



**Mercearia**



## **Expediente**

### **Presidente do Conselho Deliberativo**

Roberto Simões

### **Diretor-Presidente**

Luiz Eduardo Pereira Barreto Filho

### **Diretor Técnico**

Carlos Alberto dos Santos

### **Diretor de Administração e Finanças**

José Claudio Silva dos Santos

### **Gerente da Unidade de Capacitação Empresarial**

Mirela Malvestiti

### **Coordenação**

Nídia Santana Caldas

### **Equipe Técnica**

Carolina Salles de Oliveira

### **Autor**

Paulo César Borges de Sousa

### **Projeto Gráfico**

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

<http://www.staffart.com.br>

## Apresentação do Negócio

Aviso: Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio como a descrita a seguir. O objetivo de todos os tópicos a seguir é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado. Quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para se tomar a iniciativa de empreender?

Mercearia é um empreendimento comercial com existência no mercado por séculos. Talvez seja um dos mais antigos segmentos de negócio que ainda exista no mercado, claro que passando por mutações, adequando-se na estrutura de comércio que cada época requer, mas sempre com a mesma visão de simplicidade e afetividade com sua clientela.

Normalmente trata-se de um empreendimento familiar, que visa atender a demanda de uma clientela que reside nas proximidades destes estabelecimentos, não sendo, portanto, um comércio que atinja um público que resida distante, tendo assim a visão de atender bem o seu “vizinho”.

Uma mercearia tem, podemos dizer, uma “função social” de atender a demandas de reposição de produtos e gêneros de primeira necessidade de “emergência” ou para reserva na despensa dos consumidores.

Esse segmento de mercado encontra na atualidade uma nova formatação, que denomina-se “Empório”, com isto renova-se a



sua concepção, trabalhando com produtos de melhor qualidade e atendendo um público maior, o que traz novas oportunidades.

Este documento não substitui o Plano de Negócios, que é imprescindível para iniciar um empreendimento com alta probabilidade de sucesso. Para a elaboração do Plano de Negócio, deve ser consultado o SEBRAE mais próximo.

## Mercado

O mercado de atendimento de produtos e itens similares que são comercializados pelas mercearias ou empórios é o mesmo que médios e grandes supermercados e atendem, por isso pode parecer que este tipo de estabelecimento esteja em crise.

No entanto por mais amplo que seja o atendimento de supermercados ou hipermercados de uma cidade, sempre existirá espaço para a instalação de uma mercearia para atendimento da clientela das proximidades, em especial para as pequenas compras e para reposição de ou outro produto de primeira necessidade, ou ainda os supérfluos de nível diferenciado.

As grandes redes de supermercados ou hipermercados por mais amplos que sejam não conseguem atender toda a demanda da clientela, em especial nas cidades de médio e grande porte. A capacidade de atendimento das grandes redes de mercados esbarra no número de lojas a serem instaladas, o custo para tal instalação, a destinação de grandes espaços físicos para o atendimento da clientela, dentre outros.

Com isto o mercado das mercearias / empórios consegue

atingir essa expressiva parcela da população que nem sempre está disposta a deslocar até as grandes redes de supermercados. Assim as mercearias / empórios conseguem dispensar um atendimento personalizado ao cliente, e conseguem disponibilizar mercadorias de primeira linha e com preços compatíveis com as grandes redes.

As mercearias / empórios normalmente tem o foco na clientela residente no mesmo bairro de sua localização, por isso mesmo cria um bom nível de relacionamento entre os clientes, gerando assim uma relação de confiança, respeito e afetividade entre as suas partes. Por vezes a informalidade deste comércio traduz para o cliente a necessidade de ir até a mercearia mesmo que nada tenha a consumir, apenas pelo prazer de estar naquele estabelecimento comercial para encontrar amigos e um destes amigos normalmente é o proprietário do negócio. Com isto gera-se um processo de cumplicidade e relacionamento de amizade e comércio.

Ressalta-se inclusive que este segmento de mercado não teria como deixar de existir justamente pelas suas peculiaridades, desde que se mantenham os pontos primordiais de relacionamentos e produtos de qualidade com preços compatíveis com os praticados no geral, podendo até mesmo ser um pouco mais caros que nas grandes redes, mais devido a proximidade com as residências dos clientes a comodidade representa um grande ganho comercial, além é claro das relações humanas que se estreitam.

