

Segundo levantamento baseado no censo do IBGE, cidade tem 178 bares para cada 100 mil habitantes e lidera ranking nacional. Na sequência, estão Florianópolis e Vitória

BH é oficialmente a capital dos botecos

Júlia Saum*
Um levantamento da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) confirmou o que já era senso comum: Belo Horizonte é a capital oficial dos botecos. Utilizando os dados do censo de 2022 divulgados recentemente pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o estudo colocou BH na liderança do ranking de capitais brasileiras com mais bares por habitante. A vitória ainda veio com folga: Belo Horizonte tem 178 bares a cada 100 mil habitantes, enquanto a segunda colocada, Florianópolis (SC), possui 150 bares a cada 100 mil habitantes. O terceiro lugar é de Vitória (ES), com, em média, 149 bares.

E não para por aí, mesmo se considerada a proporção por área, em metros quadrados, Belo Horizonte ainda é, de longe, campeã dos bares, com 125 estabelecimentos por km². Mais do que o dobro de São Paulo a segunda colocada nessa comparação com 59 bares a cada km². Em terceiro lugar, vem o Rio de Janeiro, com uma média de 5,1 bares. A cidade de São Paulo, a que possui, numericamente, mais bares em todo o país, com 9.053, ao todo, aparece apenas na 14ª posição. BH também está muito à frente da cidade do Rio de Janeiro, 8ª colocada, com 99 bares por 100 mil habitantes. Já Brasília é a 10ª colocada, com 96 bares a cada 100 mil habitantes. Em números absolutos, BH tem 4.136 bares, segundo a Recetta Federal.

Para o presidente da Abrasel, Paulo Solmucci, o resultado não é nenhuma surpresa. "Qualquer pessoa que já tenha visitado a cidade (de Belo Horizonte) por alguns dias pode atestar isso. Mas agora não há espaço nem mes-



Estudo da Abrasel mostra que cidade tem 125 estabelecimentos por quilômetro quadrado

mo para contestação", diz o executivo. "Como o estudo leva em conta a atividade principal, creio que o número de estabelecimentos é ainda maior. Porque muitos que têm Cnae (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) de restaurante na cidade servem refeições no almoço e, à noite, funcionam como bar da happy hour em diante", completa Solmucci.

O presidente da Abrasel MG, Oswaldo Júnior, complementa: "Acredito que o jeito mineiro, de ser naturalmente receptivo, colabora fortemente para que a cultura dos bares cresça cada vez mais em Belo Horizonte".

EMPREENDEDORES Para Diogo Manfredini Araujo, dono de 3 unidades do bar Pork's, do bar Bebedouro e da Quermesse Arena, o título é justo e válido. Ele vê dois motivos para o sucesso dos bares em Belo Horizonte: a cultura de bar e a diversidade dos empreendimentos. "A cultura do bar é diferente para o mineiro. Em outros lugares, tem uma divisão muito grande de bar e restau-

re e aqui não. As pessoas saem do serviço e vão para o bar jantar, o que, em outros lugares, seria feito em um restaurante. Além disso, não existe lugar no Brasil que tenha tanta opção boa de bar igual aqui", afirma.

O empreendedor é original de Curitiba e, em 6 anos na capital mineira, foi responsável pela montagem de 11 bares, uma média de quase 2 por ano. Ele conta que o gosto por botecos é de família: "Tudo começou com a minha avó em 1977. O Bebedouro, que é na Pampulha, veio dela, a gente carrega no sangue. Meus pais montaram as marcas lá no Sul e depois veio a ideia trazer os bares para cá, que é um lugar co-

nhecido no Brasil inteiro", explica. Além disso, Diogo afirma que a personalidade do consumidor mineiro também é um teste potente para definir a qualidade do bar. "O público mineiro é um dos mais exigentes do Brasil. Tem uma história que diz que, se for testado aqui, o lugar dá certo em qualquer outra cidade", conta. Depois de vir para BH, as marcas do curitibano tiveram sucesso e acabaram virando franquias nacionais com lojas espalhadas por 9 estados do Brasil.

No entanto, mesmo com o destaque e liderando rankings, Manfredini ainda acredita que a capital mineira ainda não atingiu o seu total potencial no cenário



Diogo Manfredini Araujo, dono do Pork's, do Bebedouro e da Quermesse Arena

“
A cultura do bar é diferente para o mineiro. Em outros lugares, tem uma divisão muito grande de bar e restaurante e aqui não. As pessoas saem do serviço e vão para o bar jantar, o que, em outros lugares, seria feito em um restaurante”

Estagiário sob supervisão do subeditor Marcelo de Moraes

pós-pandêmico. "É um trabalho de reconstrução, de tudo que a gente perdeu e de adaptação aos novos modelos de consumo que surgiram. Acredito que leve pelo menos mais um ano para dizer que está tudo normal", conta o empreendedor.

*Estagiário sob supervisão do subeditor Marcelo de Moraes

'Minas não tem mar, eu vou para o bar'

Vanessa Soares Schuenge, de 28 anos, é frequentadora dos bares de Belo Horizonte. A gerente de marketing afirma que vai ao bar pelo menos 1 vez na semana e de acordo com ela, o refrão cantado por Alexandre Peixe em 2008 é a mais pura verdade: "Já que Minas não tem mar, eu vou para o bar. É o lugar ideal para viver as melhores experiências, com a família, com os amigos, ou em um encontro. Gosto de bares mais tranquilos e com música ao vivo", conta.

Pedro Boggione Costa também é frequentador assíduo dos botecos da capital mineira. O empreendedor de 34 anos é um dos donos do perfil no Instagram "Um bar por semana", que tem como objetivo visitar os bares de BH e apresentá-los aos seguidores. Ele conta que o projeto foi impulsionado pelo orgulho que

sente sobre o título de capital dos bares que Belo Horizonte recebe.

"O espírito é fazer algo pela cidade que a gente gosta tanto e divulgar isso mais. As vezes recebemos amigos de outras cidades e eles perguntam 'o que tem para fazer aqui?', a gente queria que eles chegassem com a lista de todos os bares que querem visitar. Aqui tem bar para tudo quanto é gosto e as pessoas deveriam saber mais disso", afirma.

Para Boggione, que também é dono do bar Saruê, localizado no Bairro Castelo, na Região da Pampulha, o sucesso dos bares em Belo Horizonte tem a ver com dois motivos: o gosto que o mineiro tem de jogar conversa fora e a descentralização da cidade. "O bar tem essa simbologia de ir com amigos, família e bater papo, coisa que o belo-horizontino gosta. Além disso, o número de bares au-

mentou porque começou a surgir um gosto por ocupar mais a rua e o espaço e teve esse movimento de descentralização", comenta.

De acordo com ele, em Belo Horizonte a população tem um costume maior de prestigiar iniciativas, independentemente de onde elas estiverem. "Em São Paulo, por exemplo, o bar tem que começar já com um investimento alto para o público se interessar. Aqui em BH eu vejo muitas pessoas indo em lugares pequenos, diferentes, mais distantes, a fim de conhecer coisas novas".

Pedro finaliza dizendo que esse movimento é um ganho para cidade e que deve ser valorizado. "Surge um sentimento de que a cidade é uma só e não está dividida por regiões. Todo mundo está interessado em iniciativas legais e isso é muito interessante", conclui. (B)



A gerente de marketing Vanessa Soares Schuenge vê nos bares o lugar ideal para viver boas experiências

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal Estado de Minas - Belo Horizonte/MG

Seção: Gerais Pagina: 9