

---

# IMPACTO ECONÔMICO DA ABERTURA DAS GRANDES REDES DE SUPERMERCADOS AOS DOMINGOS E FERIADOS NOS PEQUENOS COMÉRCIOS DE BAIRROS DE MARINGÁ<sup>1</sup>

Maria de Fátima Garcia\*  
Elisângela Luzia Araujo\*\*  
Eraldo Schunk Silva\*\*\*  
Eliane Cristina de Araujo\*  
Mara Lucy Castilho\*\*  
Elohá Cabreira de Brito Correio\*\*\*\*

**RESUMO:** Diferentemente de muitas cidades de seu porte, em Maringá, no estado do Paraná, a regulamentação para a abertura dos supermercados aos domingos e feriados determinava, até meados de 2017, que estes estabelecimentos estavam autorizados a funcionar apenas no primeiro domingo de cada mês. A referida lei não era válida para pequenos estabelecimentos que, organizados principalmente com base na mão de obra familiar, tinham nestes dias especiais o maior volume de vendas. Todavia, apoiados num decreto federal de junho de 2017 as grandes redes supermercadistas começaram a funcionar todos os domingos, feriados e dias santos, aparadas por liminar que se sobrepunha a regulamentação municipal. Tal fato trouxe dificuldades financeiras e de sobrevivência de um grande número de pequenos comerciantes locais – quitandas, sacolões, açougues, minimercados, mercearias, lojas de bebidas, panificadoras – que tiveram suas vendas drasticamente reduzidas, por não ter condições de fazer frente à concorrência dos grandes supermercados. Tal fato gerou a mobilização de setores diversos da sociedade maringaense, que passaram a questionar junto ao poder local uma regulamentação efetiva que atendesse de alguma forma essa demanda latente, uma vez que esses inúmeros pequenos comércios são importantes na geração de empregos e renda, dinamizando a economia local. Face ao exposto, a presente pesquisa buscou avaliar se, e em que medida, a referida abertura das grandes redes supermercadistas aos domingos, feriados e dias santos impactou sobre os pequenos comércios dos bairros. A partir de procedimentos estatísticos apropriados, foi feita uma pesquisa de campo que abrangeu 137 estabelecimentos em 33 bairros da cidade na primeira semana do mês de abril de 2018. Os principais resultados obtidos indicaram a importância econômica e refletiu a dificuldades financeiras dos pequenos comerciantes, revelada pela queda considerável do faturamento, redução do número de funcionários e paralização dos investimentos.

**Palavras-chaves:** Grandes redes de Supermercados; Pequenos Comerciantes; Regulamentações; Maringá (PR).<sup>1</sup>

## 1. INTRODUÇÃO

Até 31 de maio de 2017, as grandes redes de supermercados maringaenses abriam em apenas um domingo por mês, no horário de 08hs00min as 13hs00min, quando a organização interna de trabalho seguia um regime de revezamento, dentro do qual cada empregado trabalhava um domingo por mês numa jornada de 5 horas.

Para cada dia de domingo trabalhado, o empregado recebia horas extras equivalentes a 100 por cento da hora normal de trabalho, bônus de R\$48,00, vale transporte, vale alimentação e uma folga semanal compensatória na semana seguinte ao domingo trabalhado. Até então, o único feriado em que

---

\* Professora Associada-UEM.

\*\* Professora Adjunta-UEM.

\*\*\* Professor Associado UEM.

\*\*\*\* Professora Assistente-UEM.

<sup>1</sup> Os autores agradecem a participação dos acadêmicos Gabriel B. Caetano de Souza, Guilherme Valladares, João Paulo Lacerda, Maikol Bissolli e Pedro Henrique Doia - integrantes do Projeto de Extensão Empresa Júnior de Economia/UEM – Oikos Perícia & Consultoria Junior de Economia, pelo apoio fundamental e dedicação em várias etapas da presente pesquisa.

se dava a abertura dessas grandes redes era o do dia 10 de Maio, aniversário de Maringá, sempre antecipado para a segunda feira da semana de referência.

A partir de junho de 2017, porém, as grandes redes passaram a abrir suas lojas todos os domingos e feriados, amparadas e estimuladas por duas mudanças de natureza legislativa: a reforma trabalhista, que tornou sem efeito a Consolidação das Leis do Trabalho e o Decreto Lei nº 9.127/2017, que incluiu as atividades dos supermercados no rol das atividades essenciais, autorizando a abertura destes aos domingos feriados. Tais mudanças ocasionaram dois efeitos adversos sobre a economia local, quais sejam:

1º) Asfixia dos pequenos comércios de bairros de Maringá. Com efeito, até junho de 2017, nos domingos e feriados, a demanda por produtos do setor era atendida exclusivamente pelos pequenos comércios dos bairros. Atualmente estes não conseguem fazer frente à concorrência das grandes redes;

2º) Piora nas condições de trabalho nas grandes redes, nas grandes redes supermercadistas de Maringá estão passando por mudanças deletérias importantes e que merecem um estudo mais aprofundado, notadamente se esta situação perdurar.

No que se refere à reforma trabalhista, aprovada em novembro de 2017 no Brasil, a nova lei alterou a regulação das relações laborais, mudando o direito e a justiça do trabalho, introduzindo formas de contratação precárias e atípicas, tais como o contrato intermitente, a negociação da dispensa e a terceirização de atividades fim (através da lei de terceirização aprovada no primeiro trimestre do mesmo ano).

Em vista disso, aspectos como a flexibilidade da jornada de trabalho, o pagamento por produtividade, a alteração de normas de saúde e segurança do trabalho para gestantes e lactantes, a fragilização sindical decorrente da descentralização das negociações e a limitação do acesso à Justiça do Trabalho, fazem desta reforma um código muito mais de caráter empresarial do que laboral, desmanchando a estrutura de proteção fundada no direito do trabalho, afetando de forma decisiva as fontes de financiamento da seguridade e criando dificuldades para os trabalhadores comprovarem o tempo de contribuição (TEIXEIRA, 2017).

