

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS
CURSO PROCESSOS GERENCIAIS COM ÊNFASE EM EMPREENDEDORISMO

KARIZE BRUM COUTINHO

**KBRUM! STUDIO:
Produção de conteúdo em ideias em imagens.**

PLANO DE EMPREENDIMENTO

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Departamento de
Empreendedorismo e Gestão da
Universidade Federal Fluminense, como
requisito parcial à obtenção do título de
Tecnólogo em Processos Gerenciais.

Orientador: Prof^o Dr^o Eduardo Picanço Cruz

NITERÓI
2017

KARIZE BRUM COUTINHO

KBRUM! STUDIO: Produção de conteúdo em ideias em imagens.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Empreendedorismo e Gestão da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Processos Gerenciais.

_____ em 27/11/2017

Banca Examinadora

Prof. : Profº Drº Eduardo Picanço Cruz - UFF
Presidente

Profº Ms Rafael Cuba - UFF
1º avaliador

Prof. Drº Boanerges Couto -UFF
2º avaliador

Niterói 2017

Dedicatória

À meu avô amado, Dirceu Brum (In memoriam)

Agradecimentos

Agradeço a todos que estiveram ao meu lado nesse etapa especial:

Deus, primeiramente obrigada por nunca me desamparar

Minha família:

Minha amada vó Glória, que me criou de forma brilhante!

Meu irmão Kaik, que é a minha metade!

E meu pai Alexandre, que acompanhou cada passo

Mãe, Karine! Obrigada por me apoiar cada segundo na vida profissional.

Amo vocês!

Aos meus tios que sempre apoiaram e incentivaram os estudos: Tia Daisy e Tio Paulino!

Ao meu namorado, Felipe, que está presente em todos os momentos.

Meu orientador, Prof. Eduardo Picanço, que me apoiou e incentivou sempre.

Aos meus colegas de classe 2015.1, que se tornaram colegas de vida!

Aos meus amigos Luiz, Vinicius, Jônatas e Malu, que apoiaram e comemoraram cada etapa!


Aos docentes e servidores técnico-administrativos do Departamento de Empreendedorismo e Gestão. Muito obrigado!

Resumo

Trata-se de um trabalho de conclusão de curso no modelo de Plano de Empreendimento (PLEM). A situação estudada justifica-se pela mudança do comportamento do consumidor atual, que está cada vez mais incluso nas mídias sociais, caracterizando uma demanda de conteúdo digital para empresas, tendo como objetivos: Analisar o mercado de Marketing Digital e Direto, Produção de Conteúdo fotográfico, midiático e fílmico e elaborar a estruturação de um Plano de Empreendimento de uma empresa de produção de conteúdo, marketing digital e direto, business-to-business (B2B). O estudo foi desenvolvido mediante o modelo do PLEM do curso de graduação Processos Gerenciais com ênfase em Empreendedorismo da Universidade Federal Fluminense, sendo utilizadas ferramentas de gestão. O PLEM foi apresentado de acordo com os seguintes tópicos: Caracterização da empresa, Análise de mercado, Plano estratégico, Marketing e vendas e Plano financeiro. O estudo evidenciou a viabilidade do empreendimento, na perspectiva de mercado, com público alvo disposto a pagar pela qualidade e inovação de produtos e serviços e na perspectiva da análise financeira.

Palavras-Chave: Empreendedorismo, marketing Digital, marketing direto, plano de negócios, mídia, fotografia, vídeos e gestão.

Sumário Executivo:

 <p>Rua Noronha Torrezão, nº160 Edifício Offices X – Sala 406 – Santa Rosa – Niterói- RJ</p> <p>A KBrum! Studio é uma empresa de ideias em imagens! Alinhamos produção de conteúdo fotográfico, midiático e fílmico com diversas ramificações, onde transformamos as ideias em imagens.</p> <p>Missão: Transformar os desejos dos nossos clientes ideias em imagens.</p> <p>Visão: Em 5 anos ser referência em produção de conteúdo (fotográfico, fílmico e midiático) e gerenciamento de redes sociais em Niterói, com excelência nos serviços e na personalização para cada cliente.</p> <p>Valores:</p> <ul style="list-style-type: none">• Personalização e atenção• Total satisfação para o cliente• Diferenciação tecnológica• Comodidade ao cliente• Excelência do serviço em todo processo, até no pós-venda• Aprimoramento constante <p>Problema: Produzir conteúdo fotográfico, fílmico e midiático para divulgar empresas e guardar histórias.</p>	<p>Solução: Criar um ambiente onde é possível produzir conteúdo, gravá-los e editá-los, fechar com fornecedor para impressão dos fotolivros e presentes e comprar equipamentos para o marketing digital.</p> <p>Descrição legal: A KBrum! está registrada como MEI.</p> <p>Fundadora: Karize Brum – Diretora Executiva e Coordenadora</p> <p>Trabalha como atriz desde 5 (cinco) anos de idade e, como sempre quis aprender, fez dois cursos de empreendedorismo no Sebrae antes de entrar na minha graduação atual na UFF, PGE. Fora isso, desde criança criava coisas para vender, isso veio de família. Hoje é empreendedora com alto conhecimento em mídias sociais, design entusiasta e fotógrafa.</p> <p>Público alvo: Casais, famílias, amigos classe A e B e microempreendedores de Niterói. Expansão futura: Fotógrafos e microempreendedores de Niterói.</p> <p>Estratégia de mercado: Conhecimento da fundadora nas redes sociais e como figura pública. Marketing digital. Lançamento de forma interativa.</p> <p>Concorrentes: Não existe na região nenhuma empresa que faça os mesmos serviços que a KBrum!, mas concorrentes semelhantes seriam: Estúdios Fotográficos, Agências de Publicidade, Design freelancer, Gerenciador de redes sociais freelancer.</p>
---	---

1. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A KBrum! Studio é uma empresa de ideias em imagens!
Alinhamos produção de conteúdo fotográfico, midiático e fílmico com diversas ramificações, onde transformamos as ideias em imagens.

Na parte do Marketing Digital, queremos aumentar a visibilidade e vendas dos nossos clientes, destacando as empresas nas redes sociais e em campanhas empresariais, produzindo todo o conteúdo para as ações, que é nosso “cargo chefe”.

Na parte fotográfica, queremos transformas os desejos de nossos clientes em ideias em imagens através de álbuns e presentes personalizados.

Futuramente queremos compartilhar nossos sonhos, motivações e ideias com o público por meio de livros, cursos e exposições.

O nome KBrum! veio de uma tradição familiar, já que além do nome da Karize Brum (fundadora da empresa), a mãe e o irmão têm as iniciais do nome com a letra K e o sobrenome Brum.

1.1 Perfil e trajetória da empreendedora

Karize Brum – Diretora Executiva e Coordenadora

Trabalha como atriz desde 5 (cinco) anos de idade e, como sempre quis aprender, fez dois cursos de empreendedorismo no Sebrae antes de entrar na graduação atual na UFF, PGE. Fora isso, desde criança criava coisas para vender, isso veio de família.

Sempre foi apaixonada por fotografia, e a ideia inicial era abrir um estúdio para contar histórias das pessoas, saindo tradicional. Como sempre estudou e a aprendeu muito sobre redes sociais, viu uma grande oportunidade: com a crise surgiram muitos microempreendedores que não sabem e não possuem tempo para divulgar seu negócio nas mídias sociais.

Assim, juntando todos os 4 (quatro) pilares de serviços, surgiu o conceito ideias em imagens.

Hoje é empreendedora com alto conhecimento em mídias sociais, design entusiasta e fotógrafa.

Responsabilidades-chave:

- Gerenciamento de redes sociais
- Criação de campanhas midiáticas
- Produtora de Conteúdo (midiático e fílmico)
- Editora (conteúdo midiático e fílmico)
- Gerente de Marketing Digital e Empresarial

1.2 Equipe

A KBrum! Studio conta atualmente com a fundadora (Karize Brum) e mais uma colaboradora, que atua na parte de estúdio. Com a demanda aumentando, estamos com um trainee que em breve fará parte do quadro de funcionários, para produzir conteúdo midiático e fílmico juntamente com a Karize.

Quadro de funcionários atual:

Karize	Responsável pelo serviço Ideias em Mídias, criação de conteúdo (midiático e fílmico), edição de fotos, parte gerencial e organização financeira.
Ana Karine	Responsável pelo serviço de Ideias em Histórias, Books e Presentes, fotografia em estúdio de pessoas e produtos, montagem dos fotolivros, aprovação de layout e organização financeira.

Quadro de funcionários futuro:

Karize	Responsável pelo serviço Ideias em Mídias, criação de conteúdo (midiático e fílmico), edição de fotos, parte gerencial e organização financeira.
Ana Karine	Responsável pelo serviço de Ideias em Histórias, Books e Presentes, fotografia em estúdio de pessoas e produtos, montagem dos fotolivros, aprovação de layout e organização financeira.
Trainee	Pessoa responsável por produzir conteúdo midiático e fílmico e gerenciar redes sociais juntamente com a Karize.

1.3 Descrição da estrutura física e layout

A empresa conta atualmente com um Estúdio Fotográfico em um prédio comercial com toda a estrutura tecnológica e fotográfica, além dos equipamentos móveis para deslocamento.

A identidade visual da empresa foi toda criada com base em um dos nossos principais valores: personalização.

