

## ESTUDO DE VIABILIDADE PARA IMPLANTAÇÃO DE UM NEGÓCIO NO SEGMENTO DE SEMI JOIAS

Astila Leite Persilva Paratella<sup>1</sup>.  
Davidson Julio Xavier<sup>2</sup>.  
Fernanda Lima Montemor Costa<sup>3</sup>.  
Jéssica Stephanie Monteiro Ribeiro<sup>4</sup>.  
Rafaela Lima Montemor Costa<sup>5</sup>.  
Ronaldo Maciel Guimarães<sup>6</sup>.

### RESUMO

Este artigo apresenta a viabilidade mercadológica e financeira de uma empresa no setor de semi jóias. A viabilidade foi demonstrada por meio da elaboração de um plano de negócios.

Palavra chave: Plano de Negócios, Viabilidade, Semi Joias.

### Introdução

No mundo dos negócios, a produção de acessórios femininos tornou-se para muitos um hobby e para outros uma fonte de renda. Seja qual for a intenção, para um design criar semi jóias tem que ter criatividade.

O envolvimento dos acessórios está presente em todas as culturas, das mais primitivas as mais desenvolvidas, marcando na história mais do que qualquer outra arte, as sutilezas de uma civilização e uma época.

Desde as primeiras tribos, os ornamentos eram usados. Estes tinham a finalidade maior do que enfeitar. Acreditava-se que símbolos gravados no metal, sementes e pedras teriam o poder de proteger, trazer saúde, fertilidade, erotismo... A humanidade queria expressar sua cultura e arte nos acessórios pessoais.

No Brasil surgem, a cada dia, novas lojas de semi joias voltadas para os mais diferentes bolsos e gostos. Quem está nesse mercado diz que houve um

---

<sup>1</sup> Aluna do curso de administração da Faculdade Promove

<sup>2</sup> Aluno do curso de administração da Faculdade Promove

<sup>3</sup> Aluna do curso de administração da Faculdade Promove

<sup>4</sup> Aluna do curso de administração da Faculdade Promove

<sup>5</sup> Aluna do curso de administração da Faculdade Promove

<sup>6</sup> Graduado em Administração, Especialista em Educação a Distância e Mestre em Administração. Professor da Faculdade Promove de Minas Gerais

grande crescimento dessa atividade, mas só permanecerá sólida no mercado a empresa que oferecer produtos de qualidade e bom atendimento.

A semi joia é o meio termo entre joias e bijouterias. São produzidas em metais não preciosos, que passam por banho de metal precioso, como ouro 18k, ródio ou prata. Portanto é um produto mais personalizado e com uma vida útil maior que a bijouteria. (PORTALEDUCAÇÃO.COM)

Este artigo aborda o estudo dos componentes de um Plano de Negócios e detalha o desenvolvimento de um projeto de uma loja de semi joias voltada para o público feminino na região do bairro Buritis.

O objetivo deste artigo é verificar a viabilidade financeira e mercadológica de uma empresa do setor de semi joias através da ferramenta Plano de Negócios.

### **Plano de Negócios**

Plano de negócios ou “*business plan*”, como é falado em inglês, pode também ser entendido como plano empresarial. Este é um documento que especifica, em linguagem escrita, um negócio que se quer iniciar ou que já está iniciado.

Segundo José Dornelas (2011) o Plano de Negócios é um documento usado para planejar um empreendimento em estágio inicial ou não, de maneira que defina sua atuação no futuro; elaborado de acordo com as necessidades de cada empreendimento, ele é capaz de mostrar a viabilidade e as estratégias deste, do ponto de vista estrutural, administrativo, estratégico, mercadológico, técnico, operacional e financeiro, além de reunir informações tabulares e escritas de como o negócio é ou deverá ser. O Plano de Negócios pode ser usado para os seguintes objetivos de uma organização:

- Testar a viabilidade de um conceito de negócio: Após a conclusão do Plano, o administrador terá uma análise de viabilidade econômica do negócio, ou seja, viável ou não viável.
- Orientar o desenvolvimento da estratégia e de operações: O Plano de Negócios é uma ferramenta de gestão estratégica onde seu conteúdo servirá para desenvolver o plano tático e operacional da empresa.
- Atrair recursos financeiros: O Plano de Negócios é o cartão de visita do organizador que está em busca de recursos monetários (Bancos, fundo de

investimentos, investidores, etc). Sem o Plano de Negócios dificilmente o empreendedor conseguirá recursos.

- Transmitir credibilidade: Os organizadores que criam um plano de Negócios são respeitados por darem importância ao planejamento, a gestão e ao crescimento de uma empresa.

- Desenvolver a equipe de gestão: Um plano de negócios bem estruturado pode servir para o empreendedor atrair e pagar salários de mercado a grandes talentos que poderiam compor a equipe de gestão da empresa. (DORNELAS, 2011)

O plano empresarial também pode ser utilizado como ferramenta de marketing interno e gestão.

O objetivo principal de um plano de negócios, que pode ser aplicado tanto em uma empresa que está para nascer quanto em uma organização já existente, é definir o formato, identificar os pontos de diferenciação pelos quais a companhia irá competir no mercado e levantar fraquezas e vantagens da concorrência.

De outro ponto de vista, durante a elaboração do plano de negócios é necessário discutir as ações prévias para que se verifique a atividade principal da empresa, o caminho a ser percorrido, e os diferenciais que o negócio precisa ter para alcançar um objetivo final. (CATHO.COM)

Além do empreendedor, muitos são os públicos que podem se beneficiar com o uso do Plano de Negócios, este obriga o empresário a concentrar-se na análise do ambiente de negócios, nos objetivos, nas estratégias, nas competências, na estrutura, na organização, nos investimentos e nos recursos necessários, bem como no estudo da viabilidade do modelo do negócio. (BERNARDI, 2011)

Há vários tipos e formatos de Plano de Negócios, podendo ser definidos em completo, texto de 20 a 40 páginas, resumido, de 10 a 15 páginas e operacional, sem limite de páginas. Outra tendência é a estruturação do Plano apenas em formato de slides, ou lâminas de apresentação, facilitando assim o trabalho do empreendedor que poderá criar e escolher quais lâminas fazem parte do Plano completo e quais do Plano resumido, este é muito utilizado por empresas de consultoria. (DORNELAS, 2011)

Para criar um plano empresarial é necessário definir pontos básicos iniciando com a ideia de negócio, que geralmente é o ponto de partida. Em seguida,

se analisa a oportunidade, ou seja, é necessário entender se a ideia pensada teve potencial de viabilidade econômica e se há possíveis clientes no mercado para consumir o futuro produto ou serviço.

Assim como os tipos e formatos dos Planos de Negócios são variados, inúmeras são as possíveis estruturas de um Plano, um exemplo com uma estrutura detalhada e que pode ser utilizado como base para a customização da estrutura do Plano de Negócios é adotado pelo SEBRAE, que sugere a seguinte estrutura:

1. Sumário Executivo: O sumário executivo é um resumo do PLANO DE NEGÓCIO. Não se trata de uma introdução ou justificativa e, sim, de um sumário contendo seus pontos mais importantes.

2. Análise de mercado:

- Estudo dos clientes: Esta é uma das etapas mais importantes da elaboração do plano. Afinal, sem clientes não há negócios. Os clientes não compram apenas produtos, mas soluções para algo que precisam ou desejam.

- Estudo dos concorrentes: Deve-se observar a atuação da concorrência. Procurar identificar quem são os principais concorrentes. A partir daí, visitá-los e examinar suas boas práticas e deficiências.

