

Mercearia



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	1
Localização.....	4
Exigências Legais e Específicas.....	4
Estrutura.....	5
Pessoal.....	6
Equipamentos.....	7
Matéria Prima/Mercadoria.....	8
Organização do Processo Produtivo.....	8
Automação.....	9
Canais de Distribuição.....	10
Investimentos.....	10
Capital de Giro.....	12
Custos.....	12
Diversificação/Agregação de Valor.....	14
Divulgação.....	15
Informações Fiscais e Tributárias.....	15
Eventos.....	17
Entidades em Geral.....	17
Normas Técnicas.....	17
Glossário.....	19
Dicas de Negócio.....	20
Características Específicas do Empreendedor.....	21
Bibliografia Complementar.....	22
Fonte de Recurso.....	23
Planejamento Financeiro.....	23
Produtos e Serviços - Sebrae.....	24
Sites Úteis.....	28

1. Apresentação de Negócio

Você deseja empreender em um nicho com baixo risco e bom potencial de lucro? A mercearia é um tipo de varejo com grande aceitação e aderência por parte do público, que surgiu para atender as necessidades do lar de maneira rápida e simples. Provavelmente, consiste em um dos mais antigos segmentos de negócio, vendendo alimentos e produtos de higiene e limpeza.

Além disso, é uma alternativa aos supermercados e é de grande importância para os habitantes de cidades pequenas e bairros afastados, onde os moradores têm menor poder de compra. Com a pandemia, viu-se um aumento de consumidores buscando por esse tipo de comércio, que permite compras básicas sem a necessidade de grandes deslocamentos.

Tradicionalmente o negócio de mercearia consiste na venda de produtos essenciais para o seu público, como alimentos perecíveis e não perecíveis, frios, carnes, hortifrutis, produtos de padaria, bebidas, produtos de limpeza e higiene. São para as mercearias e pequenos mercados que a população recorre quando deseja rapidez e conveniência no atendimento. No entanto, o fluxo de consumidores é menor, mas ainda assim é uma vantagem em relação aos grandes estabelecimentos.

Uma mercearia não exige um espaço físico muito amplo. Sendo assim, é um empreendimento acessível, principalmente pelo baixo investimento em infraestrutura. O formato de autosserviço é um outro ponto positivo. Dessa forma o cliente pode escolher os produtos de sua preferência sem a necessidade de um vendedor para realizar o atendimento.

Para dar as primeiras orientações ao futuro empresário no ramo de Mercearia, este documento pretende ser um guia básico para quem deseja empreender na área. Mas a elaboração de um Plano de Negócio é fundamental para o sucesso do projeto. Para obter tais informações, o empreendedor deverá procurar o Sebrae mais próximo.

2. Mercado

Faturamento:

De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA), o setor de alimentos no Brasil registrou crescimento de 4,4% nas vendas reais (descontada a inflação) e de 1,8% na produção física, em relação ao ano anterior (2021).

Somando as exportações e vendas para o mercado nacional, o faturamento chegou a 261,3 bilhões nos primeiros quatro meses de 2022. Este valor representa um acréscimo de 16,0% em relação a 2021. O presidente executivo da ABIA, João Dornellas, declara que o ano de 2022 iniciou com um cenário econômico desafiador para a indústria de alimentos, com alta nos custos de matérias-primas, insumos e energia. No mercado interno, as vendas representaram estabilidade, mas foram compensadas por maior exportação.”

Apesar dos desafios do início do ano, segundo pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), as vendas no mês de agosto de 2022 do setor supermercadista, tiveram alta de 7,23% em comparação ao mês de agosto de 2021. (Fontes: Abia e Abras, 2022.)

Geração de empregos:

De acordo com os dados da pesquisa realizada pela Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA), o setor de alimentos e bebidas gerou mais 30 mil novos postos de trabalho em 2022 e emprega mais de 1 milhão e setecentas mil pessoas de forma direta. (Fonte: Abia, 2022.)

Representação Nacional:

Em relação ao PIB, o setor de supermercados representou em 2021, 7,03 % do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, de acordo com pesquisa realizada pela NilsenIQ para a revista SuperHiper, que traz os dados oficiais do autosserviço nacional. (Fonte: Abras, 2021)

Expansão:

Em pesquisa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), foi verificado o crescimento de negócios relacionados ao comércio varejista de mercadorias em geral, com protagonismo de produtos alimentícios, como minimercados, mercearias e armazéns, entre os anos de 2018 e 2021.

O setor teve um crescimento de 12% na abertura de novos empreendimentos, entre 2020 e 2021.

De acordo com o analista da Unidade de Competitividade do Sebrae, Vicente Scalia, a alta dos preços dos alimentos e do combustível fez com que o cliente se deslocasse até o mercadinho mais próximo do seu bairro, para consumir somente o necessário.

Mercado Consumidor:

Segundo a pesquisa “Tendências do consumidor em supermercados 18/19”, divulgada em 2019 pela Associação Paulista de Supermercados (APAS), 22% dos entrevistados optam por mercadinhos de bairro e vizinhança quando o assunto são compras do dia a dia. Para as compras de emergência, o mercadinho também é a preferência entre os consumidores: 50% dos entrevistados (Fonte: Mercado e Consumo, 2019.)

O comportamento apontado em 2019 se intensificou com a pandemia. De acordo com estudo realizado pela Kantar, 75% dos brasileiros optaram por consumir no comércio próximo de suas casas. Essa tendência vai além do Brasil e é conhecida como uma tendência de consumo Hiperlocal, em que a preferência por experiências de consumo no próprio bairro ou região se intensificam.

A pesquisa feita pela Inteligência de Mercado Globo, a respeito do cenário do varejo alimentar em 2021, indicou os principais motivos que levam o público a consumir nos mercados de vizinhança, são eles:

- Melhor atendimento e personalização;
- Menos pessoas dentro do estabelecimento;

- Flexibilidade de pagamento.

(Fonte: Savarejo, 2022.)

Mercado Fornecedor:

Para otimizar a gestão de uma mercearia, a relação com os fornecedores deve se basear na sustentabilidade. É ideal priorizar fornecedores locais, como as organizações regionais e cooperativas, para que a economia da região seja beneficiada com as atividades da empresa. Da mesma forma, a preocupação com o meio ambiente também deve ser levada em consideração, optando por fornecedores cujas políticas, e as diretrizes sociais e ambientais estejam alinhadas.

Fatores que podem ser analisados para a escolha de um fornecedor:

- Distância física;
- Referências;
- Custo do frete;
- Qualidade;
- Capacidade de fornecimento;
- Preço;
- Prazo;
- Forma de pagamento e de entrega.

Para o setor de Mercearias e mercados de vizinhança, podemos destacar as seguintes oportunidades e ameaças:

Oportunidades:

- Investimento em personalização;
- Relacionamento com os clientes;
- Diferenciação pelos serviços.

Ameaças:

- Instabilidade econômica e política no país;
- Concorrência das grandes redes;

- Baixo potencial de barganha com fornecedores.

