

ETEC 151 – Prof. Ídio Zucchi
CLASSE DESCENTRALIZADA PITANGUEIRAS
TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

JOICE CRISTINA PEREIRA SANCHES
PAULA THAYANA BARBOSA BOLZAN

JAMBUBIJU EMPREENDER E EMBELEZAR COM BIJUS

PITANGUEIRAS

2021

JOICE CRISTINA PEREIRA SANCHES

PAULA THAYANA BARBOSA BOLZAN

Jambubiju

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso Técnico em Administração da Etec Prof. Idio Zucchi, classe descentralizada Pitangueiras, orientado pela Professora Patrícia Cardoso de Pietro Conde, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Administração.

PITANGUEIRAS

2021

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a meus principais incentivadores, minha mãe, minha irmã e meu marido que nunca mediram esforços para me ajudar, me incentivando e jamais me deixando desistir. Ao meu companheiro de vida meu agradecimento maior pelas noites de companhia das aulas quando online e que nunca me abandonou na volta as aulas na época de pandemia. Dedico este trabalho também a uma pessoa especial na minha vida que engrandece minha vida profissional, Andrea obrigada por tudo e por tanto, quanto mais convivo com você mais tenho orgulho de aprender a ser uma profissional melhor. Paula Barbosa Bolzan

Sou grata à Deus.

Agradeço aos familiares, por todo amor e carinho, e por entenderem os momentos de ausência. A minha amiga Paula muito obrigado pela ajuda em vários momentos de dificuldade. Joice Sanches

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	5
2. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	7
2.1 Dados de empreendimento	8
2.2 Missão.....	8
2.3 Visão.....	8
2.4 Valores da empresa.....	8
2.5 Setores de atividades.....	9
2.6 Forma jurídica (enquadramento tributário).....	9
3. Construção da marca.....	9
4. Trabalho de campo.....	10
5. Entrevista.....	11
6. Conclusão.....	13
7. BIBLIOGRAFIA.....	14

1. INTRODUÇÃO

Há várias curiosidades sobre a origem das bijuterias, dentre elas destaca-se o significado da palavra que vem do francês Bijouterie que, traduzindo, significa jóia. Como o brasileiro sempre consegue mudar a palavra, ficou bijuteria, contudo trata-se de uma joia mais barata, versátil, sem perder o glamour de uma joia (HANDMADE,2019).

Desde 1929, alguns estudos afirmam que as bijuterias já eram de conhecimento dos índios, pois com seu uso eles chamavam atenção do sexo oposto, ou seja, as mulheres se enfeitavam com brincos, colares e cocais coloridos para atrair seu futuro marido na aldeia, e ainda há histórias que as mais “enfeitadas” tinham papel de destaque e de uma maior posição na aldeia (DANSARTS, 2020).

Outra parte da origem das bijuterias é que teriam iniciado na história egípcia, grega e romana com peças que eram feitas de pedras e tinham como função a proteção pessoal. Tratavam-se de: medalhas, escapulários, cruzes, pulseiras e etc. Assim como nas tribos indígenas, as bijuterias faziam distinção social, ou seja, os mais ricos usavam as joias com materiais nobres, enquanto os pobres, por assim dizer, usavam materiais menos nobres - pedrarias, penas ou pedras sem valor (HANDMADE, 2019).

Um grande estilista chamado Coco Chanel criou uma coleção chamada “Bijouterie Fantasie”, que eram bijuterias com um designer especial porém, feitas com materiais não preciosos, um famoso popular caro, pois eram bijuterias com assinatura de um grande estilista. Nesse sentido, no decorrer dos anos, a moda e a maquiagem sofreram evolução, porém, sempre tinha alguém que seguia com a moda das bijus. Em meados de 40, 50 e 60 vieram a explosão da juventude e assim, brincos grandes e coloridos. Na década de 70, os acessórios estavam em alta, haviam roupas coloridas e bijuterias de todas as formas, cores e materiais (HANDMADE, 2019).

Atualmente a bijuteria faz parte do nosso cotidiano, é usado por todas as idades, por todos os sexos, se tornando indispensável. Podendo ser usadas, no dia dia, no trabalho, num almoço ou jantar ou até mesmo para completar um look.