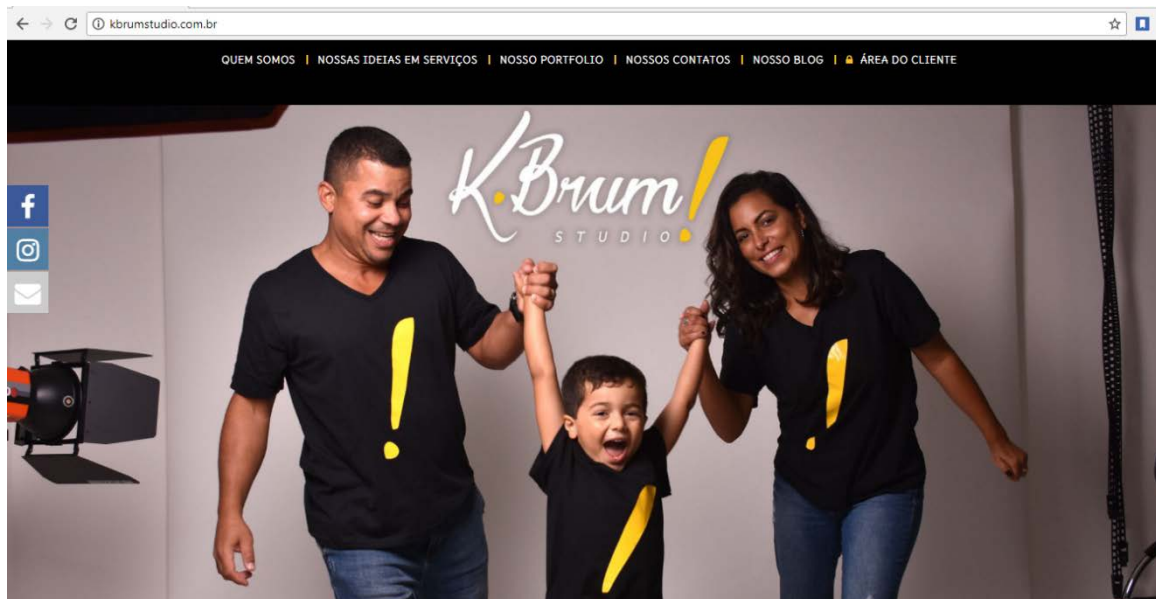
Nossa logo foi criada com base na letra da Ana Karine, que representa o início da KBrum e ter grande significado na idealização do negócio.

Nosso site e nossa página estão sendo lançados na mesma linha, interativos e personalizados.

2. ANÁLISE DE MERCADO

Cada vez mais as pessoas estão se conectando com a internet, mais especificamente com as redes sociais, para compras, comparação de preços, avaliação da empresa que acabou de conhecer ou pesquisa de lojas. Atualmente, mais de 60 milhões de brasileiros têm acesso as redes sociais, segundo o IBGE.

Com essa população nas redes, as empresas cada vez querem se descartar e vender mais para essas pessoas. É exatamente isso que a Kbrum! faz: produz conteúdo para essas empresas, já que “93% dos brasileiros curtem páginas de empresas no Facebook e quase metade deles (48,5%) passa a gostar mais das empresas após segui-las na rede social”, segundo a pesquisa do “O vendedor na era digital.



Print da tela do site

2.1 Panorama e dimensionamento do mercado

O Marketing digital ganhou popularidade em 2016 com pequenas, médias e grandes empresas firmando presença online e promovendo serviços e produtos por meio de vários canais digitais.

A produção de conteúdo, tanto fotográfico quanto fílmico, vêm ganhando espaço, por exemplo, em vídeo aulas, produção para Youtubers, fotos para empresas no Facebook. Com isso, o mercado fotográfico possui muitos atores, mas muitos com déficit ou de espaço ou de serviços, tendo abertura e boa recepção para os novos com inovações

- Mercado Total: 1,48 bilhão de usuários mensais no Facebook mundialmente; 65 milhões de empresas com páginas ativas e 8 milhões com perfis no Instagram.
- Mercado Potencial: 99 milhões de usuários ativos mensais no Brasil; Mercado de comunicação gerou mais de R\$138 milhões em 2012 no país.
- Mercado disponível: 2,1 milhões de pequenas empresas com páginas ativas no Brasil.

2.2 Barreiras à entrada de novos competidores

Considerando nosso público alvo (detalhado posteriormente), comparamos empresas com algum tipo de similaridade com a KBrum! no âmbito regional, ou seja, Niterói e região. Como não encontramos nenhuma empresa com os mesmos serviços que a KBrum! oferece na região, fizemos comparações com os 4 (quatro) serviços oferecidos.

- Ideias em Mídias:
 - Como o mercado está tendo um alto crescimento agora, não é necessário ter uma formação acadêmica/ profissional para atuar
 - Pelo mesmo motivo, muitas pessoas que não entendem estão entrando no mercado para lucrar
 - Custo baixo, apenas do equipamento, por exemplo: notebook
 - Requer alto conhecimento digital/empresarial
- Ideias em Histórias, presentes e books:
 - Alto custo para a compra dos equipamentos
 - Custo para compra/aluguel de um estúdio
 - Profissionais não precisam de registro ou formação, como o próprio SEBRAE diz em sua cartilha
 - Por necessidade, muitos profissionais abaixam seu preço, desvalorizando o mercado
 - Custo relativamente alto para um fornecedor de impressão de qualidade
 - Mercado em crescimento (1.282% no estado do Maranhão entre 2009 e 2014. Fonte: Data SEBRAE)

	Ideias em Histórias em Histórias	Ideias em Mídias em Mídia	Ideias em Books em Books	Ideias em presentes em presentes
Qual é o grau de rivalidade entre os concorrentes?	Mediano	Muito Fraco	Forte	Mediano
Qual é o nível de dificuldade de novos entrantes?	Mediano	Forte	Mediano	Mediano
Qual é a dificuldade do cliente substituir esse serviço por outro(s)?	Fraco	Fraco	Mediano	Mediano

2.3 Oportunidade

Com a crise atingindo nosso país, o número de desempregados aumentou consideravelmente. Como não há vagas de emprego, as pessoas estão investindo no que sabem, sendo microempreendedores.