Acresce que a publicação do Decreto Lei nº 9.127/2017 tornou sem efeito a Lei Complementar n. 123/2006, também conhecida como Lei Geral da Pequena Empresa, criada em 2006 com o intuito de fortalecer, proteger e viabilizar a criação e formalização dos pequenos negócios, constituindo-se em um instrumento de política pública de geração de emprego e renda.

Neste novo contexto, os domingos e feriados são considerados dias normais de trabalho, embora se observem algumas compensações incipientes concedidas aos trabalhadores, quando comparadas com as condições anteriores à abertura, e ainda variando de uma rede para outra. Tal fato sugere que as condições de trabalho nas grandes redes supermercadistas de Maringá estão passando por mudanças deletérias importantes e que merecem um estudo mais aprofundado, notadamente se esta situação perdurar.

Face ao exposto, a presente pesquisa buscou avaliar se, e em que medida, a referida abertura das grandes redes supermercadistas aos domingos e feriados impactou sobre os pequenos comércios dos bairros da cidade de Maringá (PR). A estrutura da pesquisa é a seguinte. Após esta introdução, a Seção 2 traz breve discussão teórica sobre o oligopólio no intuito de compreender a dinâmica na qual se insere as grandes redes supermercadistas, contrapondo à realidade dos pequenos comerciantes locais. Na sequência, a Seção 3 apresenta a metodologia e os procedimentos empregados na pesquisa de campo. A seção 4 apresenta os principais resultados obtidos e, finalmente, a seção 5 traz as conclusões da pesquisa.

## 2. OLIGOPÓLIO, MARK UP E REGULAÇÃO NO SETOR SUPERMERCADISTA: UMA DISCUSSÃO TEÓRICO/HISTÓRICA

O presente estudo está respaldado nas teorias de Organização Industrial, desenvolvidas ao longo do século XX, segundo as quais o capitalismo está organizado sob o regime de oligopólio, sendo o mercado composto por cadeias de grupos oligopolísticos, os quais engendram a dinâmica capitalista.

Por oligopólio entende-se um grupo de firmas, pequenas, médias e grandes as quais estão em concorrência direta entre si. Ocorre que o objetivo primordial da firma capitalista consiste em crescer e acumular capital, e buscará todas as formas possíveis de alcançar tal objetivo, ao longo de sua existência. Nesse processo de busca pela acumulação capitalista as firma maiores detêm o poder de mercado obrigando as empresas menores a se adaptarem às condições acirradas de concorrência e, por conseguinte, à dinâmica capitalista.

Não se quer dizer com isto que as grandes firmas sejam entes maléficos, mas imbuídos dos propósitos de gerar lucro no processo de acumulação capitalista e neste sentido não se pode dizer que isto é bom ou ruim. Simplesmente é assim. Dessa perspectiva, a dinâmica capitalista é tal que, na ausência de regulamentação institucional, as firmas grandes têm o poder de permitir a existência das pequenas e médias se assim lhes convier, cedendo fatia de mercado que não estejam interessadas em atender ou estejam impedidas de fazê-lo em função de alguma regulação<sup>2</sup>. Este parece ser o caso em questão.

Com efeito, a problemática levantada evidencia uma realidade constada na região de Maringá em que as grandes redes de supermercados, estimuladas pelas mudanças legais apontadas anteriormente, passaram a disputar a fatia de mercado até então ocupada pelos pequenos comércios de bairro.

A figura 1 abaixo mostra o *ranking* das grandes redes supermercadistas onde se destaca a inserção, na cidade de Maringá, de quatro dessas grandes redes, entre nacionais e estrangeiras, as quais estão 20 maiores redes supermercadista do país, ocupando em 2018 as posições: 3ª, 5ª, a 13ª e a 20ª respectivamente, com faturamento anual de R\$28,2Bi, R\$6,01Bi, R\$2,6Bi e R\$2,1Bi<sup>3</sup>. Ressalte-se a presença de capital externo no setor supermercadista da região, recentemente reforçado pelo investimento de R\$100 Milhões, realizado pelo Fundo *Actis*, sediado na Inglaterra, que se tornou sócio de uma das referidas redes de supermercado de Maringá.

Figura 1. Ranking das grandes redes supermercadistas brasileiras 2017/18.

CLASS 2018	CLASS 2017	RAZÃO SOCIAL	SEDE	FATURAMENTO BRUTO EM 2017 (R\$)
1	1	CARREFOUR COMERCIO INDUSTRIA LTDA	SP	49.653.000.000
2	2	GPA	SP	48.439.791.828
3	3	WALMART BRASIL LTDA	SP	28.187.051.659
4	4	CENCOSUD BRASIL COMERCIAL LTDA	SP	8.535.696.719
5	5	IRMAOS MUFFATO & CIA LTDA	PR	6.012.523.152
<b>TOTAL 5 MAIORES</b>				<b>140.828.063.358</b>
6	8	SDB COMERCIO DE ALIMENTOS LTDA	SP	5.770.156.270
7	7	SUPERMERCADOS BH COMERCIO DE ALIMENTOS LTDA	MG	5.474.026.917
8	6	COMPANHIA ZAFFARI COMERCIO E INDUSTRIA	RS	5.200.000.000
9	9	SONDA SUPERMERCADOS EXPORTACAO E IMPORTACAO SA	SP	3.371.899.566
10	10	DMA DISTRIBUIDORA S/A	MG	3.356.067.550
<b>TOTAL 10 MAIORES</b>				<b>164.000.213.661</b>
11	12	SAVEGNAGO-SUPERMERCADOS LTDA	SP	2.923.410.549
12	13	LIDER COMERCIO E INDUSTRIA LTDA	PA	2.730.887.111
13	11	A ANGELONI CIA LTDA	SC	2.626.396.870
14	21	MART MINAS DISTRIBUICAO LTDA	MG	2.226.910.505
15	14	COOP - COOPERATIVA DE CONSUMO	SP	2.209.532.732
16	16	SUPERMERCADO BAHAMAS S/A	MG	2.194.184.601
17	19	COMERCIAL ZARAGOZA IMP. EXP. LTDA	SP	2.157.638.740
18	18	AM/PM COMESTIVEIS LTDA	RJ	2.147.834.034
19	15	MULTI FORMATO DISTRIBUIDORA S/A	MG	2.143.908.694
20	17	COMPANHIA SULAMERICANA DE DISTRIBUICAO	PR	2.115.090.083
<b>TOTAL 20 MAIORES</b>				<b>187.476.007.580</b>

Fonte: Convenção da ABRAS - Essencial (2018).

