

Sistema FIEB



CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAI CIMATEC
MBA EM EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO
TECNOLÓGICA

RAMON SANTANA SANTOS



PLANO DE NEGÓCIO
MUSIC TOUCH - UM TOQUE DE MÚSICA

Salvador (BA)
2020

Sistema FIEB



RAMON SANTANA SANTOS

PLANO DE NEGÓCIO
MUSIC TOUCH - UM TOQUE DE MÚSICA

Projeto apresentado ao CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAI CIMATEC como requisito parcial para obtenção do título de MBA em Empreendedorismo e Inovação Tecnológica.

Salvador (BA)
2020

CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAI CIMATEC
MBA EM EMPREENDEDORISMO E IOVAÇÃO TECNOLÓGICA

ATA DE APRESENTAÇÃO DE PROJETO FINAL DE CURSO

Ata de apresentação do Projeto Final de Curso - Plano de Negócio do Projeto "MUSIC TOUCH - UM TOQUE DE MÚSICA", submetido pelo aluno **RAMON SANTANA SANTOS**, como parte dos requisitos para obtenção do Certificado de **MBA em Empreendedorismo e Inovação Tecnológica** pelo Centro Universitário SENAI CIMATEC, às 17 horas do dia 11 de novembro de 2020. Reuniu-se remotamente pela plataforma Teams, a Banca Examinadora designada pela orientadora Prof. Dra. Morjane Armstrong Santos de Miranda em concordância com a coordenação do curso, constituída pela Prof. Orientadora, pelo Prof. Antonio Avelino da Rocha Júnior e pelo Prof. Rodrigo Barbosa Paolilo. A coordenadora do curso, Prof. Esp. Ana Luiza Medeiros Guimarães deu início aos trabalhos e a exposição foi realizada pelo estudante dentro do prazo de tempo estabelecido. Ao final da apresentação a banca reuniu-se atribuindo a seguinte nota: 8.0 (Oito).

A banca de avaliadores decidiu pela:

(X) Aprovação do trabalho

Caberá ao aluno apresentar em no máximo em 30 (trinta) dias a contar da data de assinatura desta Ata, uma cópia do trabalho em PDF com restrição de edição, constando as considerações pontuadas pela banca. A Ata de Apresentação do Projeto Final de Curso deve ser digitalizada e inserida na terceira página do PFC ou como anexo do artigo.

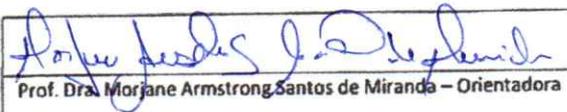
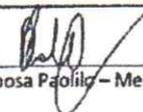
() Reprovação do trabalho

O aluno terá que se matricular novamente no TCC – Trabalho de Conclusão de Curso e ser submetido a uma banca avaliadora no semestre seguinte.

As ações consequentes ao status de Aprovação deverão obedecer ao prazo proposto acima sob pena do parecer final ser modificado para o status de Reprovado automaticamente e sem possibilidade de recurso.

Para constar, lavrou-se a presente ata que vai assinada por todos os membros da Banca. Por estarem cientes de suas obrigações estão de acordo com os termos desse documento:

Salvador, 11 de novembro de 2020.

 Prof. Dra. Morjane Armstrong Santos de Miranda – Orientadora	 Prof. Antonio Avelino da Rocha Júnior – Membro da Banca
 Prof. Rodrigo Barbosa Paolilo – Membro da Banca	Assinado digitalmente por: Ana Luiza Medeiros Guimaraes Magalhaes O tempo: 01-12-2020 09:50:10 Prof. Esp. Ana Luiza Medeiros Guimarães - coordenadora

Sumário

1. Sumário Executivo	8
1.1. Dados Básicos	8
1.2. Dados Organizacionais	8
1.3. Descrição da empresa	8
1.4. Resumo do projeto	9
1.5. Descrição do projeto	9
2. Oportunidade e Análise	10
2.1. Dados e fatos da oportunidade do mercado	10
2.2. Validações feitas pela equipe para comprovar a oportunidade	10
2.3. Outras ações realizadas para validação do Produto	12
2.4. Visão geral do consumidor, seu perfil e como o seu problema é resolvido	13
2.5. Definição do público alvo	14
2.6. Empresas da Indústria da Música	15
2.7. Jornada do consumidor	15
2.8. Concorrentes e como eles resolvem o problema dos consumidores	16
2.8.1. Análise qualitativa de Concorrentes	18
3. Produto/Serviço/Tecnologia	20
3.1. Objetivo Geral e Objetivos Específicos	20
3.2. Elementos Estruturantes do Produto	20
3.3. Problema a ser Resolvido e Proposta de Valor	20
3.4. Canal de entrega de valor	22
3.5. Informações Gerais do Produto	23
3.5.1. Resumo do Projeto	23
3.5.2. Gestão do Projeto e do Produto	23
3.5.3. Padrões e Programas Aplicáveis	24
3.5.4. Consistência técnica do Produto	25
3.6. Roadmap de Implantação e marcos do Produto	26
3.7. Propriedade Intelectual e TRL	26
3.8. Grau de Inovação	26
4. Análise de Mercado	27
4.1.1. Cronologia de Mercado	27
4.1.2. Análise ampla de Mercado	27

4.1.3.	Segmentação de Mercado	29
4.1.4.	Setores de atuação do Produto	31
5.	Implementação e Estratégia de Marketing	31
5.1.1.	Parcerias organizacionais	31
5.1.2.	Estratégia de Vendas e Marketing	33
5.1.3.	Utilização de Marketing Digital	33
6.	Plano Gerencial	34
6.1.1.	Formação da equipe do Projeto	34
6.1.2.	Pessoas envolvidas no Projeto	35
6.1.3.	Competências e disponibilidade da equipe	37
7.	Análise de Riscos	37
7.1.1.	Riscos Ambientais e Tecnológicos	37
8.	Plano Financeiro	38
8.1.1.	Estrutura de Investimento Inicial	38
8.1.2.	Principais Custos e Estrutura Operacional	38
8.1.3.	Estimativa dos investimentos iniciais	39
8.1.4.	Estimativa do custo com depreciação	39
8.1.5.	Capital necessário e demais custos iniciais	40
8.1.6.	Estimativa dos custos fixos operacionais mensais	42
8.1.7.	Estratégia Inicial para obtenção de receitas	42
8.1.8.	Modelos gerais para a geração de Receita	43
8.1.9.	Estimativa do faturamento mensal da empresa	44
8.1.10.	Estimativa dos custos de comercialização	45
8.1.11.	Estimativa dos custos com mão de obra	45
8.1.12.	Investimento inicial total e respectivas fontes	46
8.1.13.	Estimativa para Demonstrativo de Resultados	47
8.1.14.	Estimativa para Fluxo de Caixa e Fluxo de Caixa Projeto	47
8.1.15.	Resumo dos resultados estimados	48
9.	Apêndices	49
9.1.	<i>Business Model Canvas</i>	49
10.	Anexos	50
10.1.	Como Elaborar um Plano de Negócios	50
10.2.	Estudo de Inteligência de Mercado - Música	50
10.3.	Estudo de Mercado sobre Produção Cultural e Musical na Bahia	50
10.4.	Como Formalizar o seu Negócio no Mercado da Música	50

10.5.	Mecanismos de Fomento à Cultura	50
10.6.	Música Tocando Negócios	50
10.7.	10 Dicas para o Músico de Sucesso	50
10.8.	Projetos Culturais: como Elaborar, Executar e Prestar Contas	50
10.9.	Como Montar uma Produtora Cultural	50
10.10.	Lei Orgânica da Cultura - Nº 12.365	50
10.11.	Lei Rouanet - Nº 8.313	50

1. Sumário Executivo

1.1. Dados Básicos

Os dados básicos a seguir resumem a estrutura jurídica da startup responsável pelo desenvolvimento do projeto Music Touch, iniciativa abordada neste Plano de Negócio.

- **Nome Fantasia da Startup:** Alpha Centauri - Tecnologia da Informação e Games
- **CNPJ:** 22.012.605/0001-35
- **Ano de fundação da Startup:** 10/03/2015
- **Endereço:** Ed. São Lourenço, nº 19, Caminho de Areia, 40440-360, Salvador/BA
- **Título do Projeto:** Music Touch - Um Toque de Música
- **Responsável:** Ramon Santana Santos - *Chief Executive Officer* (CEO)
- **Telefone:** Celular: 055 071 99369-9538 | TIM (WhatsApp)
- **E-mail:** ramon.santos@alphacentauri.com.br

1.2. Dados Organizacionais

- **Missão** - Desenvolver produtos inovadores por meio do uso da Tecnologia da Informação e Comunicação, buscando apresentar novas formas de imersão computacional e cultural.
- **Visão** - Ser referência nacional como uma Empresa de Base Tecnológica nas áreas de TIC e Economia Criativa, atuando de forma inovadora e mantendo a sua essência de Startup.
- **Valores** - INOVAÇÃO (Buscamos a implementação criativa de novas ideias e recursos tecnológicos); QUALIFICAÇÃO (Estudamos as diretrizes da tecnologia para atuarmos sobre os desafios dela); PESSOALIDADE (Respeitamos a individualidades das pessoas e valorizamos os líderes); CAPACIDADE (Realizamos trabalhos baseados em competências, sejam técnicas ou inatas); e SUSTENTABILIDADE (Herdamos a natureza para que seja preservada, cuidada e vivenciada).

1.3. Descrição da empresa

A Alpha Centauri é uma Startup atuante nas áreas de Economia Criativa e Tecnologia da Informação e Comunicação. A empresa está em um processo intensivo de amadurecimento e busca profissionalizar ainda mais a realização de suas atividades. O grupo deseja se tornar uma empresa consolidada que desenvolve projetos no segmento de tecnologias inovadoras ligadas a processos criativos. Como empreendedores, os membros do time atuam em conjunto desde a adolescência. As atividades realizadas já permearam as mais diversas áreas e os mais diversos cenários. Já foram realizados trabalhos com Direção Musical, Produção Musical, Produção Cultural, Gerenciamento de Estúdios, Desenvolvimento de Websites e Desenvolvimento de Jogos. Durante a realização dessas ações, sempre houve a presença de boas equipes que obtiveram resultados positivos baseados nas metas estabelecidas. Atualmente, o time está novamente acreditando na sua capacidade empreendedora e busca, por meio do projeto Music Touch, alcançar resultados que sejam ainda mais expressivos dentro de uma ótica empresarial. No contexto presente, há maior conhecimento dos caminhos que precisam ser percorridos e, devido à profissionalização e devido ao amadurecimento de todos os membros de time, acredita-se que estão frente à possibilidade de alcançar novamente os resultados desejados.

1.4. Resumo do projeto

O Music Touch é um Sistema Integrado de Gestão (SIG) estruturado para implementar tecnologias como Big Data (Armazenamento de Grandes Volumes de Dados) e Inteligência Artificial (Análise de Grandes Volumes de Dados). O software foi idealizado para auxiliar computacionalmente as atividades operacionais dos atores do ecossistema musical, inicialmente modelado para apoiar a tomadas de decisão dos Produtores de Eventos Musicais, incluindo conceitos relativos a Business Intelligence. Em suma, o objetivo central do projeto é mapear, modelar e otimizar processos.

1.5. Descrição do projeto

A inovação proposta pelo projeto Music Touch é incremental, atua no campo organizacional e de processos e está associada ao programa “Cidades da Música”, uma iniciativa da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), composta por polos como Salvador/BRA, Amarante/POR, Daegu/KOR e por algumas outras cidades. Nesse contexto, a partir do título de “Cidade da Música” recebido por Salvador, pretende-se utilizar a capital da Bahia como um projeto piloto para viabilizar a replicação de uma plataforma de tecnologia voltada profissionalmente para apoiar os atores do ecossistema musical.

O Music Touch pretende solucionar a demanda por gestão de dados, de projetos e de processos dos produtores culturais, conforme identificado em estudos realizados pelo SEBRAE. Nesse sentido, os clientes iniciais do projeto serão os produtores de eventos musicais que, no mercado estadual, são formados principalmente por MPEs e profissionais autônomos. A demanda a ser trabalhada consiste atualmente na necessidade de coleta, estruturação e análise de dados para fortalecer a tomada de decisão desses profissionais, visando otimizar os seus trabalhos, melhorar a eficácia das suas atividades e construir bases de conhecimento para utilização estratégica.

De forma ampliada, conforme documento publicado pelo SEBRAE, denominado “Estudo de Inteligência de Mercado - Música”, *“a união entre tecnologia, internet e música virou de cabeça para baixo a indústria fonográfica no Brasil e no mundo. Diante de tantos desafios, é necessário que as empresas da música consigam se estruturar melhor e planejem suas ações a médio e longo prazo, sendo mais sustentáveis e profissionais, mais competitivas e preparadas para encontrarem formas de rentabilizar seus produtos em meio a grandes obstáculos”*. Como observado, esse trecho reforça a necessidade de adaptação do ecossistema musical e dos seus profissionais frente à consolidação da internet, utilizando adequadamente e ao seu favor os recursos existentes nela.

Em linhas gerais, partindo do ponto de vista tecnológico, o Music Touch, diferente de alguns “concorrentes”, tem o objetivo de ser reconhecido como uma grande base de dados (Big Data), com funcionalidades práticas de gestão (Analytics), e não apenas como uma nova rede social, com milhares de usuários publicando informações desimportantes. Deseja-se estreitar parcerias com ferramentas já existentes para atuar em um nível computacional mais elementar (Webservices e APIs), visando permitir que esses parceiros possam se dedicar de forma mais exclusiva para a criação de seus modelos e layouts (Front End), enquanto que a plataforma Music Touch fornece uma forma de uso baseada em Business Intelligence (Back End). Dessa forma, o software surge como uma solução de integração e não necessariamente como um concorrente direto das tecnologias já existentes no mercado musical.

2. Oportunidade e Análise

2.1. Dados e fatos da oportunidade do mercado

O “Diagnóstico do Desenvolvimento Cultural de Salvador”, estudo realizado pela empresa Cria Rumo, uma organização com mais de dez anos de experiência em projetos culturais, turísticos e educacionais, escutou 446 pessoas, sendo 326 participantes de oficinas, 73 entrevistados presencialmente e 47 formulários respondidos via internet. O documento apresentou uma série de fragilidades identificadas no ecossistema musical da cidade de Salvador e que estão relacionadas diretamente com o problema destacado pelo projeto Music Touch. Segundo esse diagnóstico, *“em geral, os profissionais de produção cultural possuem baixa capacitação formal e as opções de formação também são reduzidas, de acordo os especialistas entrevistados. É preciso buscar estratégias que pensem a sustentabilidade das empresas da área para além das políticas de incentivo à cultura”*. Outra questão fundamental e que prejudica os agentes culturais é a falta de canais e meios para divulgação das atividades culturais, não somente pela inexistência de uma plataforma simples e com preço acessível, mas também pelo alto custo da divulgação nos meios de comunicação tradicionais. Algumas publicações como o “Estudo de Mercado do SEBRAE” e o “Diagnóstico Cultural da CRIA RUMO” reiteram parte do problema trabalhado pelo projeto Music Touch: a necessidade de coleta, estruturação e análise de dados para fortalecer a tomada de decisão dos atores do ecossistema musical, visando otimizar os seus trabalhos, melhorar a sua eficácia e construir bases de conhecimento.