- Estudo dos fornecedores: O mercado fornecedor compreende todas as pessoas e empresas que irão fornecer as matérias-primas e equipamentos utilizados para a fabricação ou venda de bens e serviços. Deve-se iniciar o estudo dos fornecedores levantando quem serão os fornecedores de equipamentos, ferramentas, móveis, utensílios, matérias-primas, embalagens, mercadorias e serviços.

3. Plano de marketing:

- Descrição dos principais produtos e serviços: Aqui devem ser descritos os principais itens que serão fabricados, vendidos ou os serviços que serão prestados, quais as linhas de produtos, especificando detalhes como tamanho, modelo, cor, sabores, embalagem, apresentação, rótulo, marca, etc

- Preço: É o que consumidor está disposto a pagar pelo que a empresa irá oferecer. A determinação do preço deve considerar os custos do produto ou serviço e ainda proporcionar o retorno desejado.

- Estratégias promocionais: Promoção é toda ação que tem como objetivo apresentar, informar, convencer ou lembrar os clientes de comprar os produtos ou serviços da empresa e não os dos concorrentes.

- Estrutura de comercialização: A estrutura de comercialização diz respeito aos canais de distribuição, isto é, como os produtos e/ou serviços chegarão até os clientes.

- Localização do negócio: Neste momento, deve-se identificar a melhor localização para a instalação do negócio e justificar os motivos da escolha desse local.

#### 4. Plano operacional:

- Layout ou arranjo físico: Por meio do layout ou arranjo físico, é definido como será a distribuição dos diversos setores da empresa, de alguns recursos (mercadorias, matérias-primas, produtos acabados, estantes, gôndolas, vitrines, prateleiras, equipamentos, móveis, matéria-prima etc.) e das pessoas no espaço disponível.

- Capacidade produtiva/ comercial/serviços: É importante estimar a capacidade instalada da empresa, isto é, o quanto pode ser produzido ou quantos clientes podem ser atendidos com a estrutura existente.

- Processo operacional: É o momento de registrar como a empresa irá funcionar, como serão feitas as várias atividades, descrevendo, etapa por etapa, como será a fabricação dos produtos, a venda de mercadorias, a prestação dos serviços e, até mesmo, as rotinas administrativas.

- Necessidade de pessoal: Fazer a projeção do pessoal necessário para o funcionamento do negócio. Esse item inclui os sócios, os familiares, se for o caso e as pessoas a serem contratadas.

5. Plano Financeiro: Nessa etapa, será determinado o total de recursos a ser investido para que a empresa comece a funcionar.

Após estas etapas iniciais pode-se começar a gerir a empresa, e estas podem ser revistas a qualquer momento, de forma interativa, lembrando que é o empreendedor que planeja o processo de estruturação do seu negócio desde a análise das ideias iniciais até a gestão da empresa.(GLOBO.COM)

### **Unique LTDA**

A Unique LTDA será uma empresa focada na montagem e comercialização de semi joias exclusivas. As peças possuem design diferenciado, valor acessível e embelezam e valorizam a mulher. Em uma sociedade onde as mulheres se preocupam cada vez mais com a aparência, investir neste mercado se tornou uma grande oportunidade.

As oportunidades do setor encontram-se no ambiente econômico, como apresentado no gráfico 1 - Importância da Oportunidade, devido a abertura da economia e o aumento do comércio entre países, como no caso de exportação, queda de barreiras comerciais e diminuição de tributos do comércio exterior, o mercado de semi joias poderia se expandir com maior facilidade, conquistar mercados internacionais e diversificar a matéria-prima, além de diminuir os custos.



O setor apresenta ameaças no ambiente político, conforme gráfico 2 – Importância da Ameaça, com a compra informal, ou seja, sem nota fiscal, sem certificação dos fornecedores e matéria-prima de baixa qualidade poderia causar uma redução das vendas devido ao baixo custo de empresas concorrentes informais. O fato das estradas, portos, aeroportos e ferrovias Brasileiras não se encontrarem em boas condições de tráfego, afeta bastante o setor, causando atrasos e até mesmo avarias na matéria-prima.