Uma mercearia de bairro conceituado de uma capital fatura mensalmente uma média de R\$ 250 mil. Apesar de nem todas conseguirem esse padrão, esse referencial serve como parâmetro.

## Localização

A definição da localização de uma mercearia / empório deve ser decidida considerando à quantidade de estabelecimentos de seu segmento na região pretendida, sempre focando no público alvo que queira atingir.

Ressalta-se também que é importante que a localização seja em um ponto que haja uma grande circulação de pedestres ou próximos a parques de estacionamentos, pois tudo isto fortalece o princípio da necessidade de consumo induzida.

No entanto uma nova estrutura de clientes tem surgido para este mercado que são os residentes em condomínios horizontais, que normalmente agregam um gama de pessoas com um poder aquisitivo um pouco melhor mais que não estão sendo atendidos em suas necessidades de comércio na proximidade, podendo inclusive ser instaladas este tipo de comércio dentro do próprio condomínio horizontal o que, se bem estruturado o negócio e os ajustes com a administradora do referido condomínio, poder-se-á transformar em um grande nicho de mercado.

Assim a localização dependerá de um prévio estudo de tendências da população residente na região que se planeja instalar a mercearia, principalmente em seus hábitos de compras e frequência, pois desta forma torna-se mais seguro o investimento.

Com isto a localização se torna um ponto definitivo no sucesso do negócio, não sendo, portanto, permitido qualquer falha nesta escolha, mesmo porque torna-se imperioso que seja consultado

se o interesse do empreendedor em abrir uma mercearia em determinado bairro, pois depende de como foi estruturado o zoneamento urbano de cada cidade. Por isso pode ser que o desejo comercial do empreendedor esbarre na esfera de autorização de uso do solo e número oficial do estabelecimento pretendido.

## Exigências legais específicas

O empreendedor de uma mercearia deverá cumprir algumas exigências iniciais e somente poderá se estabelecer depois de cumpridas, que são:

Registro da empresa nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
- Corpo de Bombeiros Militar.

Visita à prefeitura da cidade em que pretende montar a sua mercearia para fazer a consulta de local e emissão das certidões de Uso do Solo e Número Oficial.

Algumas prefeituras disponibilizam esse serviço via internet, o que agiliza sobremaneira esse tipo de consulta.

Passo seguinte para a formalização da empresa:

- Após a liberação do contrato social devidamente registrado na Junta Comercial de seu Estado, do CNPJ e da inscrição estadual, também, deve-se providenciar o registro da empresa na Prefeitura Municipal para requerer o Alvará Municipal de Funcionamento.
- Antes de iniciar a produção o empreendedor deverá obter o alvará de licença sanitária. Para obter essa licença o estabelecimento deve estar adequado às exigências do Código Sanitário (especificações legais sobre as condições físicas).
- O empreendedor deverá atentar que em âmbito federal a fiscalização cabe a Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA -, já em âmbito estadual e municipal fica a cargo da Secretaria Estadual de Saúde e Secretaria Municipal de Saúde, respectivamente.

Abaixo lista-se alguns pontos especiais a serem observados para instalação de uma mercearia:

- a) Lei n.º 8.078, de 11/09/1990 – Código de Defesa do Consumidor;
- a) Lei 10.962, de 11 de outubro de 2004 – dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor;
- b) Decreto 5.903, de 20 de setembro de 2006 - Regulamenta a Lei nº. 10.962, de 11 de outubro de 2004.

Por se tratar de um estabelecimento comercial que exige a emissão de documento fiscal, o empreendedor deverá buscar também amparo de um profissional qualificado na área contábil, visando possibilitar todos os registros e regulamentações necessárias, incluindo neste processo a utilização de ECF – Máquina Emissora de Cupom Fiscal, confecção e emissão de Blocos de Notas Fiscais.