Com isso, vimos uma grande oportunidade. Muitos microempreendedores querem expandir seus negócios na internet ou em campanhas empresariais.

Com isso, a KBrum! leva a solução para esses microempreendedores, que como estão concentrados nas empresas e/ou não possuem tempo e conhecimento, não fazem a produção de conteúdo nem o gerenciamento das redes sociais.

2.4 Descrição do público-alvo

- Microempreendedores de Niterói que buscam a criação de conteúdo para sua empresa
- Empresas de Niterói que buscam divulgar um evento que participarão e precisam de material e estratégia de divulgação
- Amigos e casais de Niterói, classe A e B, que buscam registrar a história pessoal de uma maneira personalizada

Expansão futura

- Fotógrafos e microempreendedores de Niterói que buscam se atualizar e aprender sobre o mundo fotográfico digital e personalizado

2.5 Segmentação do mercado

A KBrum! Studio poderia alcançar uma parcela ainda mais de pessoas, mas nossa ideia é manter posicionamento estratégico baseado na diferenciação, no mercado restrito. Nas Ideias e Mídias, nós conseguimos trabalhar com preços menores dos que os das agências de publicidade pelo seguinte fator: Não temos um funcionário para cada setor, e com isso, reduzimos custos.

Mas a KBrum! é posicionada na diferenciação, não tendo pretensão de quantidade grande de clientes para ganhar baseado no montante, mas sim nos trabalhos específicos com o público segmentado que está disposto a pagar pela qualidade e diferenciação.

2.6 Descrição dos possíveis fornecedores

Nós produzimos quase tudo dentro da empresa, a única coisa terceirizada é parte de impressão de fotolivros e presentes.

Contamos com um fornecedor de ótima qualidade e altamente idôneo, que já trabalhamos juntos nessa parceria há mais de 10 anos.

Além desse fornecedor, nosso outro “parceiro” é base digital do Facebook (que atualmente é a mesma do Instagram e WhatsApp), onde hoje em dia é o local usado para a maior divulgação das empresas.

3. PLANO ESTRATÉGICO

3.1 Missão

Transformar os desejos dos nossos clientes ideias em imagens.

3.2 Visão

Em 5 anos ser referência em produção de conteúdo (fotográfico, fílmico e midiático) e gerenciamento de redes sociais em Niterói, com excelência nos serviços e na personalização para cada cliente.

3.3 Valores

- Personalização e atenção
- Total satisfação para o cliente
- Diferenciação tecnológica
- Comodidade ao cliente
- Excelência do serviço em todo processo, até no pós-venda
- Aprimoramento constante

3.4 Análise SWOT

<p>FORÇAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personalização da necessidade de cada cliente; - Análise prévia da empresa contratante; - Equipamento de última geração; - Apoio de figuras públicas no marketing; - Parceria com revista de bairro; - Selo de verificação do Facebook 	<p>FRAQUEZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Designer gráfico em aprendizado; - Ter apenas 1 pessoa capacitada em mídias digitais na equipe; - Não ter programa de fidelização de clientes;
<p>OPORTUNIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - A crise no país trazendo novos empreendedores; - Mercado de manipulação de fotos físicas atualmente escasso; - Aumento dos elementos áudio visuais nas redes sociais; 	<p>AMEAÇAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fornecedor aumentar o preço da impressão; - Lei da necessidade de graduação para fotógrafos ser aprovada;

3.5 BSC

Perspectiva	Objetivos	Indicadores	Metas	Ação
Clientes	Medir a satisfação dos clientes através da fan page	Número de estrelas	Obter 5 estrelas até o final de 2017	Marketing pós venda, bom tratamento, personalização para cada cliente.
	Garantir um nível de satisfação na prestação do serviço	NPS	Obter NPS 10 mensalmente	Pesquisa de avaliação
Aprendizagem e Crescimento	Ter popularidade baseada no nº de curtidas no Facebook	Número de "curtidas"	Até o final de 2017, conseguir 70.000 "curtidas"	Marketing Digital da empresa, plano de mídias.

	Aumentar o nº de serviços prestados mês a mês (Estúdio)	(Nº clientes no mês atual - Nº de clientes no mês anterior)	Ter mais de 10 books famílias por mês até 2018	Marketing digital, estratégia de divulgação por meio de clientes
	Aumentar o nº de empresas fidelizadas no serviço de gerenciamento de mídias	Número de empresas ativas no portfólio do serviço	Até o final de 2017 ter 15 empresas ativamente contratando o serviço	Marketing digital e direto, todo segmentado no nosso público alvo para empresas.