De acordo com o gráfico 3 – Intensidade das Forças do Setor, a possibilidade de entrada de novos concorrentes é média, não há exigências do governo que beneficiam empresas existentes ou limitam a entrada de novas

empresas, mas necessita de alto investimento em infra-estrutura, crédito a clientes e produtos e é grande a chance de haver concorrência acirrada.

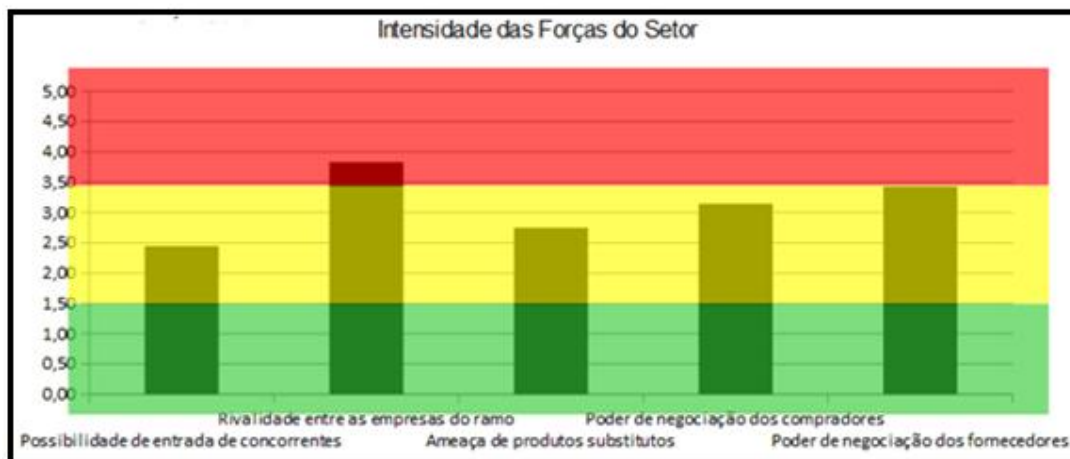
Existe grande número de concorrentes, com relativo equilíbrio em termos de tamanho e recursos. Como é acirrada a disputa de preços entre os concorrentes, é necessário que haja diferenciação entre os produtos comercializados.

No setor de semi joias as empresas existentes não costumam utilizar publicidade para promover sua imagem e dos produtos, mas atualmente os setores de atuação dos produtos substitutos não estão em expansão, o que diminui a entrada destes no mercado.

Em relação ao poder de barganha dos consumidores, os resultados foram medianos, pois os produtos vendidos pela empresa não são essenciais para melhorar os produtos do comprador, além de que os clientes são muito bem informados sobre preços de semi joias, o que aumenta o poder de negociação. Em contrapartida, é pouco provável que os clientes venham a produzir os produtos ofertados, diminuindo o poder de argumentação dos compradores.

A compra da matéria prima é uma das principais atividades da empresa, portanto buscar bons fornecedores levam ao sucesso do negócio. Atualmente é difícil encontrar fornecedores com certificados e qualidade exigida pela Unique, o que aumenta o poder de barganha dos fornecedores.