Em linhas gerais, a música é uma importante expressão cultural que movimenta a economia, podendo ser trabalhada como um importante vetor de transformação social e de geração de trabalho e renda, conforme ressalta o Diagnóstico do Desenvolvimento Cultural de Salvador, publicado em 2018. Entretanto, no cenário atual, os produtores culturais tomam decisões geralmente empíricas e não necessariamente utilizam recursos computacionais de apoio. Nesse contexto, o Music Touch se propõe a ser uma ferramenta acessória capaz de mudar esse cenário, melhorando dessa forma a eficiência geral do segmento musical. Ainda dentro desse contexto, foi elaborada em 2015 outra pesquisa intitulada “Salvador mais Criativa” que apontou o ecossistema musical como o setor criativo com o maior potencial de desenvolvimento na cidade nos próximos 30 anos. Como observado, a capital do estado tem um papel importante para o cenário musical e, conforme um estudo do SEBRAE de 2016 sobre “Produção Cultural e Musical na Bahia”, reforçado pelo fato de que 80% dos produtores estão localizados na cidade. De forma ampliada, a música é bastante relevante em todo o país, sendo que, conforme dados gerais do estudo citado, em 2015 havia 71.521 mil negócios musicais no Brasil, sendo 44.356 MEI (62%), 22.951 ME (32%) e 4.214 EPP (6%), representando 2,6% do PIB nacional, totalizando R\$ 126 bilhões. A Bahia ocupava, no contexto desse estudo, o 7º lugar no Brasil com 5.432 empresas, o estado do Norte e Nordeste com a posição mais elevada.

2.2. Validações feitas pela equipe para comprovar a oportunidade

Dados o estágio inicial de ideação e de prototipação do projeto, a equipe do Music Touch se baseou principalmente em dados secundários obtidos por meio de organizações como o SEBRAE para realizar análises e validações da oportunidade observada. Nesse sentido, também serão apresentados diversos dados para descrever o mercado de atuação do projeto, assim como a sua estratégia de pilotos associados às “Cidades da Música” (Salvador/BRA - 2015, Tongyeong/KOR - 2015, Daegu/KOR - 2017 etc.).

Como já citado, a pesquisa “Salvador mais Criativa” apontou o ecossistema musical como o setor de maior potencial de desenvolvimento na cidade nos próximos 30 anos, e outra pesquisa denominada “Cultura em Números”, do Ministério da Cultura (MinC), apresentou as práticas culturais do consumidor na cidade. É importante destacar que, nas horas de lazer, a maioria dos entrevistados informou que prefere ouvir música (46%). Dadas essas características da cidade e dos consumidores locais, o mercado alvo do primeiro “projeto piloto” da plataforma Music Touch foi definido estrategicamente para abranger a capital baiana, Salvador/BA. Caso validada, a plataforma terá o objetivo de ser replicada, permitindo a sua migração para outras Cidades da Música ao redor do mundo. Adicionalmente, confirmando a potencialidade do projeto para a cidade de Salvador, baseada em estudo do SEBRAE de 2016, sobre “Produção Cultural e Musical na Bahia”, que aplicou 200 questionários no estado e registrou que 80% dos produtores do estado está localizado na capital e, segundo o Mapa Musical da Bahia, realizado pela Fundação Cultural do Estado (Funceb), 65.32% dos Músicos do estado residem na cidade de Salvador.

Para a validação do projeto também foi realizada uma parceria com o renomado produtor musical, Gerson Silva. Gerson já atuou com diversos artistas como Carlinhos Brown, Daniela Mercury, Ivete Sangalo etc. Esse contato permitiu diversas discussões conceituais do projeto para a sua adequação quanto à necessidade real do seu público alvo. Não obstante, também foram obtidas orientações em estruturação de negócios, por meio de incubação na Incubadora de Negócios da Universidade Salvador (UNIFACS), onde a startup manteve um escritório físico e participou de diversas capacitações em negócios, visando o amadurecimento da solução proposta. Oportunamente, durante essa iniciativa, o projeto foi convidado e exposto em diversos eventos temáticos.

De forma geral, foram utilizadas diversas estruturas e bases de informação para a validação do projeto Music Touch. A seguir estão apresentados alguns dos documentos utilizados como validação e levantamento de requisitos para o projeto:

- “Estudo de Inteligência de Mercado - Música” (163 páginas);
- “Estudo de Mercado sobre Produção Cultural e Musical na Bahia” (94 páginas);
- “Como Formalizar o seu Negócio no Mercado da Música” (6 páginas);
- “Mecanismos de Fomento à Cultura” (67 páginas);
- “Música Tocando Negócios” (225 páginas);
- “10 Dicas para o Músico de Sucesso” (53 páginas);
- “Projetos Culturais: como Elaborar, Executar e Prestar Contas” (180 páginas); e
- “Como Montar uma Produtora Cultural” (52 páginas).

Conforme apresentado, são mais de 800 páginas de relatórios contendo estudos do ecossistema musical de diversos pontos de vista, todas essas informações analisadas e utilizadas para composição do entendimento conjuntural da aplicabilidade do projeto Music Touch.

Outros dois pontos importantes, considerados como validações externas, mesmo que não sejam de fato uma ação própria de validação do ponto de vista técnico, mas que auxiliaram durante a construção da hipótese apresentada pelo projeto, foram os seguintes: A) Lei Orgânica da Cultura (BA); e B) Rede de Cidades Criativas (UNESCO).

Para o primeiro caso, na Lei Orgânica da Cultura (Lei Estadual nº 12.365, de 30 de novembro de 2011) há diversos pontos que reforçam a proposta central do projeto: i) Art. 3º - A Política Estadual de Cultura abrange: sistemas de informação culturais; ii) Art. 4º - São princípios da Política Estadual de Cultura: democratização, descentralização e desburocratização no incentivo à pesquisa, à criação, à produção e à fruição de bens e serviços culturais; iii) Art. 5º - São objetivos da Política Estadual de Cultura: incentivar a inovação e o uso de novas tecnologias em processos culturais e artísticos; iv) Art. 7º - São componentes do Sistema Estadual de Cultura: Sistema de Informações e Indicadores Culturais (SIIC); v) Art. 11 - À Secretaria de Cultura compete: organizar e manter bases de dados para informações e indicadores culturais; vi) Art. 20 - Constituem mecanismos de fomento a projetos: parcerias público-privadas; vii) Art. 23 - O Sistema de Informações e Indicadores Culturais (SIIC) tem por finalidade a coleta, a sistematização, a interpretação e a disponibilização de dados e informações para subsidiar as políticas culturais dos poderes públicos e ações da sociedade civil.

Este recorte realizado da Lei Orgânica da Cultura (BA) apresenta, partindo da ótica do projeto, uma orientação para a existência de uma sistemática de ações para apoiar o desenvolvimento de uma solução tecnológica que vai ao encontro da solução proposta pelo Music Touch. Quanto ao sistema SIIC apresentado na respectiva lei, há de fato este software desenvolvido pela Secretaria da Cultura, porém a base de dados que está publicada nada mais é do que apenas um recorte do último censo realizado em 2010. Após avaliação do sistema, percebe-se que o SIIC acaba sendo primordialmente uma ferramenta de suporte para as ações administrativas internas da secretaria de estado e que acaba fugindo do seu fundamento primordial, quando analisado o viés da pouca publicidade de dados para a sociedade por meio do sistema.

Quanto ao segundo ponto apresentado, Rede de Cidades Criativas da Unesco, a cidade de Salvador/BA recebeu em 2016 o título de Cidade da Música. Esse certamente é um reconhecimento que posiciona a capital baiana como uma referência internacional no quesito música. Consequentemente, de acordo com o site institucional da campanha da cidade para o programa Cidades Criativas, descreve-se: *“A ideia é que essa titulação fortaleça a cultura local e promova internacionalmente a cidade para o turismo e a atração de investimentos no segmento da economia criativa”*. Ainda no site oficial da Unesco há um grupo de cinco ações previstas que a cidade deverá realizar a partir da obtenção deste título. Entretanto, além da construção de um museu, a prefeitura municipal atuará mais como promotora de ações do que como executora de atividades relacionadas com esta titulação. Nesse cenário, o Music Touch surge com o papel de atuar como um parceiro da instituição municipal, ofertando a plataforma como um agente integrador e organizador de processos. Para tal atuação conjunta, pretende-se, por exemplo, construir uma relação inicial de captação de recursos para o desenvolvimento da iniciativa, utilizando editais como a chamada “Arte em Toda Parte”, um programa publicado anualmente pela Fundação Gregório de Matos (FGM), organização ligada à Secretaria de Cultura do Município.

2.3. Outras ações realizadas para validação do Produto

Foram realizados alguns contatos com organizações musicais para testes da plataforma, com base numa lista de notoriedade apresentada nos documentos publicados pelo SEBRAE/BA. Nessa documentação, é citado, por exemplo, o nome do produtor Gerson Silva como um profissional musical reconhecido. O projeto Music Touch entrou em contato com Gerson e o mesmo declarou anuência para uma possível parceria com o projeto. Ele poderá atuar como mentor na adequação

da solução para aplicação no ecossistema musical. Outras ações paralelas no projeto também foram realizadas em torno da sua proposta de validação e difusão: Aprovação no Credenciamento de Instituições Culturais da FGM/SECULT/PMS; Participação no Like a Boss Startup Bahia do SEBRAE; Participação na Campus Party Startup and Makers da CPBA; e Participação na Semana Nacional de Ciência e Tecnologia do MCTI/SECTI/BA. Na estratégia do Music Touch também haverá busca por parceria com a UNESCO, dentro do programa Creative Cities no qual Salvador/BA atua como Cidade da Música. O objetivo é replicar o Music Touch nas demais cidades globais do programa.

2.4. Visão geral do consumidor, seu perfil e como o seu problema é resolvido

O projeto Music Touch pretende solucionar inicialmente a demanda por gestão de dados, de projetos e de processos dos Produtores Culturais, conforme problemática identificada em estudos do SEBRAE. Dessa forma, os clientes iniciais serão os promotores de eventos musicais do mercado local de Salvador/BA, agentes que são basicamente formados por MPEs e profissionais autônomos. Esse grupo é formado por representantes de pequenas organizações locais, mas que possuem um potencial significativo, tanto em nível nacional quanto em nível internacional. Nesse sentido, de acordo com o estudo do SEBRAE (“Produção Cultural e Musical na Bahia”), mesmo sabendo que *“o faturamento médio mensal do segmento de Produção Cultural na Bahia varia entre R\$ 25.000,00 e R\$ 60.000,00”*, sabe-se também que, em contraponto, *“atividades culturais já correspondem a 5% do PIB mundial”*. O estudo citado ainda adiciona ainda que, mesmo com todas as dificuldades, *“para 60% dos Produtores Culturais locais, o segmento está em crescimento com potencial de desenvolvimento”*. Cabe destacar ainda que, conforme já citado, o SEBRAE já registrou em torno de 71.500 mil negócios musicais no Brasil, estimando uma parcela de 2,6% do PIB nacional, totalizando R\$ 126 bilhões. Em 1993, por exemplo, a Lei Rouanet havia apoiado projetos totalizando apenas R\$ 21.212,78, já em 2015 foram apoiados projetos num montante de R\$ 1.213.432.162,69.

Do ponto de vista local, muitos dos produtores culturais da cidade de Salvador/BA, público alvo do projeto, ainda utilizam ferramentas tradicionais para a realização dos seus processos operacionais. É comum observar, por exemplo, esses profissionais adotando agendas de papel para marcação de compromissos e utilizando cadernos para o registro de dados financeiros. Além de uma ação social de capacitação por inclusão digital, conforme proposto pelo Music Touch, cabe salientar que a música, por si, já é uma importante expressão cultural que movimenta a economia, podendo ser trabalhada como um importante vetor de transformação social e de geração de trabalho e renda, conforme ressalta o Diagnóstico do Desenvolvimento Cultural de Salvador. Por exemplo, o uso de ferramentas digitais, a exemplo de redes sociais utilizadas para fins profissionais, como a produção de obras ou divulgação de eventos, oferece uma grande autonomia aos produtores.

Dado o contexto apresentado, o Diagnóstico Cultural de Salvador reitera ainda que os *“recursos tecnológicos ajudam a aproximar o público dos músicos e das bandas. Redes sociais e sites de streaming têm sido utilizados, sobretudo por artistas independentes, como forma de dar visibilidade e divulgar suas produções”*. Nesse aspecto, o Music Touch poderá figurar com uma plataforma alternativa de apoio aos produtores culturais no entendimento e na otimização dos seus processos diários. Todavia, dentro do ecossistema musical, a geração de conteúdos que permitem a aferição quantitativa e qualitativa dos fenômenos culturais ainda é insuficiente, seja pelo fato de não haver a elaboração de estudos mais específicos, seja pela necessidade de atualização constante das pesquisas já existentes. Nesse sentido, é importante frisar a relevância da criação de novos

indicadores para melhor definição do público potencial. Tais informações demográficas, por exemplo, poderão se configurar como importantes ferramentas para permitir a construção e gestão da experiência cultural de maneira mais objetiva, produzindo um conhecimento teórico, científico e contrastável sobre o cenário local, corroborando com informações registradas em publicações como a Revista Observatório Cultural, 2008.

2.5. Definição do público alvo

Para entendimento adequado do público alvo, é necessário estabelecer um entendimento comum sobre o termo produtor cultural. Nesse sentido, é adequada a definição de CUNHA (2003, p. 517), presente no “Estudo sobre Produção Cultural e Musical na Bahia”, SEBRAE, de que um produtor cultural é aquele que *“investe diretamente ou se encarrega da obtenção de recursos financeiros e de outras formas de patrocínio, controla as despesas necessárias e arremonta os meios técnicos e materiais indispensáveis à realização de obras culturais”*. Ainda conforme o estudo, *“as atividades de um produtor, contemplam organizar o trabalho de produção cultural em diversos níveis: pré-produção, produção e pós-produção”*. Não obstante, o termo produtor cultural passou a ter mais destaque com o surgimento de leis de incentivo à cultura nos anos 90. Contudo, a profissão somente foi reconhecida em 2013 pelo Ministério do Trabalho, com a seguinte definição:

- *“Implementar projetos de produção de espetáculos artísticos e culturais (teatro, dança, ópera, exposições e outros), audiovisuais (cinema, vídeo, televisão, rádio e produção musical) e multimídia. Para tanto criam propostas, realizam a pré-produção e finalização dos projetos, gerindo os recursos financeiros disponíveis para o mesmo” (CÓDIGO BRASILEIRO DE OCUPAÇÕES, CBO)”*.