<sup>2</sup> Vide Labini (1988), Guimarães (1981), Possas (1985), Penrose (2006), Kupfer e Hasenclever(2013).

<sup>3</sup> Vide ABRAS (2018).

Essas grandes redes detêm o poder de mercado, potencializado pelas condições de comercialização nas duas pontas do negócio, fornecedor e consumidor, particularmente no que se refere ao grau de *Mark-up*, ou poder de marcar preço (STEINDL, 1983). Esse grau de *Mark-up* é tanto maior quanto mais exitosas forem as estratégias de comercialização, como promoções de determinados produtos em determinados dias da semana; *layout* das lojas, inovações tecnológicas e organizacionais, notadamente no âmbito do atendimento ao cliente, como os pontos de autoatendimento e até mesmo local para o consumidor deixar o bichinho de estimação enquanto faz suas compras.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Tendo em vista o objetivo explicitado, qual seja, a investigação do impacto econômico da abertura das grandes redes supermercadistas aos domingos e feriados, foi aplicado um questionário contendo 24 questões nos estabelecimentos selecionados para a pesquisa<sup>4</sup>. A ideia central consiste em levantar aspectos da atividade dos pequenos comércios na região de Maringá relativo a evolução de 4 quesitos: pessoal contratado, faturamento, investimento e expectativas quanto ao futuro do negócio, de modo a avaliar se houve ou não consequências da abertura dos grandes supermercados aos domingos e feriados.

Foram identificados 575 estabelecimentos comerciais na região, incluindo pequenos, médios e grandes e, desse total de cadastros levantados, considerou-se como universo da pesquisa o conjunto de estabelecimentos enquadrados nas modalidades: MEI - Micro Empreendedor Individual, cujo limite de faturamento anual é R\$ 81 Mil e ME - Micro Empresa, cujo intervalo de faturamento é de R\$ 81 Mil a R\$360 Mil, como se observa no Quadro 1, o qual mostra a classificação das empresas pequenas, conforme definida em pela Lei Geral nº 123/2006 das Microempresas e Pequenas Empresas, instituída com o objetivo de proteger os pequenos negócios, atendendo aos dispositivos constitucionais de promover a distribuição de renda e a geração de emprego<sup>5</sup>.

Essa mesma Lei Geral também criou a figura do “microempreendedor individual”, trabalhador autônomo, legalizado como empresário, podendo contratar um único empregado, mas impedido de ser sócio ou titular de outra empresa. Optante pelo regime de tributação Simples Nacional, seu limite de faturamento bruto anual é R\$81Mil<sup>6</sup>.

Acima do limite de R\$360 Mil, a empresa passa a ser considerada EPP- Empresa de Pequeno Porte, cujo limite de faturamento é de R\$4.800.000. Cabe salientar que a opção pelas referidas duas modalidades, MEI e ME como objeto de análise, levou em conta os objetivos da implantação da referida Lei Geral n.123/2006, mencionados anteriormente, de promover a geração de emprego e renda e também o limite superior (R\$360 MIL) de faturamento anual. Entende-se que até esse limite, as condições de competitividade são mais adversas, e mesmo impossíveis de serem enfrentadas. Ademais o conjunto de estabelecimentos dos tipos MEI e ME representam mais da metade do total de estabelecimentos cadastrados na Secretaria da Fazenda do Município de Maringá - SEFAZ.

De um total de 575 estabelecimentos, foram identificados 298 enquadrados nas modalidades, MEI e ME, os quais foram considerados para a composição da população, objeto da análise, a partir da qual se procedeu à seleção da amostra, conforme segue. Tendo em vista os dois tipos de estabelecimentos identificados no universo da pesquisa, ME e MEI, adotou-se o procedimento de amostragem estratificada, conforme a literatura pertinente, de modo que os estratos foram calculados segundo participação percentual de cada um dos referidos tipos (ME ou MEI) no universo populacional dos estabelecimentos.

<sup>4</sup> Vide questionário em anexo

<sup>5</sup> Confira SEBRAE (2018).

<sup>6</sup> Os valores limítrofes dos intervalos foram atualizados recentemente.

Com relação ao espectro amostral, foram elencadas cinco simulações de cenários realísticos distintos possíveis de serem capturadas com a pesquisa, como procedimento para a definição do tamanho da amostra conforme Quadro 2.

**Quadro 2.** Cenários realísticos prováveis para a seleção da amostra.

População (N)	Queda no Faturamento (%)	Nível de Confiança	Erro Amostral	Tamanho da Amostra (n)
295	10	95%	5%	97
295	15	95%	5%	121
295	20	95%	5%	137
295	25	95%	5%	149
295	30	95%	5%	157

Fonte: Elaboração Própria.

Como se pode observar, o cenário número três, 20% de queda no faturamento, corresponde à média das quedas no faturamento dos cinco cenários aventados, o que foi determinante para a sua escolha como cenário mais provável. Deste modo, para uma população de 298 estabelecimentos optou-se pela amostra contendo 137 estabelecimentos, com intervalo de confiança de 95% e erro amostral de 5%.

