



 OPORTUNIDADES
DE NEGÓCIOS

COMO
MONTAR UM
MINIMERCADO

FICHA TÉCNICA

Setor da Economia: Terciário

Ramo de Atividade: Comércio

Tipo de Negócio: Minimercado

**Produtos Ofertados/
Produzidos:** Gêneros alimentícios em geral, produtos de higiene e limpeza, produtos de higiene pessoal, produtos pet's, etc.

Investimento inicial: R\$130.000,00
aproximadamente

Área: 80 m²

APRESENTAÇÃO

Gêneros de primeira necessidade, como leite, pão, frios, macarrão, arroz e feijão compõem o carro-chefe dos minimercados. Além de gêneros alimentícios, esses estabelecimentos oferecem também produtos de higiene pessoal e limpeza, como sabão em pó, guardanapos, detergentes, sabonetes e papel higiênico. Enfim, basicamente tudo que um supermercado oferece só que em quantidades e variedades menores.

Este é um tipo de negócio antigo e tradicional no mercado de alimentos e suprimento de pequenas urgências domésticas. Conhecidos até há pouco tempo como mercearias, o minimercado é um tipo de comércio que atende, basicamente, aos moradores das redondezas de determinado bairro. Todos usam esse estabelecimento para repor, em pequenas quantidades, itens em falta na despensa ou para compras de emergência.

- 
- 1** MERCADO
 - 2** TENDÊNCIAS
 - 3** LOCALIZAÇÃO
 - 4** ESTRUTURA
 - 5** EQUIPAMENTOS
 - 6** TECNOLOGIAS APLICADAS AO NEGÓCIO
 - 7** PESSOAL
 - 8** PROCESSOS PRODUTIVOS
 - 9** DIVULGAÇÃO
 - 10** DIVERSIFICAÇÃO
 - 11** INVESTIMENTOS
 - 12** AÇÕES RECOMENDADAS
 - 13** CURSOS E TREINAMENTOS
 - 14** EVENTOS
 - 15** LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA
 - 16** REGISTRO ESPECIAL
 - 17** ENTIDADES
 - 18** FORNECEDORES E FABRICANTES



MERCADO

Com o advento da globalização, grandes supermercadistas internacionais se estabeleceram no Brasil provocando o acirramento da disputa entre as grandes redes nacionais de varejo. Todavia, o acontecimento não afetou os minimercados de bairro, que continuam tendo espaço para sobreviver no mercado. Geograficamente, o país é muito grande e isto contribui para que nenhuma empresa consiga dominar sozinha o mercado, abrindo assim, espaço para todos.

Uma boa sugestão na definição do rumo que seu empreendimento vai tomar é encontrar um nicho de mercado ainda não explorado. É importante capacitar-se e, claro, não descuidar das competências da gestão.

O estudo dos clientes é uma das etapas mais importantes na estruturação do empreendimento. O empreendedor deverá identificar e conhecer melhor seu cliente. Por isso, de uma maneira simples, o empreendedor necessita saber:

- ▼ As características gerais dos clientes: idade, sexo, profissão, salário, escolaridade, endereço;
- ▼ Quais são os interesses e o comportamento da clientela: a quantidade e a frequência que compram os produtos, onde costumam comprar, que preço pagam ou estão dispostos a pagar por um produto de qualidade diferenciada;
- ▼ O que motiva as pessoas a comprar os produtos de um minimercado: o preço, a qualidade do produto, a marca, o prazo de pagamento, o atendimento;
- ▼ Onde estão os clientes: no tamanho do mercado em que irá atuar, os clientes encontrarão a loja com facilidade?





TENDÊNCIAS

Para quem pretende entrar (ou já está) no ramo, deve estar atento às tendências e inovações. As estratégias para o minimercado deverão ter como objetivo a criação inovadora, trazendo como valores a responsabilidade social e ambiental, princípios éticos, inclusão de todas as pessoas, transparência, etc.

Já faz algum tempo que os consumidores estão preocupados com o uso desenfreado de insumos e o impacto que o consumo humano causa ao meio ambiente e a sustentabilidade do planeta, e esse movimento vem se intensificando em todo o mundo.

Confira algumas das tendências que são destaques:

ECONOMIA CIRCULAR

Consumo e descarte entram em um ciclo que envolve a reutilização, recuperação e reciclagem de produtos e energia. Pensar em ações que valorizam essa nova tendência de mercado, fará com que seu negócio tenha um destaque maior. Os minimercados fornecem produtos que geram bastante lixo, porém adotar medidas de reciclagem fará com que seu negócio seja visto com outros olhos. Seja ponto de coleta seletiva, por exemplo.

REDUÇÃO DA EMISSÃO DE GÁS CARBÔNICO

Com o passar dos anos se faz cada vez mais necessário adotar medidas que contribuem para desacelerar o aquecimento global. Portanto, reduzir o consumo de água e energia, são algumas das atitudes que podem fazer a diferença.

SELO VERDE

Invista em ações que incentivem a conscientização ao meio ambiente, como por exemplo parcerias com empresas e pessoas físicas que realizam a coleta seletiva.

Seja uma empresa que incentive a reciclagem e o descarte correto dos resíduos e incentive o uso de sacolas retornáveis.

Pense sempre em adotar políticas em prol do meio ambiente.



LOCALIZAÇÃO



A escolha do local e do espaço físico necessário para instalar seu negócio é uma decisão muito importante para o sucesso do empreendimento. O ambiente deve oferecer infraestrutura adequada e condições que propiciem o seu desenvolvimento. É fundamental avaliar a facilidade do acesso a partir do perfil de sua clientela: não adianta oferecer amplo estacionamento e estar longe de pontos de ônibus se este é o meio de transporte predominantemente utilizado por seus clientes.

Como qualquer estabelecimento comercial, o minimercado deve estar instalado num ponto de grande circulação de pedestres e veículos. Uma dica é procurar bairros estritamente residenciais e com alta densidade demográfica, onde normalmente é proibida a instalação de estabelecimentos comerciais de grande porte. Neste caso, a finalidade do minimercado estaria plenamente justificada, atendendo a um grande contingente populacional carente deste tipo de comércio.

Ao escolher o ponto comercial, é importante verificar se o imóvel é voltado para o sol nascente, evitando, deste modo, o sol forte e o calor da tarde. O ideal é que a fachada esteja no nível da rua e sem recuos que possam esconder o estabelecimento.

As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas em conformidade com um Plano Diretor Urbano (PDU). É essa Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar no imóvel escolhido para instalar o empreendimento. Esse deve ser o primeiro passo para avaliar a implantação da empresa.

FAÇA SUA CONSULTA PRÉVIA PELA INTERNET

É necessário ter em mãos a inscrição imobiliária do imóvel onde será instalada a atividade.



PLANO DIRETOR
URBANO (PDU)

[CLIQUE AQUI E ACESSE](#)



ESTRUTURA

O ponto deve ter aproximadamente 80 m², mais uma área recuada para estoque, com aproximadamente 20 m². As posições e distribuição das gôndolas e prateleiras, balcões de atendimento, depósitos, entre outros é importante para a integração das atividades a serem executadas, permitindo o acesso dos clientes e movimentação durante reposições dos produtos. Uma dica é organizar o espaço com gôndolas para exposição de frutas e legumes, balcão frigorífico com vitrine para laticínios, prateleiras para produtos não perecíveis, balança em local de fácil visualização e balcão para atendimento com caixa registradora. Áreas para estoque e para sanitário deverão estar reservadas.



O espaço precisa ser organizado e setorizado de forma que fique integrado para realização das atividades.

A limpeza do ambiente é fundamental para manter uma boa aparência e credibilidade da loja, já que os produtos ficam expostos (frutas, verduras...). Além do layout interno (ambiente, decoração, facilidade de movimentação, luminosidade, entre outros), é importante considerar o externo (vitrines, fachada, letreiros, entrada e saída, estacionamento, entre outros) da empresa. Afinal, a aparência geral do minimercado contará muito para o cliente. Uma loja limpa, bem organizada, com os produtos agrupados por afinidades (por exemplo: bebidas próximas dos salgadinhos) sempre causará boa impressão. Isso mesmo, os produtos devem estar dispostos de maneira estratégica, para estimular o consumo.