Para se obter uma classificação mais formal do produtor cultural, dentro do contexto do projeto Music Touch, foi realizada uma consulta ao site da Comissão Nacional de Classificação (CONCLA) e foi identificada uma atividade econômica que é comumente realizada por esses profissionais: 9001-9/02 EVENTO CULTURAL MUSICAL. Todavia, muitos dos produtores culturais realizam outras atividades, conforme listagem a seguir, baseada em pesquisa realizada pelo SEBRAE:

- 5914-6/00 ESPAÇO CULTURAL DE PROJEÇÃO DE FILMES E VÍDEOS;
- 6470-1/01 FUNDOS DE INVESTIMENTO CULTURAL E ARTÍSTICO;
- 8421-3/00 SERVIÇO CULTURAL NO EXTERIOR;
- 8550-3/02 INTERCÂMBIO CULTURAL; SERVIÇOS DE;
- 9001-9/01 EVENTO CULTURAL TEATRAL;
- 9001-9/02 EVENTO CULTURAL MUSICAL;
- 9001-9/03 EVENTO CULTURAL DE DANÇA;
- 9001-9/04 EVENTO CULTURAL DE CIRCO, FANTOCHE, MARIONETE; e
- 9493-6/00 ASSOCIAÇÃO CULTURAL.

Continuando a construção das características do público alvo, o referido estudo do SEBRAE questionou as principais dificuldades do ramo de Produção Cultural e de Produção Musical na Bahia e obteve os seguintes resultados, resumidamente:

- 80% indicou pouco investimento privado e público;

- 75% indicou falta de política de formação de público;
- 70% indicou que ainda não há cultura associativista; e
- 70% indicou falta formação continuada em projetos, finanças, marketing etc.

Dentre as formas de atuação dos produtores culturais no mercado local, foram listadas as seguintes atuações organizacionais:

- Atuação como Produtores Independentes;
- Atuação como Microempreendedores Individuais – MEI;
- Atuação alternada, dependente do projeto que desenvolvem; e
- Atuação como Cooperativa ou Associação.

Dentre os locais de atuação mais recorrentes, por ordem de frequência, foram listadas as seguintes áreas no estado:

- Atuação em Salvador e na RMS;
- Atuação em Feira de Santana, Santo Antônio de Jesus e suas Regiões;
- Atuação em Cachoeira e Região;
- Atuação em Juazeiro e Região;
- Atuação em Jequié e Região;
- Atuação em Vitória da Conquista e Região;
- Atuação em Barreiras e Região.

2.6. Empresas da Indústria da Música

É importante destacar que o mercado musical de forma ampla no Brasil é bastante vasto. Há diversas estruturas empresariais que atuam em torno da produção cultural e musical no país. Ainda que o projeto piloto tenha como objetivo a sua atuação na cidade de Salvador, um olhar mais amplo no cenário nacional é importante. Desta forma, é possível estimar, por exemplo, a capacidade de Music Touch de escalar por meio de sua implantação em diversas outras cidades e em diversos outros estados. Nesse sentido, foram listados alguns quantitativos relativos à indústria da música no mercado nacional, com base em um estudo do Sebrae (Música - Tocando Negócios). Nessa pesquisa foram identificadas 91.023 empresas na indústria da música, com CNPJ ativo, optantes pelo Simples Nacional em todo o território nacional. Dessas, 75.701 atuavam no setor de serviços e 27.060 foram classificadas como produção musical. O estado de São Paulo estava em primeiro lugar em número de empresas, totalizando 28.176 organizações ativas, e a Bahia foi listada na sétima posição, somando 5.432 empresas.

2.7. Jornada do consumidor

Conforme apresentado nos diagnósticos do SEBRAEss, *“no contexto de Salvador, tem se observado uma falta de capacitação empreendedora, o que acarreta baixa capacidade de organização, com procedimentos contábeis desorganizados e ausência de planejamento empresarial. É inegável o potencial criativo da cidade, mas os seus profissionais, em grande parte, carecem de qualificação para a gestão de projetos e negócios”*. Ou seja, o desconhecimento sobre

técnicas, ferramentas e processos, utilizando o exemplo da cidade de Salvador e expandindo para outras praças, indica que o problema enfrentado pelo produtor cultural ainda seja resolvido atualmente de forma incipiente.

As experiências práticas ainda são uma das principais formas de entrada no mercado de trabalho no ecossistema musical. Esses produtores tomam mais decisões com base empírica do que com base em recursos computacionais de análises de dados, padrões e comportamentos, como prevê a inteligência computacional e como está proposto pelo projeto Music Touch. Embora dados e informações sejam fundamentais para a elaboração de planejamentos operacionais e políticas públicas, de modo geral, eles não são priorizados no universo musical. Tanto no contexto nacional como no contexto local, a falta de verbas ou os poucos recursos destinados à pesquisa são entraves para, dentre outros, a execução de processos mais adequados de governança de dados.

Um grande problema é que muitas das ferramentas atuais utilizadas atualmente pelo ecossistema musical acabam representando uma real dificuldade de aplicação e migração de tecnologias. Atualmente, as pessoas que trabalham neste cenário musical utilizam inúmeras soluções para atender às suas demandas: Google Agenda, Planilhas Eletrônicas, Arquivos de Texto, Agendas de Papel e Cadernos. Por isto, o Music Touch observa atentamente a necessidade de dedicação especial para este processo de avaliação de aplicabilidade e migração tecnológica nesse segmento de mercado. É importante que haja um acompanhamento das atividades realizadas por estas pessoas para identificar de forma objetiva quais são os recursos efetivamente utilizados por elas.

2.8. Concorrentes e como eles resolvem o problema dos consumidores

O diferencial do Projeto Music Touch frente aos concorrentes consiste na organização e na centralização de funcionalidades básicas já existentes em outras plataformas, em consonância com o desenvolvimento de ferramentas de integração e inteligência. Conseqüentemente, isso resulta na entrega de um ambiente prático, com funcionalidades de apoio à realização de atividades diárias e não apenas casuais. As soluções atuais entregam recursos de uso pontual para necessidades específicas dos atores do ecossistema musical que, em vias gerais, não se comunicam e não compartilham bases de dados. De fato, há na internet, assim como em aplicativos fora dela, diversas soluções que podem ser utilizadas no cenário musical, porém de atuação isolada em suas respectivas áreas. Ao avaliar tais ferramentas, foi possível identificar que muitas delas apresentam funcionalidades básicas e um pequeno grupo de funcionalidades exclusivas de forma restrita. Nesse sentido, a proposta de diferenciação do Music Touch, de forma distinta das outras plataformas, é a criação de funcionalidades integrativas que contemplem o ecossistema musical como um todo e não apenas com foco em processos individuais.

O projeto Music Touch enxerga o universo de ferramentas para a música (“soluções de borda”) como um grupo de potenciais parceiros e não apenas como concorrentes diretos ou indiretos. A plataforma pretende atuar em um nível mais estrutural (Back End) do que em um nível de interfaces (Front End). Em outras palavras, o Music Touch tem o objetivo de ser reconhecido como uma base de dados com funcionalidades práticas de análise para a tomada de decisão (Big Data, IA) e não como uma nova rede social com milhares de usuários publicando selfies. Dessa forma, deseja-se estreitar parcerias com ferramentas já existentes para atuar em um nível computacional mais elementar e permitir que estes parceiros possam se dedicar de forma mais exclusiva para a criação de seus layouts, enquanto o projeto Music Touch evolui na análise de dados e na inteligência de

negócios. Em vias gerais, a existência das ferramentas que atendem atualmente ao mercado musical possui uma abordagem geralmente segmentada, acaba criando lacunas para a essência da palavra ecossistema: os relacionamentos.

Para entender melhor os concorrentes, foi realizada uma análise de mercado, por meio de buscas na internet, com o objetivo de identificar possíveis concorrentes, soluções alternativas e soluções de apoio, relacionando-as com a plataforma música Music Touch. Os dados foram agrupados com base nos grupos de usuários que, adicionalmente aos produtores culturais, poderão vir a utilizar a plataforma:

- **Ferramentas para Músicos:**

- Fleeber <https://pt-br.fleeber.com/>
 - Descrição: Rede Sociais para conexão entre músicos e bandas
- Forme Sua Banda - <http://www.formesuabanda.com.br/>
 - Descrição: Anúncios de Bandas e Músicos para formação de Bandas
- Zap Músico - <http://www.zapmusico.com.br/>
 - Descrição: Cadastro de músicos e Classificados de disponibilidades
- Palco Digital - <http://opalcodigital.com.br/>
 - Descrição: Orientações para a profissionalização dos Músicos
- AudioWare - <http://www.audioware.com.br/>
 - Descrição: Base de programas para utilização de Músicos
- Ordem dos Músicos do Brasil
 - Descrição: Cadastro legal e formal para Músicos profissionais
 - Link (AC): Não encontrado
 - Link (AL): Não encontrado
 - Link (AP): Não encontrado
 - Link (AM): <http://www.ombam.com.br/>
 - Link (BA): Não encontrado
 - Link (CE): <http://www.ombce.org.br/>
 - Link (DF): Não encontrado
 - Link (ES): <http://www.ombes.org.br/>
 - Link (GO): <http://www.ombgo.com.br/>
 - Link (MA): <http://www.crombma.hpg.ig.com.br/>
 - Link (MT): Não encontrado
 - Link (MS): Não encontrado
 - Link (MG): <http://www.ombmq.org.br/>
 - Link (PA): Não encontrado
 - Link (PB): <http://autores.ning.com/profile/ombpb>
 - Link (PR): Não encontrado
 - Link (PE): Não encontrado
 - Link (PI): Não encontrado
 - Link (RJ): <http://www.ombrj.com.br/>
 - Link (RN): Não encontrado
 - Link (RS): <http://www.omb-rs.com.br/>
 - Link (RO): Não encontrado
 - Link (RR): Não encontrado
 - Link (SC): Não encontrado

- Link (SP): <http://www.ombsp.org.br/>
- Link (SE): Não encontrado
- Link (TO): Não encontrado
- **Ferramentas para Bandas:**
 - Hostbaby - <http://pt.members.cdbaby.com/websites-for-bands.aspx>
 - Descrição: Criação de sites personalizados para Músicos e Bandas
 - Artweb - <http://www.artwebdigital.com.br/musicos>
 - Descrição: Criação de sites personalizados para Músicos e Bandas
 - Whiplash - <http://whiplash.net/>
 - Descrição: Notícias sobre diversos assuntos de bandas de rock
 - Somos Música - <http://somosmusica.com.br/>
 - Descrição: Artigos para música e cadastro de Bandas
 - Palco MP3 - <https://www.palcomp3.com/>
 - Descrição: Cadastro de Bandas e Músicos para apresentação Músicas
 - Cifra Club - <https://www.cifraclub.com.br/>
 - Descrição: Cadastro de Bandas e Músicos para apresentação Cifras
 - Letras - <https://www.letras.mus.br/>
 - Descrição: Cadastro de Bandas e Músicos para apresentação e Letras
- **Ferramentas para Estúdios:**
 - Ache seu Estúdio - <https://www.acheseuestudio.com.br/>
 - Descrição: Cadastro de Bandas e Estúdios para ensaios e gravações
- **Ferramentas para Produtoras:**
 - Associação Brasileira de Empresa de Eventos - <http://www.abeoc.org.br/>
 - Descrição: Cadastro Legal para Empresa de Eventos
- **Ferramentas para Casas de Show:**
 - Sebrae - <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-casa-de-shows-e-espetaculos,b1c87a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>
 - Descrição: Como montar uma casa de shows e espetáculos
- **Ferramentas para Fornecedores:**
 - João Américo Áudio e Vídeo - <http://www.joaoamerico.com.br/>
 - Descrição: Sistemas de Áudio, Projeção, Painéis de Led, Praticaveis, Passa Cabos, Geradores
- **Ferramentas para Organizações:**
 - Ecad - <http://www.ecad.org.br/>
 - Descrição: Cadastro leal de direitos autorais.
- **Ferramentas para Fãs:**
 - Clickgrátis - <http://www.clickgratis.com.br/artistas/upload/>
 - Descrição: Cadastro de fã clubes.

2.8.1. Análise qualitativa de Concorrentes

No Brasil há um determinado grupo de concorrentes do projeto Music Touch, alguns deles atuando em nível internacional e outros apenas a nível regional. A seguir estão apresentados alguns deles: Cifra Club, Myspace, Forme Sua Banda, Vagalume, Fleeber, Sympla, Giggem, Ache Seu Estúdio, ToDay. São tantos sites, aplicativos e soluções diversas que este conjunto resulta em uma lista muito expressiva quantitativamente. O grande ponto chave é que o Music Touch deseja

acompanhar esse surgimento contínuo de soluções para o ecossistema musical de forma positiva e não apenas enxergar esta situação como algo que somente pode prejudicar o projeto. Deseja-se a médio prazo disponibilizar interfaces de programação para que novos projetos possam contribuir para o desenvolvimento do software Music Touch, assim como, estes poderão utilizar a base de dados do projeto para a construção de novas soluções.

Em uma análise de potencial concorrência direta a nível internacional, foi identificado o projeto Giggem. Conforme informações no Wikipedia, “*Giggem é uma plataforma online de relacionamentos para músicos, bandas e profissionais da indústria da música*”. É possível perceber que esta solução se assemelha bastante ao projeto Music Touch em sua essência descritiva. O Giggem, após pesquisas realizadas na internet, foi identificado como uma das plataformas que podem se apresentar como maior concorrente devido à sua similaridade.

Outro contexto importante para ser apresentado nesta observação é o fato de que, a nível nacional, a empresa UOL adquiriu diversas “soluções de borda” (Cifra Club, Tramavirtual, Forme Sua Banda, Letras.mus, Palco MP3, Audioware e Guitar Battle), contudo não publicou nenhuma solução com esta proposta do Music Touch: um sistema integrado de gestão. Certamente por meio destas aquisições, a empresa UOL mantém um banco de dados quantitativamente significativo e teria a capacidade de desenvolver algo similar ao projeto Music Touch, baseado nestas características propostas, porém ainda não o fizeram.