Para conhecer todas as oportunidades e ameaças do setor é imprescindível realizar uma análise precisa. Só assim será possível entender a demanda, o público-alvo e as demais variáveis. Lembre-se que o Plano de Negócios é capaz de reunir todas essas informações. Procure o Sebrae mais próximo para elaborar o seu!

3. Localização

A localização de uma mercearia deve considerar a quantidade de estabelecimentos similares na região, focando no público-alvo a ser contemplado. O local deve oferecer infraestrutura necessária para sua instalação, propiciar o seu crescimento, permitir o fácil acesso para os clientes, além de ser um ponto estratégico com fluxo razoável de pessoas. A localização inadequada e a falta de variedade nos estoques são os principais riscos.

Pontos de atenção na escolha do imóvel onde a empresa será instalada:

a) Analisar o perfil do público-alvo: É imprescindível que o futuro empreendedor analise o perfil do público alvo. Nesse caso, poderá conhecer a faixa de renda e hábitos de consumo de cada região para criar estratégias de venda.

b) Acessível aos funcionários: O local da Mercearia deve considerar a facilidade de acesso dos funcionários. Portanto, precisa estar, sempre que possível, próxima de pontos de transporte coletivo. Um dos fatores que desmotivam os colaboradores é a dificuldade para chegar no local de trabalho.

c) Questões urbanísticas e de infraestrutura: É fundamental analisar a segurança da região e a infraestrutura de serviços públicos (como Bombeiros, Polícia, Correio). Além disso, é importante averiguar se o local está sujeito a inundações ou próximo a áreas de risco. Conferir a disponibilidade dos serviços de água, luz, telefone, internet e serviços de recolhimento de lixo é fundamental. Em síntese, confira se há uma infraestrutura próspera para receber sua Mercearia.

d) Aluguel: Verifique se o valor do aluguel está adequado com o seu plano de negócios e quais as condições para renovação contratual. Afinal, um ponto extraordinário que custa caro pode consumir todo o lucro. Analise o valor do condomínio, as instalações, as reformas, a possibilidade de ampliações e outras taxas;

e) Aspectos legais: Observe ainda as regularizações, de acordo com o local e licenças exigidas. Verifique se existem restrições de instalação para determinado tipo de negócio naquele endereço, em relação ao plano da Lei de Zoneamento e o Plano Diretor da cidade.

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma empresa, o empreendedor poderá ter seu registro de forma individual ou em um dos enquadramentos jurídicos de sociedade. Ele deverá avaliar as opções que melhor atendem suas expectativas e o perfil do negócio pretendido. Leia mais sobre este assunto no capítulo 'Informações Fiscais e Tributárias'.

O contador, profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da

empresa e conhecedor da legislação tributária, poderá auxiliar o empreendedor neste processo.

Para abertura e registro da empresa é necessário realizar os seguintes procedimentos:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Registro na prefeitura municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
- Registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se a empresa atende as exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja concedido o “Habite-se” pela prefeitura.

Importante:

- Para a instalação do negócio é necessário realizar consulta prévia de endereço na Prefeitura Municipal/Administração Regional, sobre a Lei de Zoneamento.
- É necessário observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC).
- A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças etc.
- Lei 13.874/2019, de 20 de setembro de 2019, que estabelece medidas de desburocratização e simplificação de processos para empresas e empreendedores, como: carteira profissional digital, abertura de bancos aos sábados, dispensa de alvará para atividades de baixo risco, a responsabilidade de pessoa jurídica e de pessoa física diante do negócio, entre outros.
- As leis, decretos, portarias, resoluções frequentemente sofrem revisões (atualizações), em virtude de novos acontecimentos ou pela necessidade de melhorar interpretações em relação ao seu conteúdo, função, abrangência ou penalidade.

Portanto as leis citadas neste material estão atualizadas, mas a qualquer momento podem mudar. Para saber se estão utilizando a atual fiquem atentos as indicações de revisões, digitando as características da lei, exemplo: ‘Decreto-Lei nº. 986’, sem a data, em um site de busca e aparecerá nas 10 primeiras opções (links para acesso web), com as sugestões mais recentes.

5. Estrutura

A vantagem em investir em uma mercearia é que você não precisa ter um espaço muito

grande para iniciar o negócio. Porém, é necessário que o local seja limpo, aconchegante e muito organizado. Além disso, os produtos precisam estar bem expostos e precificados. Dessa forma a experiência dos consumidores dentro do comércio certamente será melhor.

Confira alguns fatores que você pode observar ao escolher um ponto comercial:

- a) Para uma mercearia é recomendado 70m². Neste espaço, serão distribuídos os setores de área de vendas, linha de frente, escritório, e sanitário para funcionários.
- b) Área de vendas: Local para apresentar e estocar os produtos. Serão instaladas as gôndolas, prateleiras, nichos, freezers, balcões refrigerados e geladeiras;
- c) Linha de frente: Local dos caixas (check-outs), geralmente são instalados na entrada/saída da loja;
- d) Escritório: Espaço destinado às atividades administrativas, contudo, pode abrigar às comerciais como prospecção de novos clientes, gestão das contas, negociações e ampliação do relacionamento com parceiros;
- e) Sobre a higiene, todos os ambientes da empresa devem estar limpos e organizados. O piso, a parede e o teto não podem apresentar rachaduras, goteiras, infiltrações, mofo e descascamentos. O piso deve ser de alta resistência, durabilidade e de fácil manutenção;
- f) Sempre que possível, aproveite a luz natural e procure locais com boa ventilação. Além de auxiliar na economia, transmite segurança e confiabilidade;
- g) Por fim, profissionais qualificados como arquitetos, engenheiros ou decoradores poderão ajudar a definir possíveis alterações no imóvel. As orientações sobre a ergometria, o fluxo de operação, o layout, a iluminação, a ventilação, etc, podem impressionar o cliente.

6. Pessoal

Neste segmento, não existe uma quantidade ideal de colaboradores. A força de trabalho é variável e dependerá do tamanho do empreendimento e do volume da demanda. Independentemente dos profissionais contratados, o bom atendimento a clientes e fornecedores deve ser primordial para o funcionamento adequado dos negócios.

Abaixo listamos alguns cargos necessários para uma demanda básica:

- a) Gerente: Responsável pelas atividades administrativas, financeiras e comerciais. Deve conhecer sobre a gestão do negócio, o processo produtivo. Este cargo pode ser ocupado pelo proprietário, desde que ele tenha tais habilidades. Em alguns casos, pode acumular a função de caixa;
- b) Caixa: É o responsável pela checagem e a cobrança dos produtos escolhidos pelo consumidor, bem como pela abertura e fechamento do caixa;
- c) Repositor: É o colaborador encarregado pela reposição do estoque. Em alguns casos tem contato direto com o consumidor.

d) Limpeza: Responsável pela higiene e manutenção do local.

Dependendo da demanda da mercearia é possível contratar outros colaboradores, como entregador, açougueiro, serviços gerais, etc. Algumas destas funções podem ser terceirizadas.