EQUIPAMENTOS

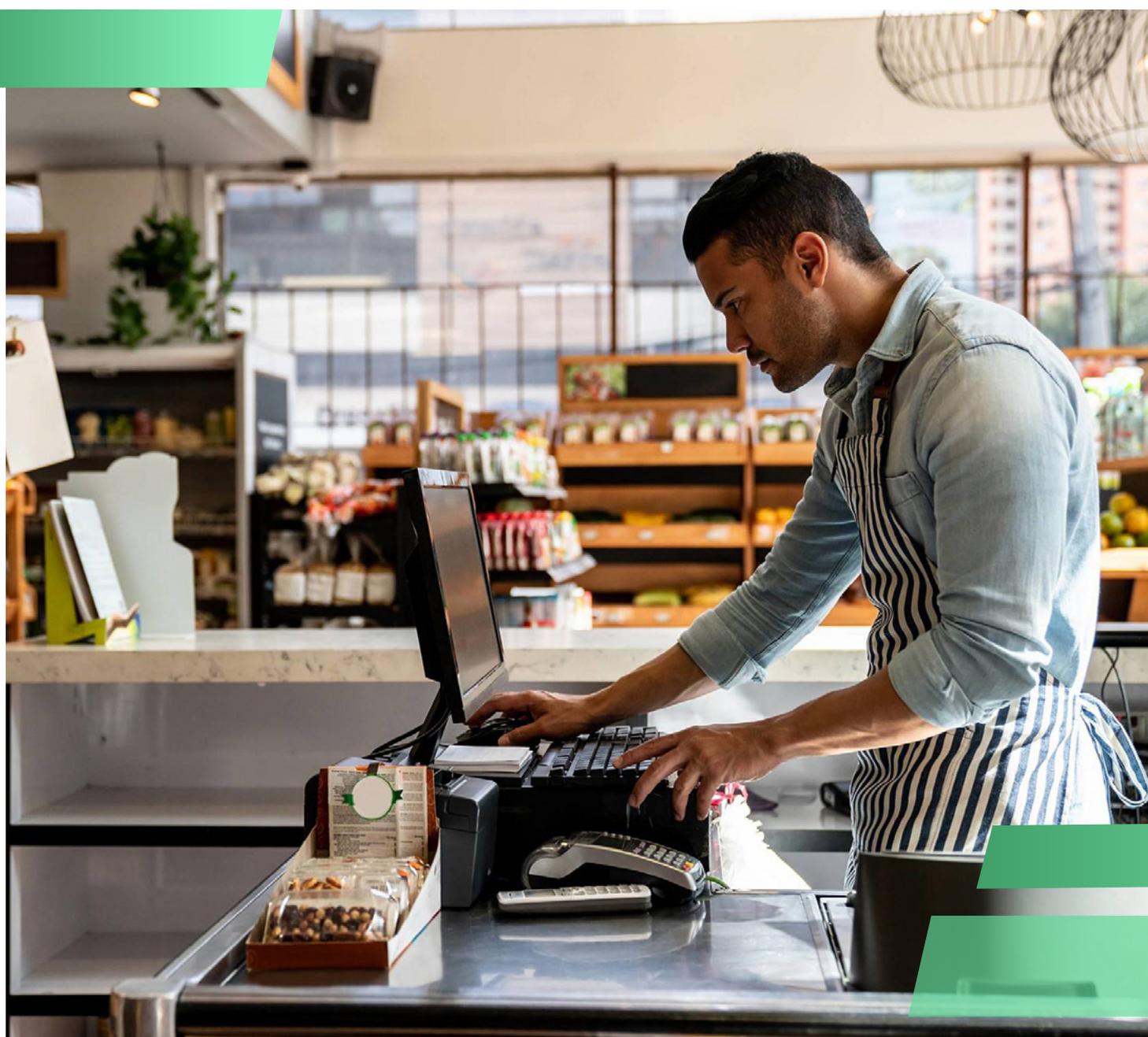


Os equipamentos necessários dependerão substancialmente da estrutura que vai ser montada. Vai variar de acordo com o processo e mecanismo de trabalho adotado.

Um projeto básico certamente contará com:

- ▼ Balcão frigorífico;
- ▼ Cortador de frios elétrico;
- ▼ Balança digital;
- ▼ Gôndolas;
- ▼ Emissor de Cupom Fiscal, calculadora;
- ▼ Balcão de atendimento;
- ▼ Prateleiras;
- ▼ Telefones;

- ▶ Veículo utilitário (para entrega de compras na casa do cliente), que pode ser terceirizado. Quando o investidor não possui inicialmente condições financeiras, contratar o serviço e pagar por comissão, pode ser uma saída interessante;
- ▶ Equipamentos de escritório: mesa, cadeiras, computador, impressora, scanner, etc.



TECNOLOGIAS APLICADAS AO NEGOCIO



A tecnologia é muito importante para todas as empresas. Novas soluções digitais surgem quase que diariamente, influenciando a forma como as pessoas vivem, e isso causa um impacto muito significativo no mundo dos negócios, no comportamento do consumidor e principalmente no comportamento da concorrência.

Cada vez menos os clientes querem perder tempo. É possível deixar seu negócio prático, atrativo e tecnológico, para facilitar processos e com isso atrair o maior número de clientes.

Exemplos:

Atendimento através do whatsapp.

Serviço de auto atendimento. Esse procedimento está sendo cada vez mais adotado nos comércios a fim de otimizar tempo e diminuir filas para pagamento.

Utilize sites de delivery para que seus clientes tenham acesso ao seu produto a qualquer hora e lugar.

Ferramentas de pagamento online, (pix, picpay)

Software que permite um melhor controle de estoque, otimizando assim o tempo de atendimento.

PESSOAL



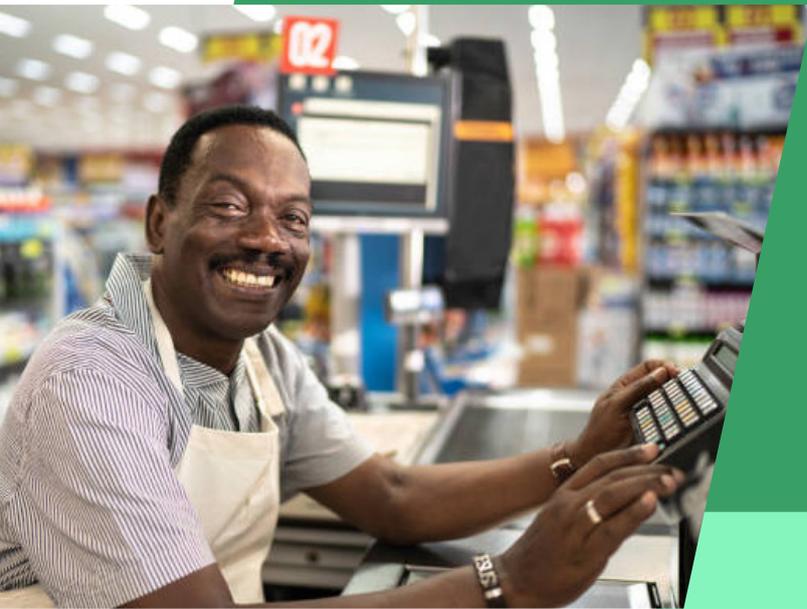
O número de colaboradores varia de acordo com o porte do empreendimento. O proprietário precisará contar com uma equipe mínima, que irá auxiliá-lo executando tarefas específicas nas seguintes funções: caixa, repositor, faxineiro, segurança, gerente, açougueiro/atendente, atendente de guarda-volumes.

Na hora de selecionar as pessoas que irão trabalhar na empresa, você deve levar em consideração as habilidades específicas exigidas para cada tipo de atividade que irão desenvolver. Na área de vendas, por exemplo, saber ouvir, ter boa vontade, ser persistente e flexibilidade, são as mais relevantes. Mas existem características que são comuns a profissionais de todas as áreas: pessoas felizes com a vida, criativas, ágeis, prestativas e que tenham iniciativa.

Essas características podem ser desenvolvidas por meio de treinamentos periódicos, lembrando que não só os funcionários e gerentes devem ser treinados, mas também, o dono do empreendimento deve sempre se atualizar para se manter competitivo no mercado.



Os colaboradores precisam conhecer os produtos, saber sua localização e controlar o estoque.



PROCESSOS PRODUTIVOS

Empresas de vendas a varejo podem ser diferenciadas pelo tamanho da área de vendas, número de caixas, quantidade, natureza e origem dos itens oferecidos. Segundo resultado da pesquisa sobre o setor supermercadista, realizada pela Associação Brasileira de Supermercado, em nível nacional, consideram o minimercado um tipo de comércio que atende basicamente aos moradores da redondeza, para compras de emergência ou para repor itens que faltam na despensa, evitando filas em supermercados.

Características do estabelecimento

- ▼ Número médio de itens oferecidos: 1.159;
- ▼ Número médio de caixas registradoras: 02;
- ▼ Participação de não-alimentos/m²: 0,2%;
- ▼ Área de vendas: 250 m².

A participação de não-alimentos por metro quadrado cresce, conforme aumenta o tamanho da loja.

As seções que subdividem um minimercado, conforme a distribuição dos produtos são:

- ▼ Alimentos;
- ▼ Produtos de limpeza;
- ▼ Produtos de higiene;
- ▼ Bebidas e sucos;
- ▼ Produtos de bazar e papelaria;
- ▼ Utilidades domésticas diversas.