Com a pandemia do Covid-19, todos os ramos foram afetados, além da preocupação com o vírus que é invisível, os empreendedores sabiam que isto iria refletir bastante em suas vendas e em suas vidas, pois com as lojas fechadas e

sem vendas não teriam como alimentar seus familiares. De todos os ramos não essenciais, o ramo da bijuteria foi um dos que mais sofreram durante estes quase dois anos de isolamento. Foram 1,3 milhões de empresas fechadas e paradas até a primeira quinzena de junho, conforme o portal de informações - O Popular (2020). Com o decreto e o fechamento das lojas ficou muito difícil a venda desse tipo de produto. As peças de bijuterias são para ser vistas e tocadas e, a pandemia atrapalhou bastante isto. O que o ramo buscou foi investir nas redes sociais e buscar estudar sobre vendas on-line, investir em vendas porta-a-porta e se reinventar (JORNAL DO COMÉRCIO, 2020)

Com as portas das lojas fechadas e o isolamento obrigatório, o ramo de joias e semi-joias declinou, e por não ser de primeira necessidade, os empreendedores do ramo tiveram que se reinventar em feiras on-line, com um período curtíssimos para mostrar suas peças, inovar com aquisição de máquinas para pagamento e ir até o cliente para que vendas pudessem ser concretizada. Ainda assim sofrem com as portas fechadas e a insegurança do atual mercado, com a utilização das máscaras e a incerteza de que o vírus não sobrevive em certas superfícies. As mulheres, maiores público-alvo, começaram a ter receio na utilização de adornos, esses que antes as enfeitavam e embelezavam (PORTAL TERRA, 2021).

Contudo, a expectativa é que o segmento tenha um crescimento de 7% em 2021 na comparação a 2020 (SINDIJOIAS-MG, 2021), afirma o presidente do sindicato das indústrias de Joalheria Ourivesarias, Lapidações e Obras de Pedra Preciosas, relojoarias, Folheados de Metais Preciosos e Bijuterias no Estado de Minas Gerais. Apesar de muitos desafios ainda existirem e de uma volta aos patamares de 2019 ser prevista para 2022, Bernades (2021) salienta que alguns fatores em 2021 deverão contribuir para que os números se apresentem mais expressivos nesse ano (DIÁRIO DO COMÉRCIO, 2021).

Diante dos desafios o setor não permaneceu parado, a movimentação para encontrar uma alternativa durou algumas semanas. Todo o esforço permaneceu centrada em estratégias claras, objetivas e empreendedoras, o

que culminou na produção de uma ferramenta digital para dar continuidade durante todo o ano nesse ambiente de negócio, de outro modo, criou-se um método de trabalho por meio de feiras de negócios digitais. Esse mecanismo impulsionou as vendas (TERRA, 2021).As feiras de negócios digitais foram um caminho para o

melhor desenvolvimento e finalização das vendas. Nelas foram possíveis gerar contato com o mundo, desde os clientes até os fornecedores. Essas feiras já existem no Brasil, porém eram somente de forma presencial, atualmente elas ganharam força virtualmente e geraram resultados positivos (SEBRAE DE A a Z, 2020).

Diante do exposto, as questões de pesquisa que se quer responder são: será que a abertura de um novo negócio pode ter um impacto negativo nesse momento de pandemia? É viável empreender no ramo das bijuterias e gerar lucro? Para se responder a esta questão, esse planejamento de negócio tem como objetivo verificar se é compatível a abertura de uma loja de bijuterias feitas à mão na cidade de Pitangueiras. O projeto se enquadra como abordagem mista (qualitativa e quantitativa), de natureza exploratória e descritiva e se tipifica como aplicada. Como estratégia utilizar-se-á pesquisa de campo.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

O plano de negócio aqui descrito utilizou como base de metodologia a apostila do SEBRAE. A jambubiju, trata-se de um MEI (microempreendedor individual), qual seu principal ramo de trabalho é a comercialização de bijuterias com bom preço, boa qualidade, prezando sempre o excelente atendimento e conexão com os clientes. No atual momento que vivemos, a jambubiju atende apenas de maneira virtual.

Projetamos investir um valor inicial de R\$ 3.580,00 reais para a repaginação do nosso negócio e imersão no mercado físico.

