

## LOJA DE BIJUTERIAS

### FICHA TÉCNICA

**Setor da Economia:** Terciário

**Ramo de Atividade:** Comércio de bijuterias

**Tipo de Negócio:** comercialização de bijuterias

**Produtos Ofertados:** bijuterias em geral (anéis, colares, brincos, pulseiras, pingentes etc)

**Área mínima:** 10 m<sup>2</sup>

**Investimento inicial:** em torno de R\$ 20.000,00

### APRESENTAÇÃO

Elas já foram sinônimo de enfeites alternativos usados pelos amantes do estilo hippie e até antônimo de elegância, por serem feitas de materiais pouco nobres, como latão, plástico, resina e madeira, ou pouco ortodoxos, como sementes. Mas, nos últimos anos, colares, pulseiras, brincos e anéis, entre outros adereços, ganharam desenhos criativos, conquistaram status de acessórios de moda e passaram a ser utilizados também por pessoas chiques e de boa renda. Assim uma loja de bijuterias poderá ser uma ótima opção de um negócio de sucesso.

### MERCADO

O mercado formal brasileiro de bijuterias e folheados movimenta, atualmente, cerca de R\$ 230 milhões por ano, divididos igualmente entre os segmentos de bijuterias montadas e de artigos folheados, segundo estimativas do Sindicato do Comércio Varejista de Jóias, Bijuterias, Gemas, Pedras Semi-preciosas, Presentes, Adornos e Relógios de São Paulo (SINDICOM/SP).

"Esse mercado deve ser ainda maior devido ao comércio informal, praticado geralmente por donas-de-casa que vendem artigos para complementar renda", comenta Vera Masi. De acordo com o Sindicom, estima-se que o Estado de São Paulo tenha 600 empresas operando no varejo de bijuterias e folheados, que empresa algo torno de 50 mil pessoas.

### DIVULGAÇÃO

Para bens de consumo a divulgação é direcionada para o consumidor final, e tem por objetivo estimular o consumo e fixar a marca do produto, fidelizando o consumidor. Este é um setor da economia que faz maior e melhor o uso da propaganda, pois ela representa a principal força de comunicação e venda devido à diversificação dos produtos e a facilidade de substituição. Portanto quanto maior o universo de público a ser atingido, através dos mais diversos meios de comunicação (TV, outdoor, rádio etc) maior será o retorno do investimento em divulgação, motivando a reação imediata de consumo e o impulso de compra. É necessário atingir os consumidores e garantir as vendas, para isso deverá planejar o seu marketing, obtendo uma noção realista dos custos de seus serviços, adaptando e otimizando os recursos para melhor posicionar os seus serviços, motivando os consumidores e estruturando sua comercialização de modo a atingir seu mercado-

alvo com sucesso. O marketing deve ser contínuo e sistemático, sempre com o foco no cliente potencial. Num plano de marketing é importante o conhecimento de elementos como preço, produto (serviço), ponto (localização) e promoção. Avaliar os desejos e necessidades de seus clientes ou usuários em relação as principais características de seu comportamento de compra que são: funções, finanças, facilidade, feeling (sentimentos) e futuro(cliente fiel).

## **INVESTIMENTO**

Gira em torno de R\$20 mil, estando englobado neste valor o investimento fixo (estrutura física da loja: reforma, móveis, vitrines, balcões e decoração; uma linha telefônica) e o capital de giro (estoque inicial, custos fixos e mão-de-obra). Desta forma alguns empresários deixam de ser ambulantes e se fixaram num ponto comercial.

## **LOCALIZAÇÃO**

Lojas de bijuterias devem ser implantadas em locais de grande movimentação de pessoas, como galerias, shopping centers ou ruas com bastante fluxo de pedestres. O interessado no segmento deve estar consciente de que cada tipo de ponto atrairá consumidores de perfis diferentes, com demanda por artigos igualmente diferentes. Em um shopping, por exemplo, é aconselhável ter peças mais sofisticadas do que numa loja de rua. Imprescindível também é a valorização do visual das peças e a recomendação dos varejistas mais experientes no ramo é montar lojas que mais parecem joalherias.