O empreendedor pode, inicialmente, classificar os seis grupos iniciais de produtos e subdividi-los da seguinte forma:

- ▼ Chá mate, maionese, mostarda, catchup, achocolatado;
- ▼ Bolachas, biscoitos, torradas pães e cereais matinais;
- ▼ Derivados do leite, leite em pó, leite longa vida, queijo ralado;
- ▼ Conservas e enlatados, ervilha, milho verde, salsicha em conserva, leite condensado, creme de leite, molho de tomate, molho inglês, molho de pimenta, massa de tomate, palmito, azeitona, legumes em conserva, temperos;
- ▼ Doces enlatados, goiabada, doce de leite, pêssego em calda;
- ▼ Bomboniere, bombom em caixa, chocolates, balas, pirulitos, goma de mascar, confeitos;

- ▼ Frutas/verduras/hortaliças, ovos, batata, cebola, frutas diversas (laranja, banana, maçã, abacaxi, etc.), legumes diversos, verduras diversas;
- ▼ Congelados/frios/laticínios, requeijão, queijos (muçarela, queijo frescal, etc.), linguiça, salsicha, manteiga, margarina;
- ▼ Algodão, esponja para banho, lenço de papel, hidratante para o corpo, curativos.
- ▼ **Grupo dos Cereais/Grãos/farináceos** - Arroz, feijão, massas, farinha de mandioca, farinha de trigo, fubá, amido de milho, milho de pipoca, açúcar, café, fermento gelatina, coco ralado, óleo de soja, azeite, água mineral, caldo em tablete, vinagre, etc.



- ▼ **Grupo dos Produtos de Limpeza** - Ceras e abrasivos, detergentes, sabão em barra, sabão em pó, desinfetantes, amaciantes, inseticidas, bactericidas, lustradores, polidores, álcool, removedores, água sanitária, graxas/derivados, etc.
- ▼ **Grupo dos Produtos de Higiene Pessoal** - Creme dental, sabonete, desodorante, aparelho de barbear, shampoo, absorvente higiênico, papel higiênico, escova de dente, etc.
- ▼ **Grupo das Bebidas e sucos** - Refrigerantes (lata e garrafa), Sidra, vinhos (branco e tintos), vodka, whisky, suco de frutas, cerveja (lata e garrafa), refresco em pó, energéticos, etc.
- ▼ **Grupo dos Produtos de bazar e papelaria** - Vela branca, fósforo, pilha/bateria, lâmpada, artigos descartáveis para festa (copo, prato, talher, guardanapo), material escolar (lápis, caneta, borracha, caderno, cola, régua), etc.
- ▼ **Grupo das Utilidades domésticas diversas** - Escova de roupas, saco de lixo, vassoura/rodo, esponja de aço, esponja sintética, pano de limpeza, baldes (plástico e/ou alumínio), copo de vidro, pratos, panelas, vasilhas (plástico e/ou vidro), conjunto de talheres, etc.
- ▼ **Grupo dos Frios e laticínios** - Iogurte, hambúrguer, presunto, mortadela, carnes processadas em geral, derivados do leite, etc.

A exposição dos produtos nas gôndolas é estratégica, para conquistar o cliente e, conseqüentemente, influenciar no aumento das vendas. É preciso pensar na necessidade que levou o consumidor até à loja e oferecer-lhe, ao lado dos produtos desejados, produtos correlatos, que poderão complementar sua demanda.

A utilização do espaço de forma mais eficiente contribui para aumentar as vendas e gerar lucro. Assim sendo, torna-se necessário: identificar o fluxo de consumidores em cada um dos corredores da loja e áreas independentes; expor as mercadorias de forma que o consumidor tenha interesse em percorrer todo o corredor, aproveitando para destacar itens que estimulem a venda por impulso; colocar no início da gôndola produtos de alto valor agregado, mas que não tenham penetração domiciliar, organizar a gôndola de modo que atraia a atenção do consumidor para os produtos que ofereçam maiores margens de lucro, procurando posicioná-los na altura dos olhos; colocar os produtos de altas margens de lucro em corredores de alto fluxo.



Um dos grandes desafios é conciliar a redução de custos com a fidelização de clientes. Para isso, é preciso ter uma maior percepção quanto a estrutura, produtos, preços, serviços e, principalmente, pessoas que contribuirão para a qualidade no ponto de venda.

Mesmo sendo fatores importantíssimos para o empreendimento, o ponto comercial próximo de residências, em rua movimentada, de fácil acesso tanto a pé como de carro, com boa área de estacionamento, visando garantir comodidade e conforto para o cliente, e preço competitivo não bastam para garantir seu sucesso.

O cliente pode perder o interesse pela loja e até mesmo fazer propaganda negativa, se o serviço oferecido for de má qualidade ou não atender suas expectativas. Por isso, devem ser tomados alguns cuidados: evitar filas longas nas áreas de perecíveis e caixas; preço do produto indicado na gôndola diferente do registrado no caixa; vendedores indelicados e/ou insistentes; loja escura; ausência de preços nos produtos; falta de organização e de sinalização dos produtos; ausência de ajudantes nas lojas e para empacotar nos caixas; pisos e banheiros sujos; falta de troco ou complementação dos centavos em balas; produto anunciado esgotado.



Manutenção - A manutenção da higiene, da limpeza e do visual organizado qualifica melhor o ambiente, tornando o clima mais agradável e confortável. O sistema de som ambiente pode contribuir para o relaxamento dos clientes, proporcionando-lhes tranquilidade na locomoção pela loja. Mas, é preciso cautela na escolha da música, para não incomodar o público.

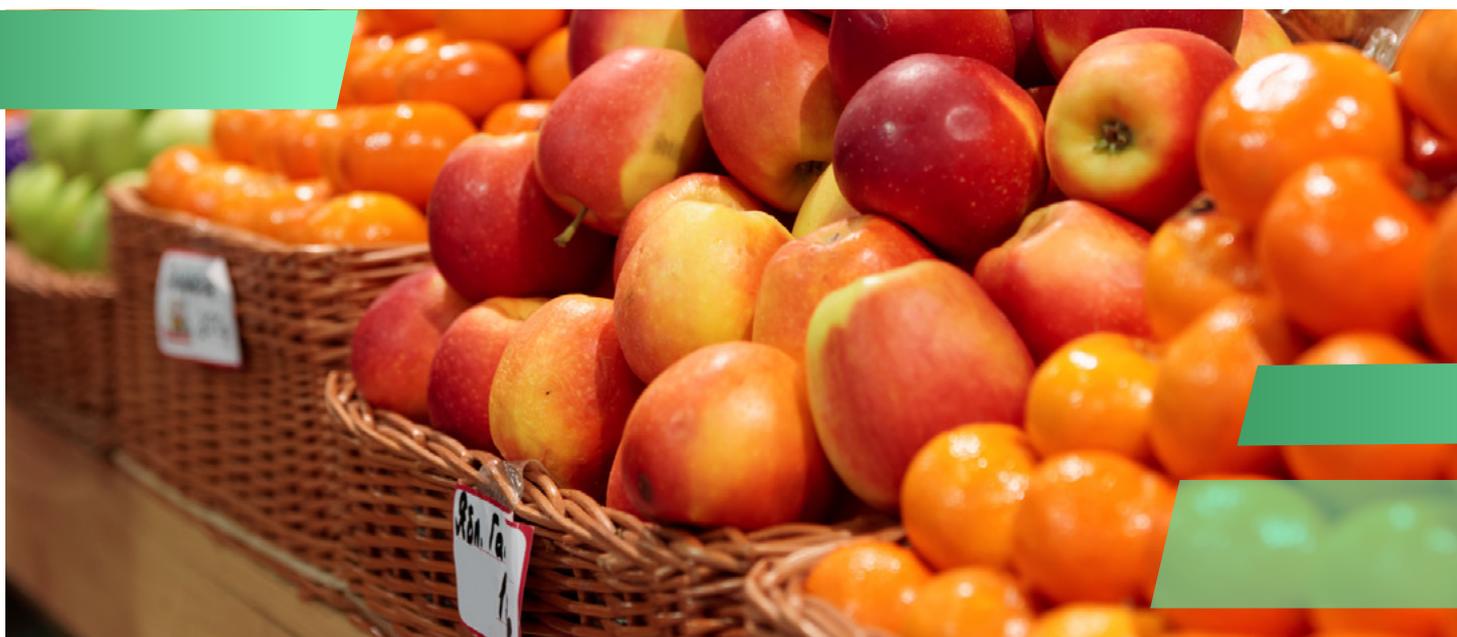
Acessibilidade - Para atender a conveniência dos clientes, o minimercado deverá oferecer as seguintes facilidades:

Acesso - Rapidez que o cliente terá para contatar a loja (pessoalmente, por telefone, Internet, horário de atendimento e entrega em domicílio);

- ▼ Localização do produto desejado - Permitir ao consumidor encontrar e selecionar com agilidade o produto (envolve layout e sinalização correta, pessoal bem treinado);
- ▼ Aquisição do produto - Disponibilidade do produto (envolve controle do estoque para entrega imediata da mercadoria);
- ▼ Deve ser considerado o serviço de entrega em domicílio, chamado de delivery, uma tendência atual e importante vantagem competitiva;
- ▼ Complementação da compra - Permitir ao consumidor que a saída do ponto de venda seja tão prazerosa quanto o ato de comprar (implicará layout prático na frente da loja, caixas com leitores óticos, funcionários bem treinados, etc.).