Para a seleção dos 137 estabelecimentos componentes da amostra utilizou-se o programa estatístico SAS, por meio do qual os referidos estabelecimentos foram sorteados aleatoriamente, eliminando-se o risco de uma amostra viesada e que levaria a resultados também viesados. Esses referidos estabelecimentos abrangeram 30 bairros, distribuídos por todas as regiões de Maringá. Para as situações em que o endereço não existisse, ou o estabelecimento tivesse fechado, adotou-se como critério a sua substituição na amostra pelo estabelecimento mais próximo do endereço não encontrado, garantindo deste modo, o caráter de aleatoriedade na seleção dos estabelecimentos integrantes da amostra.

A seguir, a seção 4 apresenta os principais resultados da pesquisa.

#### **4. IMPACTO ECONÔMICO DA ABERTURA DAS GRANDES REDES SUPERMERCADISTAS AOS DOMINGOS E FERIADOS SOBRE O COMÉRCIO DE BAIROS: O CASO DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ**

Os resultados obtidos foram divididos em dois blocos. O primeiro abrangendo os aspectos qualitativos, a saber: jurídico-tributários, porte e especialização, e estratégias de comercialização. O segundo abrangendo os aspectos quantitativos, quais sejam: mão-de-obra empregada, faturamento, investimento e expectativas quanto ao futuro do negócio.

##### **4.1 ASPECTOS QUALITATIVOS**

###### **4.1.1 Do Enquadramento Jurídico e Tributário/Porte e Especialização**

Com relação aos aspectos de natureza jurídica, 86% dos estabelecimentos são cadastrados como Microempresa (ME), enquanto 12% na condição de Microempreendedor Individual (MEI). Em relação ao regime de tributação 93% está submetido ao Simples Nacional, 4% declara Lucro Real, 2% declaram Lucro Presumido e 1% não soube informar.

Quanto à especialização das atividades de comércio, o carro chefe das vendas consiste no item bebidas (32%), seguido de produtos mercearia em geral (23%), açougue (19%), panificação lanches e salgados (13%) e hortifrutigranjeiros (5%). (Quadro 3).

**Quadro 3.** Distribuição dos estabelecimentos segundo a especialização/Carro-chefe das vendas.

<b>Especialização</b>	<b>Porcentagem na amostra</b>
Bebidas	32%
Mercearia	23%
Açougue	19%
Panificação/Lanches	13%
Horti/Fruti	5%
Outros	8%

Usando a terminologia do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) segundo a qual os itens, produtos de mercearia, panificação e lanches e hortifrúti são agregados no item Alimentação, separados do item Bebidas, tem-se uma divisão do trabalho em que se evidencia relativa concentração dos estabelecimentos no setor de alimentação, pelo menos 60%, contra uma participação de 32% destes no setor de Bebidas.

Quanto ao porte, embora 86% dos estabelecimentos estejam no intervalo de faturamento que vai de R\$ 81 mil a R\$ 360 mil, portanto enquadrados na categoria ME, a grande maioria, 93%, segue o regime mais simples de tributação, o Simples Nacional, o que pode ser indício de que uma parcela importante destes 93% obtenha faturamento mais próximo do limite inferior, R\$ 81 mil, por conseguinte um volume de vendas compatível com os estabelecimentos de porte menor dentre os ME's.

Sendo assim, é plausível afirmar que, do total pesquisado, cerca de 70% são estabelecimentos de porte relativamente menor, dentro do referido intervalo de faturamento. Tal afirmação parece fortalecer-se quando se observa que 78% dos estabelecimentos funcionam em imóvel alugado, e apenas 20% em imóvel próprio. Some-se a isto o fato de que 99% das vendas realizadas são feitas em pequenas quantidades, e apenas 1% equivale a compras mensais.

Outro fator que reforça essa percepção quanto ao porte do estabelecimento diz respeito à contratação de pessoal, a qual não se verifica para 43% dos estabelecimentos, enquanto 31% empregam dois funcionários não membros da família.

#### **4.1.2 Das Estratégias de Comercialização e Fidelização da Clientela**

Quanto às estratégias de comercialização, visando a manutenção e quiçá acumulação da clientela foram considerados os seguintes aspectos: melhoria no ambiente (climatização), formas de pagamento, horário de atendimento, promoção em data marcada, entrega em domicílio, inovação organizacional e produtiva.

Dentre as estratégias de comercialização elencadas, as mais frequentemente adotadas referem-se às medidas geradoras de conforto (climatização do ambiente), constatadas em 51% dos estabelecimentos e de praticidade principalmente no que se refere às formas de pagamento aceitas pelos estabelecimentos. Constatou-se que para 63% dos estabelecimentos a maioria das vendas se dá principalmente por meio do uso do cartão magnético e apenas em 35% a principal forma de pagamento ocorre com dinheiro. Acresce que em apenas 2% dos estabelecimentos verificou-se a incidência da adoção da secular forma de pagamento, a anotação na caderneta.

Quanto às promoções em dias fixos na semana, estratégia adotada por todas as grandes redes, não se verificou incidência desta natureza nos comércios de bairros. Neste sentido, a estratégia mais comumente usada para atrair o cliente consiste na promoção de um único produto, mesmo assim, ocorrendo em apenas 33% dos estabelecimentos. No que se refere à entrega em domicílio, esta foi constatada para 43% dos estabelecimentos, portanto, mais comum do que a estratégia da promoção de venda.

Quanto à alteração dos dias e horário de funcionamento, estas foram observadas por apenas 14% dos estabelecimentos, até porque não havia muita margem de alteração. Alguns estabelecimentos ampliaram em uma hora, o período de atendimento diário na esperança de se obter aumento nas vendas. Além disto, para a grande maioria, 82%, os melhores dias da semana para venda eram, até a abertura das grandes redes, o sábado e o domingo, não havendo margem para alteração, como estratégia para aumentar as vendas.

Como se pode observar, as estratégias de competitividade encontradas são incipientes e pouco eficazes para o enfrentamento da concorrência, sendo o principal desafio colocado para os pequenos comércios de bairro em Maringá, apontado por 40% dos estabelecimentos pesquisados.