GRÁFICO 3

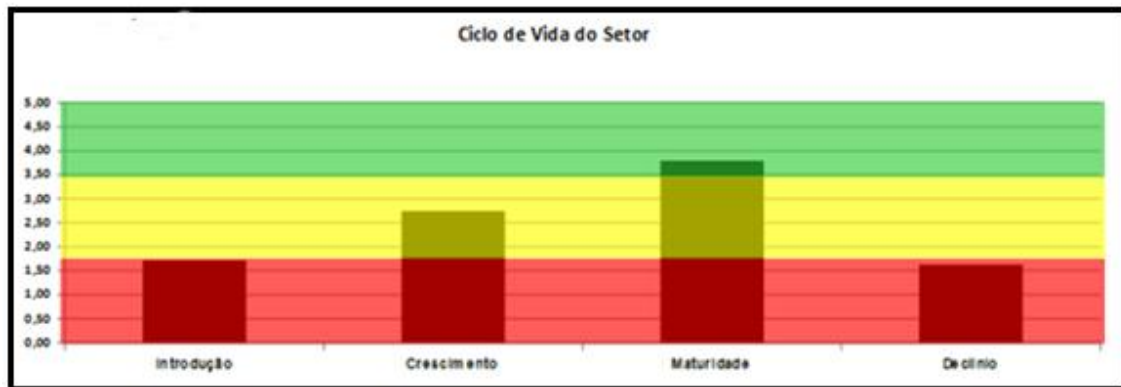


FONTE: DADOS PRIMÁRIOS

O setor de semi joias se encontra na maturidade, como apresentado no gráfico 4 – Ciclo de Vida do Setor, pois é um produto já reconhecido pelos clientes, que são habituados a comprá-los. Como o produto já atingiu seu potencial, seu

crescimento só é possível mediante a descoberta de novos clientes que ainda não o usam e demandam diferenciação. Por haver muitos concorrentes, e a oferta ser maior que a demanda é necessário monitoramento constante em relação aos concorrentes, para que não haja diminuição das vendas.

GRÁFICO 4



FONTE: DADOS PRIMÁRIOS

A Unique buscará a estratégia genérica de diferenciação, como mostra o gráfico 5 – Estratégias Genéricas, pois a empresa possui excelentes produtos, altíssima qualidade e transforma desejos em produtos reais, ou seja, o que toda mulher busca ao adquirir uma semi joia. A empresa possui rede de fornecedores confiáveis, de qualidade, tradicionais e algumas vezes exclusivos nos produtos que vendem, sendo assim a Unique oferece produtos únicos, seja pelo design, durabilidade, sofisticação e atendimento, que é realizado da melhor forma possível, conhecendo ao máximo os gostos e preferências dos clientes.

GRÁFICO 5



FONTE: DADOS PRIMÁRIOS

A Unique se insere no mercado com a missão de se tornar sólida, admirada pela sua criatividade e inovação nas peças dentro do setor das semi joias. A empresa preza a responsabilidade, o comprometimento, a integração e os



resultados. Visando entender as necessidades e oportunidades dos clientes, busca ser líder no mercado de semi joias com qualidade e designer diferenciados, inicialmente na cidade de Belo Horizonte até dezembro de 2020 e em Minas Gerais até dezembro de 2027.

Para se destacar dos demais concorrentes, atingir o objetivo de ter um produto incomparável e obter a fidelização dos clientes, a estratégia genérica utilizada é a diferenciação, serão comercializadas peças exclusivas, de alta qualidade e design diferenciado.

A Unique trabalhará com a venda de colares, pulseiras, anéis, tornozeleiras de vários modelos, banhados a ouro ou prata, com pedras preciosas, e brincos, que é o principal produto de venda, com a possibilidade de troca da pedra para que a mulher tenha várias opções, sem ter a necessidade de comprar outra semi joia. A vantagem do produto está em poder trocar a pedra de acordo com a necessidade, ambiente, roupa ou ocasião.

Os preços são baseados principalmente na percepção dos clientes. Como a empresa oferece peças diferenciadas, entende-se que um cliente estará disposto a pagar pelo produto apenas pelo status, utilidade e satisfação proporcionada. A loja será localizada na Av. Professor Mário Werneck, Buritis, Belo Horizonte – MG, adotando assim uma estratégia de vendas eficaz. O bairro, freqüentado por várias pessoas, não só no horário comercial, como nos sábados, para as compras, será perfeito para boas vendas.

