

Consórcio que vai assumir Mercado de Santa Tereza quer realizar feiras no fim deste ano

Cinthy Oliveira

cioliveira@hojeemdia.com.br

30/07/2020 - 17h47 - Atualizado 18h08

Carlos Rhenck/ Arquivo Hoje em Dia /



Fechado desde 2007, o Mercado de Santa Tereza conta com 5 mil metros quadrados

O público poderá voltar a curtir o Mercado de Santa Tereza no final deste ano. Pelo menos essa é a expectativa do consórcio de empresas que vai assumir a concessão de administração desse espaço, fechado há 13 anos, além da Feira Coberta do Padre Eustáquio (Fecope).





Após a assinatura dos contratos com a prefeitura, o consórcio – formado pelo Grupo Uai, Fundação Doimo, Conata e Infracon – deverá investir R\$ 13 milhões em obras de reforma, restauro e transferência do Centro Cultural Padre Eustáquio para outro endereço. Mas, antes mesmo do restauro do Mercado de Santa Tereza, feiras poderão ser realizadas na área externa do local, aos moldes de eventos pontuais que foram realizados nos últimos anos.

“Até o final do ano, quando já pudermos ter um melhor prognóstico sobre a pandemia, já poderemos operar nesses locais”, afirmou Bernard Siríaco Martins, vice-presidente da Fundação Doimo. “Em Santa Tereza, poderemos começar com feiras temáticas, de produtores rurais ou artesanato, trazer a comunidade para ver que o mercado é uma realidade. E, enquanto isso, já vamos realizando o projeto da obra”.

De acordo com a Prefeitura de Belo Horizonte, o processo de concessão do Mercado Distrital de Santa Tereza e da Feira Coberta do Padre Eustáquio (FECOPE) está em fase de habilitação de documentos. Os envelopes foram abertos na terça-feira (28), tendo apenas o consórcio ligado ao Grupo Uai como licitante. “Trata-se de uma documentação extensa, uma vez que a proposta foi apresentada por um consórcio composto por cinco empresas. A proposta já foi julgada e aceita, e agora está em processamento a análise da documentação apresentada”, afirmou a administração municipal por meio de nota.

Embora o grupo que assumirá esses dois espaços tradicionais seja ligado ao Uai Shopping (centro de compras no hipercentro de Belo Horizonte), Bernard garante que não há qualquer intenção de transformar os mercados em shoppings populares. “O Shopping Uai é um filão muito importante do grupo, focado no empreendedor popular urbano, mas os mercados devem ter foco sobre o empreendedor rural e o pequeno artesão”, garantiu.

A concessão para administração desses dois espaços é de 25 anos e a perspectiva é que R\$ 90 milhões sejam investidos nos espaços ao longo desse período. Por ano, o grupo deverá pagar R\$ 305 mil pela outorga à prefeitura.

O grupo também é responsável pelo Mercado Origem, em fase final de obras no bairro Olhos D’água. Para os mercados de Santa Tereza e Padre Eustáquio, a expectativa é de ativar, ao menos, 500 comércios e gerar mais de mil empregos.

Patrimônios de BH

Criado em 1974 com quase cem pontos de venda, o Mercado de Santa Tereza conta com área aproximada de 5 mil metros. Desde o fechamento, foram estudadas diferentes propostas de ocupação para o espaço, como unidade da Guarda Municipal e instalação de uma escola profissionalizante, mas a comunidade local conseguiu derrubar os projetos.

Com 70 anos de existência, a Feira Coberta do Padre Eustáquio possui área aproximada de 3.500 metros quadrados e parte do espaço é reservada ao centro cultural municipal do bairro. Por ser considerada espaço com serviços essenciais, a feira coberta está funcionando durante a pandemia, seguindo protocolos de segurança.

Potenciais

No Padre Eustáquio, a intenção do grupo é, segundo Bernard, manter a natureza do mercado que já existe, oferecendo melhorias estruturais e abrindo espaço para novos comerciantes. “Nosso objetivo é respeitar quem já está lá, melhorando o trabalho e abrindo oportunidades para outros empreendedores, pois o projeto prevê um acréscimo na área total”, explicou.



Já para Santa Tereza, o grupo deve consultar as associações de moradores do bairro para verificar quais são os principais potenciais do espaço. “Queremos entregar mais um grande mercado para Belo Horizonte, com pequenos comerciantes, que ofereçam diferentes produtos rurais. Queremos resgatar o conceito de mercado, sempre respeitando a originalidade”, disse Bernard.

O empresário acredita que, em um contexto de pós-pandemia, a população tenderá a valorizar ainda mais os mercados que se propõem a valorizar alimentos saudáveis, orgânicos, artesanais e diferenciados.

“A pandemia já está trazendo mudança de hábitos pelas pessoas, ela deixou claro que o varejo comum pode ser 100% feito pela tela do celular. Você não precisa sair de casa para comprar uma calça ou uma TV. Mas, ao mesmo tempo, descobrimos que o que faz o ser humano feliz é a experiência, que pode ser pelo consumo, por comprar produtos diferentes, como queijo da Canastra, geleia de Pequi do Norte de Minas, ou o artesanato de Bichinho de Tiradentes. É isso que faz as pessoas saírem de casa”.