O consumidor do minimercado é em sua maioria cativo, fiel ao estabelecimento, mas também dá muita importância à qualidade, variedade e preço. Este tipo de comércio de alimentos e congêneres é muito direcionado ao atendimento, de modo geral, a pequenos volumes de compras para reposição ou de emergência, uma vez que as compras em grandes volumes são destinadas, geralmente, a outro tipo de estabelecimento.

Na medida do desenvolvimento do empreendimento, é interessante agregar ao máximo possível, produtos encontrados nas redes maiores, tais como: verduras e legumes limpos e cortados; pescados, frutos do mar e crustáceos congelados; produtos semiprontos; bebidas, frios cortados e embutidos, enfim, todo e qualquer produto que possa ampliar as facilidades para o consumidor, partindo até mesmo para oferta de produtos característicos de outros tipos de estabelecimentos comerciais (como por exemplo, medicamentos que não exijam controle médico, vasilhames, etc.).



Enfim, variedade e qualidade de produtos ofertados, junto ao atendimento diferenciado, são a chave para o sucesso. É fundamental evitar que um item, ainda que de demanda média, possa “ausentar-se” das prateleiras do minimercado; frustrar o consumidor em sua procura pelo produto esperado e normalmente urgente para aquele momento é entregá-lo ao concorrente.

A possibilidade de ampliação da oferta de produtos é muito importante e caberá ao empreendedor, na medida em que o estabelecimento vai se desenvolvendo, ter sempre em mente que o aproveitamento máximo da estrutura já existente é um fator que gera melhores resultados. A compra tem que ser cuidadosamente planejada, tanto na quantidade quanto na qualidade dos produtos a serem adquiridos.

No controle dos estoques deverá ser dada especial atenção, tanto para garantir a oferta permanente de todos os itens previstos, quanto para evitar perdas. É importante lembrar que se deve possibilitar ao cliente a segurança de sair de casa e realmente encontrar o produto desejado no seu minimercado.

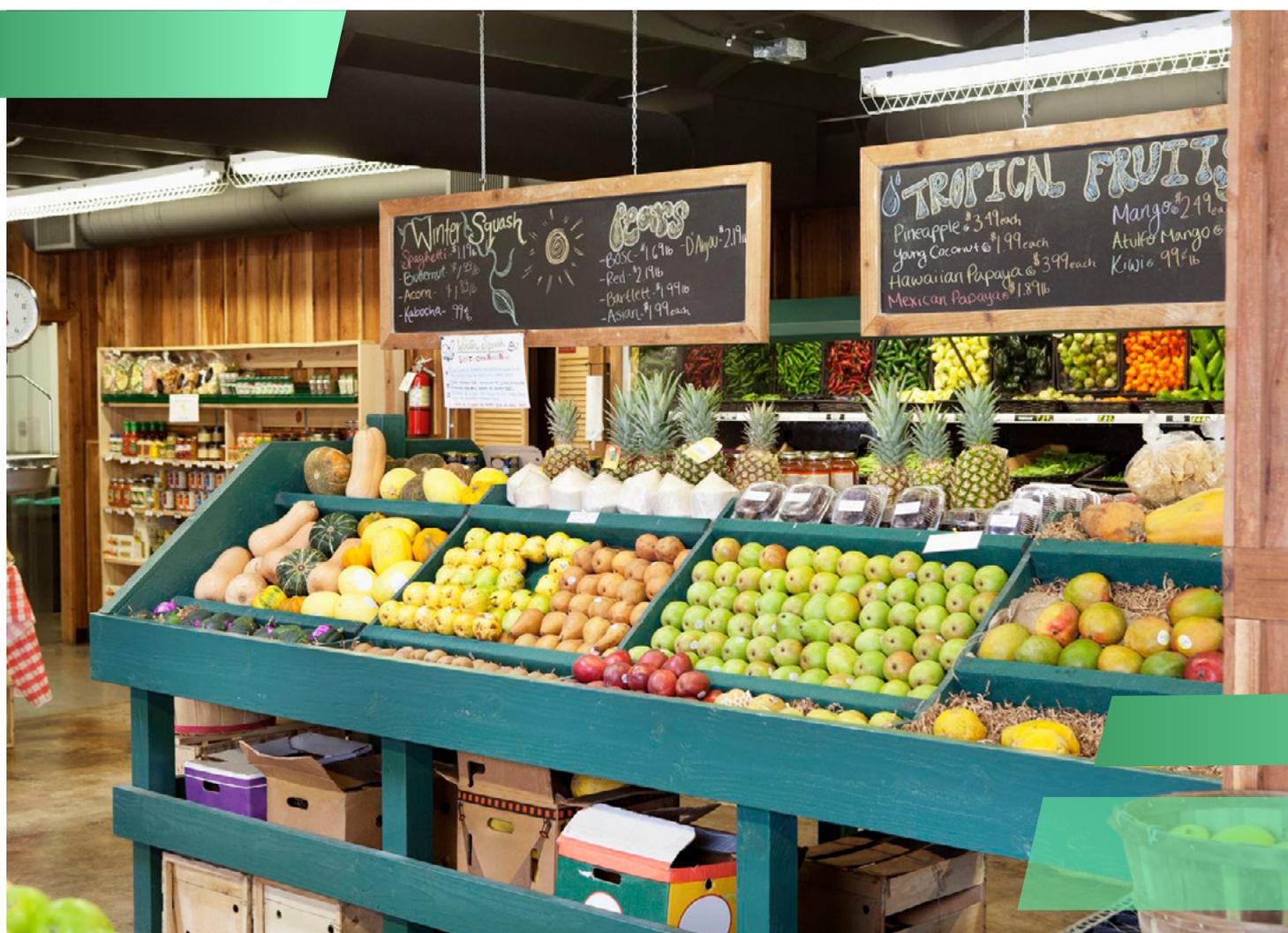
Para auxiliar nesta empreitada, existe hoje no mercado softwares (programas de computador elaborados para fins específicos) muito eficientes, que representam ferramentas na informatização da loja funcionando como um facilitador do gerenciamento. A aquisição das mercadorias deve ser bem planejada e irá variar de acordo com as características do estabelecimento e especialmente com os hábitos de consumo da clientela.

A formação do estoque inicial dependerá do que foi projetado nos estudos preliminares, os quais identificaram as preferências da clientela e o provável volume de vendas. Entender as necessidades do consumidor, saber o que ele pensa, espera, deseja e considera importante na compra é fundamental. Com essas informações se consegue definir, de forma mais eficiente, o mix de produtos, a exposição, as melhores promoções e o preço ideal. O maior investimento para a montagem do minimercado é a aquisição do estoque inicial de produtos.

Algumas dicas sobre o controle de estoque: O estoque de uma empresa deve ser controlado a partir do momento em que são recebidas as mercadorias encomendadas ao fornecedor. Para isso, existem algumas regras, muito simples de serem seguidas:

- 1** - Ao receber os materiais, faça a conferência com a relação existente na nota fiscal do fornecedor e também com o pedido solicitado pela empresa, para verificar a quantidade, qualidade e condições de entrega;
- 2** - Conferir se os preços apresentados na nota fiscal estão de acordo com o pedido ou com os valores negociados com o fornecedor;
- 3** - Verificar se os produtos perecíveis ou quebráveis estão em condições de armazenamento;
- 4** - Assinar o canhoto da nota fiscal, se tudo estiver em ordem;
- 5** - Começar com itens básicos e ir ampliando a variedade com base nas consultas realizadas com o próprio cliente. As famílias de produtos devem ser distribuídas de forma que o cliente seja convidado a entrar no estabelecimento e tenha facilidade para circular entre as gôndolas. É costume nesse tipo de estabelecimento os itens de primeira necessidade, como verduras, frutas, legumes, arroz e feijão, ficarem nos fundos da loja e os supérfluos, como iogurtes, chocolates e bebidas, logo na entrada. Não se pode descuidar da arrumação das mercadorias nas prateleiras nem da limpeza do local.

Para competir com os preços dos grandes supermercados, o segredo é comprar no atacado ou de fabricantes e aproveitar as ofertas dos supermercados. O atendimento personalizado também é essencial.



DIVULGAÇÃO



Montar uma boa estrutura não adianta, se os produtos e serviços prestados não ficarem conhecidos. A propaganda boca a boca é a melhor forma de publicidade, embora os anúncios em jornais locais, guia de serviços e na Internet também apresentem bons resultados.

Mas sem dúvida, a propaganda feita por clientes satisfeitos é imbatível e é reflexo da atenção dada pelo empreendedor ao bom atendimento no minimercado. Mais um motivo para que o empreendedor se mantenha à frente do negócio, cuidando da administração geral, finanças, parte comercial, compras e além de tudo, do contato com o cliente.

Atualmente, o uso das mídias sociais (Facebook, WhatsApp, Instagram), estão em alta, são ótimas ferramentas de comunicação com o cliente e têm, de modo geral, custo zero. Promova seus produtos e / ou serviços em sites especializados.