## **ESTRUTURA**

A empresa será dividida em 2 ambientes diferentes: uma áreas de administração, venda por atacado e uma área de vendas no varejo. Para isto será necessário uma área de aproximadamente 10 m<sup>2</sup>. As posições e distribuição das máquinas e equipamentos, balcões de atendimento, depósitos, entre outros é importante para a integração das atividades de prestação de serviços a serem executadas e atingir satisfatoriamente a produção desejada, para tanto você deverá considerar tanto o layout interno ( ambiente, decoração, facilidade de movimentação, luminosidade, entre outros) como o externo ( vitrinas, fachada, letreiros, entradas e saídas, estacionamento, entre outros) da sua empresa.

## **EQUIPAMENTOS**

Os principais materiais e equipamentos para a loja são:

- Estante aberta de aço para armazenar estoques;
- Estante fechada para armazenar produtos expostos;
- Armário com pequenas gavetas para armazenar pequenos acessórios;
- Embalagens comuns e para presente (personalizada da loja);
- Balcão e vitrine;
- Prateleiras de vidro;
- Grades de parede expositora de produtos;
- Materiais, móveis e utensílios de escritório.

## COMEÇANDO

Uma vez colocado em funcionamento o novo negócio, estabelece-se um novo desafio: a sua gestão competitiva, capaz de oferecer ao mercado os melhores produtos e serviços e assegurar o melhor retorno do capital empregado. Gerenciar o negócio significa colocar à prova o talento, o conhecimento e a experiência do empreendedor, dentro do mais elevado grau de profissionalismo. Administrar é o processo de planejamento, organização, liderança e controle do trabalho de todos que fazem parte direta ou indiretamente da empresa e o uso de todos os recursos organizacionais para que se atinjam os objetivos estabelecidos. Tais informações e formações podem ser adquiridas através de treinamentos, cursos e palestras tipo: Administração Básica para Pequenas Empresas, Técnicas para Negociações, Lucratividade – Crescer – Sobreviver ou Morrer, Análise e Planejamento Financeiro, Controles Financeiros, Desenvolvimento Das habilidades Gerenciais, Gestão de pessoas, entre outros.

**APRESENTAÇÃO DA MERCADORIA** - Independentemente da classe social do cliente e do quanto ele está disposto a gastar, não deve haver perda de tempo na escolha das peças. Para isso, é preciso dispor os artigos divididos em "famílias", de acordo com os estilos e materiais; outras combinações também podem ser sugeridas pelo próprio dono ou vendedor. Falar a "língua do cliente" e dar explicações técnicas sobre os materiais usados nas bijuterias são instrumentos de vendas tão decisivos quanto ter à mão espelhos como os utilizados em óticas, para os fregueses verem como ficam com as peças.

**PRODUTOS** - Mix de produtos afinado com o gosto dos clientes é essencial nesse ramo. A ordem é facilitar a escolha das mercadorias pelos clientes, que não devem deparar com um mix confuso de artigos. Nada de misturar muitos tipos de produtos, nem querer atender ao mesmo tempo adultos e crianças.

**FORNECEDORES** - Saber comprar bem costuma ser a principal dificuldade enfrentada por quem planeja entrar no ramo. Uma alternativa fácil e barata para contornar tal obstáculo é participar das feiras dedicadas ao segmento, onde cerca de 150 expositores (fabricantes e atacadistas) de todo o Brasil levam seus lançamentos em grande quantidade para pronta entrega. Muitos lojistas se abastecem apenas nesses encontros. A única desvantagem dos eventos é que o intervalo entre as compras gira em torno de dois meses, quando o ideal é comprar semanal ou quinzenalmente, para não correr o risco de ficar com mercadorias encalhadas e poder oferecer produtos conforme modismos sugeridos, por exemplo, em cenas de novelas uma alavanca de vendas que não se pode ignorar nesse segmento.

## CLIENTES

A maioria dos consumidores de bijuterias são mulheres, com bom poder aquisitivo, jovens e que trabalham ou moram próximo a loja, porém os homens também estão ficando adeptos a compra de bijuterias, seja para presentear ou para si mesmo.

## DIVERSIFICAÇÃO

A loja deverá oferecer uma grande variedade de produtos para satisfazer os mais

variados gostos de seus clientes e assim atender um maior número de necessidades, além disto a empresa poderá oferecer um atendimento personalizado e aceitar encomendas de produtos que estarão em um mostruário ou revista com outros tipos de bijuterias.