Somos novas no ramo queremos além de um excelente atendimento esperamos agradar nossos clientes com peças feitas a mão com muito amor e carinho.

Nosso negócio tem como missão aumentar a autoestima das mulheres por meio dos acessórios e embelezar com respeito, ética e honestidade prezando sempre nosso valor que é cuidar das mulheres e extrair seu melhor através das bijuterias.

2.1 DADOS DE EMPREENDIMENTO

A empresa jambubiju foi criada por duas amigas, uma do Estado do Pará e a outra de São Paulo, se conheceram em um determinado momento e através de um curso se aproximaram e no meio da pandemia decidiram ganhar um extra. Dessa amizade surgiu várias pesquisas do mundo da moda e a tendência atual. Chegado ao menor denominador dessa ideia, já com as peças compradas e prontas para a “fábrica” funcionar elas pensaram em algo que chamasse atenção e que combina-se com o tema bijuterias, a Paraense pensou em jambu um nome pequeno e de enorme significado, pois jambu é uma comida típica do seu estado que trazem memórias maravilhosas, sendo assim a folha ficou sendo o primeiro nome da empresa e a outra amiga paulista juntou o biju, pedaço da palavra bijuteria e assim surgiu o nome Jambubiju.

2.2 MISSÃO

Criar bijuterias à mão com preço acessível a todos nossos clientes, sendo uma peça útil, inspirando e inovando o ramo com qualidade e leveza.

2.3 VISÃO

Nossa visão é expandir nossas peças à lojas de artesanatos, lojas de roupas, lojas pequenas para melhor conhecimento da nossa loja para tão logo fazermos franquias para o Brasil inteiro.

2.3 VALORES DA EMPRESA

Pautados na transparência, lealdade, franqueza e o maior de todos a responsabilidade da confecção a entrega das nossas peças de acordo com o que o cliente contratou. A jambubiju possui 3 pilares indispensáveis sendo esses a transparência, lealdade e a franqueza esses que jamais podem ser quebrados. Nossos clientes são nossas peças fundamentais jamais deverão ser enganados. Pois além de trabalharmos com objetos do desenho feminino trabalhamos com a imagem das mesmas e com isso seu embelezamento e suas aspirações.

2.4 SETORES DE ATIVIDADES

Setor da economia: Terciário

Ramo da atividade: comercio de bijuterias.

Tipo de negócio: comercialização de bijuterias.

Produtos ofertados: bijuterias em geral (pulseiras, colares, brincos)

Comércio do ramo da bijuteria.

2.5 FORMA JURIDICA

O MEI foi criado em 2009 para tirar da informalidade profissionais autônomos e pequenos empreendedores. É um tipo de empresa simples e que se ajusta muito bem às necessidades de quem atua de forma autônoma. Ao se formalizar como MEI, o empreendedor passa a ter um CNPJ próprio, a possibilidade de emitir notas fiscais e de ter acesso aos benefícios da Previdência Social.

Sendo assim escolhemos esta forma jurídica para trabalharmos neste projeto pela facilidade e benefícios.

3. CONSTRUÇÃO DA MARCA

A ideia de criação da Jambubiju surgiu na pandemia com intuito de embelezar as mulheres neste momento difícil, um ganho extra confeccionando, vendendo e entregando com todos os protocolos de segurança nossas peças para amenizar esses tempos difíceis. A Jambubiju não é apenas uma empresa, é um empreendimento qual usamos nossa criatividade e pesquisa para criá-la. Somos curiosos e usamos nossa criatividade para reinventar o ramo das bijuterias feitas à mão.

Além da curiosidade somos sedentos de novidades, buscando novos caminhos e melhores soluções as nossas clientes. Com um baixo custo a Jambubiju oferece para seus clientes, peças diferentes e entrega rápida. A Jambubiju ainda trabalha com peças de qualidades e conta com fabricação própria. Preocupadas com o meio ambiente e aproveitando a cultura de uma das nossas sócias e com responsabilidade com o meio ambiente a Jambubiju buscou peças feitas de caroço de açaí, quais iriam para o lixo e as tornou bijuterias.

Assim a marca foi criada com o nome Jambu: folha de uma planta paraense de sabor exótico. Bijú: nome encurtado para a palavra bijuteria.