Partindo de todo o contexto ressaltado acima, segue apresentação de uma breve análise de dois concorrentes, conforme apresenta a seguinte listagem contendo as informações coletadas:

- **Jobb**

- Site: <http://www.sistemajobb.com.br/>
- Facebook: <https://www.facebook.com/sistemajobb>
- Youtube: <https://www.youtube.com/user/unitybrasil/>
- Sede: Recife/PE
- Hospedagem: Amazon Web Services
- Atendimento: Redes Sociais, Chat online, Skype, Email
- Slogan: Controle sua produtora do orçamento ao financeiro, tudo num único lugar!
- Degustação: Sim
- Clientes: Lemonade, Panorâmica, Tê Dendê Produções, Grafo, Zombie, Hefty etc.

- **Fleeber**

- Site: <https://amy.network/>
- Facebook: <https://www.facebook.com/amy.network>
- Twiteer: <https://twitter.com/AmyMusicNetwork>
- Instagram: <https://www.instagram.com/amy.network/>
- Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UCZeyjTIWcWfIKDqsDXtjUgA>
- Organizacional: O AMY foi criado como resultado do união entre as plataformas My Vision e Fleeber.
- definição: Plataforma para ajudar a encontrar músicos, serviços, locais e produtos para maximizar seu potencial em criar música.
- Sedes: Brasil, Portugal, Itália, Espanha e Inglaterra.
- Atendimento: Redes Sociais e Email.

3. Produto/Serviço/Tecnologia

3.1. Objetivo Geral e Objetivos Específicos

O objetivo geral do projeto Music Touch é desenvolver um Sistema Integrado de Gestão (SIG) baseado em Big Data e Inteligência Artificial para auxiliar computacionalmente as atividades operacionais dos atores do Ecossistema Musical, provendo ferramentas de Business Intelligence.

Os objetivos específicos do projeto são os seguintes:

A) **Revisão e Reforço das Necessidades do Mercado:** Revisar Pesquisas de Mercado e Tabular Resultados Encontrados; Realizar Visitas a Potenciais Clientes e Usuários; Produzir Documentações de Análise do Mercado (Fluxogramas, Modelos, Diagramas); e Alinhar Posicionamentos com Potenciais Empresas Parceiras e Concorrentes;

B) **Construção do Produto Mínimo Viável:** Reavaliar e Definir Tecnologias para o Desenvolvimento da Solução Computacional; Desenvolver Funcionalidades Básicas do Sistema e Validar com Usuários Pilotos; Implementar Melhorias Propostas e Evoluir o Sistema em Telas mais Complexas; e Realizar Carga Inicial de Dados com a Proposta de Utilização com Usuários Piloto;

D) **Adequação do MVP às Demandas do Mercado:** Coletar Feedbacks de Usuários Pilotos e Empresas Parceiras para Evolução da Solução; Desenvolver Evoluções do Sistema e Aplicar Plataforma em Novos Usuários; e Atualizar as Documentações do Projeto e do Modelo de Negócio;

E) **Produção de Versão Beta da Solução e Aplicação no Mercado:** Evoluir Sistema do MVP para uma Versão Beta e Validação com Usuários e Empresas Parceiras; Desenvolver e Iniciar a Execução de Plano de Marketing para Entrada Efetiva no Mercado; e Realizar Apresentações da Solução em Eventos Especializados e Buscar Parcerias com Artistas Consagrados; e Realizar Publicação Oficial da Solução e Busca por mais Investimentos para Aceleração.

3.2. Elementos Estruturantes do Produto

Há ao menos três elementos estruturantes que estão relacionados com o planejamento estratégico do projeto e que reforçam a sua concepção: i) Recebimento do Título de Cidade da Música por Salvador/BA (UNESCO) - reconhecimento que direciona as esferas governamentais a atuarem em políticas que possam reforçar o título internacional recebido pela cidade; ii) Lei Orgânica da Cultura (Governo da Bahia) - ato legislativo que apresenta uma série de ações a serem realizadas no âmbito cultural, onde há artigos que se referem à criação de um sistema público de informações, mas há pouco avanço do poder público neste sentido e isto gera uma oportunidade considerável; e iii) Estudos de Mercado produzidos pelo SEBRAE para o ecossistema musical (SEBRAE) - artefatos que se apresentam como uma base documental significativa contendo pesquisas que condensam as demandas apresentadas por pessoas que atuam com música.

3.3. Problema a ser Resolvido e Proposta de Valor

Essencialmente, o problema a ser resolvido consiste na necessidade de coleta, estruturação e análise de dados para fortalecer a tomada de decisão dos atores do ecossistema musical, visando otimizar os trabalhos, melhorar a eficácia de sua atuação profissional e construir bases de conhecimento. A ideia central da plataforma é a realização do mapeamento das atividades

executadas por produtores culturais, incluindo posteriormente outros atores do ecossistema musical, e a entrega para eles de um ambiente com funcionalidades computacionais que possam auxiliar a realização de suas atividades diárias.

Cabe destacar que a essência de um sistema integrado de gestão é organizar processos e oferecer um conjunto de ferramentas sistematizadas. Nesse sentido, foi estruturada a seguir a proposta de valor da plataforma Music Touch, com base na sua proposta elementar de solução computacional e conforme apresentada em seu Business Model Canvas:

i) Suporte de Ferramentas Web - Realizar a organização da estrutura de ferramentas web utilizadas pelos clientes. Atualmente, cada produtor cultural busca na internet por soluções computacionais e as utiliza conforme as suas experiências práticas. É importante ressaltar que alguns deles, devido à baixa familiaridade com tecnologias digitais, ainda preferem continuar trabalhando com agendas de papel e cadernos de anotações. O objetivo do projeto Music Touch é identificar os recursos tecnológicos mais adequados para que seja possível compartilhar com os clientes quais são as melhores práticas e quais são as melhores soluções disponíveis na internet. A ferramenta computacional Music Touch foi idealizada para que seja viável a sua utilização de forma relacionada com tecnologias de integração como Web Services e APIs, tanto na entrada de dados como na saída de dados. Dessa forma será possível utilizar soluções existentes de forma agregada à plataforma Music Touch.

ii) Aumento de Conectividade - Desenvolver interfaces de acesso ao ambiente computacional interno com base nas características de utilização dos clientes e com base nas demandas computacionais dos recursos disponibilizados. A exemplo disso, haverá o acesso por meio de um Website, no qual será utilizada uma tela de maior tamanho para apresentar um conjunto de informações mais detalhadas. No caso de interações mais objetivas e ágeis, serão entregues soluções móveis como aplicativos para *Smartphones*, por meio dos quais os clientes poderão interagir com a sua rede e executar ações rápidas para as funcionalidades do sistema. Nesse segundo caso, ele terá toda a estrutura informativa disponível para consultas e tomadas de decisão.

iii) Gestão de Banco de Dados - Armazenar os dados coletados acerca do ecossistema musical, tanto produzidos pelo próprio usuário, como capturados de forma computacional na internet, para que seja possível desenvolver adequadamente uma base de conhecimento. A existência desse recurso poderá trazer informações estatísticas e definições de padrões para que os clientes possam entender melhor as particularidades das atividades profissionais relacionadas com a música. O sistema poderá, por exemplo, a partir das características apresentadas pelo produtor cultural, orientar a organização de um evento para evitar a perda de tempo em busca por informações desorganizadas em múltiplas estruturas de dados.

iv) Melhores Resultados Financeiros - Prover funcionalidades que organizem adequadamente o fluxo de caixa dos clientes. Muitas vezes há perda de recursos financeiros pela falta de organização orçamentária durante a realização de projetos culturais. Os clientes poderão perceber as melhorias em seus resultados financeiros por meio de relatórios simplificados de conferência, assim como poderão realizar a gestão adequada das suas ações realizadas. Como o Music Touch se trata de uma plataforma integrada, será mais fácil a realização de cruzamentos de dados para, até mesmo, orientar os produtores sobre características de projetos que, estatisticamente, possam prever maior ou menor rentabilidade.

3.4. Canal de entrega de valor

O principal canal de entrega de valor do produto será a internet, por meio da construção inicial de um Website. Esse ambiente é apenas uma das interfaces possíveis para que se possa entregar a solução computacional proposta para os clientes, pois há também no planejamento estratégico do projeto, a construção de um aplicativo para dispositivos móveis. Inicialmente haverá foco na lógica computacional de tratamento de dados, para depois haver a publicação de interfaces móveis. Essa alternativa permitirá mais mobilidade durante o uso da plataforma e isto trará um resultado operacional mais positivo. Os usuários e os clientes poderão utilizar os recursos que demandam menor capacidade computacional (processamento) por meio das interfaces mais adequadas, sejam ferramentas para desktops ou programas para smartphones.

O Website será o canal principal do projeto e a solução será desenvolvida com base em preceitos de acessibilidade e adaptabilidade para diversos dispositivos (Layout Responsivo). Serão utilizadas ferramentas como o Google Analytics para monitorar a utilização da plataforma e aplicar os devidos ajustes com base na avaliação de utilização dos clientes. Como há foco em desenvolver uma ferramenta profissional, o projeto será trabalhado com uma identidade visual mais séria e adequada ao uso contínuo. Visando reduzir o tempo de desenvolvimento do Website, foi adquirido um layout customizável para este fim, contendo mais de quatrocentos modelos de páginas disponíveis para utilização.

3.5. Informações Gerais do Produto

3.5.1. Resumo do Projeto

O Music Touch é um software aplicado à Economia Criativa no formato de Sistema Integrado de Gestão (SIG) que utiliza as tecnologias de Big Data (Armazenamento de Grandes Volume de Dados) e Inteligência Artificial (Análise de Grandes Volume de Dados). O software também prevê a utilização de algoritmos e soluções como Deep Learning, análise de áudio/música, *Optical Character Recognition* (OCR) e Chatbots, promovendo tecnologias e serviços para plataformas de Marketplace e de comércio justo. Em suma, o projeto visa a criação de um ambiente centralizado, integrado e simplificado, dispondo de recursos tecnológicos para melhorar a atuação dos Produtores Culturais.

3.5.2. Gestão do Projeto e do Produto

O projeto é gerenciado e desenvolvido com base em algumas metodologias centrais: i) Desenvolvimento de Produtos (RUP); e ii) Desenvolvimento de Projetos (PMBOK). Não obstante, algumas alterações foram aplicadas por meio da inclusão de métodos ágeis que, naturalmente, modificaram alguns fundamentos das metodologias base, como fases, artefatos e processos. A título de esclarecimento, foram incluídas na estrutura operacional do projeto algumas metodologias como Scrum, Kanban, Extreme Programming e outras.

Em vias gerais, o protótipo do Music Touch já está em desenvolvimento e já foram realizados diversos testes de aplicação das principais tecnologias iniciais: CRAWLER e OCR. Contudo, há uma série de atividades em andamento para a viabilização da solução: a) Tecnologia - Evolução de algoritmos de Big Data e IA; Configuração de Servidores de alto desempenho para hospedagem e realização de processamentos complexos; Desenvolvimento de funcionalidades análogas a ERPs e CRMs; b) Negócio - Validação de KPIs para definições de metas e avaliação dos resultados do projeto; Definições de expectativas do projeto para Breakeven e ROI, assim como estratégias de escalabilidade e liquidez; c) Marketing - Contratação de ferramentas e pessoal especializado em Marketing Inbound; e d) Parcerias - Fomentar a realização de parcerias com instituições estratégicas atuantes no Ecosistema Musical, visando utilização do sistema desenvolvido como base de obtenção de dados estratificados.

Partindo do contexto acima, o estágio de desenvolvimento atual, seja do ponto de vista do Produto ou seja do ponto de Vista do Projeto, é o seguinte.

1) Produto: Quanto ao software, Fase de Concepção (Fase Inicial no Modelo RUP). Já foram definidas algumas características da tecnologia a ser utilizada, conforme a seguir: Linguagem de Programação PHP com Framework Laravel; Linguagem de Exibição HTML, JS e CSS com Framework Bootstrap; Banco de Dados MySQL; Servidor Web Apache; Versionamento GIT; Cliente de Versionamento Tortoise GIT; Servidor de Versionamento Bitbucket; Hospedagem atual Hostinger; e Hospedagem desejada Amazon AWS. Já foi iniciada a construção da estrutura base do software por meio da definição do padrão para a programação do CRUD. Também foram implementados algoritmos de Web Crawlers que já estão em funcionamento e já possuem a capacidade de se conectar com outros sites e coletar informações musicais para o preenchimento de base de dados. Há estudos em andamento sobre o Tesseract, um software de reconhecimento óptico de caracteres de código aberto mantido pelo Google, avaliado para que possa ser utilizada essa tecnologia durante a leitura de panfletos digitais, com o objetivo de mapear as informações

musicais e armazená-las em base de dados. Houve participação da equipe técnica do projeto em cursos de construção de Data Warehouse para entendimento do funcionamento desse tipo de modelagem e entendimentos diversos para utilização dos conceitos de Business Intelligence para aplicação na plataforma. Em linhas gerais, já foi montado um protótipo do Music Touch com as tecnologias já dominadas pela equipe para, a partir dele, desenvolver um *Minimum Viable Product* (MVP). A plataforma já permite a construção de páginas Web para apresentar conteúdos informativos sobre a ferramenta, assim como já permite a construção de telas de gestão para apresentar as funcionalidades do sistema proposto. O protótipo inicial do projeto já possui a capacidade de rastrear dados de forma automatizada na internet por meio de uma tecnologia denominada Web Crawler, resultando no armazenamento interno das informações coletadas. A arquitetura do protótipo foi desenvolvida e hospedada no Hostinger pelo endereço <http://musictouch.com.br/>, utilizando o framework PHP denominado Laravel. O software já apresenta algumas telas do Sistema Integrado de Gestão (SIG) por meio do qual é possível cadastrar e manter informações como Músicos, Eventos, Bandas e demais parâmetros correlatos.

2) Projeto: Quanto ao projeto, especificamente gestão e negócio, há bastante avanço. A equipe de gestão do Music Touch já participou de diversos cursos promovidos pelo SEBRAE/BA e pela Incubadora de Negócios, todos ajudaram a evolução da estrutura do negócio. Por exemplo, foi estudado o modelo “Como elaborar um plano de negócios” desenvolvido pelo SEBRAE/NA, pois esse documento permite que a equipe tenha atenção para as diversas particularidades necessárias durante a construção de tal artefato. Além dessas capacitações, o projeto utiliza orientações do guia PMBOK para realizar a sua gestão. Conseqüentemente, são trabalhadas áreas e processos presentes nessa metodologia. Ainda que em um projeto de inovação não existam etapas estritamente definidas, a utilização dessas orientações permite que a equipe execute as atividades sempre com base nos processos propostos: definir o escopo, estimar os custos, mobilizar a equipe do projeto, desenvolver o cronograma e alguns outros. Todas as atividades do projeto são armazenadas na plataforma DotProject, por meio de ambiente proprietário da equipe do projeto. Em linhas gerais, já há uma cultura organizacional na Startup para aplicação de métodos de gestão e o time tem conseguido desempenhar bem as suas atividades nesse sentido. Os envolvidos no desenvolvimento do Music Touch também utilizam diversas soluções do Google para gerenciar a produção de artefatos. Alguns exemplos são: Google Drive para a criação de Documentos, Planilhas e Apresentações; Google Agenda para o controle das Atividades e Eventos; Google Keep para Anotações e Listas; Google Gmail para Emails; Google Hangout para Conversas; e diversos outros.