A Empresa utiliza embalagens, sacolas e caixas personalizadas com a logomarca, que é uma forma de comunicação constante e direta com o cliente; site, onde estarão à mostra todos os produtos e preços; redes sociais, através do Facebook e Instagram; cartão de visita, folders e email, em que todos os clientes que fizerem cadastro na loja receberão as novidades e promoções.

Na área de Recursos Humanos, por ser uma empresa de pequeno porte, não haverá este setor, todos os funcionários admitidos passarão por uma empresa terceirizada, a qual conjuntamente com a Unique decidirá qual pessoa será mais apta para o cargo solicitado naquele momento.

Para preencher o quadro de funcionários, a empresa busca perfis específicos para cada cargo. Vendedoras e operador de caixa deverão ter maioria e ensino médio completo. Serão contratadas preferencialmente mulheres, com boa aparência, experiência e conhecimento no ramo de semi jóias; já o operador(a) de caixa, além dos requisitos acima solicitados, deverá ter

conhecimento básico em informática, ser ágil e confiável. Para exercer a função de ourive, não é exigido sexo e escolaridade, é preciso experiência, habilidade e eficácia para o desenvolvimento de um trabalho de qualidade.

O treinamento dos funcionários da Unique será efetuado no momento da entrada na empresa e a cada mês será avaliado como é possível melhorar o atendimento, os processos, etc., de maneira que se crie um forte entendimento entre funcionários e proprietários. Com isso será possível um ambiente de trabalho saudável e tranquilo, visando a satisfação do cliente, que renderá lucro a Unique.

A loja e o setor de montagem funcionarão de segunda a sábado, das 9:00hr às 18:00hr, podendo haver mudanças em datas comemorativas. A empresa é composta por 5 funcionários, sendo eles: 2 vendedores, 1 caixa, 2 ourives, além de um sócio para cuidar das demais atividades da empresa, este receberá um pro-labore e os demais sócios entram apenas como sócios investidores.

Outro campo a ser abordado é o da logística, através dela é possível assegurar a satisfação do cliente ao longo do tempo, desde os fornecedores, transportes, distribuidores, varejista, clientes, fluxo de materiais, recuperação e reciclagem, fluxo de informação, fluxo financeiro e recursos humanos.

Para satisfazer essas exigências, a Unique, graças a um bom sistema operacional, fará de maneira que seus clientes estejam sempre satisfeitos, além de proporcionar à empresa a tranquilidade de manter um estoque indispensável. O gerenciamento logístico busca contribuir para a excelência no processo de gerenciamento e estratégia organizacional, visando à redução de custos e melhoria dos serviços da Unique. A empresa terá um estoque mínimo e o transporte da mercadoria, quando se tratar de entrega dentro de Belo Horizonte e Regiões Metropolitanas será efetuado por uma empresa terceirizada de motoboy, pagando uma taxa de entrega. Para mercadoria solicitada para outras cidades, o frete será por conta do cliente, o qual deverá escolher por qual transportadora o produto será enviado.

Na compra das mercadorias, a maior parte será feita pela internet, após verificação de amostra enviada pelo fornecedor e a efetivação dos pedidos serão todos via sistema operacional, o qual registrará valores a serem pagos, estoque de produtos disponíveis ou a serem comprados.

A Unique, também utilizará uma logística reversa: as peças para a montagem de correntes, anéis, pingentes e brincos de ouro ou prata que não forem utilizados serão encaminhados novamente ao fornecedor, que os reutilizará,

fundindo-os e criando novas mercadorias. Além da parte econômica e ambiental, a logística reversa é um atrativo para o consumidor. Os clientes estão mais conscientizados e exigentes, ninguém quer ser culpado por comprar um objeto que prejudique o meio ambiente, por isso os fornecedores deverão ser certificados e as demais embalagens serão de material reciclados ou de madeira reflorestada e as lâmpadas da loja serão fluorescentes, as quais ajudam na economia de energia.