4. TRABALHO DE CAMPO

ENTREVISTA

O gênero entrevista narrativa é definido por Jovchelovitch e Bauer (2002) como sendo uma entrevista com perguntas abertas e uma forma de encorajar os entrevistados. As perguntas abertas possibilitam ao entrevistado relatar seus pensamentos e opiniões. As autoras sugerem perguntas pensando nas pesquisas em geral, como: “Que aconteceu então?” ou “Haveria ainda alguma coisa que você gostaria de dizer?”. Para esta pesquisa as perguntas foram relacionadas ao âmbito linguístico e social, com a finalidade de obter resultados para sanar o objetivo da pesquisa. Então, algumas perguntas desta pesquisa são: “Relate o motivo pelo qual você mudou de cidade. Você tem vontade de voltar a morar na sua terra de origem?” ou “Quais as dificuldades de comunicação que você encontrou?”.

Optamos por este gênero para melhor desenvolver sobre o empreendedor do ramo de joias e o que esperamos encontrar diante deste projeto sobre investir na Jambubiju. A seguir entrevista com empreendedor do ramo.

1.Nome do empreendedor entrevistado:

-Ana Cristina Ferreira Valente

2.Profissão e área de atuação:

- Empresária semijóias

3. Cargo que ocupa:

- Diretoria

4. Nome da Instituição que trabalha:

- Anacris semijóias

5-Seus pais tiveram condições de te ajudar na sua trajetória empreendedora:

- Não eu comecei sozinha do zero

6. O que você pensava ou sonhava quando era jovem para sua vida adulta:

- Já pensava em ter o meu próprio negócio

7. Como você ingressou no mundo do trabalho? Conte-nos a respeito de seu primeiro emprego.

- Comecei a 27 anos atrás começando com as vendas já vendia semijóias, enxovais e roupas na época não se tinha muitas oportunidades de emprego até pq morava em uma cidade muito pequena e sem progresso algum

8. Como e quando você identificou as primeiras e decisivas oportunidades?

- Eu já nasci com o dom de vendas então sempre fiquei nessa área

9. Quais foram as ações que você identificou como necessárias para iniciar o seu negócio ou desenvolvimento de sua carreira?

- Foram várias atingir o público alvo foi a primeira depois vieram o bom gosto prezar pela qualidade e garantia dos produtos fazer publicidades através das redes sociais

10. Você teve algum exemplo inspirador, alguém que lhe serviu como exemplo de vida? Quem foi essa pessoa? Como isso ocorreu?

- Meu pai foi meu grande exemplo ele era corretor de imóveis e era muito bom no que fazia me inspirei nele

11. O que você reconhece como suas principais forças e fraquezas?

- Sempre foi muito otimista faço o meu trabalho com muito amor temos que a cima de tudo amar muito o que fazemos senão não dá certo muito esforço e muito afinco

12. Quais foram os momentos mais difíceis vivenciados por você e como superou?

- Foram os calotes que não foram poucos mais nunca escureci sempre corri atrás e tem dado certo

13. Como foi o caminho percorrido por você para chegar até aqui?

- Muito árduo de muito trabalho e correndo sempre atrás de clientes novos

14. É fácil empreender?

- Não é fácil como já disse anteriormente tem que amar muito o que faz a maioria que conheço desistiu no começo

15. Em sua opinião saber empreender é um dom ou uma habilidade que pode ser desenvolvida por qualquer pessoa?

- Depende da pessoa do esforço e da capacidade e perseverança de cada um também fiz vários cursos no Sebrae parte importantíssima para quem não tem experiência na área de desenvolvimento, finanças, cálculos de custos e lucros propaganda e publicidade

16. Você ainda tem sonhos a realizar? Qual ou quais?

- Sim vários já realizei alguns

17. Que ensinamento ou mensagem você deixa para nós, jovens, que estamos construindo e idealizando o nosso projeto de vida?

- Que tudo na vida é difícil que trabalhar dói e muito sempre temos pedras no caminho as vezes grandes as vezes pequenas mais que não devemos desistir dos nossos sonhos e principalmente saber descobrir qual é o seu verdadeiro dom e acima de tudo ter muito amor e muita dedicação por mais dolorido que seja por mais dificuldades que encontremos lutemos por aquilo que queremos de verdade e o sucesso vem.