3.5.3. Padrões e Programas Aplicáveis

Os padrões de mercado a serem utilizados no projeto music Touch estão descritos a seguir, contendo referências de tecnologias, normas e procedimentos.

- Gerenciamento do Projeto - Guia PMBOK e SCRUM;
- Gerenciamento de Cronograma - DotProject;
- Armazenamento de Arquivos - Google Drive;
- Edição de Textos - Google Documentos;
- Edição de Planilhas - Google Planilhas;
- Edição de Fluxogramas - Bizagi;
- Linguagem de Programação - PHP, HTML5, CSS3, Javascript e JQuery;
- Framework de Programação - Laravel;

- Template - Smarty/Step of Web (HTML5);
- Ambiente de Programação - PhpStorm, Netbeans e Notepad++;
- Banco de Dados - MySQL;
- Versionamento de Arquivos - GIT, Tortoisegit e Bitbucket;
- Servidor Local - Apache (XAMPP); e
- Servidor Remoto - Apache (Hostinger).

3.5.4. Consistência técnica do Produto

O projeto Music Touch está embasado em técnicas e metodologias relacionadas primordialmente com o conceito de Inteligência de Negócios (Business Intelligence - BI). Partindo dessa abordagem ampla, a plataforma navega entre as diversas ferramentas de TIC para promover um recurso tecnológico que, com base nos estudos realizados, será uma plataforma de auxílio à melhoria da capacidade competitiva daqueles que a utilizarem. O software tem como estratégia central a criação de uma infraestrutura computacional capaz de abarcar essencialmente uma plataforma integrada de gestão. Nesse contexto, há o desenvolvimento de um produto com abordagem similar a sistemas computacionais como, por exemplo: *Enterprise Resource Planning* (ERP) e *Customer Relationship Management* (CRM). Essa linha de sistemas computadorizados já existe no mercado, mas a sua construção de forma generalista - visando atender organizações com atuação em nichos genéricos - acaba se tornando um produto demasiadamente complexo para utilização dos profissionais da música, pouco acostumados a soluções com essas características. Nesse sentido, um dos objetivos do Music Touch será o de desenvolver uma ferramenta de “aspecto amigável” para que os produtores culturais possam utilizar o software com uma interface mais simplificada.

Uma vez que tenha sido abordado o conceito de BI, é importante ressaltar outras características técnicas em torno do projeto. Nesse contexto, um fator relevante é o grande volume de dados que proverá a possibilidade de análise e inferências sobre eles. Por esse motivo, serão implementadas duas tecnologias que permitirão a obtenção do volume desejado utilizando processamentos computacionais automatizados. Uma delas é o Rastreador (CRAWLER) que, com base na definição do site Global AD, pode ser entendido como “*um robô usado para encontrar e indexar páginas de um site, visando capturar informações das páginas para coletar dados e atualizar uma base de dados desejada*”. Por meio desse recurso, por exemplo, serão listadas páginas que publicam informações sobre eventos musicais para então coletar, organizar e armazenar as informações em um banco de dados da plataforma Music Touch. Outra tecnologia a ser implantada na solução é denominada *Optical Character Recognition* (OCR) que, segundo o site Guia Hardware, é uma “*tecnologia que permite reconhecer caracteres de texto em imagens, transformando-os em texto editável*”. Dessa forma, será possível, por exemplo, rastrear flyers e panfletos de eventos e então extrair dessas imagens as informações que a compõem: data, local, atrações, ingressos, organizações etc. Ainda será possível listar sites específicos e Redes Sociais para capturar imagens em busca de informações sobre eventos musicais.

Por meio dos algoritmos de CRAWLER e OCR o Music Touch terá a capacidade de aumentar significativamente o seu volume de dados de forma automatizada. Isto permitirá que, mesmo que os usuários ainda não tenham utilizado a ferramenta de forma orgânica, haja uma série de informações prévias coletadas em bases públicas na internet. O protótipo atual do software já possui uma solução inicial de CRAWLER e a equipe técnica do projeto está estudando a tecnologia de

OCR por meio do Tesseract, um software de reconhecimento ótico de caracteres de código aberto mantido pelo Google.

3.6. Roadmap de Implantação e marcos do Produto

O projeto Music Touch executa atualmente, em paralelo, duas etapas importantes em seu cronograma: 1) Evolução do Modelo de Negócio - Startup; e 2) Prototipagem da Solução Computacional - Produto. Em relação ao Negócio, tomando como exemplo a organização de fases de evolução de negócios apresentada no livro “O Capital de Risco no Brasil” de Cláudia Pavani (2002), pode-se entender que está na primeira fase evolutiva: “Ideação e Desenvolvimento”. Já em relação ao produto, pode-se estar em Fase de Prototipagem. Desde a participação do projeto no edital de incubação da Incubadora de Negócios (UNIFACS) em novembro de 2016 - seleção na qual o Music Touch foi aprovado e momento o qual foi caracterizado formalmente como iniciação do projeto - já houve uma evolução significativa, avaliando-se as metas estabelecidas inicialmente.

3.7. Propriedade Intelectual e TRL

O projeto utiliza o modelo *Technology Readiness Level* (TRL), desenvolvido pela Agência Espacial Americana (NASA), como ferramenta de avaliação do nível de desenvolvimento tecnológicos dos trabalhos realizados. Existem 09 classificações de TRL baseados no progresso, ou no nível do progresso dos projetos. O TRL 1 é o nível mais baixo, onde são realizadas as pesquisas básicas. No TRL 2 são estudadas aplicações práticas como resultado das pesquisas iniciais, no TRL 3 as aplicações são testadas para validação dos conceitos apresentados e no TRL 4 é realizada a verificação funcional de componentes em ambiente laboratorial. Dadas essas informações, atualmente, o projeto Music Touch está no TRL 4.

Ainda não há propriedade intelectual em tratativas formais para registro. Cabe ressaltar que, uma vez que se trata do desenvolvimento de uma solução computacional (software), mesmo que, conforme o site do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), seja possível solicitar o registro de um programa de computador, torna-se claramente necessária a sua evolução, mesmo que parcial, para o depósito de uma solicitação para registro. Partindo desse esclarecimento, entende-se que os esforços para realizar o registro do software não se justificam para o projeto em sua fase atual. Quanto ao registro da marca do produto a ser desenvolvido, também com base em definições do site do INPI que orienta sobre exclusividade de uso de nome e logotipo, há ciência da equipe sobre essa demanda e essa atividade está listada como uma entrega importante a ser realizada durante a execução do projeto.

3.8. Grau de Inovação

O Music Touch não se trata necessariamente de uma inovação radical, pois não tem necessariamente o objetivo restrito a realização de uma mudança plena no paradigma de gestão do mercado musical. Todavia, há o desejo base de aplicar e demonstrar as vantagens da implantação de conceitos triviais de gestão da informação. Nesse sentido, partindo das definições apresentadas por Joseph Schumpeter em que ele informa que as inovações “radicais” engendram rupturas mais intensas, enquanto inovações “incrementais” dão continuidade ao processo de mudança, enquadra-se o projeto Music Touch nesse segundo contexto. Está claro o fato de que, mesmo sem um aporte tecnológico mais significativo (sistemas computacionais), as atividades do ecossistema musical, ainda que realizadas de forma descentralizada e muito individualizadas, são

organizadas por seus atores nos formatos que eles avaliam como mais adequados para as suas necessidades. Dado o exposto, a inovação em torno do Music Touch será uma evolução incremental de processos organizacionais voltada para a gestão das atividades diárias dos atores do ecossistema musical, organizada por meio de oferta de uma ferramenta computacional de apoio.

4. Análise de Mercado

4.1.1. Cronologia de Mercado

As informações a seguir foram obtidas no documento denominado Inteligência do Mercado Musical, desenvolvido pelo Sebrae. Essa base de informações é uma das documentações mais importantes de embasamento conceitual do projeto Music Touch. Para contextualização, será apresentada a seguir uma listagem dos acontecimentos mais importantes ligados ao ecossistema musical durante o seu estabelecimento no mercado nacional:

- 1900: Foi aberto o primeiro estúdio de gravação musical no País, na cidade do Rio de Janeiro, por iniciativa de Frederico Figner, um imigrante tcheco;
- 1913: Figner instalou a primeira fábrica de discos do Brasil, a Odeon, com maquinário importado da Alemanha;
- 1930: A Transoceanic comprou a Odeon e passou a dominar o mercado juntamente com outras duas multinacionais, a Columbia e a RCA Victor;
- 1970: O mercado cresceu muito com o investimento de outras gravadoras multinacionais durante o Regime Militar;
- 1980: Uma revolução no mercado musical com o surgimento dos CDs, uma nova alternativa frente aos antigos discos de vinil;
- 1990: O surgimento da internet e do Napster e sua tecnologia P2P (*peer to peer*), que permite o compartilhamento de música em MP3, um grande impacto na indústria fonográfica; e
- 2000: O lançamento do iPod e da possibilidade de compra de música em formato digital, introduzido pela Apple.

Cabe destacar que o surgimento da internet foi um dos fatores mais relevantes na cronologia deste ecossistema e há diversos pontos de vista quanto a esta inclusão, entre eles: i) a possibilidade de obter maior alcance para o mercado musical; ii) a dificuldade de gerenciamento do produto música devido à sua desajustada estratégia de rentabilização. Por meio desses dois exemplos extremos, percebemos claramente que há necessidade de uma atuação controlada das pessoas que trabalham neste cenário para que não transformem as possibilidades positivas em resultados negativos. A apresentação desta polarização é um ponto de reforço que embasa a estratégia do Music Touch para a criação de uma solução que seja mais profissional e não somente expositiva.

4.1.2. Análise ampla de Mercado

Conforme destacado, muito da análise de mercado do projeto Music Touch foi realizada a partir de estudos publicados pelo SEBRAE, incluindo a experiência da equipe responsável pelo projeto. Uma das principais documentações utilizadas foi o Estudo de Inteligência de Mercado Música, um importante material de consulta com foco na análise de tendências, na convergência das mídias, na questão multiplataformas e nas novas tecnologias trabalhadas no cenário musical. Tal estudo tem sido de fundamental importância para a obtenção de informações sobre o respectivo ecossistema,

pois, conforme descrito no documento, “a competitividade do mercado exige hoje o acesso imediato a informações relevantes que auxiliem na tomada de decisões dos empresários”. Considera-se ainda, que o ecossistema da música é o conjunto de três principais pilares formado por: show business (música ao vivo), indústria fonográfica e direito autoral. Estes três pilares interagem com clientes, concorrentes, fornecedores, outros colaboradores e sofrem influências externas como questões tecnológicas, políticas, econômicas, culturais etc.

Partindo do contexto inicial apresentado acima, a popularização da internet está sendo significativa para a mudança de paradigmas dentro do cenário musical. Contudo, esse ecossistema não acompanhou essa evolução de forma pareada. Por exemplo, enquanto a internet, em seu início, evoluiu em abrangência, a limitação inicial de velocidade e banda restringiu o consumo da mídia musical, devido ao tamanho dos arquivos sonoros digitais em formato WAV, à época. O surgimento do MP3 e a evolução da capacidade tecnológica da internet mitigaram esse problema, contudo, tal mercado estava inicialmente baseado essencialmente em produção de artefatos físicos, a exemplo de CD e DVD. Ou seja, como a estrutura operacional da música ainda não estava pronta, em vez de ganhos, houve certas perdas econômicas. Por exemplo, segundo a Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD), em 2013, as vendas de CD's, DVD's e Blu-Rays com conteúdo musical em áudio e audiovisual registraram uma redução significativa, na faixa de 15,5% no Brasil.

Na contramão das perdas citadas acima, surgiu um novo mercado de digitalização da música e exploração das capacidades tecnológicas da internet. Todavia, tais ganhos ficaram concentrados em empresas de tecnologia que exploram o mercado musical, não necessariamente geram valores para aqueles que produzem música. Um caso famoso para esse contra senso foi quando a *Recording Industry Association of America* (RIAA), órgão que representava os interesses de um grupo de grandes gravadoras nos EUA, ganhou um processo contra o Napster, alegando que a empresa facilitava a troca de músicas protegidas por direitos autorais, sem a devida gestão dos respectivos titulares. Essa disputa se deu de forma bastante acirrada entre produtores de músicas e os difusores tecnológicos, mas a democratização do espaço tecnológico, fomentado pelo aumento de banda larga na internet e pelo surgimento de serviços de transmissão, tem permitido que muitos artistas se desenvolvam com o objetivo de gerenciar seus canais e obter os respectivos ganhos. Todavia, a quebra do paradigma inicial já estava estabelecida, pois os discos, representando os artefatos físicos produzidos, perdeu valor monetário frente ao consumo do material musical pela internet e por meio de shows, nessa ordem quantitativa.

Ainda com base no estudo realizado pelo SEBRAE, dentro de uma análise ampliada de mercado, segundo dados de 2012, baseados na RAIS, em 2012 existiam no Brasil cerca de 8.185.104 pequenos negócios, sendo apenas 29.343 em atividades relacionadas ao segmento de Economia Criativa - Música, representando somente 0,35% desse universo. Tais atividades estavam relacionadas a ações como sonorização, iluminação, produção musical, gravação de som, edição de música, discotecas, danceterias, entre outras. Cabe destacar os dados já ressaltados, de que, em 2013, estima-se que o montante de recursos gerados pelo setor cultural representou 2,6% do PIB, totalizando R\$ 126 bilhões (Fonte: FIRJAN, 2015). Cabe observar também que entre 1993 e 2015, através da Lei Rouanet foram apoiados projetos cujo valor total saiu de R\$ 21.212,78, em 1993, para R\$ 1.213.432.162,69, em 2015 (SALICNET, 2016). Não obstante, o último censo realizado já apontou a existência de 71.521 mil pequenos negócios ligados à música, estando assim segmentado: 62% (MEI), 32% (ME) e 6% (EPP). Com base nos dados apresentados, percebe-se

um aumento significativo no volume de organizações musicais que representa um crescimento quantitativamente relevante de atores do ecossistema musical nacional.