O sistema operacional que a Unique utiliza é o ERP, um sistema integrado que utiliza um mesmo banco de dados, facilitando o fluxo de informações entre todas as áreas de uma empresa. Ele integra os dados e processos de vários departamentos, possibilitando a automação e armazenamento de todas as informações do negócio. Ele também apresenta outras vantagens como: redução de inserções manuais nos sistemas, redução de custos, funcionários bem treinados, redução do tempo de resposta às necessidades do mercado; implementação e monitoramentos das melhores práticas de gestão e redução do tempo dos processos gerenciais.

O sistema ajudará a empresa a integrar todas as informações necessárias para que possa melhor atender seus clientes e desfrutar das vantagens que um ERP pode apresentar a uma organização. O sistema operacional auxiliará na tomada de decisões como informar todos os dados instantaneamente, de maneira que os funcionários venham a conhecer a novas alterações. Com o ERP, a equipe da Unique estará sempre ciente dos novos produtos, além de estar treinada para atender corretamente e satisfazer seus clientes, além de reduzir os custos da empresa.

Os resultados financeiros foram obtidos por meio de cálculos estimados de receitas e despesas/custos. A seguir é apresentado a demonstração simplificada dos resultados e os indicadores de viabilidade.

<b>RESULTADOS OPERACIONAIS (VALORES ANUAIS)</b>	
<b>DISCRIMINAÇÃO</b>	<b>PROJETADA</b>
RECEITA DE PRODUTOS	R\$ 773.244,00
CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 494.510,42
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	R\$ 278.733,58
CUSTOS FIXOS	R\$ 220.223,06
<b>LUCRO LÍQUIDO</b>	<b>R\$ 58.510,52</b>

## **INDICADORES**

Lucratividade: 7,57%
Rentabilidade: 97,52%
Prazo de Retorno do investimento: 1,03 Anos.
Ponto de Equilíbrio: 79,01%

### Conclusão

Através das pesquisas realizadas pode-se concluir que a Unique LTDA, apesar da alta concorrência, tem grande potencial para sua introdução no mercado. Pelo fato do setor se encontrar na maturidade, a intensidade das forças mostram um ambiente com alta rivalidade entre as empresas do ramo, grande poder de negociação dos fornecedores e dos compradores, ou seja, um ponto negativo para a abertura da empresa. Porém as análises da entrada de concorrentes e ameaça de produtos substitutos apresentam resultados favoráveis a entrada neste setor.

Os estudos financeiros demonstram a viabilidade do negócio, foram projetados os custos e despesas fixos e variáveis. A demonstração do resultado do exercício apresenta resultados positivos com uma lucratividade de 7,5%, o que equivale a R\$ 58.510,52. O prazo de retorno de investimentos é baixo, aproximadamente 1 ano, ou seja este investimento será recuperado rapidamente. Após análise mercadológica e financeira, o plano de negócios se mostra viável.

### Referências

BERNARDI, LUIZ ANTONIO (2011) Manual de Plano de Negócios: Fundamentos, Processos e Estruturação. São Paulo: Atlas, 2011.

DORNELAS, JOSÉ (2011) Plano de Negócios: seu guia definitivo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

CATHO. **Disponível em:** <http://www.catho.com.br/carreira-sucesso/gestao-rh/a-importancia-do-plano-de-negocios>. Acesso em: 08 de Abril/2015

GLOBO. **Disponível em:** <http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI219765-17161,00-COMO+MONTAR+UM+PLANO+DE+NEGOCIO+SIMPLES+E+PRATICO.html>. Acesso em: 08 de Abril/2015

PORTAL EDUCAÇÃO. Disponível em:  
<http://www.portaleducacao.com.br/Artigo/Imprimir/16168>. Acesso em: 15 de  
Setembro/2013

SEBRAE. Disponível em: [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br). Acesso em: 08 de  
Abril/2015