3.6 Planos de Ação

- ❖ Marketing pós-venda: Mandar mensagem perguntando como foi/está sendo a experiência com o trabalho para o cliente, pedindo para ele deixar alguma sugestão e incentivando-o a deixar sua avaliação em estrelas em nossa página

Bom tratamento: Sempre tratar o cliente como único, respeitando-o como tal, seja por mensagem ou pessoalmente.

Personalização para cada cliente: Personalização é o nosso maior valor, sendo seguido firmemente. Para isso, criamos um plano individualizado para cada cliente mensalmente, fazendo o planejamento de acordo com as necessidades e desejos.

- ❖ Pesquisa de avaliação: Após cada serviço prestado, mandamos uma mensagem para o cliente avaliar como foi realizado e se suas expectativas foram atendidas.

- ❖ Marketing Digital da empresa: Fazer a nossa própria produção de conteúdo com Marketing Direto nas redes sociais da KBrum!, fazendo nosso serviço chegar no público alvo e atraindo curtidas.

Plano de mídias: Desenhar toda a estratégia nas redes sociais, desde campanhas, até postagens.

- ❖ Marketing digital: Mostrar nas redes sociais de forma estratégica nossos serviços, atraindo novos clientes em potencial.

Estratégia de divulgação por meio de clientes: Deixamos sempre nosso melhor para nossos clientes nos divulgarem, porque uma divulgação com indicação sempre tem um grande peso.

- ❖ Marketing digital e direto: Estratégia segmentada visando melhorar e mostrar sempre a qualidade do trabalho realizado, seja por postagens ou por mensagens.

4. MARKETING E VENDAS

4.1 Descrição detalhada do produto/serviço

✓ Ideias em histórias

Nós contamos sua história! Sabe aqueles momentos especiais, sentimentos únicos e aquelas pessoas importantes na nossa vida? Nós temos a ideia transformar tudo isso em história!

Por que transformar em história?

Sabemos que o tempo passa muito rápido, e por isso, nós, da KBrum! sempre tivemos essa preocupação de guardar aqueles momentos para sempre, deixar o sentimento vivo! Quem não tem histórias para contar? Aquela história de amor que mexe com a gente, a história dos nossos filhos que crescem tão rápido, dos risos em família, daquela viagem inesquecível, das amizades sinceras, ou até mesmo nossa biografia! Isso é o que motiva a gente! É e por isso que a KBrum! transforma ideias em imagens, produzindo conteúdo em vídeos e fotos, tudo personalizado, criativo e inovador para que a sua história seja contada e compartilhada para você viver e reviver essa emoção.

✓ Ideias em mídias

Nós temos ideias para dar visibilidade para sua empresa nas redes sociais através da produção de conteúdos em imagens (fotos e vídeos). E por que fazer isso? Sabemos que hoje em dia o mundo funciona na internet, e com isso, as empresas precisam de um canal de mídia bem estruturado para levar seus produtos/serviços até seus clientes em potenciais com imagens criativas, inspiradoras, atrativas e de qualidade. Sabemos o que você espera: sucesso no seu negócio, satisfação dos clientes e uma marca reconhecida! E é por isso que a KBrum! transforma ideias em mídias, para que sua empresa seja sucesso!

✓ Ideias em presentes

Aqui o lema é criar! Sabe aquele livro de assinaturas, cadernos, agendas, canecas ou fotos que você quer fazer do seu jeito? A gente faz pra você! Por isso criamos e transformamos as nossas ideias em produtos personalizados para a festa do seu filho, casamento, 15 anos, para presentear alguém ou até mesmo para o seu dia a dia.

✓ Ideias em book

Já pensou em se presentear com aquele book fotográfico que você sonhou e não fez? A KBrum! faz! Book da sua família, com seu amor, com amigos(as) do colégio, da faculdade, do trabalho, de infância, com seus avós ou aquele book sensual nas diferentes idades, de gestante e qualquer ideia, porque ideia não falta aqui! E é por isso que a KBrum! produz um book diferenciado, marcante e principalmente deixando tudo do jeito que você imaginou (ou além do que você imaginou).

4.2 Descrição da inovação trazida pela empresa

Comparando dois tipos de negócio: Estúdio de fotografia e Agência de Publicidade e Marketing.

Na parte do estúdio, nosso foco é ir além do book fotográfico, queremos contar histórias. Histórias de casais, amigos, famílias. Sempre juntando ao fotolivro, onde contamos essa história de uma maneira diferente.

Na parte das Agências de Publicidade e Marketing, criamos um novo conceito: o microempresário não precisa contratar um design, um fotógrafo, um gerenciador de redes sociais e um publicitário ou uma Agência, que possui uma parte desses serviços e complementar. Nossa empresa junta todos os serviços, sem precisar contratar um funcionário para cada, conseguindo trabalhar um preço melhor. Além disso, por conta da personalização, temos contato direto e constante com os clientes, criando as campanhas em cima da necessidade atual.

4.3 Evolução prevista dos serviços

Estamos expandindo os serviços, pois queremos futuramente lançar um livro, treinamentos e exposições. Além disso, queremos ramificar o Ideias em Mídias, levando o serviço para outro tipo de público, pessoas físicas.