Além da equipe, o empreendedor necessita se atualizar para saber o que está acontecendo na sua área de atuação. A participação em seminários, congressos e cursos relacionados deve ser constante. Além disso, deve-se conhecer e respeitar a Convenção Coletiva da categoria, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, consequências desagradáveis.

7. Equipamentos

Os principais equipamentos para o funcionamento de uma mercearia são:

1. Gôndolas;
2. Prateleiras;
3. Cestinhas e/ou carrinhos;
4. Balcão para atendimento geral;
5. Freezer;
6. Geladeiras;
7. Balcão frigorífico;
8. Balança digital;
9. Máquina de calcular;
10. Máquina ECF – Registradora Eletrônica;
11. 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;
12. Microcomputador para controle de produtos e estoque;
13. Alarme de segurança para o estabelecimento comercial;
14. Telefone;
15. Leitor de código de barras;
16. Impressora de cupom fiscal.

Antes de adquirir os materiais e equipamentos, é ideal a realização de um projeto que organize os espaços, a fim de estruturar a disposição e capacidade do local.

8. Matéria Prima/Mercadoria

Uma mercearia deverá ter alimentos básicos, como arroz, feijão, sal, açúcar, macarrão, carnes, etc., alimentos supérfluos, como chocolates, balas, guloseimas em geral. Produtos de higiene também precisam constar nas prateleiras, como lâminas de barbear, shampoo, sabonete, entre outros, produtos de limpeza e bebidas em geral.

Porém, muitos itens que serão comercializados em uma Mercearia, dependem da demanda da região.

Para ajudar você, empreendedor, selecionamos algumas dicas que podem auxiliar na escolha dos produtos:

- a) Escolha os seus produtos com base nos gostos do consumidor e na oferta da região. Afinal, pode ser arriscado oferecer mercadorias que não são consumidas pelo público-alvo. Anote as mercadorias que os clientes não encontraram em sua mercearia. Esta é uma excelente pista para adequar o mix de produtos à região;
- b) Pesquise sobre os melhores fornecedores da sua região. Eles podem ter um mix de produtos ideal para o seu estabelecimento e ainda prestam o serviço de delivery;
- c) Invista na conservação das mercadorias. Afinal, é fundamental observar a validade e as dicas de armazenamento;
- d) Por fim, o mix de produtos oferecidos e o nível de estoque devem ser suficientes para atender à clientela, e gerar receita em caixa o suficiente para não comprometer a disponibilidade de recursos.

9. Organização do Processo Produtivo

Os processos produtivos de uma Mercearia são divididos em:

- a) Aquisição das mercadorias: Consiste na aquisição dos produtos que serão oferecidos no estabelecimento. Além disso, abrange a pesquisa dos fornecedores, que podem ser diretos ou indiretos. O primeiro oferece vantagens operacionais, o segundo, financeiras;
- b) Atendimento ao cliente: Apesar da mercearia funcionar na modalidade self-service, se faz necessário que o atendente ou o caixa esteja disponível para prestar as informações que forem solicitadas pelo cliente;
- c) Administração: Destina-se às atividades de relacionamento com fornecedores, controle de contas a pagar, controle financeiro e de contas bancárias, etc;
- d) Estoque para reposição: Consiste na manutenção do nível de estoque para garantir a reposição de produtos na loja.

Ainda, existem mercearias que oferecem Açougue, Padaria, etc. Nesses casos, cada área

adotará um procedimento operacional padrão.

É fundamental que o empreendedor trabalhe com um processo produtivo que atenda à demanda dos clientes e, acima de tudo, denote organização do ambiente, com visual agradável e de fácil localização dos itens comercializados.

10. Automação

Investir em softwares para automatizar as empresas é uma necessidade, já que eles facilitam a gestão e auxiliam na administração de qualquer negócio. Antes de decidir pelo sistema a ser utilizado, o empreendedor deve avaliar alguns quesitos, como o preço cobrado, o serviço de suporte, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual, e as atualizações oferecidas pelo fornecedor. Além disso verifique se o software possui funcionalidades, tais como:

- Controle de mercadorias;
- Emissão de notas fiscais em sintonia com o Sintegra;
- Controle dos dados sobre faturamento/vendas, gestão de caixa e bancos (conta corrente);
- Organização de compras e contas a pagar;
- Relatórios e gráficos gerenciais para análise real do faturamento do empreendimento.

Já existe no mercado uma ampla seleção de softwares e plataformas digitais que ajudam o empresário com rastreabilidade, inspeção de qualidade, cálculos de produção, administração de vendas, monitoramento de funcionários e clientes, integração entre ambientes físicos e virtuais e questões de logística. Conheça alguns softwares:

- Bling;
- CISS;
- Gestão Click;
- Lexos;
- Linx;
- Logus ERP;
- NEX;
- TOTVS;
- VVS Sistemas;

- WM10.

11. Canais de Distribuição

Os canais de distribuição têm como principal objetivo garantir o acesso do cliente ao produto ou serviço. Eles são divididos em grupos:

1) Canal Direto: O cliente faz o contato pessoal para solicitar os serviços;

2) Canal Indireto: O cliente faz o contato por outros meios de comunicação, como telefone, site, redes sociais, etc. Nesse caso, é importante montar uma estrutura no ambiente digital para divulgar os serviços que são prestados.

Geralmente em uma Mercadoria, o canal de distribuição é o direto, mas um bom planejamento em relação a ações no ambiente virtual pode fazer com que o cliente opte por fazer pedidos através dos canais indiretos, como redes sociais e whatsapp.

Além disso, independentemente do canal de distribuição, o sucesso do empreendimento depende, principalmente, da capacidade de percepção e agilidade para aproveitar as oportunidades do mercado, visando criar novas formas de divulgar a empresa.

12. Investimentos

O valor a ser investido num novo negócio envolve um conjunto de fatores, identificados ao longo do processo de instalação do empreendimento. O investimento para o início das atividades varia de acordo com o porte do empreendimento e os produtos e serviços que serão oferecidos.

Uma mercadoria estabelecida em uma área de 70 m² exige um investimento inicial estimado de R\$ 62 mil reais, a ser alocado nos seguintes itens:

1 - Investimentos Fixos

1.1 - Máquinas e Equipamentos

Item

Valor Unitário

Balcão, freezer, geladeira, balança, etc.

R\$ 10.000,00

1.2 - Equipamentos de Informática

Item

Valor Unitário

Telefone, Computador e Impressora

R\$ 3.000,00

1.3 - Móveis e Utensílios

Item
Valor Unitário
Gôndolas, prateleiras, expositores, etc.
R\$ 10.000,00
Mobiliário do Escritório
R\$ 2.000,00
2 - Investimentos Pré-Operacionais

Item
Valor Unitário
Reformas
R\$ 15.000,00
Registro da empresa
R\$ 2.000,00
3 - Investimentos Financeiros

Item
Valor Unitário
Capital de giro (2 meses de custeio fixo)
R\$ 8.000,00
Formação Estoque Inicial (2 meses)
R\$ 12.000,00

Investimento total (1+2+3)
R\$ 62.000,00
Previsão de Faturamento

Faturamento mensal
R\$ 65.000,00

* Os itens descritos nas tabelas são exemplos que devem ser considerados, porém existem outros que devem ser também detalhados, para o seu negócio.