Como o projeto Music Touch tem o objetivo piloto de iniciar as suas atividades na cidade de Salvador/BA, cabe destacar que o mercado local ainda é bastante informal, o que é um ponto de oportunidade positiva de atuação estratégica para o projeto, baseado também no seu objeto geral de qualificação profissional. Ainda no sentido do contexto local, o Estudo sobre Produção Cultural e Musical na Bahia, também realizado pelo SEBRAE, apontou que 80% dos produtores são independentes, ou seja, atuam de maneira informal, ou como microempreendedores individuais, sendo que a atuação no mercado como empresas formalizadas se deu para apenas 5% dos casos. Os produtores entrevistados ainda indicaram que a lucratividade líquida não é alta, pois os custos operacionais são elevados, resultando em uma média de lucro líquido em torno de apenas 5%. Mesmo que a contextualização do mercado local seja aparentemente negativa, esse é um cenário muito oportuno para o projeto, pois o Music Touch pretende qualificar o trabalho do produtor para que, dentre vários aspectos, tenha a sua capacidade de atuação no mercado fortalecida positivamente.

4.1.3. Segmentação de Mercado

A segmentação do mercado local de atuação do projeto Music Touch foi embasada em pesquisas como o Estudo sobre Produção Cultural e Musical na Bahia, o principal documento utilizado para a identificação do perfil desse universo alvo. A partir desse estudo, foi definida uma cadeia produtiva composta pelos seguintes atores: Produtoras, Músicos, Bandas, Estúdios, Casas de Show, Fornecedores, Organizações e Fãs. Nesse sentido, foi realizado o mapeamento de tais atores que compõem o ecossistema musical. Essas definições partiram de uma avaliação quanto aos papéis desempenhados por tais entidades, realizando uma análise processual com vistas a criar um fluxo contínuo e cíclico de processos que são executados por elas.

A seguir estão apresentados os oito segmentos mapeados e a construção de uma breve definição e persona para cada um deles.

- **Produtoras:** A falta de processos formais e uma organização documental mais estruturada dos diversos outros atores do ecossistema musical acabam prejudicando severamente as produtoras. Na execução de sua atividade chave, o evento musical, as produtoras enfrentam dificuldades prioritariamente na falta de padronização de documentações, de informações e de processos. Ainda que as produtoras muitas vezes também não possuam sistemáticas devidamente estruturadas, a sua expertise, devido à realização continuada de sua atividade chave, acaba lhe empoderando de alguns mecanismos para a resolução de problemas comuns.
- **Músicos:** Em sua grande maioria são pessoas físicas, com ou sem formação acadêmica específica na área musical e que realizam trabalhos individuais ou em grupo. Geralmente são especializados em apenas um instrumento musical, mas em alguns casos dominam diversos saberes. Ainda que haja legislação própria para o enquadramento desta classe profissional, muitos ainda atuam informalmente. Alguns desses atores muitas vezes se destacam e assumem o papel de líder ou diretor musical nos grupos que atuam.
- **Bandas:** Não foi identificada uma legislação específica para este tipo de organização e muitos destes conjuntos acabam atuando por um longo tempo sem uma formalização

empresarial. Há diversos formatos para a composição de bandas, variando de apenas dois integrantes, chegando até conjuntos com mais de vinte pessoas. Entende-se que o processo de montagem de uma banda pode ser bastante célere, principalmente se os envolvidos possuírem experiência nesta área de atuação. Porém, a falta de definição de metas claras acaba deixando o conceito de sucesso bastante superficial.

- **Estúdios:** Há muitos estúdios que somente se formalizam como uma pessoa jurídica quando se encontram com um porte significativamente maior que uma média geral. Diversas dessas empresas, formais ou informais, acabam preferindo evitar a criação de cadastro de pessoa jurídica devido aos tributos iniciais que dificultam a disponibilização de um preço mais competitivo. Mesmo com o avanço significativo da Tecnologia da Informação nos últimos anos, os estúdios, em sua grande maioria, por exemplo, ainda utilizam agendas de papel para a marcação de ensaios. Poucos possuem sistemas de gestão de suas atividades.
- **Casas de Show:** As casas de show em sua maioria são formalizadas como empresa principalmente pelo fato de que possuem endereço comercial fixo e amplamente conhecido. Muitas delas, devido à necessidade de pagamento de despesas fixas mensais, buscam estratégias para garantir que o seu espaço esteja sempre ocupado. Elas desejam atingir uma quantidade específica de uso no tempo que gere as receitas necessárias para a quitação de suas despesas e que viabilize os lucros esperados para o seu negócio. Devido ao fato da inexistência de soluções efetivas que auxiliem as atividades das casas de show, muitas vezes elas acabam contando apenas com sistemas de fluxo de caixa. Inclusive, não foram identificadas soluções de Inteligência Computacional que auxiliem, por exemplo, as montagens das grades de eventos destes atores.
- **Fornecedores:** A definição de fornecedores está baseada em um grupo generalizado de atores que fornecem produtos e serviços para o ecossistema musical. O mapeamento e a atuação deles estão mais direcionados às atividades que resultam nos eventos musicais, por isso, entende-se como fornecedores aquelas pessoas físicas ou jurídicas que atuam com atividades como venda ou aluguel de som, iluminação, instrumentos, segurança, fotografia, filmagem e outros. Geralmente, a carteira de clientes destes atores é montada por contatos de indicação. Foi identificado que algumas vezes estes fornecedores acabam perdendo oportunidades de negócio simplesmente pelo desconhecimento de outros atores que estão demandando necessidades que poderiam ser atendidas por eles.
- **Organizações:** Entende-se por organizações todas aquelas instituições, públicas ou privadas, formais ou informais, que atuem direta ou indiretamente no ecossistema musical. Alguns exemplos dessas organizações são: ECAD, OMB, SUCOM/PMS, entre outras. Algumas dessas instituições muitas vezes nem ao menos possuem um sítio na internet e acabam sendo prejudicadas seriamente pela baixa participação no ambiente virtual. Devido à ausência de uma fonte confiável e atualizada das informações organizadas do ecossistema, muitas vezes as ações dessas organizações acabam sendo menos eficazes.
- **Fãs:** Este grupo de atores se mostram bastante criativos em seus processos de acompanhamento dos artistas que admiram, contudo, muitas vezes precisam lidar com mais de uma plataforma digital para isto. As redes sociais são o ambiente mais evidente de interação entre artistas e fãs devido à facilidade de publicação e obtenção de informações. Porém, muitos artistas acabam dedicando demasiadamente tempo e dinheiro de forma pouco significativa e rentável para esse formato. Adicionalmente, nessas plataformas geralmente não há, de forma ampla, métricas reais de avaliação de resultados baseados na rentabilização de sua atividade chave, a música. Artistas menores geralmente sofrem de

forma mais significativa com esta incapacidade de análise real dos números das redes sociais.

Por fim, a seguir são apresentados alguns exemplos para elucidar quais organizações podem ser consideradas atores do ecossistema musical, conforme mapeamento realizado pelo projeto: a) Músicos - Ivete Sangalo; b) Bandas - Chiclete com Banana; c) Estúdios - WR Bahia; d) Produtoras - Caco de Telha; e) Casas de Show - Teatro Castro Alves; f) Fornecedores - Segilight; g) Organizações - ECAD; h) Fãs - Mundo Leitte. É importante ressaltar que mesmo havendo inicialmente limitação de atuação do projeto apenas para a cidade de Salvador/BA, por se tratar de um projeto piloto, poderão ser cadastrados atores de outras praças caso haja alguma participação destes em eventos na capital da cidade sede do projeto piloto.

4.1.4. Setores de atuação do Produto

Como o objeto principal de atuação do projeto será o Produtor de Eventos Musicais, cabe ressaltar que, em termos profissionais, o Produtor Cultural possui a seguinte definição do Ministério do Trabalho: *“Implementar projetos de produção de espetáculos artísticos e culturais (teatro, dança, ópera, exposições e outros), audiovisuais (cinema, vídeo, televisão, rádio e produção musical) e multimídia. Para tanto criam propostas, realizam a pré-produção e finalização dos projetos, gerindo os recursos financeiros disponíveis para o mesmo”* (CÓDIGO BRASILEIRO DE OCUPAÇÕES, CBO). Ou seja, a atividade do usuário principal do projeto está baseada no setor de serviços. Partindo disto, a atividade que será prestada para eles, coincidentemente, também estarão embasadas nesse setor econômico. Sendo o Music Touch, um SaaS (Software como Serviço), legalmente, o Código Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) referente a tais serviços é geralmente o 6203-1/00 (Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não customizáveis).

5. Implementação e Estratégia de Marketing

5.1.1. Parcerias organizacionais

A seguir serão apresentadas algumas relações organizacionais desejadas para o desenvolvimento do projeto Music Touch:

- **Prefeitura Municipal de Salvador (PMS) e UNESCO** - A partir do recebimento do título de Cidade da Música pela capital da Bahia, o projeto Music Touch tem interesse mútuo em desenvolver ações para fortalecimento dessa marca para a cidade;
- **SEBRAE** - A organização tem como slogan o posicionamento como Especialista em Pequenos Negócios. Segundo levantamento do próprio SEBRAE, uma relevante maioria dos atores do ecossistema musical se enquadram como pequenos negócios e muitos nem ao menos estão formalizados. O projeto Music Touch deseja se tornar um canal de repasse dessa proposta do SEBRAE de fortalecimento das pequenas empresas;
- **Governo da Bahia (GOVBA)** - A lei estadual nº 12.365 de 30 de novembro de 2011 dispõe sobre a Política Estadual de Cultura, institui o Sistema Estadual de Cultura, e dá outras providências. Neste embasamento legal há diversas referências à construção de um “Sistema de Informações e Indicadores Culturais” como um mecanismo de gestão cultural, porém o produto fruto dessa lei é um sistema antigo que tem como base pública de dados apenas um recorte do último censo realizado pelo IBGE com informações acerca de pessoas

que atuam no ecossistema musical. O Music Touch tem o desejo de avançar na construção de sua ferramenta para viabilizar futuramente a obtenção de recursos por subvenção econômica e a execução de uma parceria público-privada;

- **Incubadora UNIFACS** - A Incubadora de Negócios (UNIFACS) foi criada em 2007 com o intuito de estimular e apoiar o potencial de inovação e empreendedorismo. O projeto Music Touch já utilizou os serviços da incubadora após ter participado do processo de seleção para incubação. O objetivo é continuar utilizando este apoio para realizar o processo de amadurecimento do modelo de negócios da empresa e do projeto;
- **GETIN Aceleradora** - A GETIN é uma aceleradora que desenvolve Negócios Inovadores e Empresas de Base Tecnológica (EBTs). A organização realiza essencialmente, de forma individualizada, metodológica e efetiva, diversos processos de desenvolvimento dos negócios acelerados. A GETIN, acrônimo para “Gestão Empresarial, Tecnologia e Inovação”, vem se consolidando como Centro de Recursos Compartilhados e Aceleradora Empresarial. A empresa é uma organização nascida do setor administrativo da TOPOS INFORMÁTICA, onde atuava apenas com serviços burocráticos. Contudo, percebeu-se que poderia se transformar em uma Aceleradora Empresarial para apoiar o desenvolvimento dos novos negócios. Esse modelo foi reconhecido e premiado pelo Prêmio Nacional de Inovação da CNI (2018/2019) como vencedor na categoria Inovação Organizacional.
- **Fundação Gregório de Matos (FGM)** - Esta fundação ligada à Secretaria de Cultura de Salvador/BA é uma das principais executoras de programas de fomento à cultura do município. Em 2015 houve participação do projeto Music Touch no edital Arte em Toda Parte, ainda apenas como uma ideia embrionária. Surpreendentemente, o projeto foi classificado como terceiro suplente (5ª lugar geral) e poderia ter ganho R\$ 50.000,00 em recursos por subvenção econômica. A FGM, uma vez que venha a publicar novamente este edital, será um meio por meio do qual o projeto poderá se capitalizar para realizar a execução de suas atividades. Principalmente a partir de toda a evolução realizada desde essa tentativa até os dias atuais.
- **Association Internationale des Étudiants en Sciences Economiques et Commerciales (AIESEC)** - Esta organização é essencialmente, neste contexto, uma agência que promove intercâmbio entre estudantes de diversos países. O projeto Music Touch, a partir de uma iniciativa da AIESEC de promoção de ações específicas de intercâmbios para startups, estreitou as relações com a representação local da organização para avaliar a contratação de pessoas de outras cidades específicas de países específicos. O objetivo principal é trazer para Salvador/BA estudantes empreendedores de outras Cidades da Música que participam do programa de Cidades Criativas da Unesco e com isto criar pontes para a internacionalização do projeto.
- **Ecossistema Baiano de Empreendedorismo** - A Alpha Centauri faz parte, como startup, do ecossistema local de empreendedorismo de Salvador/BA. Há uma vasta gama de instituições que fazem parte desta organização virtual que tem por objetivo fomentar o empreendedorismo na cidade e no estado. Algumas delas são a Secretaria de Ciência e Tecnologia da Bahia, a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia, o Parque Tecnológico da Bahia, a Incubadora Aity, a Incubadora do Senai Bahia, o Sebrae Bahia, o site Startup Bahia, a Rede + Bahia, o Google Business Group Salvador, as Startups em geral e outras organizações em geral.
- **Ecossistema Musical de Salvador/BA** - Devido à atuação dos membros do projeto no cenário de música da capital da baiana desde 2004, há diversos relacionamentos com organizações que operam neste segmento de mercado. Não haverá a listagem explícita

destas aqui, porém são organizadas como Bandas, Casas de Show, Músicos, Estúdios, Produtoras e Fornecedores. Algumas dessas empresas já foram contactadas referente ao projeto e apresentaram interesse em atuar no seu desenvolvimento, cada uma com o seu devido grau de engajamento.

5.1.2. Estratégia de Vendas e Marketing

Quanto à estratégia de vendas e marketing do projeto, esta é embasada em um conjunto de ações bastante comum em soluções computacionais publicada na internet. Inicialmente será disponibilizado o acesso gratuito no sistema para que seja possível evoluir a base de usuários. Também serão realizadas ações automatizadas para o aumento desta base de dados por meio da coleta de informações na internet utilizando ferramentas de rastreamento (*crawlers*). Estes algoritmos vão estar em execução contínua para mapear todo o ecossistema musical local e gerar padrões de coleta de dados que poderão ser utilizados em outras localidades após a execução do projeto piloto na cidade de Salvador/BA. Esta etapa de armazenagem de informações permitirá que o processo de levantamento de requisitos seja continuamente melhorado para que as funcionalidades disponíveis no sistema estejam aderentes à reais demandas dos atores do ecossistema musical. Conforme apresentado, a estratégia central será baseada na evolução da base de dados para valorização da solução com base nesta variável quantitativa. Em vias gerais, há no projeto quatro estratégias de venda: assinaturas, propagandas, acesso e transações. Para cada uma dela existirá um conjunto de ações específicas em torno do conceito generalista do marketing.