## Estrutura

A estrutura física deste empreendimento comercial não tem uma definição básica de tamanho pré-concebida, pois a escolha de seu espaço dependerá do empresário que estará investindo neste segmento. Alguns requisitos que se julga importante no momento escolha e implementação de uma mercearia são:

a) Deve ser um local com bom espaço, de forma a possibilitar a circulação dos clientes entre as gôndolas e de forma a dispor os produtos para venda de forma fácil de serem localizados. Assim ressalta-se que é necessária uma grande organização de prateleiras, gôndolas, separação de produtos por segmento de consumo, por exemplo: frutas, laticínios, farináceos, produtos não perecíveis, etc., facilitando sua localização ou visualização por parte do cliente.

b) Entende-se como ideal e até mesmo no intuito de incentivar uma melhor comercialização dos produtos o acesso dos clientes diretamente a área de disposição dos itens de vendas que compõe a mercearia, pois assim pode ser que a comercialização de outros itens seja “indutiva”. Isso significa que determinados produtos que não faziam parte da intenção de compra do cliente acabe sendo adquirido para compor um mix de consumo que anteriormente não estava previsto.

c) O empreendedor deve-se ater a necessidade de ter alguns itens de seus produtos comercializados em estoque, principalmente aqueles de maior circulação, por isso é importante que a mercearia conte com um espaço reservado para esta finalidade , sem acesso do público.

d) O balcão de atendimento do cliente, bem como a disposição

do caixa para recebimentos, deverá ser em local estratégico no empreendimento, buscando com isto ter uma visão ampla de todo o estabelecimento, bem como ter um controle da entrada e saída de pessoas de seu espaço comercial. Geralmente o melhor lugar é na porta de entrada e saída da clientela.

e) É importante que anexo ao espaço físico para a instalação da mercearia tenha também um espaço destinado para estacionamento de veículos, pois a clientela precisa ser sempre bem atendida. Leva-se em consideração também que um dos pontos principais na atualidade é segurança e por isso o estacionamento é um item que agrega valor ao ponto comercial.

## Pessoal

O quadro de pessoal de uma mercearia irá depender de seu porte e também da visão de atendimento do empreendedor. Alguns cargos são extremamente necessários visando aumentar o poder de convencimento de atendimento à clientela, conforme segue:

- a) Caixa;
- b) Auxiliar de serviços gerais, sendo este para limpeza do ambiente, reposição de mercadorias no estoque, arrumar produtos em seus espaços de comercialização e também para entregas em domicílio;
- c) Se for conveniente para o espaço faz-se necessário também um segurança para a loja.

No entanto, como dito no início deste tópico, o quadro de funcionários poderá ser maior ou menor. É fundamental a presença do proprietário no estabelecimento comercial, pois

assim dará um novo sentido ao comércio, que é o de responsabilidade e interesse do empreendedor em seu sucesso, o que representa muito para o cliente.

## Equipamentos

Os principais equipamentos para o funcionamento de uma mercearia são:

- a) Gôndolas;
- b) Prateleiras;
- c) Balcão para atendimento geral;
- d) Freezer;
- e) Geladeiras;
- f) Balcão frigorífico;
- g) Balança digital;
- h) Máquina de calcular;
- i) Máquina ECF – Registradora Eletrônica;
- j) Veículo(s) para entrega, incluindo neste item pelo menos uma bicicleta de carga, podendo ser incrementado com uma motocicleta ou até mesmo um veículo utilitário;
- k) Microcomputador para controle de produtos e estoque;
- l) Alarme de segurança para o estabelecimento comercial;
- m) Telefone.

## Matéria Prima / Mercadoria

Este tipo de estabelecimento comercial trabalha com diversas mercadorias e produtos, podendo os mesmos ser classificados por grupos:

- a) Gêneros alimentícios;

- b) Produtos de limpeza residencial;
- c) Produtos de higiene e limpeza pessoal;
- d) Bebidas alcoólicas e não alcoólicas;
- e) Produtos de bazar e papelaria;
- f) Utilidades domésticas diversas;
- g) Alimentos para animais domésticos.

Estes grupos de produtos são alguns que são comercializados em uma mercearia, podendo ser agregados outros.

## Organização do processo produtivo

É fundamental que o empreendedor vise dotar a mercearia com um processo produtivo que atenda a demanda dos clientes e acima de tudo denote organização de ambiente, com visual agradável e de fácil localização dos itens comercializados. Para tanto o empreendedor deverá se ater a distribuição dos produtos que são comercializados por seções por tipo de produtos, de forma que haja uma harmonia nesta distribuição.