**Acesse <http://simulador.ms.sebrae.com.br> e veja exemplos de pesquisas estimando valores e faça a sua simulação.

***Os custos dos itens descritos na tabela são meras estimativas, pois estes dependem do tamanho do negócio, fornecedores, regiões do país, etc.

Antes de montar sua empresa, é fundamental que o empreendedor elabore um Plano de Negócios, onde os valores necessários à estruturação da empresa podem ser mais detalhados, em função: regionalidade, dificuldades financeiras, objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado. O capital de giro necessário para os primeiros meses de funcionamento do negócio também deve ser considerado neste planejamento.

Nessa etapa, é indicado que o empreendedor procure o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta suas particularidades. O empreendedor também poderá basear-se nas orientações propostas por metodologias de modelagem de negócios, em que é possível analisar o mercado no qual estará inserido, mapeando o segmento de clientes, os atores com quem se relaciona, as atividades chave, as parcerias necessárias, sua estrutura

de custos e fontes de receita.

13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir a 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.

Item

Quantidade

Valor Unitário

Reserva de Caixa

1

R\$ 20.000,00

* Esta é meramente uma estimativa de valor, o seu capital de giro deve variar entre 20 e 30% do valor do investimento para operação. No exemplo temos um Investimento estimado (tópico anterior) de R\$62.000,00. Assim uma reserva (capital de giro e estoque inicial) de R\$ 20.000,00

Quanto maior o prazo concedido aos clientes para pagamento e quanto maior o prazo de estocagem, maior será a necessidade de capital de giro do negócio. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode amenizar a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Prazos médios recebidos de fornecedores também devem ser considerados nesse cálculo: quanto maiores os prazos, menor será a necessidade de capital de giro.

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão, inclusive valores além do pró-labore. No início, todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. O ideal é preservar recursos próprios para capital de giro e deixar financiamentos (se houver) para máquinas e equipamentos.

Sempre será muito útil que se tenha certo montante de recursos financeiros reservados para que o negócio possa fluir sem sobressaltos, especialmente no início do projeto. No entanto, ter esse recurso disponível não é suficiente porquanto ser premissa sua boa gestão, ou seja, somente deverá ser utilizado para honrar compromissos imediatos ou lidar com problemas de última hora.

14. Custos

Os custos dentro de um negócio são empregados tanto na elaboração dos serviços ou produtos quanto na manutenção do pleno funcionamento da empresa. Entre essas despesas, estão o que chamamos de custos fixos e custos variáveis.

Custos Variáveis

São aqueles que variam diretamente com a quantidade produzida ou vendida, na mesma proporção.

Custos de Materiais

Item
Quantidade
Valor Unitário
Matéria-Prima ou mercadoria
40
R\$ 12.000,00
Custos dos Impostos

Item
%
Valor Unitário
Simples
9 % do faturamento bruto (R\$ 65.000,00)
R\$ 5.850,00
Custos com Vendas

Item
%
Valor Unitário
Propaganda
1 % do faturamento bruto (R\$ 65.000,00)
R\$ 650,00
Custos Fixos

São os gastos que permanecem constantes, independente de aumentos ou diminuições na quantidade produzida e vendida. Os custos fixos fazem parte da estrutura do negócio.

Salários e Encargos

Função
Quantidade
Salário Unitário
Salários, comissões e encargos.
3
R\$ 9.000,00
Depreciação

Ativos fixos
Valor total
Vida Útil (anos)
Depreciação
Maquinas e equipamentos
R\$ 10.000,00
10
R\$ 83,00
Equipamentos informática
R\$ 3.000,00
5
R\$ 50,00
Móveis e utensílios

R\$ 12.000,00

5

R\$ 200,00

Despesas Fixas e Administrativas

Item

Valor Unitário

Aluguel, condomínio e segurança

R\$ 3.500,00

Água, luz, telefone e internet

R\$ 1.000,00

Material de limpeza, higiene e escritório

R\$ 800,00

Assessoria contábil

R\$ 980,00

15. Diversificação/Aggregação de Valor

Agregar valor à sua marca ou produtos é fundamental para capturar a atenção do consumidor e se diferenciar dos concorrentes. Para se destacar no segmento de varejo alimentício, é necessário adotar estratégias de diversificação que gerem algum tipo de valor aos olhos do cliente.

Lembre-se que apenas o preço do produto, ainda que seja o mais baixo possível, não é o suficiente para conquistar o consumidor. A qualidade dos produtos, a variedade das mercadorias, a eficiência no atendimento e o bom relacionamento com o cliente são essenciais para o sucesso do negócio. A seguir, confira dicas para agregar valor:

- a) Conhecer o seu cliente: Antes de abrir o negócio é fundamental mapear e identificar o público-alvo. Para isso deve-se conhecer os hábitos, a renda, os interesses e, principalmente, os receios;
- b) Valorizar os colaboradores: O colaborador desmotivado pode impactar o seu negócio de forma negativa. Portanto, é necessário valorizá-lo. Mantenha sua equipe bem treinada, lidere positivamente, dê feedbacks;
- c) Qualidade dos produtos: Apesar do preço ser um fator diferencial, a qualidade dos produtos também é considerada pelo cliente;
- d) Variedade de mercadorias: A variedade das mercadorias é um ponto que merece muita atenção. Geralmente, ela é decidida pela preferência ou pelos costumes do público-alvo;
- e) Analisar o negócio constantemente: Avaliar frequentemente como as coisas estão acontecendo dentro da sua mercearia é essencial para reduzir custos, seja de dinheiro ou de tempo, além de aprimorar o contato e a abordagem com o cliente;
- f) Resolver rápido: Quando o cliente tem uma experiência negativa com o produto ou serviço é necessário resolver a situação o mais rápido possível, para que o cliente se sinta seguro e perceba a situação apenas como um incidente;
- g) Presença ativa na Internet: Atualmente, uma parte considerável do público faz pedidos

através da Internet, seja por aplicativos, redes sociais ou sites. Portanto, é fundamental estar presente na Internet para divulgar seus produtos através de conteúdos especializados, anúncios direcionados, etc.

16. Divulgação

Mais do que a alma do negócio, a propaganda é um investimento. Ela serve para destacar o empreendimento. Além disso, é possível divulgar de forma simples, barata e eficiente. A criatividade é fundamental para buscar alternativas para atrair a clientela. A seguir, conheça algumas formas para divulgar sua mercearia

- a) Distribua banners, panfletos e cartões de visita em eventos ou em locais estratégicos como farmácias da região, lojas, e até mesmo nas casas, etc. Não esqueça de pensar na fachada do seu negócio, ela deve cativar o cliente;
- b) Anuncie em páginas especializadas, como jornais físicos e guias virtuais. As propagandas em rádios locais, TV locais, panfletos, e/ou outdoor, cartões-fidelidade, dentre outros, ainda produzem bons resultados;
- c) Invista em marketing digital através de um site, perfis em redes sociais e anúncios. Atualmente, qualquer empreendimento precisa estar no ambiente digital. No de varejo alimentício, o serviço pode ser prestado no meio virtual. Além de que, por meio de campanhas é possível atingir novos clientes;
- d) É imprescindível investir no bom atendimento e na qualidade dos serviços. Afinal, clientes satisfeitos comentam com outras pessoas e não existe melhor campanha de marketing que o tradicional “boca-a-boca”, pois, além de viralizar, é barata e eficiente;
- e) Patrocine eventos relativos ao seu segmento, participe de feiras e promova degustações. Assim, você pode mostrar o seu empreendimento a um público interessado e aumentar a sua rede de contatos. A propaganda é um importante instrumento para tornar conhecidos a empresa e seus serviços.