Ainda em relação ao processo de marketing, o projeto realizará ações organizadas nos seguintes pilares: i) Apoio à realização de eventos musicais para vincular a marca do Music Touch a este tipo de atividade; ii) Promoção de eventos (palestras, apresentações e workshops) sobre conteúdos técnicos da cadeira produtiva da música para fomentar um compartilhamento de informações entre os profissionais deste segmento de mercado, assim como obter conhecimento partindo deles para o próprio projeto; iii) Utilização da plataforma virtual para fornecer um ambiente com conteúdo sobre música voltada para a gestão do negócio com base numa possível parceria com o SEBRAE. Os tópicos apresentados fazem parte da estrutura geral de marketing do projeto, mas certamente haverá evolução deste portfólio de ações conforme o amadurecimento do projeto e da sua equipe.

5.1.3. Utilização de Marketing Digital

Serão utilizados diversos princípios de Marketing Digital no projeto Music Touch, visando transformar os esforços operacionais em resultados financeiros para sustentabilidade do negócio. As atividades a seguir serão executadas a partir desse princípio:

i) Cadastro na ferramenta GOOGLE MEU NEGÓCIO para que a empresa seja localizada em pesquisas no Google, provendo acesso ao endereço completo, telefone de contato, foto do local, horário de funcionamento, avaliações e comentários sobre a associação. A plataforma também deverá ser encontrada nos aplicativos de localização GOOGLE MAPS, WAZE e outros, para que as pessoas obter informações de forma mais célere na internet;

ii) Criação de um blog no ambiente Web do Music Touch, com dicas de gestão e divulgação de resultados. Exemplos: Como melhorar a divulgação do seu negócio, como organizar a sua estrutura comercial, como gerir finanças, como criar promoções etc.;

ii) Otimização do *Search Engine Optimization* (SEO) do ambiente Web do Music Touch e do blog através de ferramentas como SEMRUSH, GOOGLE TRENDS e GOOGLE KEYWORD PLANNER;

iii) Cadastro no GOOGLE ADSENSE com exibição de um ou mais banners de divulgação em sites parceiros e do mesmo nicho de mercado, com objetivo de trazer mais visitantes ao sistema. Assim como, exibição interna de banners de parceiros e de empresas do mesmo nicho, a fim de que usuários que estejam navegando pelo ambiente Web do Music Touch cliquem e visitem esses sites. A cada clique nesses banners de parceiros, uma pequena receita será gerada, sendo mais uma forma de auxiliar a sustentabilidade econômica do projeto;

iv) Cadastro no GOOGLE ADWORDS com criação e gestão de campanhas, a fim de que os usuários que estejam pesquisando no Google por palavras relacionadas ao nicho (Ex.: produção, como montar uma produtora, músicos em salvador, contratar bandas musicais, produção cultural etc.) encontrem o ambiente Web do Music Touch no topo da página de resultados, facilitando e impulsionando o acesso, assim como gerando mais visitas;

v) Cadastro no GOOGLE ANALYTICS para obter informações sobre o público que está acessando o ambiente Web do Music Touch, como por exemplo: idade, sexo, localização, se está acessando por smartphone ou computador, como os visitantes estão chegando ao portal (Google, Facebook, Instagram, sites parceiros etc.);

vi) Criação de páginas em redes sociais como Facebook, Youtube, Spotify e Instagram, com o objetivo de manter um canal de fácil comunicação e publicidade das iniciativas realizadas pelo projeto.

6. Plano Gerencial

6.1.1. Formação da equipe do Projeto

A equipe responsável pelo projeto será formada pelos mesmos membros de um grupo musical criado desde 2004. A proposta de reagrupar essas pessoas se deu exatamente pela fraternidade que elas mantêm há mais de quinze anos. Cada um possui formação em áreas como tecnologia, administração, música, design e publicidade. Na equipe há membros a nível estratégico e haverá a contratação de mais alguns profissionais operacionais e o estabelecimento de um conjunto de empresas parceiras, sendo esta estrutura suficientes para o desenvolvimento do projeto. Quase todos os atuais empreendedores da startup são amigos que na adolescência montaram uma banda de rock e que posteriormente se formaram em áreas de inerentes ao desenvolvimento do Music Touch.

As informações a seguir apresentam alguns acontecimentos relevantes para o grupo citado: 2004 - Formação da banda Hardcall (Todos); 2007 - Produção do evento Cidade Rock (Todos); 2009 - Criação da startup Alpha Centauri (Ramon e Neto); 2010 - Produção do evento Festival de Cultura Rock (Ramon e Neto); 2012 - Atuação em Desenvolvimento de Sistemas (Ramon e Renato); 2013 - Idealização do Portal do Rock, Music Touch 0.1 (Ramon e Renato); 2014 - Premiação de projeto

de games no concurso Ideias Inovadoras da FAPESB (Ramon e Renato); 2017 - Reagrupamento e retomada do Music Touch 1.0 (Todos). No sentido do exposto, a escolha em desenvolver o projeto foi baseada em oportunidade e competência (conhecimento, capacidade e atitude).

6.1.2. Pessoas envolvidas no Projeto

A seguir serão listados os membros da equipe do projeto, seus papéis, dados básicos e breve informações curriculares:

- **Ramon Santana Santos - Diretor Executivo (CEO)**
 - E-mail - ramon.santos@musicouhc.com.br
 - CPF - 842.557.735-72
 - Data de nascimento - 18/02/1988
 - Instituição da última formação - Devry (Ruy Barbosa)
 - Papel no empreendimento - Gestão/Técnico
 - Experiência e competência - Possui experiência nas áreas de Gestão da Inovação, Empreendedorismo, Startups, Relações Institucionais, Planejamento Estratégico, Gerenciamento de Projetos e Desenvolvimento de Sistemas Computacionais. Na graduação, Engenharia da Computação, foi destacado por excelência acadêmica e premiado com uma viagem 100% patrocinada para o Vale do Silício (Califórnia/EUA - Sede do Grupo Devry). Também foi vencedor do Prêmio Ideias Inovadoras da FAPESB, obtendo o 1o lugar na Categoria Graduando em 2014. cursou a pós-graduação em Gerenciamento de Projetos (MBA) na Ruy Barbosa | Devry de 2015.2 a 2017.1. Iniciou a pós-graduação em Gestão da Inovação e Empreendedorismo (MBA) no SENAI CIMATEC em 2017.2, com previsão de conclusão em 2020.1. Foi Coordenador de Sistemas da Secretaria Estadual do Meio Ambiente da Bahia (SEMA), onde desenvolveu sistemas computacionais que são utilizados neste e em outros órgãos do Governo do Estado da Bahia. Atuou como Gestor de Inovação na empresa Topos Informática e venceu em 2019 o Prêmio Nacional de Inovação da Confederação Nacional da Indústria, nas categorias Gestão da Inovação e Inovação Organizacional, resultando em uma Missão Internacional na França, Suíça e Alemanha.

- **Hipólito Silva Neto Dias - Director de Operações (COO)**
 - E-mail - neto.dias@musictouch.com.br
 - CPF - 854.629.005-97
 - Data nascimento - 18/12/1988
 - Formação mais avançada - Ensino Superior (trancado)
 - Papel no empreendimento - Mercado/Vendas
 - Instituição da última formação - UNIFACS - Universidade Salvador
 - Experiência e competência - Tem experiência na área Musical como Músico (Vocalista, Violonista, Guitarrista, Baixista, Cavaquinho), Arranjador, Gestor de Estúdio, Técnico de Gravação e Técnico de Som; Produziu diversas gravações ao lado do Produtor Musical Vicente Fonseca; Como Técnico de Som trabalhou com artistas consagrados como Baby do Brasil e Pepeu Gomes; Possui curso avançado em Software de Gravação Pro Tools 11; Adquiriu grande experiência em Microfonação atuando como Assistente Técnico na Escola de música Pracatum;

Atua como Técnico de Gravação de Produtores consagrados no mercado Baiano como Gerson Silva e Nestor Madrid; É Diretor Musical da Cantora Gaúcha Maryam Santangelo; Participou do evento Campus Party Bahia na área de Startup Makers apresentando o projeto Music Touch; Competiu na Batalha de Pitch do evento ENETECS - Encontro de Negócios, Empreendedorismo e Tecnologias Sociais.

- **Marceli Lira de Moraes Vasconcellos - Diretora Administrativa e Financeira (CFO)**

- E-mail - marceli.vasconcellos@musictouch.com.br
- CPF - 071.887.355-65
- Data nascimento - 21/11/1999
- Formação mais avançada - Ensino Superior (cursando)
- Papel no empreendimento - Gestão/Administrativo
- Instituição da última formação - UNIFACS (Universidade Salvador)
- Experiência e competência - Estudante de Bacharelado em Ciências Contábeis; Tem experiências profissionalizantes no setor Empresarial Financeiro e iniciou esta atividade por meio do Núcleo de Práticas Contábeis da Unifacs (NUPAC); Atuou na declaração anual de Imposto de Renda de Pessoa Física do núcleo citado; Realizou trabalhos de pesquisa e trabalhos práticos em Gestão de Custos (PMBOK) e Plano de Negócios (SEBRAE); Participou de capacitações em finanças do Edital "Like a Boss" do Programa Startup Bahia (SEBRAE); e estagiou como Assistente Administrativo na área comercial da TOPOS INFORMÁTICA.

- **Renato Soares Leal - Diretor de Design (CDO)**

- E-mail - renato.leal@musictouch.com.br
- CPF - 020.065.075-08
- Data nascimento - 02/06/1986
- Instituição da última formação - UFBA (Universidade Federal da Bahia)
- Papel no empreendimento - Técnico
- Experiência e competência - Tem experiência na área de Design Gráfico e Web Design, desenvolvendo sistemas para a internet, assim como em Desenho Industrial, com ênfase em Programação Visual. Já atuou em organizações como a Secretaria Estadual do Meio Ambiente (SEMA) e o Instituto do Meio Ambiente (INEMA). Atualmente é funcionário terceirizado do setor de tecnologia da Universidade Estadual da Bahia (UNEB).

6.1.3. Competências e disponibilidade da equipe

A seguir serão listadas as competências necessárias para a equipe estratégica do projeto:

- CEO) Empreendedorismo, Gerenciamento de Projetos, Engenharia de Software;
- (CTO) Desenvolvimento de Sistemas; Análise de Requisitos; Qualidade; Testes;
- (COO) Conhecimento do Ecossistema Musical; Rede de Contatos Musicais;
- (CFO) Administração Empresarial; Administração Jurídica e Contábil;
- (CDO) Identidade Visual; Designer Gráfico; Web Designer;
- (CMO) Comunicação; Propaganda; Publicidade;

A seguir serão listadas as disponibilidades necessárias para a equipe estratégica do projeto:

- (CEO) 20h (dedicação exclusiva ao projeto)
- (CTO) 20h (dedicação em turnos noturnos e durante os finais de semana)
- (COO) 20h (dedicação alternada conforme disponibilidade durante os dias da semana)
- (CFO) 10h (dedicação como consultoria executiva ao projeto sobre demanda)
- (CDO) 10h (dedicação como consultoria executiva ao projeto sobre demanda)
- (CMO) 10h (dedicação como consultoria executiva ao projeto sobre demanda)

7. Análise de Riscos

7.1.1. Riscos Ambientais e Tecnológicos

Por se tratar de uma solução computacional, não há riscos ambientais inerentes de forma relevante às atividades do projeto. Os riscos tecnológicos são pouco significativos devido às competências do time proponente do projeto e devido às parcerias realizadas com empresas dessa área temática. Os principais desafios tecnológicos da plataforma foram bastante mitigados a partir de um contato prévio para a contratação de apoio da Fábrica de Softwares da Topos Informática. Esta empresa que, além de ser reconhecida como vencedora do Prêmio Nacional de Inovação pela CNI, tem uma alta expertise em TIC e possui qualidade garantida por certificações como MPS-Br (C), MPT-Br (4), ISO 9001 e ISO 20.000. Por conta disso, a equipe experiente desta organização tem sido responsável pelo apoio no aperfeiçoamento conceitual da solução tecnológica, prevendo e reduzindo os possíveis problemas técnicos na mesma.

8. Plano Financeiro

8.1.1. Estrutura de Investimento Inicial

O investimento total necessário para a evolução do projeto deverá ser aplicado para construir e validar o protótipo funcional. O valor será utilizado para os seguintes elementos de despesa: Desenvolvimento de Software, Teste de Software, Infraestrutura de Software e Plano de Comunicação. Entende-se que essa estrutura de custos é suficiente para evoluir o estágio atual do projeto e implementar as tecnologias adicionais necessárias para validação do protótipo funcional do software. Não obstante, os orçamentos coletados para chegar ao valor global apresentando possuem subsídio de empresas fornecedoras em parceria como proposição apoio para atividades de fomento a projetos de inovação.

A aplicação dos recursos estabelecidos será realizada para negociação posterior de uma segunda rodada de investimento em uma aceleradora empresarial, em conjunto com mais investimento por *Funding Capital*. A estratégia de desenvolvimento ágil do Music Touch permitirá que as suas etapas de Ideia, Protótipo (Não funcional e Funcional) e MVP sejam realizadas continuamente em entregas controladas de periodicidade quinzenal, logo, haverá viabilidade de evolução da plataforma por rodadas sequenciais de investimento. Nesse contexto, foram iniciadas negociações de aceleração do projeto Music Touch com a GETIN - ACELERADORA. Há interesse das partes na aprovação em editais de fomento para diminuição do risco financeiro da operação de investimento financeiro. Cabe destacar que a aceleradora possui atualmente em torno de dez negócios em operação e esta atividade de articulação corrobora com o seu planejamento estratégico de novos investimentos.