## **AUTOMAÇÃO**

Uma tendência cada vez mais presente nas empresas de serviços que buscam o sucesso. Podendo ser capaz de melhorar os serviços aos clientes, reduzir filas, agilizar a emissão de notas fiscais, entre outros. Caixas eletrônicas isoladas ou integradas, preenchimento de cheques automáticos, impressoras de notas fiscais nos caixas, terminais de informações ao cliente, entre outros, também ajudam a melhorar a qualidade e rapidez no atendimento.

## **LEMBRETES**

Numa economia que tende à estabilização, saber definir o preço certo dos serviços oferecidos é uma das decisões mais importantes na sua futura empresa. O desejo do consumidor versus a expectativa de ganho do proprietário – O consumidor sempre deseja pagar o menos e ter mercadorias de qualidade, enquanto o sonho do empresário é obter o melhor retorno, com o menor risco. Essas informações podem ser adquiridas através de cursos tipo – “Formação de preços”.

## **NOTÍCIAS**

### **Tema indiano domina feira de bijuterias em SP**

22 de abril de 2009

Figurino da novela ‘Caminho das Índias’ dita tendência.

Braceletes e pulseiras são peças-chave para compor visual de inverno.

As cores das roupas e as jóias usadas pela atriz Juliana Paes na novela “Caminho das Índias”, da Globo, serviram de inspiração para muitos designers de bijuteria que participam, até esta quinta-feira (23), da 45ª edição da Bijoiás, feira de negócios que acontece em São Paulo e reúne lojistas e profissionais do setor de acessórios.

“A tendência é usar peças bem grandes e coloridas. Essa moda indiana está acontecendo no mundo inteiro. No Brasil, está mais forte por conta da novela, porque o estilo indiano está escancarado”, observa Vera Masi, diretora da feira.

Cabelos curtos são tendência no inverno para as mulheres Lojas do Brás apontam o que estará na moda da rua na próxima estação em SP Desfile de lingerie mostra tendências de cores da moda íntima em SP

Pingentes grandes e brincos longos também são tendência, diz Vera. A dica é usá-los com aquelas peças básicas do guarda-roupa de inverno, onde há muito preto, cinza e azul-escuro.

Na cartela de cores que se vê nas peças oferecidas pelos fabricantes de bijuterias, predominam o azul-turquesa, os tons de vermelho e os terrosos. “O tema África também está muito forte, com detalhes em madeira e de animais, como o elefante”, acrescenta Vera. Por ser um tema muito forte, as bijuterias com inspiração indiana devem ser usadas com parcimônia, sugere a diretora da feira. “Em vez de usar várias peças, é melhor usar uma só, como uma pulseira, um bracelete ou um brinco grande, e arrasar”, diz Vera. O sucesso da Índia no segmento de bijuterias é garantia

de vendas para a designer Carmem de Assis, que conta sempre ter trabalhado os elementos e as cores indianos em suas coleções. “Novela costuma movimentar os negócios. Até na hora de comprar matéria-prima, porque o tema fica evidente e aparece em todo fornecedor”, diz a designer, que apostou no dourado, no couro e azul-turquesa para este inverno. O designer Marcos Aurélio, da Korpusnu, conta que também se inspirou na Índia, mas não no vestuário e nas joias. “A minha principal inspiração foi a arquitetura das formas, principalmente a da tapeçaria”, conta. Por isso, Marcos Aurélio deixou o dourado forte de lado e investiu no ouro velho e na mistura de cores como vinho, rosa e azul. Mas não é só nas bijuterias que o tema indiano está bombando. Lenços, batas e pashminas predominam no estoque dos lojistas da feira.

Flores Mesmo com o inverno batendo à porta, as flores aparecem nas coleções de alguns designers. Marcos Aurélio criou presilhas para o cabelo com flor de metal forrada em veludo azul, verde e roxo em tons escuros, além de preto. “É uma prévia da minha coleção de primavera”, adianta. Já a designer Marcielli Rodrigues, da Maison Bijoux, traz as flores em couro em todas as suas coleções. “Flor nunca sai de moda. O que há é a releitura das cores. No inverno, os tons são mais fechados, sóbrios”, afirma Julio Cesar Rodrigues, marido e sócio de Marcielli. Ou seja, não é porque estamos às vésperas do inverno e que o tema indiano vem ditando moda, que a delicadeza das flores ficará de lado. A diretora da feira, no entanto, ressalta que essa “safra” atual de flores passa longe do romantismo, inclusive por causa das cores sóbrias do inverno. Fonte:

<http://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,,MRP1094917-5605,00.html>

## **CURSOS**

SENAC ES Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 2077 Bento Ferreira – Vitória / ES- CEP: 29052-121 Tel.: (0XX27) 3325 8222 Site: <http://www.es.senac.br>

DISK BIJU Rua Campelo, 210 – São Paulo / SP Tel.: (0XX11) 6997-9000/6997-9006/6997-9012/6997-4000 Site: <http://diskbiju.com.br/>

## **LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA**

Cabe sugerir consulta à “ **CARTILHA DO FORNECEDOR CAPIXABA** ”, que se encontra disponível na Biblioteca do SEBRAE/ES ou pelo site:

[http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha\\_Fornecedor\\_Capixaba.pdf](http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha_Fornecedor_Capixaba.pdf)

É necessário consultar o PROCON para adequar seus produtos às especificações da Lei Federal nº 8.078/1990 - Código de Defesa do Consumidor - Alterada pela Lei nº 8.656/1993, Lei nº 8.703/1993, Lei nº 8.884/1994, Lei nº 9.008/1995, Lei nº 9.298/1996, Lei nº 9.870/1999 e Medida Provisória nº 1.890-67/1999.

## **REGISTRO ESPECIAL**

Torna-se necessário tomar algumas providências, para a abertura do empreendimento, tais como:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretária da Fazenda;
- Registro na Prefeitura do Município;
- Registro no INSS;

- Registro no Sindicato Patronal; O novo empreendedor deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar sua Loja de Bijuterias para obter informações quanto às instalações físicas da empresa (com relação a localização), e também o Alvará de Funcionamento.

## EVENTOS

**FENINJER** - Feira Nacional da Indústria de Jóias, Relógios e Afins

Site: <http://www.feninjer.com.br>

**TECNOGOLD** - Feira Internacional de Máquinas e Tecnologia para o Segmento de Jóias, Gemas, Bijuterias e Metais Preciosos Site:

<http://www.tecnogold.com.br/action/pt/principal> Local: São Paulo / SP.

**BIJÓIAS** Site: <http://masi-bijoias.com.br/index.htm>

Local: São Paulo

(A feira de bijuterias tem seis edições anuais, quatro em São Paulo (abril, junho, agosto e novembro) e duas no Rio de Janeiro (março e outubro).

## ENTIDADES

### **Central Fácil – Central de Atendimento Empresarial**

É um sistema de atendimento que prevê a simplificação, racionalização e padronização dos processos de abertura de empresas, através de redução da burocracia.

Avenida Nossa Senhora da Penha, 1433 – Santa Luzia – Vitória – ES

CEP 29045-401

Fone: 27- 2127- 3000

E-mail: [facil@es.sebrae.com.br](mailto:facil@es.sebrae.com.br)

Horário de funcionamento:

Segunda a sexta: 12 as 17:30 h.

### **PROCON (Coordenação de Atendimento)**

Av. Maruípe, nº. 2544 – Itararé, Vitória/ES - CEP: 29.045-230

Tel.: (27) 3382-5545 / 5539 / 5536

Site: <http://www.vitoria.es.gov.br/procon/procon.htm>

E-mail: [procon@vitoria.es.gov.br](mailto:procon@vitoria.es.gov.br)

### **JUCEES - JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**

Av. Nossa Senhora da Penha, 1433, Santa Luíza - Vitória/ES

CEP: 29045-401

Tel.: (027) 3135-3167 / 3135-3163  
Site: [www.jucees.es.gov.br](http://www.jucees.es.gov.br)  
E-mail: [atendimento@jucees.es.gov.br](mailto:atendimento@jucees.es.gov.br)

**SEFAZ-ES - SECRETARIA DE ESTADO DA FAZENDA DO ESPÍRITO SANTO**

Av. Jerônimo Monteiro, 96 - Ed. Aureliano Hoffman – Centro, Vitória/ES.  
CEP: 29010-002  
Tel.: (27) 3380-3922  
Site: [www.sefaz.es.gov.br](http://www.sefaz.es.gov.br)