17. Informações Fiscais e Tributárias

Esta atividade pode ser classificada no CNAE 4712-1/00 - Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns.

Optantes do Simples Nacional

Este segmento de empresa poderá optar pelo Simples Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições, instituído pela Lei Complementar nº 123/2006. Os pequenos negócios podem optar pelo Simples, desde que sua categoria esteja contemplada no regime, a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse R\$ 360 mil para microempresa e R\$ 4,8 milhões para empresa de pequeno porte e sejam respeitados os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor de ME e EPP 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/SimplesNacional>):

- IRPJ (Imposto de Renda da Pessoa Jurídica);
- CSLL (Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido);
- PIS (Programa de Integração Social);
- COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social);
- CPP (Contribuição Previdenciária Patronal);
- ICMS (Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços): para empresas do comércio;
- IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados): para indústrias.

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do Simples Nacional variam de acordo com as tabelas I a VI, dependendo das atividades exercidas e 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, a esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar R\$ 81 mil, o empreendedor poderá optar pelo registro como Microempreendedor Individual (MEI), desde que ele não seja dono ou sócio de outra empresa e tenha até um funcionário. Para se enquadrar no MEI, sua atividade deve constar na tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (http://www.portaldoempreendedor.gov.br/legislacao/resolucoes/arquivos/ANEXO_XIII.pdf)

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
- R\$ 1 de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias (para empresas de comércio e indústria)
- R\$ 5 de ISS – Imposto sobre Serviços (para empresas de prestadoras de serviços)

II) Com um empregado (o MEI poderá ter um empregado, desde que ele receba o 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.

Recomendamos que o empreendedor consulte sempre um contador, para que ele o oriente sobre o enquadramento jurídico e o regime de tributação mais adequado ao seu caso.

18. Eventos

Abaixo, listamos alguns eventos interessantes para quem está inserido no segmento de varejo alimentício. Neles, o futuro empreendedor pode aprender mais sobre o segmento, aumentar sua rede de contatos, conhecer novos produtos, fornecedores, modelos de negócio, etc. A seguir, conheça os principais eventos do setor:

- Fispal Food Service - <https://www.fispalfoodservice.com.br/>
- APAS - Congresso de Gestão de Feira Internacional de Negócios em Supermercados: <https://apasshow.com/>
- Super Rio Expofood - <https://sretradeshow.com.br/>
- Superminas - <https://superminas.org.br/>

19. Entidades em Geral

Confira as organizações e entidades que auxiliam o desenvolvimento do setor:

- ABAD - Associação brasileira dos Atacadistas e Distribuidores - <https://abad.com.br/>
- ABRAS - Associação Brasileira de Supermercados - <https://www.abras.com.br/>
- ABIA - Associação Brasileira da Indústria de Alimentos - <https://www.abia.org.br/>
- ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária - <http://portal.anvisa.gov.br/>

20. Normas Técnicas

Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido, que fornece, para uso comum e repetitivo, regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2).

Participam da elaboração de uma norma técnica a sociedade em geral, representada por: fabricantes e consumidores, e, também, organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa física).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o único foro de normalização do país.

1. Normas específicas para uma mercearia:

Não existem normas específicas na ABNT.

2. Normas aplicáveis na execução de uma mercearia:

ABNT NBR 13020:1993 - Sacos de papel para supermercados - Dimensões - Padronização. Padroniza os tipos e dimensões dos sacos de papel, usados pelos supermercados, para as saídas de caixa, das mercadorias adquiridas pelo consumidor.

ABNT NBR 14937:20 - Sacolas plásticas tipo camiseta - Requisitos e métodos de ensaio. Estabelece os requisitos mínimos e métodos de ensaio para fabricação de sacolas plásticas tipo camiseta, destinadas ao transporte de produtos distribuídos no varejo.

ABNT NBR ISO 23953 - Expositores refrigerados. Estipula os requisitos para a construção, as características e o desempenho de expositores frigoríficos utilizados na venda e exposição de produtos alimentícios. Estipula ainda as condições de ensaio e os métodos para verificar o cumprimento dos requisitos, assim como a classificação dos expositores, a etiquetagem e a lista das características a serem informadas pelo fabricante.

ABNT NBR 15842: 2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais. Estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT NBR 12693:2010 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio. Estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT NBR 626:1998 - Instalação predial de água fria. Estabelece exigências e recomendações relativas ao projeto, execução e manutenção da instalação predial de água fria. As exigências e recomendações aqui estabelecidas emanam fundamentalmente do respeito aos princípios de bom desempenho da instalação e da garantia de potabilidade da água no caso de instalação de água potável.

ABNT NBR 5410:2004 - Versão Corrigida: 2008 - Instalações elétricas de baixa tensão. Estabelece as condições a que devem satisfazer as instalações elétricas de baixa tensão, a fim de garantir a segurança de pessoas e animais, o funcionamento adequado da instalação e a conservação dos bens.

ABNT NBR ISO/CIE 8995-1:2013 - Iluminação de ambientes de trabalho - Parte 1: Interior. Especifica os requisitos de iluminação para locais de trabalho internos e os requisitos para que as pessoas desempenhem tarefas visuais de maneira eficiente, com conforto e segurança durante todo o período de trabalho.

ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral. Especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.

NT NBR 9050:2004 - Versão Corrigida: 2005 - Acessibilidades a edificações, mobiliário,

espaços e equipamentos urbanos - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral. Estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

21. Glossário

Confira alguns termos e expressões usadas no segmento de Mercadorias.

Ajuste da Nota fiscal: Correção feita na nota ao ser constatado, na portaria do supermercado, erro de produto ou quantidade além de produto danificado ou impróprio para a venda.

Alta rotação: Produto que gira, roda muito rápido. Quanto mais giro tem um produto significa que a relação entre sua venda e o nível médio de estoque é muito grande. Também chamado de alto giro.

Área de venda: É a área designada, em uma loja de varejo, para expor produtos e prestar serviços ao cliente. É a área onde o cliente circula, inclusive a área da frente de caixa, acrescida das áreas de atendimento de perecíveis onde estão os balconistas, e são bem visíveis ao cliente.

Auditoria de PDV: Avalia um ou mais itens dentro de um ponto de venda (qualidade do Atendimento, exposição de produtos, sortimento, sinalização, etc.).

Autosserviço: Sistema de vendas no qual o consumidor tem acesso direto ao produto, sem assistência de um vendedor.