PRESENÇA DIGITAL



A presença digital é o espaço ocupado por uma marca no ambiente online. Para ficar bem claro, é a forma como uma empresa se apresenta e se comunica nos diversos meios digitais, como redes sociais, site e blogs. Cadastrar sua empresa no Google Meu Negócio por exemplo, fará com que as pessoas encontrem seu minimercado e cheguem até ele. dessa forma, ajuda a melhorar o posicionamento do seu site, atraindo mais tráfego e aumentando a autoridade da marca.

6 PASSOS PARA SUA EMPRESA CRIAR UMA PRESENÇA DIGITAL:

- 1º Identifique seu público online. Qualquer comunicação deve ser direcionada para o público certo.
- 2º Crie um site para o seu negócio.
- 3º Crie perfis atrativos nas redes sociais mais relevantes.
- 4º Utilize estratégias para criação de conteúdo.
- 5º Acompanhe as métricas.
- 6º Invista em anúncios.

CANAIS DIGITAIS



Canais digitais são os meios de comunicação utilizados na internet. Eles servem para aproximação dos usuários com a finalidade de atrair o público e transformá-los em potenciais clientes.

EXEMPLOS: Instagram, Facebook, YouTube, Whatsapp e outros

O canal digital mais relevante para seu empreendimento é o Instagram. Afinal, essa plataforma é essencialmente ligada e voltada para o visual. Fique atento à qualidade das fotos e ao conteúdo que você entrega. Conteúdos como antes e depois, por exemplo, são muito válidos para este canal digital.

DICAS: deixe o perfil do seu negócio sempre atualizado com horário de funcionamento e endereço.

Utilize os status para divulgação de dicas e promoções.

Atualize catálogo de produtos oferecidos.

Utilize as ferramentas existentes para otimizar o atendimento. O sebrae pode ajudar com isso.

DIVERSIFICAÇÃO

Para alcançar o sucesso neste mercado, é importante oferecer diferenciais. Procurar novas formas de apresentar os produtos tornando-os mais atrativos que os do concorrente. Incrementar as vendas, usando os meios de comunicação disponíveis no mercado, optando pelo atendimento a estabelecimentos comerciais e implementar sistemas de vendas diversificados. Uma boa forma de diversificar o leque de atuação é agregando valor ao produto principal.



Alguns exemplos:

- ▼ Realizar entregas. Porém terá que ter atendentes, entregadores e investir em bolsas de transporte que conservem a temperatura, por isso, os custos aumentam.;
- ▼ Monte cestas ou Kits de alimentos e bebidas acompanhadas de iguarias. É uma ótima opção para incrementar as vendas;
- ▼ Realizar vendas via telefone ou WhatsApp.



INVESTIMENTOS

O investimento irá variar muito de acordo com o porte do empreendimento, se os equipamentos serão comprados novos ou usados, da região e do quantitativo de que dispõe o investidor. Considerando um minimercado de pequeno porte, montado numa área de 80 m², será necessário um investimento de R\$130.000,00 aproximadamente, considerando todos os equipamentos, sistema operacional/gerencial para controle de estoque e financeiro, prateleiras adequadas e móveis de escritório.

INVESTIMENTO EM INFORMATIZAÇÃO

Uma empresa informatizada tem grandes chances de sair na frente do concorrente. Além de facilitar os processos, garante a segurança na tomada de decisões, melhora a produtividade e diminui os gastos. Escolha um projeto de informatização abrangente que atenda toda a empresa, desde o gerenciamento de conteúdo para websites, até os controles administrativos (financeiro, estoque, caixa, cadastro passando pela automação inclusive de caixas eletrônicas, impressoras para preenchimento automático de cheques, etc.

Os softwares podem ser encontrados nas empresas especializadas ou na Internet.

PARA SE COLOCAR UM SITE NA INTERNET, BASICAMENTE TRÊS COISAS SÃO NECESSÁRIAS:

1.

Domínio - É o nome do site .com ou .com.br ou .net. Isso depende da preferência do empreendedor. Existe também a possibilidade de domínios do tipo .imb.br. Mas geralmente se usa .com.br por ser o mais “famoso” no mercado.

2.

Hospedagem do Site - É onde o site ficará hospedado e assim poderá ser visualizado. O valor dependerá do tamanho e dos recursos do site, a quantidade de acessos que receberá, etc.

3.

O preço para **desenvolvimento** de um site varia muito. Se for feito por agências de design ou publicidade, o valor pode ser bem elevado. Isso também dependerá do tipo de site a ser desenvolvido.



AÇÕES RECOMENDADAS

>> CONTE COM O SEBRAE<<

CONSULTORIA PLANO DE NEGÓCIOS

Já imaginou sua empresa ou mesmo sua ideia inicial com o acompanhamento de um plano que identifique e restrinja erros ainda no papel, em vez de cometê-los no mercado? Uma empresa, nova ou já atuante, é um verdadeiro “mundo”, peculiar e único – e que precisa ser compreendido em todos os aspectos. Para que sua empresa amplie as garantias de sucesso e você consiga amenizar preocupações sobre organização dos passos internos e externos de seu estabelecimento, o Plano de Negócios oferecido pelo SEBRAE é a escolha certa.

CANVAS DE MODELO DE NEGÓCIO

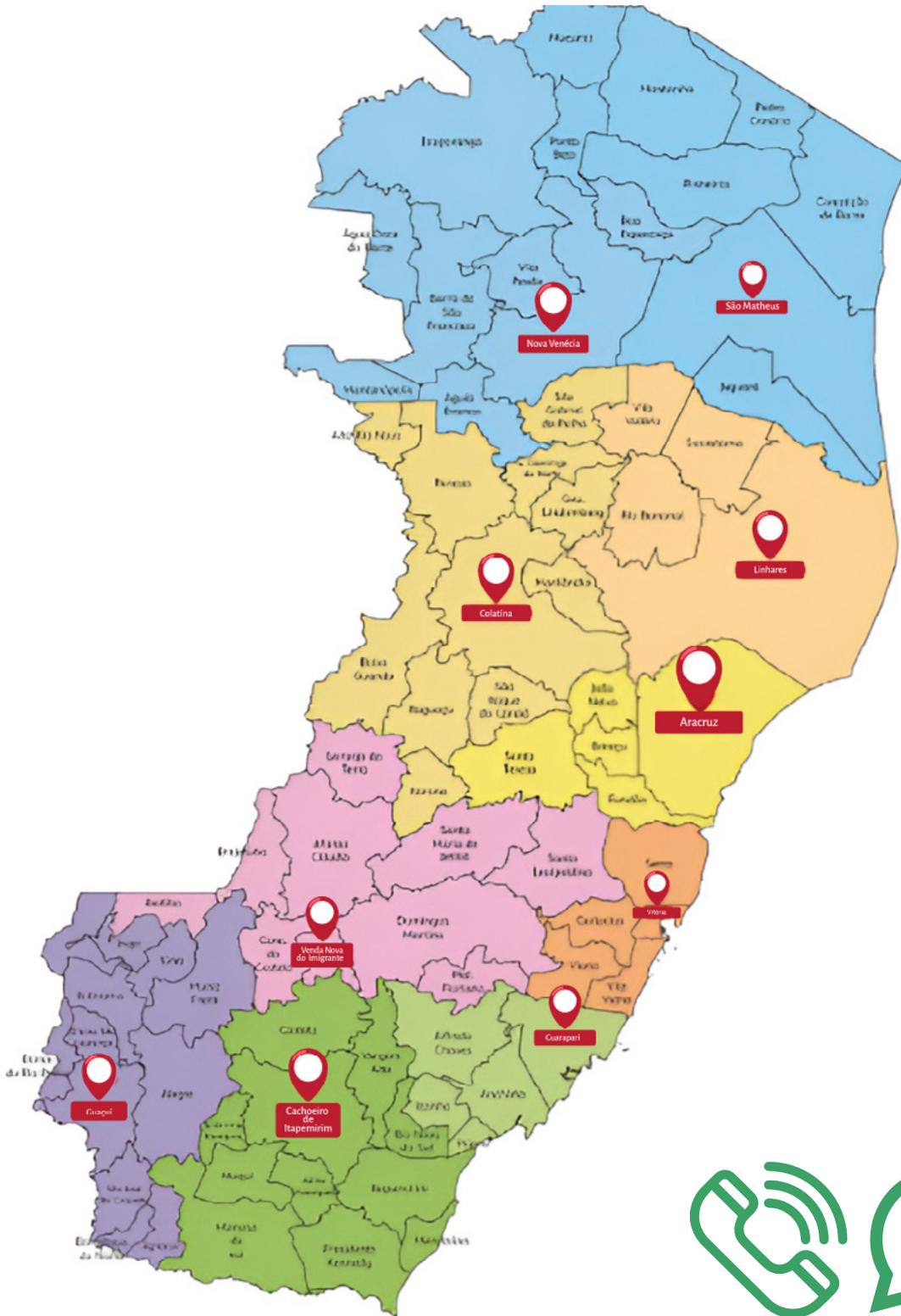
Para inovar nesse segmento, coloque suas ideias em prática utilizando o Sebrae Canvas. Trata-se de uma ferramenta de planejamento estratégico que permite desenvolver e esboçar modelos de negócios. Com ele será possível entender como vai funcionar a sua empresa, analisar os concorrentes, entender como diferenciar seu negócio, inovar, etc.