A distribuição dos produtos comercializados de forma harmônica em gôndolas e prateleiras se torna um item estratégico de conquista e afeição de clientes, gerando assim possível aumento no consumo de produtos da mercearia. Isto porque existe o consumo indutivo, no qual o cliente processa aquisições complementares sem que alguns itens adquiridos façam parte de “suas necessidades de compras” naquele momento. Esta distribuição deverá ser feita com produtos que se complementam ou que tenha correlação na composição de alimentação.

As mercadorias devem ser organizadas por gêneros e tipos, por exemplo:

1. Gêneros alimentícios;
2. Produtos enlatados;
3. Grãos;
4. Produtos de higiene e limpeza residencial;
5. Produtos de higiene e limpeza pessoal;
6. Gelados: iogurte, derivados de leite, presunto, etc.;
7. Bebidas quentes;
8. Dentre outros.

## Automação

Mesmo sendo um empreendimento de pequeno porte, a automação deve ser vista como um importante investimento que auxiliará na gestão do negócio e no atendimento aos clientes com mais eficiência e dinamismo.

Existem vários softwares no mercado que possibilitam a automação da gestão de estabelecimentos comerciais.

Assim apesar do nível de exigência de automação ser baixo, o empreendedor desse segmento não deverá desprezar a necessidade de investimento nessa área.

Esse tipo de empreendimento tem uma Automação fundamental e exigida legalmente, que é a Máquina Registradora (ECF – Emissora de Cupom Fiscal). Este equipamento requer autorização especial da Secretaria da Receita Estadual para sua utilização, incluindo a licença de software autorizado pelo mesmo órgão estadual.

## Canais de distribuição

O principal canal de distribuição de uma mercearia é de venda direta, no qual o cliente vai à loja para fazer suas compras. Porém cresce o número de clientes que fazem pedidos por telefone ou internet, para entrega em domicílio. Há também clientes que escolhem os produtos na mercearia e solicitam a entrega em domicílio.

## Investimentos

O investimento estimado para montar uma mercearia, de porte médio, deverá girar em torno do que segue abaixo:

### Equipamentos

Gôndolas – 20 – R\$ 8.000,00

Prateleiras - 40 – R\$ 12.000,00

Balcão para atendimento geral - 1 - R\$ 1.800,00

Freezer horizontal – 4 – R\$ 3.400,00

Freezer vertical – 4 – R\$ 5.000,00

Balcão Frigorífico – 2 – R\$ 3.400,00

Balança digital - 1 - R\$ 600,00

Máquina de calcular - 1 - R\$ 150,00

Máquina Registradora – ECF - 1 - R\$ 1.300,00

### Veículos para entrega

- Bicicleta cargueira - 1 - R\$ 250,00

- Motocicleta – usada – 1 - R\$ 3.500,00

Microcomputador com impressora – 2 - R\$ 3.000,00

Alarme de segurança – 1 - R\$ 1.500,00

Telefone – 2 - R\$ 100,00

Total de Equipamentos – R\$ 44.000,00

Observações:

1. Nos valores indicados para o investimento não está previsto o custo do software a ser utilizado na execução dos serviços da loja, já que a opção por um ou outro software irá variar bastante.
2. Não estão considerados os gastos relativos à aquisição ou adequação do imóvel escolhido para a instalação da empresa.
3. Os preços acima são meramente referenciais, para fins de estimativa do investimento necessário, podendo variar de acordo com a qualidade, estilo, local de aquisição, dentre outras variáveis.
4. No investimento citado acima não consta o valor referente à aquisição de mercadorias para iniciar a mercearia, mas acredita-se que um estoque inicial deverá girar na ordem de R\$ 80.000,00.

## Capital de giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC).

Quanto maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de

giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa.

Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-de-obra, aluguel, impostos e outros forem maiores que os prazos médios de estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro. Para tanto, o lucro apurado da empresa deve ser ao menos parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa.

Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem maiores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros.

Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão.

Nesse segmento, normalmente a necessidade de Capital de Giro é de nível alto, principalmente pelo fato de ter que manter



um estoque de reposição substancial tenderá a variar na ordem de 90% a 130% do investimento total.

## Custos

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente no preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas comerciais, insumos consumidos no processo de prestação e execução de serviços, depreciação de maquinário e instalações.

