

**Economia**

**NOVOS NEGÓCIOS**

# Mais salões do que padarias e bares juntos

**Levantamento da Junta Comercial revela que o número de novos bares e padarias juntos é inferior ao de salões abertos desde 2009**

**Sayonara Brandão**

**A**umento do poder aquisitivo das famílias, inserção da mulher no mercado de trabalho e chegada de grandes empresas ao Espírito Santo.

Esses são alguns dos motivos que levaram o setor de serviços a dobrar os investimentos com a abertura de novos negócios.

Segundo levantamento da Junta Comercial do Estado, o número de salões de beleza abertos de 2009 até a última segunda-feira supera a demanda de bares, lanchonetes e restaurantes.

Os dados mostram que o único setor acima do salão de beleza é o comércio varejista de vestuário e acessórios, que contabiliza 3.901 novas lojas no mesmo período.

Com 2.747 pedidos de abertura na Junta, os salões superam ainda as fábricas de roupas, mercearias, oficinas mecânicas e padarias.

Segundo o gerente de registro e análise técnica da Junta, Valtemir Figueiredo, a aumento dos investimentos nos setores se deve, principalmente: ao sistema on-line criado pelo órgão para agilizar a liberação do CNPJ para as novas empresas e a medida do governo de aumentar de R\$ 36 mil para R\$ 60 mil o limite de rentabilidade anual das empresas com os mesmos descontos na contribuição.

“Além do aquecimento da economia capixaba com a chegada de muitas empresas que demandam novos serviços, a formalidade foi

incentivada pelas mudanças do governo”, confirmou.

No comparativo entre 2010 e 2011, os salões de beleza tiveram o maior aumento registrado: passaram de 156 para 351, enquanto as padarias, por exemplo, eram 165 em 2010 e, hoje, somam 175.

Para o economista Paulo Henrique Corrêa, o setor de serviços tem se destacado no Estado devido à ascendência das classes C e D, que foram inseridas no mercado do consumo.

“A mudança acontece devido ao aumento na oferta de empregos, que gera mais demanda com os novos consumidores e, logo, o despertar dos empreendedores pelas atividades com a maior procura”.

O economista ressaltou ainda que os investimentos imobiliários nos bairros também geram mais oportunidades em serviços.

**O RANKING**

TIPO DE NEGÓCIO	QUANTIDADE
Comércio varejista de vestuário e acessórios	3.901
Salão de beleza	2.747
Bares e comércio de bebidas	1.920
Lanchonetes e similares	1.456
Obras de alvenaria	1.040
Confecção de vestuário	906
Mercearias	790
Serviços ambulantes de alimentação	772
Reparação de computadores	697
Fornecimento de alimentos para domicílios	678
Atividades de estética	650
Manutenção elétrica	629
Comércio de bebidas	546
Comércio varejista de alimentos	546
Padarias	220

**Obs.:**Total de novos negócios abertos de 2009 até a última segunda-feira.

**FONTE:** JUNTA COMERCIAL DO ESTADO

**ANÁLISE**

**“Sinal de vitalidade econômica”**

“O que mais tem se observado no mundo empresarial atual é o movimento ascendente das pequenas economias e empreendimentos.

É como se fosse a costura de uma imensa colcha de retalhos que, juntos, aquecem a renda e o consumo das pessoas.

Novas oportunidades surgiram, novas modalidades de empréstimo também e, assim, o brasileiro iniciou uma era de autoemprego.

Os salões de beleza certamente despontam como principais protagonistas e isso pode ser explicado

tanto pela ascendência da mulher no mercado de trabalho quanto pela consciência do cuidado com sua imagem.

O aumento do nível de emprego aqueceu ainda o mercado de restaurantes self-service, rápidos e adequados à massa de salários médios.

No mesmo sentido, as padarias, com a oferta de café da manhã e lanches de fim de tarde para trabalhadores indo ou vindo do trabalho. É um sinal de vitalidade econômica”.

**Antônio Marcus Machado**  
economista e professor universitário



RODRIGO GAVINI/AT

## Investimento de R\$ 50 mil

A empresária Adriana Mello acabou de investir cerca de R\$ 50 mil ao abrir um salão de beleza em Jardim Camburi, Vitória.

A paranaense de 34 anos abriu seu próprio negócio há quatro me-

ses, depois de trabalhar três anos como cabeleireira em outro salão.

“Somos em oito mulheres trabalhando num fluxo muito grande de clientes. Desde que abri, já atendemos mais de 500 pessoas. Num úni-

co sábado, só eu consigo atender até 35 clientes”.

Adriana contou ainda que o investimento valeu a pena. “Mas antes fiz uma pesquisa de viabilidade do negócio junto ao Sebrae”, revela.

Os produtos da Capel são sinônimo de sabor e qualidade. Por isso mesmo, indispensáveis na alimentação do seu dia a dia. E quem elegeu foi você, que sabe escolher o melhor para sua vida.

**CAPEL**  
Tradição em laticínios