Somando-se a isto a dificuldade de se conseguir aumentar o volume de vendas, apontada por 11% dos entrevistados, e a impossibilidade de desenvolverem estratégias de competitividade, devido o aumento dos custos, sem a contrapartida da receita, apontada por 4% dos estabelecimentos, tem-se configurada uma realidade concorrencial por demais adversa enfrentada pelos comércios de bairro de Maringá desde a abertura das grandes redes de supermercado aos domingos e feriados.

#### 4.2 DOS ASPECTOS QUANTITATIVOS

Quanto ao impacto econômico direto causado pela abertura das grandes de supermercados aos domingos e feriados nos pequenos comércios de bairro, os resultados indicaram que, desde junho de 2017, quando se deu a abertura dos supermercados de grandes redes em Maringá, os resultados mais importantes impactaram sobre: 1. Faturamento; 2. Ocupação de mão-de obra; 3. Investimento; 4. Expectativas e nível de confiança quanto ao futuro do negócio.

##### 4.2.1. Efeito sobre o Faturamento

Quanto ao faturamento, os resultado mostram variação negativa em 83% dos estabelecimentos, variação positiva em 4%, enquanto para 12% não houve variação e 1% não soube dizer. Essa variação negativa está distribuída conforme segue.

Considerando os resultados levantados, os Quadros, 4 e 5 exibem a distribuição de percentuais de estabelecimentos para cada intervalo de variação negativa no faturamento bruto, bem como o número de estabelecimentos em cada estrato, multiplicando o respectivo percentual pelo tamanho n da amostra (Quadro 5) e para total de estabelecimentos os resultados são apresentados no Quadro 6 que mostra os resultados sobre a queda no faturamento para o universo dos estabelecimentos.

**Quadro 4.** Distribuição dos percentuais de estabelecimentos por intervalo de variação negativa no faturamento bruto e respectivos valores absolutos, para a mostra selecionada.

<b>Estrato por Intervalo de Queda</b>		
1	Até 10%	30
2	Entre 11% e 21%	22
3	Entre 21% e 30%	25
4	Entre 31% e 40%	25
5	Entre 41% e 50%	19
6	Entre 50% e 75%	15
7	Acima de 75%	1
Total	-	137

Fonte: Elaboração Própria.

**Quadro 5.** Distribuição dos percentuais de estabelecimentos por intervalo de variação negativa no faturamento bruto e respectivos valores absolutos para total de estabelecimentos.

<b>Estrato por Intervalo de Queda</b>		
1	Até 10%	65
2	Entre 11% e 21%	47
3	Entre 21% e 30%	54
4	Entre 31% e 40%	54
5	Entre 41% e 50%	42
6	Entre 50% e 75%	33
7	Acima de 75%	3
Total	-	298

Fonte: Elaboração Própria.

Como se pode observar há uma concentração de estabelecimentos dos estratos 3, 4, 5 e 6, com queda entre 20% e 75%. No entanto, para qualquer dos intervalos de queda no faturamento, o efeito da abertura das grandes redes de supermercados aos domingos é devastador nos pequenos comércios de bairro. Além disto, considerando que o tamanho da maioria dos estabelecimentos, tipo ME, é compatível com faturamento próximo do limite inferior (Quadro 1), a queda neste faturamento causa apreensão, não apenas por comprometer os planos de expansão do negócio, mas a própria existência do mesmo, com reflexos negativos sobre a ocupação da mão de obra nesses estabelecimentos.

#### 4.2.2 Efeito sobre a Ocupação da Mão de Obra

Com relação à ocupação de mão-de-obra nesse segmento do comércio varejista de Maringá, o Quadro 6 mostra a distribuição dos estabelecimentos por estrato segundo o volume de contratação mão de obra externa, considerando o tamanho n da amostra de 137 estabelecimentos. No Quadro 7, tem-se a distribuição do volume de mão obra contratada nos respectivos estratos e seu total.

**Quadro 6.** Estimativa do número do número de estabelecimentos na amostra segundo o volume de mão de obra contratada nos comércios de bairro em Maringá. (Tamanho da amostra n = 137).

<b>Estrato segundo a contratação de mão de obra</b>		
1	Não contrata empregado	59
2	Contrata 1 empregado	20
3	Contrata 2 empregados	22
4	Contrata 3 empregados	8
5	Contrata 4 empregados	4
6	Contrata 5 empregados	8
7	Contrata 6 empregados	7
8	Contrata mais de 6 empregados	8

Fonte: Elaboração Própria.

Detendo-se no Quadro 7 observa-se que no estrato 1 exhibe-se o percentual de estabelecimentos que não contrata mão-de-obra externa. Multiplicando esse percentual pelo tamanho n da amostra, tem-se o calculado o número de estabelecimentos que não contratam mão de obra. No estrato 2 exhibe-se o conjunto de estabelecimentos que contratam 1 empregado que, multiplicado por n tem-se o total de estabelecimentos que contratam um único empregado. No estrato 3 exhibe-se o percentual de estabelecimentos que contratam dois empregados e assim sucessivamente.

**Quadro 7.** Estimativa do número de empregados contratados por estrato na amostra.

<b>Estrato segundo a contratação de mão de obra</b>		
1	Não contrata empregado	0
2	Contrata 1 empregado	20
3	Contrata 2 empregados	44
4	Contrata 3 empregados	24
5	Contrata 4 empregados	16
6	Contrata 5 empregados	40
7	Contrata 6 empregados	42
8	Contrata mais de 6 empregados	+ de 48
Total de empregados	-	236

Fonte: Elaboração Própria.

Extrapolando os resultados para o universo de estabelecimentos, N=298, tem-se a distribuição do percentual de estabelecimentos segundo número de mão de obra contratada e a estimativa do volume de mão de obra contratada externamente segundo o estrato, exibidos no Quadro 8 e no Quadro 9, respectivamente.

**Quadro 8.** Estimativa do número do número de estabelecimentos segundo a mão de obra contratada nos comércios de bairro de Maringá para o universo da amostra (N = 298).