4.4 Detalhamento da estratégia de entrada no mercado

Para a entrada no mercado, fizemos a seguinte estratégia: colocamos um preço menor do que estava sendo oferecido no mercado para o Ideias em Mídias (detalhado no tópico de Marketing e vendas), oferecendo todos os nossos diferenciais e personalização. Com isso, atraímos os primeiros que clientes. Conforme fomos nos consolidando, tivemos a possibilidade de aumentar nosso preço para lucrarmos, mas ainda assim nosso serviço tem um preço abaixo das agências de Marketing por conta do nosso oceano azul, onde eliminamos e reduzimos coisas que dariam mais gastos. O “boca a boca” funcionou de uma forma bem positiva nos levando a ser referência para representantes empresariais até do segmento de moda.

Na parte fotográfica (Ideias em Histórias, Books e Presentes) fizemos parcerias com pessoas que se encaixavam no nosso público alvo (ex: casais, famílias, gestantes) e com empresas. Cada empresa teve uma estratégia diferente, mas podemos destacar um sorteio que ocorreu da seguinte forma: nas compras acima de um determinado valor, você ganhava um cupom para concorrer. Com isso, o cliente levava a sessão fotográfica mais o álbum que cabe dentro da bolsa, que é uma divulgação física poderosa.

Na parte do serviço Ideias em Mídias, fizemos parcerias com pessoas para vestirem a camisa com a logo da KBrum!, fotos que estão sendo divulgadas de maneira direcionada.

4.5 Formação de preço

Como nossa empresa uniu alguns serviços que eram feitos de forma independente de uma forma inovadora, nosso processo de precificação foi diferente. Pesquisamos agências de marketing digital e empresarial da nossa região e de outras, empresas de gerenciamento de redes sociais, estúdios fotográficos e empresas de presentes em imagens. Com isso, pesquisamos também quanto nossos clientes em potenciais estavam dispostos a pagar para uma empresa que oferece os serviços que temos.

4.6 Praça

Os clientes ou possíveis clientes podem nos contratar por meio do nosso estúdio, que fica localizado no Edifício Offices X, em Niterói, ou nossa equipe vai até espaço físico das empresas contratantes.

4.7 Promoção

Nossos canais de promoção da empresa são focados principalmente nas redes sociais.

- Facebook
- Instagram
- WhatsApp

Além disso, fizemos panfletos para entregar em reuniões e eventos focados no nosso público alvo, ou seja, só entregamos esse panfleto para quem possa ser nosso possível cliente ou divulgar para um possível cliente.

- Pessoalmente

4.8 Relacionamento com o cliente

Nosso relacionamento com o cliente em potencial ocorre da seguinte forma: antes de marcarmos a primeira reunião, por ligação ou e-mail, o cliente me passa suas principais necessidades percebidas. Após isso, marcamos uma reunião inicial onde apresentamos uma proposta inicial baseada no nosso padrão, mas com ajustes conforme as necessidades já citadas por ligação ou e-mail. Após essas etapas, temos a fase de negociação até o fechamento do possível contrato.

Como um dos nossos principais valores inclui esse contato direto e personalizado com o cliente, mantemos o mesmo pelos seguintes meios:

- ✓ WhatsApp
- ✓ Facebook com escala de 1 a 5 estrelas com depoimentos
- ✓ E-mail (Fale conosco)
- ✓ Reuniões mensais
- ✓ Instagram
- ✓ Feedback feito semanalmente por mensagens

5. PLANO FINANCEIRO

5.1 Investimentos pré-operacionais

Como somos uma empresa que terceirizamos apenas a impressão dos álbuns e presentes e vendemos mais serviços, nossos custos são baixos, dependendo mais do conhecimento e equipamentos.

Portanto as despesas e custos estão baseadas na compra da sala comercial e manutenção.

O investimento inicial na empresa foi R\$ 34.100, que é a soma dos seguintes itens:

Entrada da sala comercial	R\$ 7.800
Equipamento (Iluminação, fundo, etc)	R\$ 8.000
Computador	R\$ 3.500
2 Câmeras Fotográficas	R\$ 8.000
Ar Condicionado	R\$ 3.000
Piso	R\$ 3.000
Custos adicionais	R\$ 800,00

5.2 Despesas Correntes

Nas despesas fixas da empresa, temos a conta de Luz, Condomínio, Parcela do financiamento, Simples Nacional (MEI), Pacote do Photoshop mensal, Parcela do IPTU, Conta de Telefone (que inicialmente estamos roteando para o PC, para não ter custos com a internet no local) e o Caixa, uma reserva para depreciação do material.