Cadeia de abastecimento: Todo o processo de realização e movimentação eficiente de mercadorias do produtor ou fabricante ao consumidor final.

Código de Barras: Código internacional de identificação de produtos. Contém informações sobre o país onde o produto é produzido, empresa fabricante e tipo de produto.

Comportamento do consumidor: Um padrão observável do comportamento de um cliente durante o período de suas compras. Também como se comporta em resposta às ofertas e à forma de exposição de um produto.

Espaço de gôndola: A área de exposição em uma gôndola destinada a uma categoria de produtos ou a um produto dentro dessa categoria.

Estoque: Toda a mercadoria é armazenada e exposta em uma loja ou um centro de distribuição.

Itens básicos: Aqueles necessários para o dia a dia dos clientes. São produtos que os clientes esperam sempre encontrar em seu supermercado.

Logística: É a parte da gestão responsável por prover recursos, equipamentos e informações para a execução das atividades de uma empresa. Entre as atividades da logística estão àquelas associadas à aquisição, armazenagem, transporte, movimentação de materiais e

de origem até o ponto de consumo.

Movimento da loja: A contagem de clientes ou tíquetes é registrada por hora, dia, semana, mês ou feriado. Sugere um bom ou mau dia de vendas.

Mudança de preço: A redução ou aumento do preço de venda de um produto.

Nicho de mercado: São mercados menores muito particulares quanto às características e necessidades que, muitas vezes, não podem ser atingidos por redes regionais ou nacionais. Um pequeno varejo dirigido tem melhores possibilidades de atingir esses nichos.

Oferta: Produto vendido com margem muito baixa ou subsidiado pelo fornecedor para atrair clientes. Oferta de produtos de alto valor atraem clientes de mais longe.

Painel de clientes: Uma amostra representativa de clientes que, através de reuniões e debates permite, aos gestores de uma loja, avaliar as necessidades de seus clientes. As discussões muitas vezes envolvem a comodidade e facilidades que a loja oferece, sua limpeza e outros fatores que contribuem para a satisfação dos clientes.

Poder de compra: Uma forma de medir o rendimento disponível para a compra de famílias, indivíduos e grupos.

Política de preços da categoria: A política de preços usada para determinar o preço de varejo e a margem de todos os produtos de uma categoria.

Precificar: Colocar o preço de venda de um produto utilizando etiqueta, carimbo ou outro meio qualquer.

Sangria: A remoção periódica do excedente de dinheiro dos caixas da loja para a tesouraria a fim de evitar perdas financeiras.

Terminal de gôndola: Local nos extremos de uma gôndola, para a exposição maciça e promocional de mercadoria. Local privilegiado para altas vendas com alta margem, produtos em oferta e itens de venda por impulso.

Valor agregado: No varejo, é o valor adicional que adquirem os bens ao serem transformados, processados e acrescidos de serviços. É um atributo de qualidade, inclusive não tangível, agregado a um bem, um diferencial que na percepção do cliente justifica sua escolha.

Varejista: Proprietário ou operador de loja de varejo de qualquer tipo de produto, inclusive produtos alimentícios como o supermercado ou uma loja de conveniência.

22. Dicas de Negócio

Confira algumas dicas importantes para montar uma Mercearia de sucesso:

- Antes de montar o negócio, defina sua estratégia de atuação para impactar o cliente. Nesse caso, elaborar o Plano de Negócios junto com o Sebrae pode ser um diferencial;

- Considere agregar valor nos produtos através da oferta adequada à demanda e valorize o relacionamento com o cliente, o colaborador e o fornecedor;
- Analise os seus concorrentes e o público;
- Estude exaustivamente quais são os melhores fornecedores do setor, pois há muitas formas de economizar tempo e dinheiro;
- Tendo em vista a dificuldade para encontrar mão de obra qualificada, adote uma política de retenção dos talentos através de incentivos e qualificação;
- Invista em campanhas de marketing, inclusive no ambiente digital, que, hoje, é o principal ponto de contato com o consumidor;
- Obedeça às disposições legais, sanitárias e honre os compromissos com os fornecedores, colaboradores e clientes;
- Considere fazer um seguro do estabelecimento para garantir indenizações no caso de acidentes;
- Participe dos eventos do setor, é uma oportunidade para conhecer novos produtos e aumentar a rede de contatos;
- Administre o seu empreendimento com atenção, pois, em períodos de baixa, os gastos desnecessários podem prejudicar a estabilidade do empreendimento;
- Invista em tecnologia e automação, você pode ganhar tempo na gestão e nos processos do seu negócio;
- Escolha um local próximo às grandes concentrações de pessoas ou em bairros mais afastados, que não tenham a concorrência de outros estabelecimentos do mesmo segmento.
- Ao adquirir bebidas, solicitar aos fornecedores freezer em comodato. Isto irá reduzir o custo inicial.
- Diminua a margem de lucros no começo para fidelizar e encantar seus clientes.

23. Características Específicas do Empreendedor

O empreendedor precisa de muitas habilidades para transformar a sua visão numa criação. Uma das mais importantes é a capacidade de aprender e perceber as novidades do mercado. Sendo assim, o futuro empreendedor que deseja investir em uma Merceria precisa:

- Ter paixão pela atividade e conhecer bem o ramo de negócio;
- Pesquisar e observar permanentemente o mercado onde está instalado, promovendo ajustes e adaptações no negócio;
- Ser proativo para promover as mudanças necessárias;

- Acompanhar o desempenho dos concorrentes;
- Saber negociar para manter os clientes satisfeitos;
- Ter uma visão clara de onde quer chegar;
- Planejar e acompanhar o desempenho do empreendimento;
- Ser persistente e não desistir dos seus objetivos;
- Manter o foco definido para a atividade empresarial;
- Ter coragem para assumir os riscos calculados;
- Ter grande capacidade para perceber novas oportunidades e agir rapidamente para aproveitá-las;
- Ouvir os clientes e identificar as oportunidades para criar novos serviços;
- Honrar os compromissos com os fornecedores;
- Agir dentro dos limites legais.

24. Bibliografia Complementar

ABREU ES, TORRES EAFS. Restaurante “por quilo”: vale o quanto pesa? Uma avaliação do padrão alimentar em restaurantes de São Paulo, SP. *Nutrire*. 2003;25:7-22.

AVELAR AE, REZENDE DC. Hábitos alimentares fora do lar: um estudo de caso em Lavras – MG. *Organ Rurais Agroind*. 2013;15(1):137-52.

BEZERRA IN, SOUZA AM, PEREIRA RA, SICHIERI R. Contribution of foods consumed away from home to energy intake in Brazilian urban areas: the 2008-9 Nationwide Dietary Survey. *Br J Nutr*. 2013;109(7):1276-83.

FÉRIA, Larissa. Mercados de bairro conquistam o consumidor e lojas autônomas são tendência. *Mercadoeconsumo*, 2022. Disponível em:

<<https://mercadoeconsumo.com.br/27/04/2022/destaque-do-dia/mercados-de-bairro-conquistam-o-consumidor-e-lojas-autonomas-sao-tendencia/>>. Acesso em: 27 de outubro de 2022.