**PREFEITURA DE VITÓRIA**

SEDEC – DCOPP – Secretaria de Desenvolvimento Urbano  
Rua Vitória Nunes da Mota, 220, CIAC, Ed. Ítalo Batan Regis  
Enseada do Suá – Vitória/ES  
CEP: 29010-331  
Tel.: (0xx27) 3135-1097  
<http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>

**CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS JURÍDICAS**

Praça Costa Pereira, 30  
Centro - Vitória (ES)  
CEP: 29.010-080.  
Tel: (27) 3132-1600  
E - mail: [cartorio@cartoriosarlo.com.br](mailto:cartorio@cartoriosarlo.com.br)  
<http://www.cartoriosarlo.com.br>

**IBGM - Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos**

SCN Centro Empresarial Liberty Mall Bloco A, C Conjunto  
1105 CEP: 70712-903 - Brasília DF  
(61) 3326-3926 - Fax: (61) 3328-6721 E-mail: [ibgm@ibgm.com.br](mailto:ibgm@ibgm.com.br) Site:  
[www.ibgm.com.br](http://www.ibgm.com.br)

**AJORIO Associação dos Joalheiros e Relojoeiros do Estado do Rio de Janeiro**

Endereço: Av. Graça Aranha, 19 - GR404 - 4º andar CEP 20030-002 Cidade: Rio de Janeiro - RJ Fone: (21) 2220-8004 - Fax: (21) 2510-3944 Site: [www.ajorio.com.br](http://www.ajorio.com.br) E-mail: [ajorio@ajorio.com.br](mailto:ajorio@ajorio.com.br)

**ABGA – Associação Brasileira dos Gemólogos & Avaliadores de Gemas e Jóias**

Rua Visconde de Pirajá 540 sala 211 - Ipanema - RJ Rio de Janeiro - RJ Tel:(21) 2540 0059 Fax (21) 2540 6679

**ADESIGN-SE – Associação dos Designers de Jóias e Bijuterias dos Estados do Sudeste** Rua Visconde de Pirajá 540 sala 211 - Ipanema Rio de Janeiro - RJ Tel:(21) 2540 0059 Fax (21) 2540 6679 E-mail: [contato@adesignse.com.br](mailto:contato@adesignse.com.br)

## FORNECEDORES

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

### **DOMINI BIJOUTERIAS E ACESSORIOS LTDA**

ALEIXO NETTO , R1400 sl 101/102 / PRAIA DO CANTO / VITÓRIA - BR

CEP:29055260

Tel:27-3235-9145

Email:

Site:

### **Sites Interessante:**

BELA BIJU – FORNECEDOR DE MATÉRIA

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

INDÚSTRIA DE BIJOUTERIAS SIGNO ARTE

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

PORTAL DAS JÓIAS

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

SANBIJU

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

LASKANI IMPORTADORA

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

INDÚSTRIA DE BIJOUTERIAS SIGNO ARTE

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

FOX FOLHIADOS

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

METALLY BIJOUX DISTRIBUIDOR

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

ANA PAULA CRUZ-DESIGN

<http://www.anapaulacruz.com>

## BIBLIOGRAFIA

LOJA de bijuterias. **Pequenas Empresas Grandes Negócios**, São Paulo, Nº200 , p.70-73, fev. 2000.

AZEVEDO, João Humberto de. **Como abrir seu próprio negócio: Fábrica de bijuterias**. 3 ed. Porto Alegre: SSEBRAE/RS, 2001.



AIUB, George Wilson; ANDREOLLA, Nadir; ALLEGRETTI, Rogério Della Fávera.  
**Plano de Negócios: Serviços.** 2 ed. Porto Alegre : Ed. SEBRAE/RS, 2000.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z:** como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1999.

ANDRADE, Patrícia Carlos de. **Oriente-se:** guia de profissões e mercado de trabalho. Rio de Janeiro: Ed. Oriente-se, 2000.

CHAGAS, Fernando Celso Dolabela. **O segredo de Luísa** -uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce um empreendedor e se cria uma empresa. 14 ed. São Paulo: Cultura Editores e Associados, 1999.

Oportunidades de Negócios é um material meramente 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 idéias com as informações apresentadas, mas carecerá de um estudo mais detalhado e específico para a implementação do seu empreendimento.

#### **ÁREA RESPONSÁVEL E DATA DE ATUALIZAÇÃO**

UAD - Unidade de Atendimento e Desenvolvimento – SEBRAE/ES

Data da última atualização: abril de 2009