LUZ	R\$ 100,00
COND	R\$ 450,00
PARCELA BANCO	R\$ 1.100,00
MEI	R\$ 52,80
PHOTOSHOP	R\$ 43,00
IPTU	R\$ 100,00
TELEFONE	R\$ 60,00

CAIXA	R\$200,00
-------	-----------

	ANO 1			ANO 2			ANO 3			ANO 4			ANO 5		
LUZ	R\$ 100,00	x 12	R\$ 1.200,00	R\$ 120,00	x 12	R\$ 1.440,00	R\$ 150,00	x 12	R\$ 1.800,00	R\$ 170,00	x 12	R\$ 2.040,00	R\$ 200,00	x 12	R\$ 2.400,00
COND	R\$ 600,00	x 12	R\$ 7.200,00	R\$ 650,00	x 12	R\$ 7.800,00	R\$ 700,00	x 12	R\$ 8.400,00	R\$ 800,00	x 12	R\$ 9.600,00	R\$ 900,00	x 12	R\$ 10.800,00
PARCELA BANCO	R\$ 1.118,00	x 12	R\$ 13.416,00	R\$ 1.118,00	x 12	R\$ 13.416,00	R\$ 1.118,00	x 12	R\$ 13.416,00	R\$ 1.118,00	x 12	R\$ 13.416,00	R\$ 1.118,00	x 12	R\$ 13.416,00
MEI	R\$ 52,80	x 12	R\$ 633,60	R\$ 70,00	x 12	R\$ 840,00	R\$ 80,00	x 12	R\$ 960,00	R\$ 90,00	x 12	R\$ 1.080,00	R\$ 100,00	x 12	R\$ 1.200,00
PHOTOSHOP	R\$ 43,00	x 12	R\$ 516,00	R\$ 50,00	x 12	R\$ 600,00	R\$ 60,00	x 12	R\$ 720,00	R\$ 80,00	x 12	R\$ 960,00	R\$ 90,00	x 12	R\$ 1.080,00
IPTU	R\$ 69,26	x 12	R\$ 831,12	R\$ 80,00	x 12	R\$ 960,00	R\$ 90,00	x 12	R\$ 1.080,00	R\$ 110,00	x 12	R\$ 1.320,00	R\$ 130,00	x 12	R\$ 1.560,00
TELEFONE	R\$ 70,00	x 12	R\$ 840,00	R\$ 80,00	x 12	R\$ 960,00	R\$ 90,00	x 12	R\$ 1.080,00	R\$ 90,00	x 12	R\$ 1.080,00	R\$ 110,00	x 12	R\$ 1.320,00
CAIXA	R\$ 200,00	x 12	R\$ 2.400,00	R\$ 300,00	x 12	R\$ 3.600,00	R\$ 400,00	x 12	R\$ 4.800,00	R\$ 450,00	x 12	R\$ 5.400,00	R\$ 600,00	x 12	R\$ 7.200,00
Impulsionamento	R\$ 720,00	x 12	R\$ 8.640,00	R\$ 3.200,00	x 12	R\$ 38.400,00	R\$ 4.400,00	x 12	R\$ 52.800,00	R\$ 5.060,00	x 12	R\$ 60.720,00	R\$ 5.760,00	x 12	R\$ 69.120,00
PROLABORE	R\$ 2.500,00	x 12	R\$ 30.000,00	R\$ 3.000,00	x 12	R\$ 36.000,00	R\$ 4.000,00	x 12	R\$ 48.000,00	R\$ 5.000,00	x 12	R\$ 60.000,00	R\$ 7.000,00	x 12	R\$ 84.000,00
TRAINEE	R\$ 1.000,00	x 13,3	R\$ 13.300,00	R\$ 1.500,00	x 13,3	R\$ 19.950,00	R\$ 2.000,00	x 13,3	R\$ 26.600,00	R\$ 2.500,00	x 13,3	R\$ 33.250,00	R\$ 3.500,00	x 13,3	R\$ 46.550,00
			R\$ 78.976,72			R\$ 123.966,00			R\$ 159.656,00			R\$ 188.866,00			R\$ 238.646,00

5.3 Despesas correntes no período de tempo de 5 anos

5.4 Receitas no período de tempo de 5 anos

Na tabela de receitas, o ticket médio inicial, para entrada no mercado e consolidação da marca, é de R\$ 1.200,00 (Mil e Duzentos Reais) com 3 empresas como clientes fixos, devido a capacidade de operações iniciais. Na parte de vídeos, o ticket médio é de R\$ 350,00 (Trezentos e Cinquenta Reais), com 8 vídeos freelancers (visto que não é o foco da empresa, mas gera lucro).

A partir do segundo ano de funcionamento, o ticket médio passa a ter um aumento de R\$200,00 (Duzentos Reais) por ano, mas aumentando a capacidade, o que significa um salto de 3 para 12 empresas no 5º ano, mas mantendo a quantidade e média dos vídeos, que não o foco principal.