O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, prestação e venda de serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio.

Os custos para abrir uma mercearia podem ser estimados considerando os itens e valores referenciais abaixo:

1. Salários, comissões (caso a remuneração de serviço de colaboradores seja feita com base em desempenho; comissão sobre vendas) e encargos: R\$ 3.000,00;
2. Tributos, impostos, contribuições e taxas: R\$ 2.000,00;
3. Aluguel, taxa de condomínio, segurança: R\$ 2.500,00;
4. Água, luz, telefone e acesso a internet: R\$ 900,00;
5. Manutenção de software: R\$ 100,00;
6. Produtos para higiene e limpeza da empresa e funcionários: R\$ 300,00;

7. Recursos para manutenções corretivas e preventivas das instalações: R\$ 600,00;
8. Valores para quitar possíveis financiamentos de produtos, somente considerar esse valor caso exista financiamentos na empresa: R\$ 900,00;
9. Propaganda e publicidade da empresa: R\$ 800,00;
10. Aquisição de maquinários, além de outros produtos para funcionamento da loja de roupas de tamanhos maiores: R\$ 2.000,00.

Observação: os custos indicado acima considera o conjunto de todo o texto desse material, o que poderá ser maior ou menor, dependendo da estruturação e concepção que seja dado ao empreendimento.

O empreendedor deve primar pelo controle da manutenção das vendas e o nível de estoque, de forma criteriosa, mantendo, em níveis pré-estabelecidos no Plano de Negócio, as despesas e os custos, buscando alternativa para minimizar esses dois elementos, mas sem comprometer a qualidade dos produtos comercializados.

## **Diversificação / Agregação de valor**

A melhor forma de diversificar e agregar valor ao negócio – mercearia - é criar mecanismos de valorização das relações humanas e acima de tudo o Marketing de Relacionamento. Estes elementos são os pontos chaves que irão criar e manter a proximidade entre o cliente e o estabelecimento, sendo que em alguns casos o segundo extremo (estabelecimento) se confunde diretamente com o seu proprietário, por isso a grande necessidade dele estar sempre presente no estabelecimento.

Outra forma de agregar valor ao estabelecimento é a implementação de serviços complementares, os quais passam pelo sistema de entregas em domicílio, funcionamento em horários alternativos, tipo: sábados, domingos e feriados até as 22h, por exemplo, fornecimento de lanches rápidos, e acima de tudo sempre ter o que o cliente procura, pois em contrário a busca de produtos poderá ser redirecionada pela clientela a outro estabelecimento.

Isto porque o cliente entende que quando procura por qualquer item de sua necessidade e encontra sempre no estabelecimento de sua preferência não existe motivação para buscar outro para satisfazer suas necessidades de consumo.

Enfim existem várias formas de diversificar produtos e agregar valor ao seu negócio. Por exemplo, o fornecimento de comida congelada ou especializar-se em determinadas iguarias, são apenas algumas ideias que podem ser amadurecidas e levadas avante no sentido de transformar seu negócio em um ponto de distribuição de itens que tem maior clamor da clientela daquela microrregião.

## **Divulgação**

Para um empreendimento deste tipo a melhor propaganda ainda é a do boca-a-boca, pois é totalmente eficaz já que o foco de atendimento de uma mercearia é o de microrregião, portanto, o que um cliente fala para o seu vizinho se difunde rapidamente. Por isso, é necessário existir um ótimo atendimento e grande eficiência e eficácia em todos os processos do negócio.

É interessante também, além desta forma de propaganda, aquela que se faz mediante a distribuição de panfletos nas imediações, com entrega direta, podendo ser via pessoal adequado para tal, entrega na própria loja ou ainda via mala direta.

Contudo deve-se evitar a entrega de panfletos apenas no trânsito já que a possibilidade de atingir sua clientela não é tão expressiva assim, além de criar um possível clima de insatisfação por parte da vizinhança, já que panfletagem aleatória acaba por acumular lixo em vias públicas.

## Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de MERCEARIA, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 4712-1/00 como a atividade de comércio varejista de artigos de mercearia, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/Simpl...>):

- IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);

- CSLL (contribuição social sobre o lucro);
- PIS (programa de integração social);
- COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias e serviços);
- INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa a parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 4% a 11,61%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), o empreendedor, desde que não possua e não seja sócio de outra empresa, poderá optar pelo regime denominado de MEI (Microempreendedor Individual) . Para se enquadrar no MEI o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (<http://www.receita.fazenda.gov.br/legisl...>). Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

I) Sem empregado

- 5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária do empreendedor;
- R\$ 1,00 mensais de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias;

II) Com um empregado: (o MEI poderá ter um empregado, desde que o salário seja de um salário mínimo ou piso da categoria)

O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores acima, os seguintes percentuais:

- Retém do empregado 8% de INSS sobre a remuneração;
- Desembolsa 3% de INSS patronal sobre a remuneração do empregado.

Havendo receita excedente ao limite permitido superior a 20% o MEI terá seu empreendimento incluído no sistema SIMPLES NACIONAL.

Para este segmento, tanto ME, EPP ou MEI, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares nºs 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94/2011.

## Eventos

Existem vários eventos neste segmento empresarial, sendo no entanto tais eventos ligados a área de supermercados. Diante disso, a importância de estar sempre em contato com as Associações de Supermercados de sua região, para se informar sobre os eventos locais e regionais, bem como manter se informado sobre os eventos nacionais.

Fispal Food Service. Disponível em: [www.fispal.com](http://www.fispal.com)

APAS - Congresso de Gestão de Feira Internacional de Negócios em Supermercados. Disponível em: [www.feiraapas.com.br](http://www.feiraapas.com.br)

Super Rio Expofood. Disponível em: [www.superrio.com.br](http://www.superrio.com.br)

Superminas. Disponível em: [www.superminas.org.br](http://www.superminas.org.br)

## Entidades em Geral

ABAD - Associação brasileira dos Atacadistas e Distribuidores. Disponível em: <http://www.abad.com.br>

ABRAS - Associação Brasileira de Supermercados. Disponível em: <http://www.abrasnet.com.br>

AMIS - Associação Mineira de Supermercados. Disponível em: <http://www.portalamis.org.br>

## Normas Técnicas

Para este segmento não existem normas técnicas.

## Glossário

**Caderneta:** pequeno caderno, no qual se faz anotações gerais, sendo neste caso específico as anotações de compras por parte dos fregueses;

**Freguês:** comprador, cliente.

**Gôndolas:** estante ou conjunto de prateleiras em supermercado;

**Happy hour:** horário após o expediente em que as pessoas se encontram em locais agradáveis buscando descontração e tranquilidade, sempre no convívio de amigos e com ótimo ambiente.

**Hipermercado:** Os Hipermercados são um tipo de supermercado com variedade de itens maior que a dos supermercados, com inclusão de eletrônicos, roupas, etc. e são classificados como tais quando ocupam uma área acima de 8 mil metros quadrados.

**Prateleiras:** tábuas dispostas na posição horizontal, formando uma estante;

**Supermercado:** Local no qual as pessoas fazem suas compras e não necessitam do auxílio de um vendedor. Comumente o contato com o funcionário dá-se somente no momento de efetuar o pagamento. Porém, para o atendimento nas áreas de perecíveis é necessário um funcionário qualificado.

**Validade do produto:** tempo que um produto é considerado seguro para consumo.

## Dicas do Negócio

O empreendedor deste segmento empresarial deverá estar



ciente de sua responsabilidade, que vai desde a sua entrega total ao comércio bem como ser uma pessoa que tenha muita habilidade em se relacionar com outras pessoas de qualquer nível social e ser sempre agradável, pois o proprietário sempre será o espelho de seu negócio.

Cita-se abaixo alguns pontos que não podem ser deixados de lado em qualquer negócio e que não é diferente numa mercearia:

1. Nunca deixar de acompanhar os avanços tecnológicos, principalmente quando o estabelecimento começa a apresentar crescimento, por isso é muito importante ter uma estrutura de microcomputadores para instalar algum software de controle de estoque e auxílio na gestão do negócio;

2. Nunca desprezar as trocas de informações com os clientes, pois estes sempre poderão estar lhe trazendo o sentimento de seus vizinhos, atente que o relacionamento interpessoal é uma grande ferramenta;

3. Atentar também para que o sistema de entrega em domicílio não seja apenas um serviço complementar à mercearia, mas sim que seja um serviço eficiente e que cumpra seus horários acordados para entrega. Atentar também para que se realize com muita presteza e com funcionários vestidos adequadamente, de preferência uniformizados, penteados e acima de tudo que façam com prazer o seu trabalho.