<b>Estratos-Quantum estabelecimentos por volume de contratação de mão-de-obra</b>		
1	Não contrata empregado	130
2	Contrata 1 empregado	45
3	Contrata 2 empregados	47
4	Contrata 3 empregados	17
5	Contrata 4 empregados	9
6	Contrata 5 empregados	18
7	Contrata 6 empregados	15
8	Contrata mais de 6 empregados	18

Fonte: Elaboração Própria.

**Quadro 9.** Estimativa do número dos empregados contratados externamente nos estratos de estabelecimentos dos comércios de bairro de Maringá (Universo da amostra N = 298).

<b>Estratos</b>	<b>Empregados contratados por estrato</b>
1	Zero
2	45
3	94
4	51
5	36
6	90
7	90
8	+ de 180
Emprego total	514 e +

Fonte: Elaboração Própria.

Considerando o universo populacional dos estabelecimentos, o volume estimado de mão de obra equivale a, pelo menos, 557 trabalhadores contratados. Deste modo a contratação média de mão-de-obra externa resulta em aproximadamente dois trabalhadores por estabelecimento, o que reforça

aquela afirmação anterior sobre o porte do estabelecimento mais compatível com o limite inferior de faturamento para as empresas tipo ME, de R\$81Mi.

Com relação à mão de obra familiar empregada, a estimativa do número de estabelecimentos que se vale da mão de obra familiar está distribuída nos estratos segundo o percentual de estabelecimentos que empregam um familiar, dois familiares, três familiares e assim sucessivamente (Quadro 10). A estimativa na amostra do volume de mão de obra familiar ocupada nos comércios de bairro de Maringá encontra-se no Quadro 11.

**Quadro 10.** Estimativa do volume de mão de obra familiar ocupada nos comércios de bairro de Maringá.

<b>Estratos dos estabelecimentos segundo volume de mão-de-obra familiar ocupada</b>		
1	Não emprega familiar	2
2	Emprega 1 familiar	27
3	Emprega 2 familiares	52
4	Emprega 3 familiares	24
5	Emprega 4 familiares	12
6	Emprega 5 familiares	11
7	Emprega 6 a 9 familiares	6

Fonte: Elaboração Própria.

**Quadro 11.** Estimativa do volume de mão de obra familiar ocupada nos comércios de bairro de Maringá.

<b>Estratos</b>	<b>Familiares ocupados por estrato</b>
1	Zero
2	27
3	104
4	72
5	48
6	66
7	36 e +
Total	353 e +

Fonte: Elaboração Própria.

Extrapolando para o universo dos estabelecimentos, têm-se os seguintes resultados para o volume estimado de mão de obra familiar, conforme apresentados nos Quadros 12 e 13 respectivamente.

**Quadro 12.** Estimativa do número de estabelecimentos que contratam mão de obra segundo os estratos dos percentuais.

<b>Estratos segundo o quantum de familiares contratados</b>	<b>Quantum de estabelecimentos por estrato</b>	
1	Não emprega familiar	5
2	Emprega 1 familiar	59
3	Emprega 2 familiares	113
4	Emprega 3 familiares	59
5	Emprega 4 familiares	27
6	Emprega 5 familiares	24
7	Emprega 6 a 9 familiares	15

Fonte: Elaboração Própria.

**Quadro 13.** Estimativa dos familiares empregados nos estabelecimentos segundo os estratos e total.

<b>Estratos</b>	<b>Familiares ocupados por estrato</b>
1	0
2	59
3	226
4	159
5	108
6	120
7	90 e +
Total	762 e +

Fonte: Elaboração Própria.

Ao todo, foi estimado um contingente de mais de 762 familiares empregados nos estabelecimentos, tipo ME e MEI, nos bairro de Maringá, indicando que em média têm-se, pelo menos, 3 três familiares ocupados por estabelecimento. Somados os dois contingentes de mão-de-obra empregada nos comércios de bairro de Maringá, contratados externos (557 e +) e familiares (762 e +), perfaz-se um total de mais de 1276 trabalhadores inseridos nestas atividades, correspondendo a uma média de, pelo menos, 4 trabalhadores por estabelecimento do tipo ME e MEI na região de Maringá.

Conforme os resultados evidenciados nos referidos Quadros, 8 e 9, em média, os estabelecimentos dos comércios de bairro de Maringá empregam entre 1 e 2 trabalhadores contratados externos; do mesmo modo conforme mencionado anteriormente, em média cada estabelecimento emprega três familiares, o que vem reforçar a afirmação anterior de que parcela importante dos estabelecimentos tipo ME no universo da pesquisa são de porte menor, ou seja apresentam faturamento próximo do limite inferior de R\$81 Mil( Quadro 1).

O fato é que quanto mais distante do limite superior estiver o porte do estabelecimento, mais custoso é o enfrentamento da concorrência das grandes redes, limitando a adoção estratégias eficazes de competitividade e, por conseguinte, de manutenção da clientela. Senão vejamos.

A referida queda no faturamento em 83 % dos estabelecimentos, que variou de 10% a 75% veio acompanhada de queda no volume de mão de obra ocupada em 35% dos estabelecimentos. Em 64% não houve demissão de mão de obra, e em 1% dos estabelecimentos verificou-se contratação de mão-de obra.

O fato de na maioria dos estabelecimentos não ter havido demissões sugere uma situação que parece destoar da realidade apontada anteriormente como desalentadora, no entanto, é apenas aparente, na medida em que, considerando o universo investigado como um todo, esse percentual de queda representa pelo menos uma perda de 104,3 postos de trabalho, na suposição otimista de que cada estabelecimento tivesse dispensado um único trabalhador, mas esta dispensa pode ter sido maior.