	1o ANO			2o ANO			3o ANO		
	Empresas	Tiket médio mensal	ANUAL	Empresas	Tiket médio mensal	ANUAL	Empresas	Tiket médio mensal	ANUAL
Pacote	3	1200	43200	8	2000	192000	10	2200	264000
Vídeo	8	350	33600	5	350	21000	5	350	21000
			76800			213000			285000
3o ANO			4o ANO			5o ANO			
Empresas	Tiket médio mensal	ANUAL	Empresas	Tiket médio mensal	ANUAL	Empresas	Tiket médio mensal	ANUAL	
10	2200	264000	11	2300	303600	12	2400	345600	
5	350	21000	5	350	21000	5	350	21000	
		285000			324600			366600	

5.5 Fluxo de caixa

5.5.1 Cenário Realista

O Cenário Realista foi construído com base no Investimento, Despesas Correntes e Fluxo de Caixa, demonstrando que a TIR seria de 127% e o VPL de R\$ 230.226,34 (Duzentos e Trinta Mil e Duzentos e Vinte e Seis Reais e Trinta e Quatro

Realista						
	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Receitas		76800	213000	285000	324600	366600
Investimento	R\$ 34.100					
Despesas		R\$ 78.976,72	R\$ 123.966,00	R\$ 159.656,00	R\$ 188.866,00	R\$ 238.646,00
FLUXO	-R\$ 34.100	-R\$ 2.176,72	R\$ 89.034,00	R\$ 125.344,00	R\$ 135.734,00	R\$ 127.954,00
TIR	127%					
VPL 18%*	R\$ 230.226,34					
* Selic + taxa de risco						
	Centavos).					

5.5.2 Cenário Pessimista

No Cenário Pessimista, o Investimento inicial ficaria 20% mais caro, passando para R\$40.920,00 (Quarenta Mil Novecentos e Vinte) e, com a recessão, as receitas ficariam mais baixas. Mas mesmo nesse cenário, a TIR seria de 21% e o VPL de R\$3.544,02 (Três Mil Quinhentos e Quarenta e Quatro Reais e Dois Centavos).

Pessimista						
	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Receitas		69120	122580	156750	170430	184110
Investimento	40920					
Despesas		77370,392	94122,6	117541,6	147367,9	194954,9
FLUXO	-R\$ 40.920	-R\$ 8.250,39	R\$ 28.457,40	R\$ 39.208,40	R\$ 23.062,10	-R\$ 10.844,90
TIR	21%					
VPL 18%*	R\$ 3.544,02					
* Selic + taxa de risco						

5.5.3 Cenário Otimista

No Cenário Otimista, o projeto fica 5% mais barato e as receitas crescem devido a um

Otimista						
	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Receitas		84480	149820	181500	206310	222870
Investimento	32395					
Despesas		66819,884	77009,4	96170,4	121738,7	161049,7
FLUXO	-R\$ 32.395	R\$ 17.660,12	R\$ 72.810,60	R\$ 85.329,60	R\$ 84.571,30	R\$ 61.820,30
TIR	130%					
VPL 18%*	R\$ 157.440,03					
* Selic + taxa de risco						

momento bom da economia. Dessa forma, temos uma TIR de 130% e um VPL de R\$157.440,03 (Cento e Cinquenta e Sete Mil Quatrocentos e Quarenta Reais e 3 Centavos).

5.6 Fluxo Empreendedor

Com base no valor do Investimento e nas tabelas dos cenários Realista, Pessimista e Otimista, o Fluxo Empreendedor ficaria da seguinte maneira com todas as mudanças descritas acima:

5.6.1 Realista

Realista						
	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Pro-labore		30000	36000	48000	60000	84000
Investimento	R\$ 34.100					
FLUXO	-R\$ 34.100	R\$ 30.000	R\$ 36.000	R\$ 48.000	R\$ 60.000	R\$ 84.000
TIR	106%					
VPL 18%*	R\$ 114.057,16					
* Selic + taxa de risco						

5.6.2 Pessimista

Pessimista						
	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Pro-labore		30000	36000	48000	60000	84000
Investimento	40920					
FLUXO	-R\$ 40.920	R\$ 30.000	R\$ 36.000	R\$ 48.000	R\$ 60.000	R\$ 84.000
TIR	90%					
VPL 18%*	R\$ 107.237,16					
* Selic + taxa de risco						

5.6.3 Otimista

Otimista						
	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Pro-labore		30000	36000	48000	60000	84000
Investimento	32395					
FLUXO	-R\$ 32.395	R\$ 30.000	R\$ 36.000	R\$ 48.000	R\$ 60.000	R\$ 84.000
TIR	111%					
VPL 18%*	R\$ 115.762,16					
* Selic + taxa de risco						

6. Referências bibliográficas:

FRAZÃO, César; KEPLER, João. *O Vendedor na Era Digital: Como vender por e-mail, internet e redes sociais: conheça o poder do novo consumidor, quem é e o que ele quer e aumente as vendas utilizando as novas ferramentas do mundo digital*. 3 ed. São Paulo: Editora Gente, 2013. 143 p.

ENDEAVOR BRASIL. Plano de Negócios: Tudo o que deve ter em um Business Plan , [online] Atual. Em 27 Junho. 2011. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/o-plano-de-negocios-business-plan/>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

SEBRAE NACIONAL. Como Elaborar um Plano de Negócios, [online] Atual. Em 07 Julho. 2017. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 24 nov. 2017.

Marketing de Conteúdo. Plano de Negócios: Tudo o que deve ter em um Business Plan , [online] Atual. Em 27 Junho. 2011. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/o-plano-de-negocios-business-plan/>>. Acesso em: 24 nov. 2017.