O empreendedor de uma mercearia deverá atentar para que alguns pontos não ocorram em seu estabelecimento, tais como:

- a) Produtos desorganizados em seus recipientes de exposição;
- b) Produtos de qualidade duvidosa ou sem condições de consumo (produtos com data de vencimento expirada e que ainda continuam expostos);

- c) Parte de frutas e verduras com visual de perda, podres e que exalam odor desagradável;
- d) Balcão frigorífico sem a higienização adequada;
- e) Filas de espera em qualquer parte do estabelecimento;
- f) Ausência de preços nos produtos;
- g) Loja com pouca luminosidade;
- h) Não identificação de localização de produtos;
- i) Loja suja, sem a higienização completa;
- j) Ausência de troco ou complementação deste com produtos alternativos, tipo balas, chicletes, etc.

A atenção com os pontos acima é fundamental no contexto tanto de responsabilidade social, quanto no de relações humanas, já que estará sendo externado o respeito a cada indivíduo/cliente.

## **Características específicas do empreendedor**

O empreendedor que tender a iniciar uma mercearia, deve ter algumas características básicas, tais como:

1. Ter conhecimento específico sobre o mercado de secos e molhados. Este conhecimento pode ser inato ou poderá ser adquirido com a participação em cursos sobre a área ou ter trabalhado com esse segmento;

2. Ter conhecimento para identificar os melhores produtos para ser adquiridos e comercializados em sua mercearia;

3. Estar amparado nas tendências de mercado, ser capaz de elaborar mix de produtos que desperte a atenção dos clientes, apresentando sugestões de receitas, utilizando os produtos de sua mercearia, pelo seu público-alvo. Por isso se torna necessário conhecer regras de etiqueta, culinária, dentre outros

relacionados a área de alimentação;

4. Ser uma pessoa que sempre busca melhorar o nível de seu negócio, tanto com a participação em cursos específicos do ramo, quanto de gestão empresarial, pois não basta ter conhecimento de comércio de produtos alimentícios ou bebidas, é necessário também estar preparado para gerir o seu empreendimento;

5. Ter habilidade no tratamento com pessoas, tanto com seus colaboradores quanto com clientes, fornecedores, enfim com todos que de forma direta ou indireta tenha ligação com a empresa;

6. Ser empreendedor com visão prospectiva, ou seja, atuar com antecipação de tendências, ter visão de futuro no que tange o interesse de consumo, além de estar sempre antenado com as inovações de mercado;

7. Além destas características acima listadas, o empresário da área de mercearia tem que ser uma pessoa criativa, sempre com capacidade de sugerir ou mesmo criar formas inovadoras de estilo de se alimentar, tendo como foco e objetivo de estar sempre a frente de seus concorrentes.

As características indicadas são apenas direcionamentos, isto não quer dizer que um empreendedor que talvez não se sinta com tais características tenha que desistir de investir neste novo negócio.

## **Bibliografia Complementar**

BARBOSA, Honório. Tradição é mantida entre risos e lágrimas.

Disponível em: <<http://diariodonordeste.globo.com/materi...>>.  
Acesso em: julho/2012.

História do setor. Disponível em:  
<<http://www.portalamis.org.br/site/instit...>>. Acesso em:  
julho/2012.

Memorial do comércio. Disponível em:  
<[http://www.infonet.com.br/luisantoniobar...&titulo=Luis\\_Antonio\\_Barreto](http://www.infonet.com.br/luisantoniobar...&titulo=Luis_Antonio_Barreto)>.  
Acesso em: julho/2012.

Mercearias: sofisticação para atender à classe A. Disponível  
em: <[http://www.sebraesc.com.br/novos\\_destaqu...](http://www.sebraesc.com.br/novos_destaqu...)>. Acesso  
em: julho/2012.

Resgatando a história das mercearias, escrevendo a história do  
bairro. Disponível em:  
<<http://inverta.org/jornal/edicao-impres...storia-do-bairro>>.  
Acesso em: julho/2012.