5. CONCLUSÃO

Na realização deste projeto buscamos atingir dois objetivos como principais, o empreendedorismo e o embelezamento feminino. Os dados obtidos nesse projeto foram de natureza exploratória, através de entrevistas e preenchimento da plataforma EZAPE.

A partir dessas informações podemos ter uma ideia do consumo das bijuterias na cidade, qual melhor época de vendas, qual melhor maneira da fabricação de nossas peças.

Nosso público alvo são as mulheres de várias faixas etárias, porém vemos os maridos, namorados e amigos interessados em presentear uma amiga, mãe ou esposa como nosso alvo também assim atingindo um público amplo.

Após aplicação das entrevistas ficou claro que o público quer preço e qualidade seja em joias, semi-joias ou bijuterias. Este sendo um nicho bastante explorado na cidade, com um investimento baixo e esperado retorno certo.

Sendo assim o planejamento do negócio é essencial para funcionamento e concretização do nosso projeto. Analisamos clientes, momentos propícios para vendas das peças e ambiente externo e chegamos a conclusão que este é o ideal para sucesso no empreendedorismo no ramo das bijuterias.

BIBLIOGRAFIA

A HISTÓRIA DA BIJUTERIA. **Portal Dansarts**, 2020. Disponível em <https://www.dansarts.com.br/a-historia-da-bijuteria/>. Acesso em 25/05/2021.

A HISTÓRIA DA BIJUTERIA. **Portal adoro handmade**, 2020. Disponível em <https://adorohandmade.com.br/blog/1/a-historia-da-bijuteria-resumo/>. Acesso em 25/05/2021.

PARA DRIBLAR EFEITOS DA PANDEMIA. **O popular**, 2021. Disponível em <https://www.opopular.com.br/noticias/infomercial/sebrae-1.2097672/para-driblar-efeitos-da-pandemia-empres%C3%A1ria-reestrutura-neg%C3%B3cio-de-bijuterias-1.2114108> acesso em 25/05/2021.

CORONAVIRUS. **Jornal do Comércio**, 2021. Disponível em <https://www.jornaldocomercio.com/ conteudo/especiais/coronavirus/2020/03/731170-microemprededores-se-reinventam-para-manter-renda-durante-a-cri-se-do-coronavirus.html> acesso 28/05/2021.

SOLUÇÃO INOVADORA DRIBLOU A CRISE PANDEMICA E IMPULSIONOU O MERCADO DE JOIAS, **Terra**, 2021. Disponível em <https://www.terra.com.br/noticias/dino/solucao-inovadora-driblou-a-cri-se-pandemica-e-impulsionou-o-mercado-de-joias,8ce297918e3920e04d4f6f99b22ff7cb6hu0lz38.html> acesso em 29/05/2021.

EMPREENDER É A MELHOR FORMA DE TER SEU ESFORÇO RECONHECIDO, **Acqio**, 2021. Disponível em <https://acqio.com.br/blog/empreender-e-a-melhor-forma-de-ter-seu-esforco-reconhecido/> acesso em 30/05/2021.

MAS A FINAL O QUE É EMPREENDER, **Revista PEGN**, 2014. Disponível em <https://revistapegn.globo.com/Colunistas/Marcos-Hashimoto/noticia/2014/09/mas-afinal-o-que-e-empreender.html> acesso em 14/06/2021.

O QUE É SER UM EMPREENDEDOR, **Sebrae**, 2021. Disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor> acesso em 14/06/2021.

O QUE É EMPREENDER, **Administradores.com**, 2019. Disponível em <https://administradores.com.br/artigos/o-que-e-empreender> acesso em 14/06/2021.

EMPREENDER É ACREDITAR SEMPRE MESMO EM TEMPOS DE CRISE, **Filomena Garcia**, UOL, 2015 Disponível em <https://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/colunistas/filomena-garcia/2015/09/15/empreender-e-acreditar-sempre-mesmo-em-tempos-de-cri-se.htm> acesso em 14/06/2021.

O QUE É MEI. disponível em <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/mei/> acesso em 23 de outubro de 2021.