CLIQUE AQUI E MONTE SEU CANVA DE NEGÓCIOS



CLIQUE NO MAPA E DESCUBRA O SEBRAE MAIS PERTO DE VOCÊ;



08005700800
ATENDIMENTO
24 HORAS



CURSOS E TREINAMENTOS

A busca constante do conhecimento permite ao empreendedor ampliar a visão de negócio e estabelecer com maior clareza seus objetivos e o caminho que vai seguir. A capacitação profissional deve alcançar todos os envolvidos na empresa: o empreendedor, seus assistentes, pessoal de produção, comercial e operacional. É por meio de ações de capacitação que os profissionais aperfeiçoam suas habilidades, adquirem novas técnicas, e conhecimentos específicos para melhor atender às necessidades da organização. Os benefícios são muitos: reduz custos operacionais, proporciona melhor ambiente de trabalho, maior integração da equipe, reduz a rotatividade de pessoal, aumenta a produtividade e torna a empresa mais competitiva. Onde encontrar:

O Sebrae/ES disponibiliza para o empresário uma carteira com mais de 30 títulos de cursos, palestras e oficinas abordando os mais variados temas e objetivos. São empregadas metodologias interativas, são presenciais e a participação em alguns deles requer investimento considerado baixo uma vez que são subsidiados.

Cursos Online Sebrae - Você encontra mais de 30 cursos online gratuitos, com acompanhamento e orientação de tutores qualificados e aptos para esclarecer suas dúvidas. Os temas abordados são: Empreendedorismo; Planejamento; Finanças, Mercado e Vendas; Inovação; Cooperação; Pessoas; Organização; Leis e Normas. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>

A programação dos eventos de capacitação do SEBRAE está disponível no Portal Sebrae/ES.



<https://es.lojavirtualsebrae.com.br/loja/>

SENAC

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

Cursos na área de informática, comunicação, etc.

<http://www.es.senac.br>

Escola Nacional de Supermer- cados

Oferece vários cursos presenciais e online

<http://www.escolaabras.com.br/portal/home.asp>



EVENTOS



O empreendedor deve estar sempre em contato com as entidades e associações para obter informações sobre os eventos que ocorrerão dentro da sua área (tipo, data, local de realização). Os eventos como feiras, rodadas de negócios, congressos, etc., são muito importantes para o empresário ficar por dentro das tendências de mercado, conhecer novos produtos e tecnologias, realizar parcerias e fazer bons negócios.



FIQUE LIGADO ONDE PESQUISAR:

O ESX e a Feira do Empreendedor são os principais eventos do Sebrae no Espírito Santo.



<https://es.lojavirtualsebrae.com.br/loja/>

ONDE PESQUISAR:

▼ UBRAFE

União Brasileira de Feiras e Eventos

www.ubrafe.org.br

▼ Associação Brasileira de supermercados – ABRAS

www.abrasnet.com.br

O Sebrae realiza outras ações que impulsionam o seu negócio. Confira como participar de feiras, missões e Rodadas de Negócios do seu segmento.

 <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/es/acoesdenegocios>

ALGUNS EVENTOS IMPORTANTES

ACAPS PAN SHOW **Convenção e Feira de Negócios de Supermercados e Padarias do ES**
<http://www.superfeiraacaps.com.br/>

FIPAN <http://www.fipan.com.br>

CONGRESSO NACIONAL ABRASEL O evento é o maior encontro de conhecimento e inteligência do setor da alimentação fora do lar, contando com a participação das principais lideranças empresariais e da gastronomia do país.
<http://www.abrasel.com.br>

PNBOX

Conheça a ferramenta do Sebrae que te ajuda a montar seu Plano de Negócio de forma dinâmica e prática.



PORTAL SEBRAE/ES

CLIQUE AQUI E CONFIRA





LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

- ▼ Verifique com seu contador se sua empresa está de acordo com a definição de microempresa ou de empresa de pequeno porte, bem como se não está incluída em qualquer das vedações prevista na Lei Complementar nº 123/2006 (Lei do Simples Nacional).
- ▼ O funcionamento do minimercado deve obedecer, além da legislação geral para o comércio, ao código sanitário (Decreto 8.386/85) e à liberação do ECAD – Escritório Central de Arrecadação e Distribuição. Estabelecimentos que mantêm ambiente de acesso ao público (de uso ou acesso de clientes) sonorizado, com música ao vivo ou mecânica, ainda que proveniente do uso do rádio, é obrigado a recolher junto ao ECAD, valores relativos a direito autorais. O ECAD é uma entidade personalizada, sem fins lucrativos, organizada, mantida, dirigida e administrada por associações civis de autores e titulares de direitos conexos. Goza de prerrogativas para cobrar e executar valores decorrentes dos direitos autorais. O valor devido ao ECAD deve ser apurado diretamente junto à Entidade, conforme critérios específicos definidos para o estabelecimento.

- ▼ Código de Defesa do Consumidor - Lei Federal nº 8.078/1990 e suas alterações. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm.
- ▼ Lei Municipal nº. 6.080/2003 e suas alterações – Código de Posturas e Atividades Urbanas do município de Vitória/ES. Regulamentada pelo Decreto nº 11.975/04 (e alterações). Disponível em: <http://sistemas.vitoria.es.gov.br/webleis/>.
- ▼ Lei Federal 12.291, de 20 de julho de 2010 – Determina obrigatoriedade aos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços em manter uma cópia do Código de Defesa do Consumidor (CDC) à disposição no local. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12291.htm.
- ▼ LEI Nº 5.172/66. Dispõe sobre o Sistema Tributário Nacional e institui normas gerais de direito tributário aplicáveis à União, Estados e Municípios – Alterado pelo Ato Complementar nº 27/1966, Ato Complementar nº 31/1966, Ato Complementar nº 34/1967, Ato Complementar nº 35/1967, Decreto nº 86.309/1981, Decreto-lei nº 406/1968, Decreto-lei nº 1.881/1981, Lei Complementar nº 59/1988, Lei Complementar nº 91/1997, Lei Complementar nº 104/2001, Lei Complementar nº 118/2005 e Decreto nº 7.212/2010.
- ▼ Um Minimercado é estabelecimento sujeito à legislação sanitária, haja vista que sua definição foi incluída na Lei nº 5.991/73. Diante disso, está sujeito à obtenção de alvará sanitário, a cargo da Prefeitura Municipal da localidade onde é instalado e funciona.

Não depende, contudo, de acordo com o artigo 19 da Lei nº 5.991/73, de assistência técnica e responsabilidade profissional. Vale dizer que o Minimercado não é obrigado a manter em seus quadros profissional habilitado tecnicamente junto a qualquer conselho de classe fiscalizador de profissão regulamentada.

Obs: Utilização da máquina registradora (ECF - Emissora de Cupom Fiscal) exigirá uma “autorização de uso” pela Secretaria da Receita Federal, que poderá ser solicitada por meio do formulário “Pedido para Uso ou Cessação de Uso” e que, concedida (denominada “Comprovante de Autorização da Máquina Registradora”), deverá estar afixada em local visível. Para mais informações, consultar a SEFA – <http://www.sefa.es.gov.br>.





LEI DA ACESSIBILIDADE

Você sabia?

Em 12/06/2018 foi publicada e assinada a emenda 9.405/2018 que prevê o cumprimento de adoção de acessibilidade, incluindo adaptações e tecnologia assistiva para várias modalidades de pequenas e micro empresas. **As empresas de todos os portes deverão se adequar a LBI 13.146.**

A fiscalização será feita em duas etapas:

- ▼ 1º Orientação a respeito das irregularidades;
- ▼ 2º Verificação. Caso as irregularidades persistam, será lavrado um auto de infração, podendo gerar multa ou até mesmo suspensão das atividades, até que a empresa se adeque.

Pense no coletivo. Algumas alterações, por menores que pareçam, farão uma diferença enorme na vida de quem precisa. Pessoas com deficiência física também querem uma vida prática e independente e algumas pequenas mudanças tornarão o seu negócio confortável e acessível a todos!



Quer saber como deixar sua empresa em conformidade com a lei? O Sebrae pode te ajudar com isso!

REGISTRO ESPECIAL



Para registrar a empresa, será necessário contratar um contador. Profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, poderá auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas. Além disso, ele é conhecedor da legislação tributária à qual está subordinada a nossa produção e comercialização. Na hora de escolher tal prestador de serviço, deve-se dar preferência a profissionais qualificados, que tenham boa reputação no mercado e registro no CRC – Conselho Regional de Contabilidade.