#### **4.2.3. Efeito sobre os Investimentos**

As condições por demais adversas para o enfrentamento da concorrência, conforme apontadas no item anterior torna-se mais evidente quando se constata a deterioração nas expectativas e no nível de confiança quanto ao futuro, consubstanciada no fato de que em 70% dos estabelecimentos não foram realizados investimentos desde junho de 2017, contra 30% que admitiram ter investido. No entanto, os investimentos realizados limitaram-se à compra de freezer, geladeira, prateleira, alguma pintura do estabelecimento.

Portanto, as inovações organizacionais ou produtivas foram esporádicas e insignificantes em termos de volume. Some-se a isto o fato de que para 78% dos estabelecimentos não há planos de investimento futuro, contra 22% que planejam realizar algum investimento nos próximos meses.

Não obstante, 55% dos entrevistados afirmaram ter confiança no futuro do seu negócio, pois para estes não há outra saída a não ser esperar dias melhores. Para parcela importante dos entrevistados a resposta positiva sempre vinha acompanhada da expressão “não tem outro jeito”.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sem a pretensão de esgotar o assunto e tampouco esboçar conclusões definitivas, os resultados alcançados neste estudo, realizado com base em uma pesquisa de campo, autorizam o esboço das seguintes considerações finais, notadamente no que se refere às consequências sociais e econômicas, em função da queda acentuada no faturamento dos pequenos comércios do município de Maringá, constada pela pesquisa empreendida.

Há que se ressaltar a publicação do Decreto Lei n. 9.127/2017 que neutralizou a referida Lei Geral da Pequena Empresa que cumpria papel crucial na geração de emprego e renda nos municípios, contribuindo para o crescimento econômico e para a redução da desigualdade de renda no país.

Ocorre que o referido decreto impôs a desregulamentação no setor supermercadista, dificultando sobremaneira a sobrevivência da pequena empresa, impossibilitada de fazer frente à concorrência das grandes redes supermercadistas. As consequências imediatas foram piora na concentração de renda do setor, elevação no desemprego e perda de renda do município.

De fato, a referida queda no faturamento dos pequenos negócios de bairro do município de Maringá sugere que a sobrevivência de parcela importante destes negócios está ameaçada, se a atual situação perdurar. Isto pode resultar em um problema social que deverá ser enfrentado pelo município de Maringá, por se tratar de pequenas empresas familiares, cujos proprietários são desprovidos de qualificações outras que lhes permitam a reinserção no mercado de trabalho, ativa e autônoma, capaz de garantir o mesmo padrão de vida atual, situação que tende a se agravar em um contexto de elevada taxa de desemprego aberto.

Ora, os efeitos deletérios da queda no faturamento desses pequenos negócios de bairro alcançam outros âmbitos da economia do Município, na medida em que representa uma transferência de renda das pequenas empresas para as grandes redes de supermercados atuando em Maringá.

Além disso, como mencionado na introdução deste estudo, o setor supermercadista de Maringá está inserido na economia global, pela presença de capital estrangeiro em algumas desses grandes redes, de modo que, parte da renda transferida das pequenas empresas para as grandes redes é, de fato, extraída do município e enviada para o exterior, via remessa de lucros desses capitais estrangeiros atuantes no município, notadamente no setor supermercadista.

É plausível admitir que a tendência seja aumentar a participação do capital estrangeiro no setor, o que pode agravar sobremaneira a atual conjuntura, de modo a se transformar em um problema estrutural de difícil solução.

**ABSTRACT:** Unlike many cities of its size, in Maringá, in the state of Paraná, regulations for opening supermarkets on Sundays and public holidays determined until mid-2017 that these establishments were authorized to operate only on the first Sunday of each month. This law was not valid for small establishments which, organized mainly on the basis of family labor, had the highest volume of sales on these special days. However, backed by a federal decree of June 2017, the major supermarket chains began to operate every Sunday, holidays and holy days, trimmed by an injunction that overlapped municipal regulation. This has led to financial and survival difficulties for a large number of small local merchants - small farms, small farms, butchers, grocery stores, grocery stores, bakeries - whose sales

have been drastically reduced because they cannot compete with large supermarkets. This fact led to the mobilization of diverse sectors of Maringá's society, which began to question with the local government an effective regulation that would somehow fulfill this latent demand, since these numerous small businesses are important in the generation of jobs and income, local economy. In view of the above, the present study sought to evaluate if and to what extent the opening of the large supermarket chains on Sundays, holidays and holy days impacted on the small shops in the neighborhoods. Based on appropriate statistical procedures, a field survey was carried out covering 137 establishments in 33 city districts in the first week of April 2018. The main results indicated the economic importance and reflected the financial difficulties of the small traders revealed due to the significant drop in revenues, a reduction in the number of employees and the paralysis of investments.

**Keywords:** Large Supermarket Chains; Small Business; Regulations; Maringá (PR).

## REFERÊNCIAS

- ABRAS. Associação Brasileira de Supermercados. **Convenção 2018**. Disponível em: [http://static.abras.com.br/pdf/coletiva\\_rank.pdf](http://static.abras.com.br/pdf/coletiva_rank.pdf). Acesso em 20/04/2018.
- BUSSAB, W.O.; MORETTIN, P.A. **Estatística básica**. São Paulo: Saraiva, 2003. 5. ed.
- GUIMARÃES, Eduardo A. **Acumulação e crescimento da firma**. Um estudo de organização industrial. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.
- KUPFER, David; HASENCLEVER/Org. **Economia industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013. 2.ed.
- LABINI, P. Sylos. **Oligopólio e progresso técnico**. São Paulo: Forense, 1988.
- MAGALHÃES, M. N.; LIMA, A. C.P. **Noções de probabilidade e estatística**. São Paulo: Edusp, 8 ed., 2010.
- MORETTIN, Luiz Gonzaga. **Estatística Básica**. Probabilidade e inferência. São Paulo: Pearson, Volume único, 2009.
- PENROSE, A. **Teoria do crescimento da firma**. Campinas, SP. Unicamp, 2006.
- POSSAS, M. L. **Estruturas de mercado e oligopólio**. São Paulo: HUCITEC, 1985
- STEINDL, Josef. **Maturidade e estagnação no capitalismo americano**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- SEBRAE. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Microempresa, Empresa de Pequeno Porte e Microempreendedor Individual: diferenças e características**. Disponível em: <http://blog.sebrae-sc.com.br/epp-microempresa-mei/>. Acesso em: 05/02/2018.
- TEIXEIRA, M. O. (Org.). **Contribuição crítica à reforma trabalhista**. UNICAMP/CESIT, Campinas, SP, 2017.