GONÇALVES, Vinícius. Como abrir uma mercearia - Todas as estampas e dicas. *Novonegocio*, 2016. Disponível em: <<https://novonegocio.com.br/ideias-de-negocios/como-montar-uma-mercearia/>> Acesso em: 27 de outubro de 2022.

QUAIS as tendências de consumo nos supermercados em 2022? *Helioprint*, 2021.

Disponível em: <<https://helioprint.com.br/blog/tendencias-de-consumo-nos-supermercados/>> Acesso em: 27 de outubro de 2022.

49% das pessoas pretendem comprar mais pela internet em 2022. Tiinside, 2021. Disponível em: <<https://tiinside.com.br/29/10/2021/49-das-pessoas-pretendem-comprar-mais-pela-internet-em-2022/>> Acesso em: 27 de outubro de 2022.

KINA, Lucas. Supermercados: quais tendências cercam os varejistas do setor. Ecommercebrasil, 2022. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/supermercados-quais-tendencias-cercam-os-varejistas-do-setor> > Acesso em: 27 de outubro de 2022.

PESQUISA “Tendências do Consumidor em Supermercados 2018/2019. Portalapas, 2019. Disponível em: <<https://portalapas.org.br/consumidor-dos-supermercados-ja-chegou-na-era-omni-channel-revela-pesquisa-da-apas/>> Acesso em: 27 de outubro de 2022.

LX, Listen. Produtos para mercearia: veja quais não podem faltar no seu negócio. Listenx, 2022. Disponível em: <<https://listenx.com.br/blog/produtos-para-mercearia/>> Acesso em: 27 de outubro de 2022.

INDÚSTRIA de alimentos tem expansão de emprego e mantém bom desempenho. Abia, 2022. Disponível em: <<https://www.abia.org.br/releases/industria-de-alimentos-tem-expansao-de-emprego-e-mantem-bom-desempenho>> Acesso em: 27 de outubro de 2022.

HIPERLOCALIDADE Cresce e contribui para ampliar vendas no mercado de vizinhança. Savarejo, 2022. Disponível em: <<https://www.savarejo.com.br/detalhe/reportagens/hiperlocalidade-cresce-e-contribui-para-ampliar-vendas-no-mercado-de-vizinhanca> > Acesso em: 31 de outubro de 2022.

25. Fonte de Recurso

Caso o futuro empreendedor não saiba, existem instituições financeiras, desde bancos a cooperativas, que oferecem planos de crédito especiais para dar início ao novo empreendimento. Alguns planos são lastreados pelo Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe).

Nesse caso, o Sebrae pode ser um avalista complementar de financiamentos para pequenos negócios, desde que atendidos alguns requisitos preliminares. Confira o site do

Sebrae para mais informações, mas não deixe de consultar:

- Proger Urbano Capital de Giro
- Cartão BNDES
- Microcrédito Produtivo Orientado Caixa

26. Planejamento Financeiro

O Planejamento Financeiro é um pilar fundamental para construir uma empresa de sucesso. Afinal, não basta que o futuro empreendedor tenha vocação e força de vontade, pois,

independentemente do tamanho do negócio, o controle financeiro adequado permite a mitigação de riscos de insolvência em razão do descasamento contínuo de entradas e saídas de recursos. A seguir, confira algumas sugestões para auxiliar a gestão financeira do seu negócio:

Fluxo De Caixa: É o controle das despesas e do faturamento da empresa através do acompanhamento contínuo da entrada e da saída de dinheiro. Facilita a contabilização dos ganhos, a gestão da movimentação financeira e permite que o empreendedor tenha uma visão ampla da situação financeira do negócio.

Capital de Giro: É a diferença entre os recursos disponíveis em caixa e a soma das despesas e contas a pagar. Tudo começa com um bom planejamento, detalhando os gastos a curto e a longo prazo e as possíveis entradas de dinheiro. Lembre-se que o período entre a prestação de serviço e o recebimento pode ser longo, a necessidade de recursos será suprida pelo capital de giro.

Princípio da Entidade: É importante salientar que o patrimônio da empresa não se mistura com o de seu proprietário. Portanto, jamais confunda a sua conta pessoal com a empresarial, pois seria uma falha de gestão gravíssima que pode arruinar o negócio. Ao não separar as duas contas, a lucratividade do negócio tende a não ser atingida, sendo ainda mais difícil reinvestir os recursos, gerados pela própria operação. É o caminho certo para o fracasso empresarial.

Despesas: É a soma de todos os valores que devem ser pagos pela empresa. Há as despesas fixas e as variáveis, ambas devem ser honradas para agradar o mercado e evitar problemas. O controle das despesas é fundamental para melhorar a taxa de lucro.

Reservas/Provisões: Reservar uma parte do lucro é fundamental para prover o seu negócio. Afinal, são necessárias as provisões para troca de equipamentos ou aquisição de sistemas modernos. As provisões funcionam como um fundo de reserva.

Empréstimos: É normal que o futuro empreendedor busque por empréstimos para alavancar ou inaugurar o negócio. No entanto, não deverá optar pela primeira proposta, mas estar atento ao que o mercado oferece, pesquisando todas as opções disponíveis. Deve ter muito cuidado com as condições de pagamento, juros e taxas de administração. Negocie para evitar maior incidência de juros.

Objetivos: Com um plano de ação, o futuro empreendedor poderá delimitar os objetivos para amenizar os erros ou definir ajustes que facilitem a conquista da meta.

Utilização de Softwares: Os softwares de gestão financeira são essenciais para qualquer negócio. São eficientes, seguros e economizam muito tempo. O futuro empreendedor poderá consultar no mercado a ferramenta adequada para as suas atividades.

27. Produtos e Serviços - Sebrae

O Sebrae oferece ao empreendedor uma série de produtos e serviços criados para ajudar a impulsionar o negócio. Para consultar a programação disponível em seu Estado, entre em contato pelo telefone 0800 570 0800 ou acesse o site: <https://sebrae.com.br>. Confira as principais opções de orientação empresarial e capacitações oferecidas pelo Sebrae:

Cursos online e gratuitos

1 - Para desenvolver o comportamento empreendedor

Empretec - Metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) que proporciona o amadurecimento de características empreendedoras, aumentando a competitividade e as chances de permanência no mercado.

Será que sou empreendedor?

Identificar as principais características empreendedoras e refletir sobre o estágio de desenvolvimento das atitudes empreendedoras em seu dia a dia.

Sobre o curso: Todo empresário é empreendedor? E todo empreendedor é empresário? Neste curso, você aprenderá a identificar características que são fundamentais para ter muito sucesso no mundo dos negócios.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/sera-que-sou-empreendedor,bccea3a88a926710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Empreendedor de sucesso.

Elaborar metas claras e um plano de ação para refletir sobre autodesenvolvimento e as atividades empreendedoras.