O processo de registro de empresas passa por diversos órgãos, cada um com sua competência específica:

- ▼ Prefeitura da cidade onde pretende montar a empresa para fazer a consulta prévia de localização;
- ▼ Registro na Junta Comercial;
- ▼ Registro na Secretaria da Receita Federal e INSS;
- ▼ Registro na Secretaria de Estado da Fazenda;

- ▼ Registro no Corpo de Bombeiros Militar
- ▼ Registro na Prefeitura do Município;
- ▼ Registro no Sindicato Patronal - Opcional - A Lei 13.467, de 13 de julho de 2017, denominada Reforma Trabalhista, altera o art. 579 da CLT – Consolidação das Leis do Trabalho – e a contribuição sindical passa a ser facultativa. Isso vale tanto para sindicatos patronais quanto para os trabalhadores (funcionários);
- ▼ Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social”;
- ▼ Registro na Divisão da Vigilância Sanitária Estadual – Para obter o alvará de licença sanitária que deve ser renovado anualmente. Em âmbito federal a fiscalização cabe à Agência Nacional de Vigilância Sanitária. No âmbito estadual e municipal fica a cargo das Secretarias Estadual e Municipal de Saúde.

Hoje o processo ocorre por meio do Simplifica ES, que é uma ferramenta que faz a integração entre os dados cadastrais da Receita Federal do Brasil e os diversos órgãos Estaduais e Municipais que participam do processo de abertura, alteração e baixa de empresas e as disponibiliza na rede mundial de computadores – Internet em um ambiente integrado, interativo e de fácil acesso. Para mais informações acesse: <http://www.simplifica.es.gov.br/>



ENTIDADES

SEBRAE/ES

www.sebrae.com.br/espirtosanto

CIC

CENTRO INTEGRADO DE CIDADANIA
PROCON (Casa do Cidadão)

<https://www.vitoria.es.gov.br/prefeitura/procon>

JUCEES

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

www.jucees.es.gov.br

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA

<http://www.vitoria.es.gov.br>

SECTIDES

SECRETARIA DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÃO,
EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO

<http://www.sedes.es.gov.br>

SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL

<https://www.gov.br/receitafederal/pt-br>

SEFAZ-ES

SECRETARIA DE ESTADO DA FAZENDA DO ESPÍRITO
SANTO

<http://internet.sefaz.es.gov.br>

CORPO DE BOMBEIROS DE VITÓRIA

www.cb.es.gov.br

IPEM/ES

Instituto de Pesos e Medidas do Espírito Santo
(antigo INMETRO)

www.ipem.es.gov.br

ANVISA

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA

<http://www.anvisa.gov.br>

ABIA

Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação

<http://www.abia.org.br>

SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE

<http://www.vitoria.es.gov.br/semus>

SESA

Secretaria Estadual de Saúde

www.saude.es.gov.br

ABRAS

Associação Brasileira de Supermercados

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

FORNECEDORES E FABRICANTES



O SEBRAE/ES se isenta de responsabilidades quanto à forma da atuação das empresas no mercado.

FG FG EQUIPAMENTOS PARA SUPERMERCADOS LTDA.
www.fgequipamentos.com.br

ACIMAQ Máquinas e Equipamentos
www.acimaq.com.br

Produtos Alimentícios

FG Centrais de Abastecimento do Espírito Santo S/A
www.ceasa.es.gov.br

MAKRO www.makro.com.br

SAMS CLUB <http://www.samsclub.com.br>

Kifrango Proteinorte Alimentos S/A
www.kifrango.com.br

Uniaves www.uniaves.com.br

Brasfrut
Frutos do
Brasil www.brasfrut.com.br

Ovos Pommer www.ovospommer.com.br

Buaiz
Alimentos www.buaizalimentos.com.br

Bebidas

REFRIGERANTES
COROA LTDA <http://www.coroa.com.br>

Coca-Cola <http://www.cocacolabrasil.com.br>

Água Pedra
Azul <https://aguapedraazul.com.br/>

AMBEV <https://www.ambev.com.br/>

Embalagens

Atacadão São
Paulo <http://www.atacadosaopaulo.com.br>

Embalagens e Cia

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

Massas, Farináceos e Café

Vilma Alimentos

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

Produtos: Massas, misturas para bolo, refresco, achocolatado, sobremesas (pudim, flan e gelatinas).

Ind. de Massas Alimentícias Villoni Ltda

www.villonialimentos.com.br

Kebis Biscoitos Caseiros Ltda.

www.kebis.com.br

Lube Distribuidora

<http://lube.com.br>

Cereais Juparanã Ind. e Com. de Cereais Ltda.

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

Meridiano

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

Laticínios, Embutidos e Carnes Processadas

Veneza Cooperativa Agropecuária do Norte do ES.
<https://www.venezalacteos.com.br/>

Sorvetes

Kibon <http://www.kibon.com.br>

**Nestle Brasil
Ltda.** <http://www.nestle.com.br>

**Chocolates
Garoto S/A-
Geral** <http://www.garoto.com.br>

Fornecedores de produtos orgânicos (Verduras, legumes, frutas, temperos e outros) do Espírito Santo

Sítio Bom Fruto

Telefone: (27) 99801-2263/99902-0436 E-mail: contato@bomfruto.com.br

Sítio Discher Orgânico

Telefone: (27) 99994-3244/ 99631-2413 E-mail:alcidesdischer21@gmail.com

Sítio Dois Irmãos

Telefone: (27) 99879-8271 E-mail: leomarfiguer23@gmail.com

Sítio Ninho dos Beija-flores

Telefone: (27) 99857-3467/ 99883 - 9297 – E-mail: bloverfdepaula@gmail.com

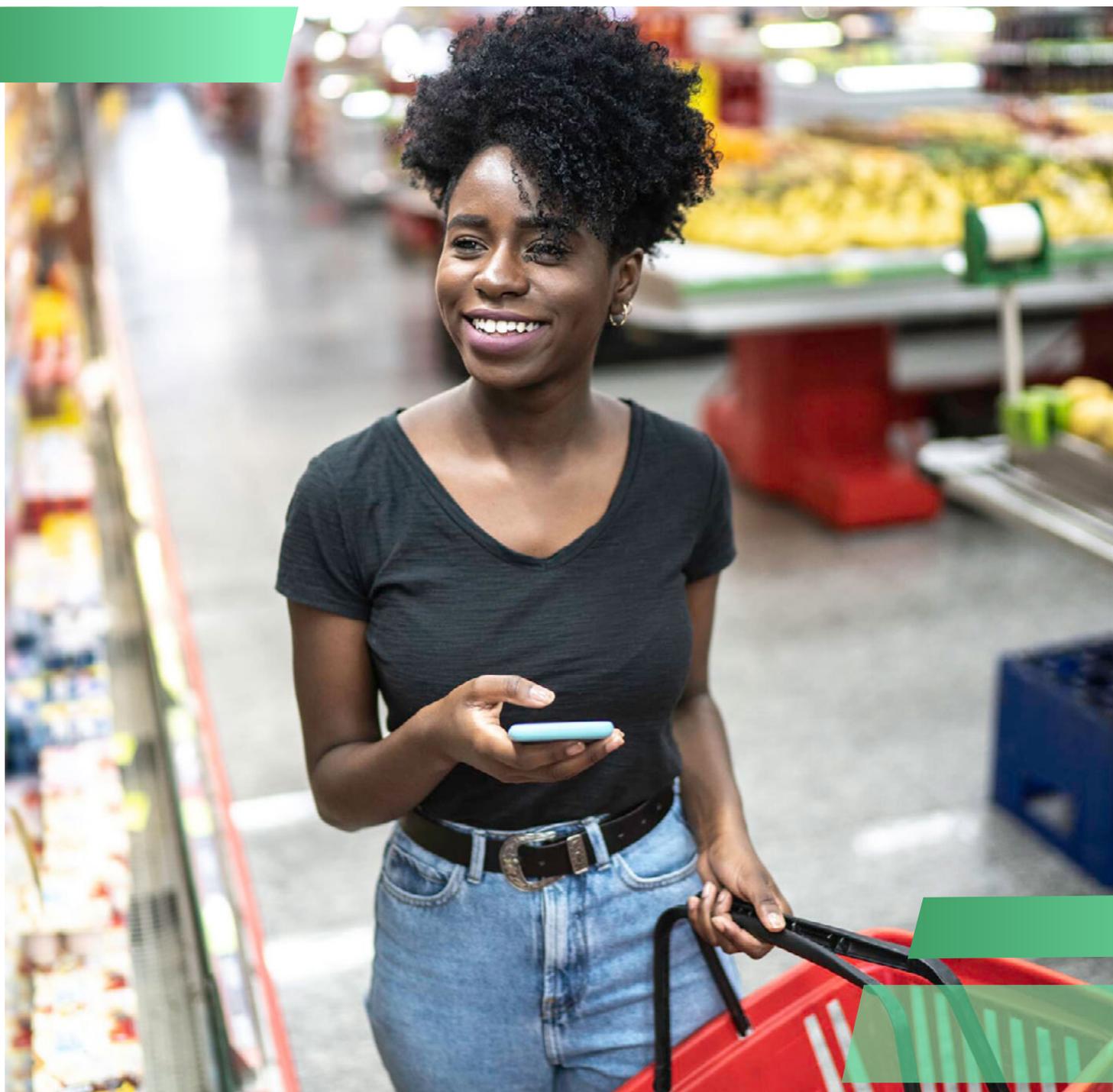
<https://www.facebook.com/blover.francisco/>

