

1.704
Ofertas de Negócios.
Veja índice na
página 4

CONSELHOS PARA SE TORNAR...

Um empreendedor de sucesso



Criadora e dona da Capolavoro, fabricante de mobiliário e cozinhas de alto padrão com showroom na Alameda Gabriel Monteiro da Silva, em São Paulo, Vivian Calisi conta que o segredo do seu negócio reside em três pontos: técnica, criatividade e abertura para o novo. “Fiz design de interiores na Itália e sempre pesquisei tendências, materiais e acabamentos”, diz a em-

presária. A imaginação, por sua vez, trabalha a serviço de sua mania de organização. “Gosto de lugar certo para tudo, crio divisões até para lingerie nas gavetas do closet”, conta Vivian. A flexibilidade, no entanto, talvez seja a grande responsável pela permanência da empresa. “Embora seja conhecida por móveis planejados e meu público de alto poder aquisitivo, também trabalho com móveis modulados, o que alguns concorrentes se recusam a fazer por preconceito.”

ANDRÉ LESSA/AE

oportunidades

Para anunciar ☎ (11) 3855-2001

MARCOS MULLER/AE

NEGÓCIOS Serviços para todos

Primeira parte de pesquisa

exclusiva aponta os melhores bairros de São Paulo para abrir empreendimentos como padaria, lanchonete, salão de beleza, oficina mecânica e loja de roupas

Pág. 02



Confira no dia 19/12 a segunda parte do estudo, dedicada às capitais do País

Onde a chance de sucesso é maior

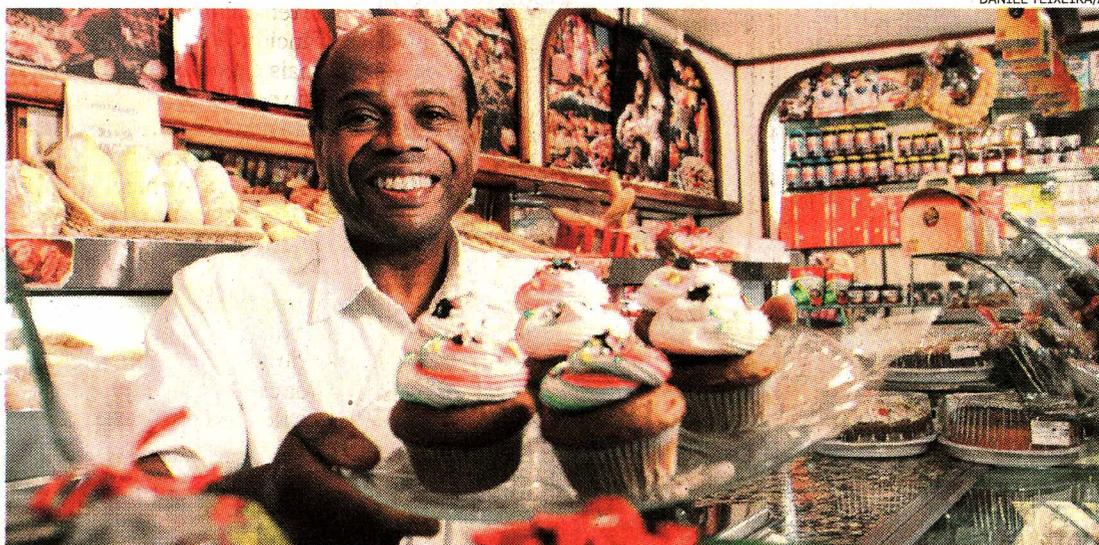
Estudo feito a pedido do Estado aponta os bairros que apresentam bom potencial para oito tipos de serviços mais procurados

Ligia Aguilhar
ESPECIAL PARA O ESTADO

Quer abrir uma oficina mecânica? Saiba que a República e a Consolação são os distritos da capital com maior potencial para abertura desse tipo de negócio. Prefere uma lanchonete? Há carência delas no Grajaú, Jardim Ângela e Cidade Tiradentes. Se vai investir na boa e velha padaria, há déficit delas no Itaim Bibi, República e Bom Retiro.

Essas são as conclusões de um levantamento (veja infográfico abaixo) feito à pedido do Estado pela Cognatis, empresa de inteligência aplicada a negócios, com foco em geomarketing e estudos estatísticos. No próximo domingo, dia 19, o Oportunidades publica a segunda parte da pesquisa, dedicada às capitais brasileiras.

O estudo identificou em quais distritos da capital há potencial para desenvolvimento de novos negócios em oito ramos de atuação



Criatividade. Manoel criou produtos diferentes para aumentar o ticket médio em sua padaria

dentro do setor de serviços: oficinas mecânicas, lanchonetes, academias, cabeleireiros, lavanderias, lojas de roupas, padarias e farmácias.

O setor de serviços foi escolhido pela expressiva taxa de crescimento nos últimos anos. Em outubro,

foi o que mais gerou empregos com carteira assinada – 86 mil de um total de 205 mil novos empregos, segundo dados do Ministério do Trabalho –, ritmo que mantém desde fevereiro deste ano. Resultado do aumento do consumo inter-

noe do poder aquisitivo da população, fatores que devem continuar impulsionando o setor.

Classe C. O levantamento feito pela Cognatis ressalta uma tendência que já vinha sendo mos-

PARA ENTENDER

As áreas do estudo foram determinadas a partir de um relatório do Sebrae-SP sobre o crescimento das micro e pequenas empresas no setor de serviços. Para calcular as regiões com maior potencial para cada tipo de negócio, foram cruzados dados de renda das famílias que moram em cada bairro e da população que circula nessas áreas com o número de negócios já existentes por ramo de atuação.

trada pela economia: as maiores oportunidades estão em distritos onde predominam a classe C. Principalmente nas regiões periféricas da cidade, há demanda pelos mais variados serviços, notadamente lanchonete, academia

e loja de roupas. “Existem oportunidades para negócios populares e com preços acessíveis. Há poder aquisitivo na periferia”, diz o demógrafo Reinaldo Gregori, responsável pelo estudo.

Já em bairros onde o custo de vida e o poder de compra é mais alto, como Itaim Bibi, Consolação e Jardim Paulista, faltam serviços básicos como oficinas mecânicas, padarias e farmácias. “Como o custo do terreno nesses bairros é alto, acabam recebendo negócios com lucratividade mais intensa por metro quadrado”, explica Gregori.

Para arcar com o custo de um terreno no Itaim, por exemplo, empresas cujos clientes têm gastos médios mais baixos, como uma padaria, precisam investir em produtos com maior valor agregado para sobreviver.

Foi o que fez Manoel Severiano Filho, um dos donos da Casa de Pães Souza, no Paraíso. Para aumentar o ticket médio da padaria, ele criou, com o sócio Alberto de Souza Henriques, produtos diferentes, como um croissant gigante, e passou a servir café da manhã e almoço. “Os mercados roubaram uma fatia das padarias, então, tivemos de fazer mudanças e investir em um perfil mais gourmet”, diz Filho.

O consultor do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo (Sebrae-SP) Pedro José Gonçalves lembra que, antes de abrir uma empresa, é preciso considerar outros fatores além do potencial de uma região. “O empreendedor deve saber como funciona o mercado onde pretende atuar, os hábitos e características dos clientes, quantos concorrentes vai enfrentar e como atuam”, diz. Sem planejamento, o negócio pode fracassar, mesmo no mais promissor dos cenários.

O MAPA DA MINA

● Tabela mostra bairros onde existe demanda por empreendimentos e segmento social a ser atendido. Oportunidades voltadas para a classe C lideram