Sobre o curso: Aposto que você já ouviu muitas histórias sobre os empreendedores de sucesso. Contudo, saiba que todos eles adotaram um tipo de planejamento. Neste curso, você compreenderá os detalhes da jornada do empreendedor bem-sucedido.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/empreendedor-de-sucesso,868ed4cc32926710VgnVCM1000004c00210aRCR>

2 - Para quem quer começar o próprio negócio

A seguir, confira alguns itens indispensáveis para começar o seu próprio negócio. Ou, então, para formalizar o seu produto.

Plano de Negócios - Serve para orientar o futuro empreendedor a buscar informações detalhadas sobre o ramo, os produtos e os serviços oferecidos, além de clientes, concorrentes, fornecedores, os pontos fortes e fracos com o fim de visualizar a viabilidade da ideia e gestão da empresa.

A formação de preço para o meu tipo de negócio.

Sobre o curso: Neste curso, você entenderá o que são gastos fixos, variáveis e como diferenciá-los para a adequada formação de preços. Além disso, será capaz de observar o mercado para comparar preços e tomar as melhores decisões sobre o seu negócio. Por fim, aprenderá o que é a margem de contribuição e o ponto de equilíbrio operacional.

<https://api.whatsapp.com/send/?phone=5541999647646&text=Voc%C3%>

AA+quer+fazer+o+curso+%2AA+Forma%C3%A7%C3%A3o+de+pre%C3%A7o+para+o+meu+tipo+de+neg%C3%B3cio%2A%2C+ent%C3%A3o+envie+essa+mensagem+para+come%C3%A7amos+a+conversa.&app_absent=0

Fluxo de caixa como ferramenta de gestão para o seu negócio.

Sobre o curso: Você compreenderá como o controle financeiro é uma ferramenta essencial para a gestão das empresas. Além disso, poderá refletir sobre a possibilidade de usar o fluxo de caixa para auxiliar na tomada de decisão. Como se não bastasse, será elaborado um fluxo de caixa que poderá ser usado de base no controle e gestão da sua empresa.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/fluxo-de-caixa-como-ferramenta-de-gestao-para-o-seu-negocio,e242d4cc32926710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Controle da movimentação financeira.

Sobre o curso: Você compreenderá a forma de utilização do controle de movimentação financeira no dia a dia empresarial. Também reconhecerá a importância de controlar a movimentação financeira da empresa e será capaz de elaborar o controle diário de caixa realizado e futuro do seu negócio.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/controle-da-movimentacao-financeira,2653d4cc32926710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Avaliando as vendas do seu negócio.

Sobre o curso: O sonho de todo microempreendedor é aumentar seu volume de vendas e ver seu negócio crescer. Neste curso, nós oferecemos as ferramentas certas para alcançar esse objetivo. Você aprenderá a avaliar e planejar as vendas para melhorar os resultados. Além disso, descobrirá como mapear a concorrência para avaliar o posicionamento da empresa no seu mercado de atuação e, de bônus, conhecer as etapas do funil de vendas.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/avaliando-as-vendas-do-seu-negocio,324da3a88a926710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

3 - Para quem quer inovar

Ferramenta Canvas online e gratuita - A metodologia Canvas ajuda o empreendedor a identificar como pode se diferenciar e inovar no mercado.

Sebraetec - O Programa Sebraetec oferece serviços especializados e customizados para implantar soluções em sete áreas de inovação.

ALI - O Programa Agentes Locais de Inovação (ALI) é um acordo de cooperação técnica com o CNPq, com o objetivo de promover a prática continuada de ações de inovação nas empresas de pequeno porte.

Inovação e possibilidades de crescimento

Sobre o curso: A inovação se tornou um diferencial competitivo para empresas de todos os

portes. É através da inovação que as empresas conseguem se manter relevantes no mercado. Se o processo for contínuo, à frente da concorrência na maioria das vezes. Mas como a sua empresa pode aplicar o conceito de inovação em seu dia a dia? Neste curso mostramos o que você precisa saber para implantar a cultura de inovação no seu negócio.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/inovacao-e-possibilidades-de-crescimento,cddb644c2fd26710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Como devo agir para liderar e promover a criatividade e a inovação?

Sobre o curso: Criatividade e inovação são dois pilares fundamentais para manter um negócio de sucesso. Neste curso você aprenderá a se tornar um líder que ofereça um ambiente estimulante para a criação de ideias criativas e inovadoras, impulsionando assim seus resultados. O curso está disponível no WhatsApp. Aprenda a ser um líder, aplique os conhecimentos na prática, estude onde e quando quiser, receba conteúdos exclusivos em diferentes formatos.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/como-devo-agir-para-liderar-e-promover-a-criatividade-e-a-inovacao,b60756c2a69a8710VgnVCM100000d701210aRCRD>

4- Para atender bem seu cliente

Conhecendo e valorizando seu cliente

Sobre o curso: Antes de montar um negócio, é fundamental conhecer e valorizar o seu cliente. Sendo assim, no curso você aprenderá a se relacionar com o seu público alvo e a conhecer suas dores e motivações. Afinal, são questões que fazem diferença e melhoram o desempenho nas vendas.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/conhecendo-e-valorizando-seu-cliente,a7e5d4cc32926710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

5- Para planejar suas ações

Planeje suas metas e resultados

Sobre o curso: Você, empreendedor, sabe para onde está indo e aonde quer chegar? Estabelecer metas claras e resultados esperados é fundamental para o sucesso do seu negócio! Neste curso você entenderá quais os benefícios de um planejamento bem elaborado para a saúde da sua empresa.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/planeje-suas-metas-e-resultados,db86d4cc32926710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Crescimento planejado e orientado para resultados

Sobre o curso: Como você quer que a sua empresa esteja daqui a dois anos? Com um planejamento estratégico bem definido e organizado, é possível chegar em qualquer lugar que você imaginar. Sendo assim, neste curso você aprenderá a analisar a situação atual da empresa para projetar o seu futuro. Além disso, utilizará ferramentas de planejamento para

melhorar o desempenho com o aumento da competitividade.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/crescimento-planejado-e-orientado-para-resultados,a342a3a88a926710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Quais os passos para a definição de preço de produtos e serviços?

Sobre o curso: Você sabe qual é a diferença entre preço e valor? Essa é uma resposta que precisa saber na hora de definir quanto cobrar por seus produtos e serviços. Neste curso você aprenderá a analisar os pontos fundamentais para iniciar o processo de formação de preço. Se preferir, faça o curso por WhatsApp, aprenda a calcular os preços dos produtos e serviços, aplique o conhecimento na prática, estude onde e quando quiser e receba conteúdos exclusivos em diferentes formatos de mídia.

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/quais-os-passos-para-a-definicao-de-preco-de-produtos-e-servicos,21644f6e499a8710VgnVCM100000d701210aRCRD>

28. Sites Úteis

- Portal Sebrae: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>
- Simulador de Negócios Sebrae: <http://simulador.ms.sebrae.com.br>
- SA Varejo: <https://www.savarejo.com.br/>
- Além de Alimentos, Expo & Congresso: <https://apasshow.com/>
- Associação Brasileira da Indústria de Alimentos: <https://www.abia.org.br/>
- Associação Brasileira de Supermercados: <https://www.abras.com.br/>