Sítio Recanto do Sol

Telefone: (27) 99904-0168 – E-mail: gustavoconradt@hotmail.com

Sítio um sonho a mais

Telefone: (27) 99837-1997 E-mail: k.g.scalzer@hotmail.com



REFERÊNCIAS

- ▼ ACAPS - Associação Capixaba de Supermercados: <http://www.acaps.org.br/>
- ▼ Associação Brasileira de Supermercados: <http://www.abrasnet.com.br/>
- ▼ PERSONA, Mario. Lucro Infantil. Disponível em: http://www.mariopersona.com.br/entrevista_revista_gondola.html. Acesso em: 02 jun 2009.
- ▼ Revista Super Ilha: <http://www.revistasuperilha.com.br/>
- ▼ Revista Bar e Restaurantes: <http://www.revistabareserestaurantes.com.br/>
- ▼ SEBRAE/SP. Como Montar Uma Merceria. São Paulo: Sebrae/SP, 199- Revista Gôndola – <http://www.portalamis.org.br/site/revista> -acesso em 02/06/09.
- ▼ SUPERMERCADO online ganha opções e ganha adeptos. Disponível em <https://sebraeinteligenciasetorial.com.br/produtos/noticias-de-impacto/supermercado-online-ganha-opcoes-e-busca-adeptos/59e4a71800a-352170080f9d3>. Acesso em: 05 novembro 2018.

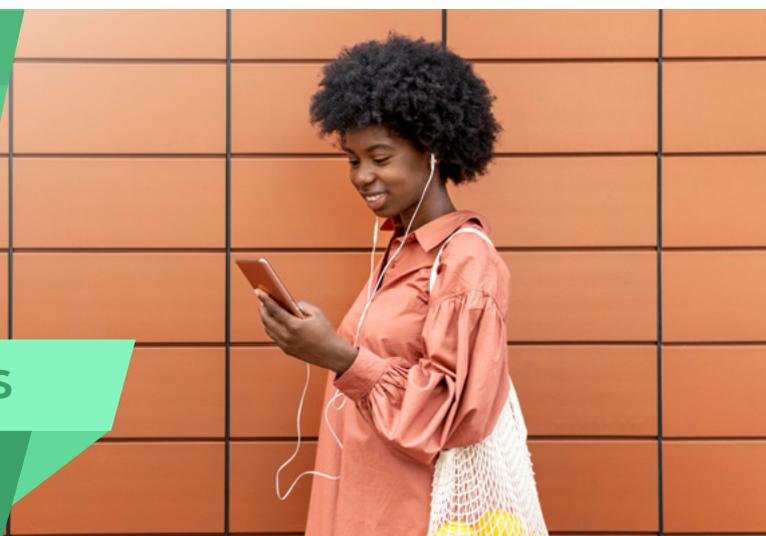
PORTAL SEBRAE/ES

Conheça as soluções Sebrae para alavancar o seu negócio.

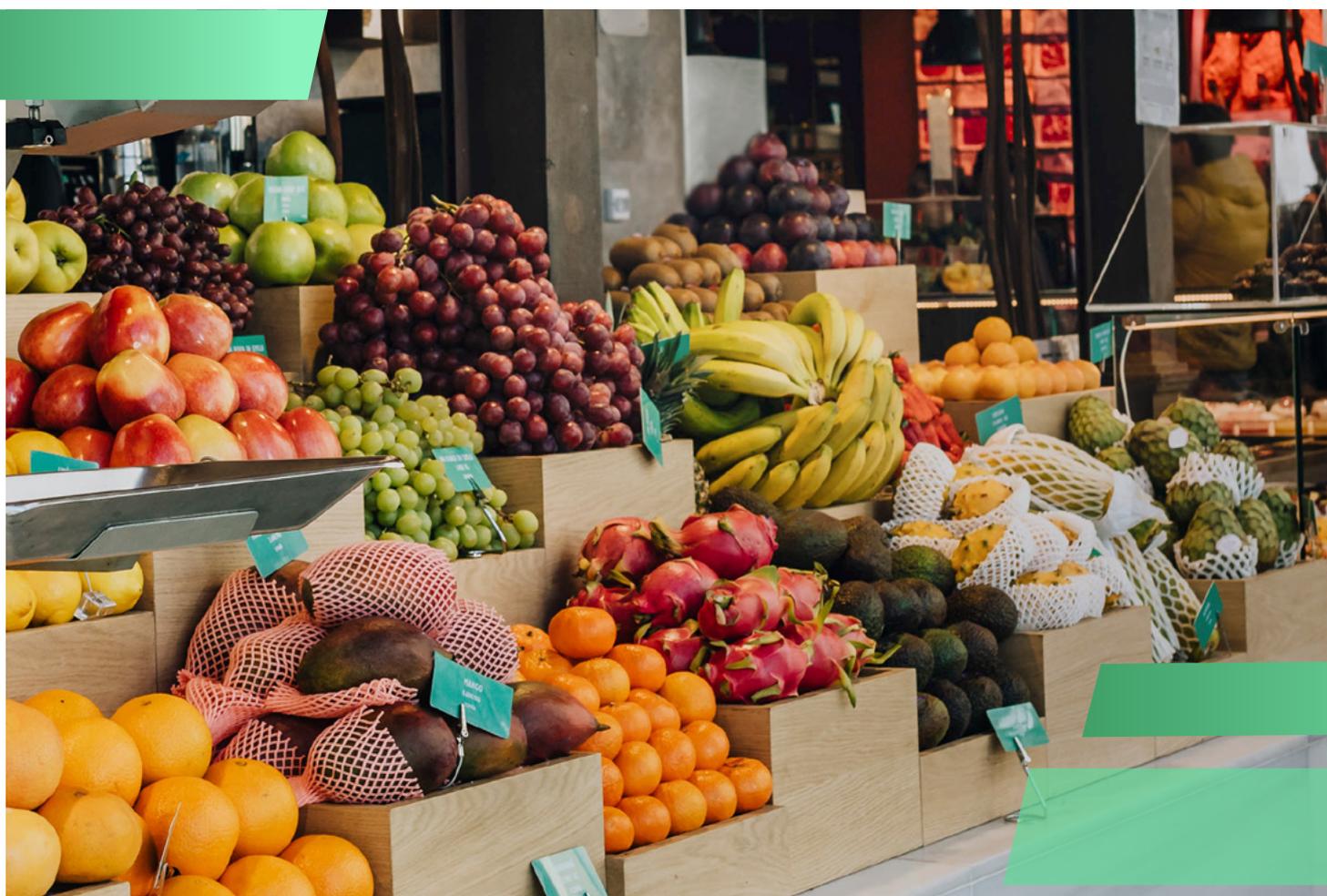


PORTAL SEBRAE/ES

CLIQUE AQUI E CONFIRA



- ▼ Vendas em supermercado caem 21,15% em janeiro. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/economia/vendas-em-supermercado-cairam-21-15-em-janeiro>. Acesso em 29 jun 2011.
- ▼ Vendas nos supermercados sobem 3,42% em janeiro, diz Abras. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/noticia/2015/02/vendas-nos-supermercados-caem-2048-em-janeiro-diz-abras.html>. Acesso em 26 fev 2015
- ▼ Sites:
<http://www.abrasnet.com.br>
www.jucces.esgov.br
<http://www.acaps.org.br/>



Oportunidades de Negócios é um material informativo acerca dos empreendimentos existentes no segmento correspondente ao seu título. Os dados apresentados são extraídos de publicações técnicas e, em linhas gerais, não têm a pretensão de ser um guia para a implementação dos respectivos negócios. É destinada apenas à apresentação de um panorama da atividade ao futuro empresário, que poderá enriquecer suas ideias com as informações apresentadas, mas carece de um estudo mais detalhado e específico para a implementação do seu empreendimento.

ÁREA RESPONSÁVEL

UR – Unidade de Relacionamento
– SEBRAE/ES



APP SEBRAE

As soluções
do SEBRAE
na palma da
sua mão

Baixe agora!



DISPONÍVEL NO
Google Play



Disponível na
App Store





RADAR

SEBRAE DE OPORTUNIDADES

Quer abrir ou ampliar o seu negócio?

150

Indicadores de mercado

2

Milhões de
empresas mapeadas

98

Ideias de negócio

200

Mil pontos comerciais

Inteligência de mercado para
tomar as melhores decisões.

É 100% GRATUÍTO



ACESSE E SAIBA MAIS



CONHEÇA O PERFIL
DO SEU MERCADO



Acesse o portal es.sebrae.com.br e acompanhe nossas redes sociais 



@sebraees



@sebrae.es



@sebrae-es



@sebraeespiritosanto



0800 570 0800
ATENDIMENTO 24 HORAS