*Data da submissão: 18 Julho 2018.*

*Data do aceite: 18 Agosto 2018.*

## ANEXO

## Anexo I. Questionário da pesquisa.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA  
OIKOS PERÍCIA & CONSULTORIA JR. DE ECONOMIA/UEM

Questionário de Pesquisa: Impacto econômico da abertura das grandes redes de supermercados sobre os pequenos comércios do gênero alimentício (bares e mercearias, mercados, padarias e açougues) em Maringá

Nº do Estabelecimento: \_\_\_\_\_

Entrevistado: \_\_\_\_\_

d) outro

**BLOCO I: PERFIL DO ESTABELECIMENTO**

**1.1) Aspectos jurídico-institucionais**

1. A sua empresa:

- a) Abria e ainda abre aos domingos (Sempre abriu aos domingos)  
b) Abria e não abre mais aos domingos  
c) Não abria e passou a abrir aos domingos  
d) Nunca abriu aos domingos

2. Qual é a natureza jurídica da empresa

- A. ( ) ME  
B. ( ) MEI  
C. ( ) Outro Especificar

3. Qual é o regime de tributação da empresa?

- A. ( ) Simples Nacional  
b) ( ) Lucro presumido  
c) ( ) Lucro real

4. Ao todo, quantas pessoas trabalham no estabelecimento? \_\_\_\_\_

4.1. Quantos são membros da família do proprietário? \_\_\_\_\_

4.2. Quantos não são membros da família do proprietário? \_\_\_\_\_

5. Quantos dias por semana o estabelecimento funciona? \_\_\_\_\_

6. Qual é o horário de funcionamento da empresa:

Nos dias de semana: Das \_\_\_\_\_ às \_\_\_\_\_

Ao sábado: Das \_\_\_\_\_ às \_\_\_\_\_

Aos domingos e feriados: Das \_\_\_\_\_ às \_\_\_\_\_

**1.2. Infraestrutura do Estabelecimento**

7. O prédio que a empresa funciona é:

- a) alugado  
b) cedido  
c) próprio

7.1 Se alugado, qual o valor mensal do aluguel?

8. Quantos caixas o estabelecimento possui?

\_\_\_\_\_

9. Possui sistema de ar condicionado ou outra forma de climatização do ambiente?

- A. ( ) Sim  
B. ( ) Não

**BLOCO II: PERFIL DA CLIENTELA**

10. Em média, os clientes do estabelecimento realizam compras maiores (mensais) ou em pequenas quantidades?

- A. ( ) Compras mensais  
B. ( ) Compras em pequenas quantidades

11. Qual é o carro-chefe das vendas?

- A. Produtos de mercearia em geral  
B. Panificação, salgados e lanches prontos  
c) Açougue  
d) Frutas e verduras  
e) Bebidas  
f) Outros

12. Qual a forma de pagamento que seus clientes mais praticam?

- A. ( ) Cartão de crédito ou Cartão de débito  
C. ( ) Cheque  
D. ( ) Dinheiro  
E. ( ) Anotação na caderneta (por exemplo, para pagar ao final/início do mês)

13. O estabelecimento possui serviço de entrega em domicílio?

- A. ( ) Sim  
B. ( ) Não

14. Realiza promoção em algum dia da semana, (por exemplo, terça ou quarta-feira verde, sexta da carne, etc.)?

- A. ( ) Sim

B. ( ) Não

15. Qual é o dia em que a empresa apresenta o maior volume de vendas?

- A. ( ) Em dias de semana  
B. ( ) Sábado  
C. ( ) Domingos e feriados

**BLOCO III: IMPACTO DA ABERTURA DAS GRANDES REDES DE SUPERMERCADOS (julho/2017)**

16. A partir da autorização da abertura dos supermercados aos domingos na cidade de Maringá (Julho/2017), o estabelecimento alterou dias/ horário de atendimento?

- A. ( ) Sim, houve alterações em ambos  
B. ( ) Sim, alterações apenas nos dias de atendimento  
C. ( ) Sim, alterou apenas o horário de atendimento  
D. ( ) Não houve alteração

17. Houve variação no total de pessoas que trabalham no estabelecimento?

- A. ( ) Houve novas contratações  
B. ( ) Houve dispensas de pessoal  
C. ( ) Não houve variação

18. Desde meados do ano passado, a empresa realizou algum tipo de investimento (ex. compra de máquinas, equipamentos, reformas do local, etc)?

- A. Sim  
B. Não

19. Houve, nos últimos meses, alguma variação do volume de vendas e no faturamento da empresa?

- A. ( ) Sim.  
B. ( ) Não

19.1. Qual foi a variação constatada?

- A) Até 10%  
B) de 11% a 20%  
C) de 21% a 30%  
D) de 31% a 40%  
E) de 41% a 50%  
F) de 51% a 69%  
G) Mais de 70%

20. A empresa opera com mais de 1 (uma) unidade, isto é, possui alguma filial na cidade?

- A) Sim  
B) Não

21) De meados do ano passado, até agora, a empresa abriu ou fechou alguma unidade de atendimento (filial) na cidade?

- A) Sim  
B) Não  
C) Parcialmente

22) A empresa possui, no momento, algum plano para realizar novos investimentos ou fazer novas contratações de pessoal para o corrente ano?

- A. Sim  
B. Não

23. Você atualmente está confiante sobre o futuro e os rumos do seu negócio?

- A. Sim  
B. Não

24. Qual é o maior desafio que você acredita que a empresa terá que enfrentar para se manter no mercado?

---