pequenas empresas mantêm na casa dos R\$ 500,00, enquanto as maiores chegam a R\$ 3 mil.

Segundo ele, na pandemia houve um surpreendente crescimento e as pessoas descobriram o prazer em receber, daí a explosão da “mesa posta”. Neste ano as festas, decoração e utensílios deverão crescer em torno de 15% em vendas, sobre 2024, e manter interesse crescente do Paraguai (que recentemente recebeu um road show), Argentina e demais países da América Latina. Chegar à Europa é uma outra aposta da ABCasa Fair, adianta o head de marketing, anunciando a próxima feira em Portugal.

Ao exportar para a América Latina e pouquíssimo para os Estados Unidos e Europa, o tarifaço norte-americano incomoda um pouco, mas não o suficiente para se tornar um impeditivo aos negócios de uma forma geral. Assim, para 2026 a expectativa é de expansão modesta (1,5% sobre este ano), mas deverá crescer.

NEGÓCIOS

Algumas feiras destacam-se pela presença institucional e outras proporcionam negócios diretos no período. Este último é o caso da ABCasa Fair, com a Plasútil, conhecida empresa nacional, de Bauru/SP, que espera sair de lá com um faturamento de R\$ 3 milhões. “Recebemos uma média de 600 visitantes/dia, altamente qualificados”, diz Edson Bignami, diretor comercial da companhia que atua há 39 anos no mercado, produzindo mais de 3.000 itens.



A estratégia da Plasútil – que ocupou 230 m² na feira – é a pulverização da carteira, com 16 mil clientes e 25 mil pontos de venda. Além de ir muito bem, obrigado, no mercado nacional, exporta para 30 países – da América Latina, Leste Europeu e alguma coisinha (menos de 1% do total) para a região da Flórida, EUA, onde se concentram muito brasileiros.

Instalada em um espaço de 330 m², a Entrecasa foi um show de opções e simpatia de todo o time, a exemplo da própria diretora Giovanna Lemos. Os soteropolitanos trabalham com 1.200 clientes diretos e artigos importados (China e Índia). Sorriem muito, mas não revelam o faturamento, limitando-se a dizer que

sempre participam desta feira, em que agregam 20% mais de clientes a cada edição.

Em um estande vistoso está a MP3 Imports. “Hoje produzimos 20% do que você vê aqui e 80% importamos da China”, diz Pamela Teixeira, a gerente comercial em meio aos 700 itens representados. Sua expectativa era a de fechar 500 pedidos, fazer a captação de leads e levar pra Londrina/PR algo em torno de R\$ 2,5 milhões.



SOCIAL

A ABCasa Fair demonstrou valorizar o artesanato e o impacto social, destacando ações que reforçam o compromisso do evento com a inclusão e o empreendedorismo criativo. Nesta edição, a feira recebeu o Programa Mãos e Mentes Paulistas, iniciativa da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Trabalho da Prefeitura de São Paulo, que conecta talentosos artesãos da capital paulista ao grande público, proporcionando visibilidade e geração de renda.

Outro destaque é a presença do Projeto Terra (que tem uma loja, de mesmo nome, na rua Harmonia, ao lado do Beco do Batman, em São Paulo), empreendimento social que conecta comunidades artesanais brasileiras ao mercado, promovendo renda, inclusão e desenvolvimento sustentável. Baseado em valores como equilíbrio e justiça, fortalece parcerias entre produtores, revendedores e consumidores, transformando realidades de regiões historicamente excluídas do mercado formal.

“Em 23 anos de existência já temos 11 prêmios, de reconhecimento do trabalho”, diz Ricardo Pedroso, fundador do Projeto Terra que nasceu como empresa e hoje é também um instituto (mantido por esta) reforçando “o foco socioambiental e o conceito de brasilidade”.