8.1.2. Principais Custos e Estrutura Operacional

Como o projeto consiste basicamente no desenvolvimento de um software, nesse tipo de empreitada existem os seguintes custos principais: administração do projeto e da empresa; escritório ou home office; contratação de profissionais; e custos de hospedagens e licenças. Para a administração da startup, a escolha pela formalização inicial como Microempresa, do tipo MEI, permitirá que os custos sejam os menores possíveis. Haverá o avanço para outras estruturas contábeis e tributárias conforme demanda da própria organização. Quanto à obtenção de estrutura física para o desenvolvimento das atividades de desenvolvimento, este tópico está relacionado com a busca por processos de incubação e aceleração. Não obstante, já existem os home offices dos membros do projeto, porém a infraestrutura central desejada resultará em um ambiente mais formal para a execução das atividades. Quanto à contratação de profissionais, entende-se que os sócios e os membros atuais têm as competências necessárias para o desenvolvimento da solução, mas que alguns especialistas podem ser necessários para o desenvolvimento de atividades específicas. Algo crítico é a baixa disponibilidade dos sócios devido a outros trabalhos nos quais atuam e isto poderá prolongar significativamente as entregas. Adicionalmente, deseja-se levantar junto a universidades um alinhamento com cursos de Produção Cultural e TI para que sejam avaliadas possibilidades de oferta de bolsas de iniciação científica e a consequente disponibilização de estudantes para auxiliar a realização das atividades do projeto. Em último caso, serão avaliadas formas de contratação de estágio ou CLT conforme disponibilidade financeira do projeto. Quanto aos custos de hospedagem e licenças, durante a fase de desenvolvimento estes serão os mínimos possíveis devido à utilização de ferramentas gratuitas. Deseja-se verificar também a possibilidade de obtenção da parceria com a Amazon AWS para construção da infraestrutura de servidores a ser utilizada pelo projeto.

8.1.3. Estimativa dos investimentos iniciais

O investimento corresponde a todos os bens que serão comprados para que o negócio possa funcionar de maneira apropriada. No quadro a seguir, estão relacionados os equipamentos, máquinas, móveis, utensílios, ferramentas e veículos a serem adquiridos, a quantidade necessária, o valor de cada um e o total a ser desembolsado. Os dados a seguir foram estruturados com base num cenário no qual o projeto será realizado por uma equipe de cinco profissionais, compondo um time Scrum, sendo adotados os seguintes papéis: Especialista em Back-End, Especialista em Front-End, Scrum Master, Product Owner e Gerente de Projeto.

Máquinas e equipamentos				
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Notebook	5	R\$ 3.200,00	R\$ 16.000,00
2	Monitor (Aux)	5	R\$ 800,00	R\$ 4.000,00
3	Mouse (Aux)	5	R\$ 40,00	R\$ 200,00
4	Teclado (Aux)	5	R\$ 60,00	R\$ 300,00
Sub total				R\$ 20.500,00

Móveis e utensílios				
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Mesa de Escritório	5	R\$ 270,00	R\$ 1.350,00
2	Cadeira de Escritório	5	R\$ 200,00	R\$ 1.000,00
Sub total				R\$ 2.350,00

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS				R\$ 22.850,00
--------------------------------------	--	--	--	----------------------

8.1.4. Estimativa do custo com depreciação

As máquinas, equipamentos e ferramentas, citados anteriormente, vão se desgastar ou tornam-se ultrapassados com o passar dos anos, sendo necessária sua reposição. O reconhecimento da perda do valor dos bens pelo uso é chamado de depreciação.

Ativos fixos	Valor do bem	Vida útil em anos	Depreciação anual	Depreciação mensal
Máquinas e equipamentos	R\$ 20.500,00	5	R\$ 4.100,00	R\$ 341,67
Móveis e utensílios	R\$ 2.350,00	5	R\$ 470,00	R\$ 39,17
Total				R\$ 380,83

8.1.5. Capital necessário e demais custos iniciais

É o capital necessário para movimentar o negócio, representando o valor em dinheiro necessário para cobrir os custos até que as contas a receber de clientes entrem no caixa. Corresponde a uma reserva inicial de caixa. Para que fosse calculada a necessidade líquida de capital, foi preciso definir os prazos médios de vendas, compras e estocagem. Essas informações foram estimadas e serão utilizadas na apuração do capital necessário, já que nas vendas há financiamento dos clientes por meio dos prazos concedidos e há financiamento pelos fornecedores por meio dos prazos para pagamento negociados. Os dados a seguir foram baseados num perfil de clientes que adquirem, majoritariamente, os pacotes de serviço mensal e, minoritariamente, os pacotes de serviço semestral.

Cálculo do prazo médio de vendas			
Prazo médio de vendas	(%)	Nº de dias	Média ponderada em dias
à vista	0%	0	0
a prazo 30 dias	80%	30	24
a prazo 60 dias	0%	60	0
a prazo 90 dias	0%	90	0
a prazo 120 dias	20%	120	24
Total	100%	Prazo médio total/dias	48

Observa-se também, que a aquisição de serviços pelo projeto seguirá o mesmo padrão. Todavia, há ressalva relativa à aquisição de insumos operacionais, como material de escritório e correlatos, que representam montantes menores e que estão previstos para aquisição à vista.

Cálculo do prazo médio de compras			
Prazo médio de vendas	(%)	Nº de dias	Média ponderada em dias
à vista	10%	0	0
a prazo 30 dias	70%	30	21
a prazo 60 dias	0%	60	0
a prazo 90 dias	0%	90	0
a prazo 120 dias	20%	120	24
Total	100%	Prazo médio total/dias	45

Dado o perfil referenciado anteriormente, o projeto apresenta o seguinte perfil de recursos da empresa fora do seu caixa e recursos de terceiros dentro do seu caixa.

Recursos da empresa fora do seu caixa	
Contas a receber - prazo médio de vendas	48
Estoques - necessidade média de estoques	30
Subtotal	78
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
Fornecedores - prazo médio de compras	45
Subtotal	45
TOTAL	33

Para que a operação de compras e vendas, referenciada anteriormente, seja iniciada de forma adequada, é necessário que, além dos custos fixos iniciais, seja obtido um estoque mínimo inicial de kits individuais de materiais de escritório e de limpeza.

Estimativa de estoque inicial				
	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Kit de Material de Escritório Individual	5	R\$ 20,00	R\$ 100,00
2	Kit de Material de Escritório Coletivo	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
3	Kit de Material de Limpeza Individual	5	R\$ 12,00	R\$ 60,00
4	Kit de Material de Limpeza Coletivo	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
Total de estoque				R\$ 480,00

Quanto aos investimentos pré-operacionais, compreendem os gastos realizados antes do início das atividades do projeto. Para que a operação do projeto seja iniciada, também é necessário que alguns investimentos iniciais sejam realizados. Estão estimados gasto com as seguintes atividades: A) Regularização das atividades empresariais; B) Realização de pequenas reformas de elétrica e rede no espaço de trabalho; C) Realização de cursos e treinamentos em métodos ágeis; D) Divulgação mínima do projeto em redes sociais; E) Outras despesas iniciais diversas.

Investimentos pré operacionais	
Despesas de regularização	R\$ 1.500,00
Obras civis ou reformas	R\$ 2.500,00
Cursos e treinamentos	R\$ 2.000,00
Divulgação	R\$ 1.200,00
Outras despesas	R\$ 1.000,00
Total	R\$ 8.200,00

8.1.6. Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

Os custos fixos são todos os gastos que não se alteram em função do volume de produção ou da quantidade vendida em um determinado período. Conforme estrutura a seguir, foram estimados custos fixos baseados num cenário no qual o projeto será desenvolvido em um ambiente de incubação empresarial, contemplado, dentre outros benefícios, recursos como internet e outros.

Descrição	Custo total mensal	Custo/ano
Incubação	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00
Água	R\$ 120,00	R\$ 1.440,00
Telefonia Móvel	R\$ 270,00	R\$ 3.240,00
Contador	R\$ 830,00	R\$ 9.960,00
Pró-labores	R\$ 3.030,50	R\$ 36.366,00
Salários	R\$ 15.850,00	R\$ 190.199,94
Softwares	R\$ 450,00	R\$ 5.400,00
Kit de Material de Escritório Individual	R\$ 100,00	R\$ 1.200,00
Kit de Material de Escritório Coletivo	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
Kit de Material de Limpeza Individual	R\$ 60,00	R\$ 720,00
Kit de Material de Limpeza Coletivo	R\$ 120,00	R\$ 1.440,00
Depreciação	R\$ 380,83	R\$ 4.570,00
Total	R\$ 21.630,50	R\$ 259.565,94

8.1.7. Estratégia Inicial para obtenção de receitas

Para o primeiro ano de operação efetiva do projeto, pretende-se aplicar apenas ações de prospecção de clientes dentro do modelo de negócio Freemium. Os principais esforços operacionais serão realizados no sentido de desenvolver o protótipo funcional do projeto e validar o mesmo com uma base de usuários piloto, pagantes ou não. As demais ações de receitas por vendas de propagandas, comissionamentos e banco de dados tem previsão de execução no segundo e terceiro ano do projeto, mesmo período previsto para o atingimento do seu ponto de equilíbrio.

Inicialmente, será cobrada uma mensalidade de R\$ 19,90 para utilização de funcionalidades premium da plataforma e a estratégia é será utilizar o estudo do SEBRAE (“Produção Cultural e Musical na Bahia”) para identificar os possíveis leads, pois essa pesquisa tabulou diversos profissionais e empresas do segmento cultural no estado da Bahia, conforme listagem a seguir:

Organizações e pessoas mais citadas por Produtores Culturais - Caderno, Íris Produções, Palco Produções, Multi Produções, Maré Produções, Darin Produções, Macaco Gordo, Maquinário, Mil Produções, Dimenti, Caco de Telha, Canto da Cidade, Via Press, Agogô, Pau Viola, Ritos Produções, Gil e Canela, Janela do Mundo, Giro Produções, Foco, Feijão de Corda, Cia Baiana de Patifaria, Selma Santos Produções, Kalik Produções, Lícia Fábio Produções, In-Vento e Dendê Produções.

Organizações e pessoas mais citadas por Produtores Musicais - Gerson Silva, Estúdio André T, Estúdio Lúcio K, Estúdio Mauro Telefunksoul, WR Estúdio Casa das Máquinas, Estúdio Luciano Bahia, Groove, Roberto Santana e Luciano Calazans.

8.1.8. Modelos gerais para a geração de Receita

Para o processo de geração de receitas dentro do projeto Music Touch foram elencadas algumas estratégias baseadas em modelos já estabelecidos de monetização para sistemas na internet. Antes de apresentar estas estratégias separadamente, é importante salientar que o planejamento base de monetização da ferramenta consiste inicialmente na formação de uma base de usuários ativos para então utilizar este quantitativo como valor agregado dentro da plataforma. A seguir são apresentadas as estratégias escolhidas para gerar receita por meio deste projeto:

1) **Assinaturas/Freemium:** Será permitido que usuários utilizem a plataforma de forma gratuita, porém serão apresentadas soluções e funcionalidades específicas para clientes assinantes. Entendemos que a utilização constante do sistema gera uma possibilidade maior de monetização e por este motivo pretende-se disponibilizar uma vasta gama de funcionalidades para usuários gratuitos. Desta forma, entende-se que os mesmos usuários poderão ser mantidos mais engajados na plataforma e futuramente poderão se tornar clientes assinantes. Quanto à questão da assinatura propriamente, pretende-se modelar funcionalidades de fato especiais que possam gerar valor para clientes que tiverem o status de assinantes. Algumas delas podem ser, por exemplo: geração de relatórios técnicos, capacidade de importação e exportação de bases de dados, priorização em funcionalidades de publicidade, e suporte diferenciado para apoio na utilização do sistema.

2) **Publicidade:** Outra estratégia de monetização para essa solução será a adição de campanhas de publicidade nas páginas da plataforma digital. Entende-se que este recurso deve ser tratado com bastante cuidado, pois muitas páginas acabam perdendo engajamento de seus visitantes devido à poluição visual de campanhas publicitárias existentes na tela. Como pretende-se atuar especificamente no ecossistema musical, haverá busca por recursos de filtragem das ferramentas de publicidade atualmente disponíveis para a internet, assim como utilizar uma quantidade mínima delas para não prejudicar a identidade visual do sistema. Em contrapartida, também serão criados modelos internos de campanhas que possam ser criadas pelos nossos próprios clientes para a nossa base de usuários seguindo padrões específicos.

3) **Transações/Comissões:** Também será utilizada a estratégia de rentabilização por meio de transações e comissões. Serão utilizadas essa estratégia para representar o ganho financeiro percentual ou unitário a partir de transações financeiras que sejam realizadas por meio da nossa ferramenta. No ecossistema musical há diversos momentos nos quais há transação de valores, por exemplo: pagamentos de ensaios em estúdios e compra de ingresso para eventos. Conforme já levantado, em vias gerais, as transações financeiras deste ecossistema não são sistematizadas e muitas vezes nem ao menos controladas. Isto significa que cada ator assume uma forma de realização dessas transações, logo há uma real possibilidade de falha tanto na execução delas quanto em seu gerenciamento. Um exemplo claro disto é um estúdio de música que mantém o controle de pagamento na própria agenda de papel na qual anota as marcações de ensaios. Acredita-se que, ao entender e sistematizar estes processos de pagamento, será entregue aos usuários uma sistemática mais organizada e segura para a realização de transações financeiras.

Por este serviço é que serão cobradas as taxas que podem ser tanto percentuais relacionadas ao valor da transação, como por meio de valores unitários para a realização de transações específicas.

4) **Consultas/Acessos:** Também pretende-se rentabilizar o sistema por meio da disponibilização controlada de consultas à base de dados do Music Touch para instituições públicas ou privadas atuantes no ecossistema musical. Alguns exemplos destas instituições, são o ECAD (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição), responsável por centralizar a arrecadação sobre músicas executadas publicamente, e a OMB (Ordem dos Músicos do Brasil), responsável por organizar profissionalmente a classe de músicos. Ambas as instituições têm necessidade de coleta de informações acerca do ecossistema para a realização de suas atividades. Tanto estas organizações de cunho público, como algumas organizações de cunho privado, como produtoras e casas de show, necessitam do acesso a informações do ecossistema de forma organizada e ágil. Durante as pesquisas quanto às estruturas de tecnologia da informação de algumas destas organizações, percebemos que parte delas muitas vezes nem ao menos possuem com um site próprio na internet. Isto gera exatamente a viabilidade dessa estratégia de monetização, uma vez que será possível entregar a estas organizações o acesso a consultas na nossa base de dados por meio do pagamento de valores contratuais, assim como disponibilizar perfis digitais para elas dentro de nossa própria plataforma.

8.1.9. Estimativa do faturamento mensal da empresa

Uma forma de estimar o quanto o projeto irá faturar por mês é multiplicar a quantidade de fontes de receita pelo seu preço, baseado em informações de mercado. Para o cenário do projeto Music Touch, foi considerado um valor médio de precificação praticada pelos concorrentes diretos e indiretos, assim como, quanto os potenciais clientes estariam dispostos a pagar. Não obstante, foi estabelecida uma estratégia de ponderação para as estimativas de receitas e as suas respectivas fontes.

Estimativa de faturamento mensal			
Produto/Serviço	Quantidade (estimativa de vendas)	Preço de venda unitário (R\$)	Faturamento total
Assinaturas/Freemium	1000	19,90	R\$ 19.900,00
Publicidade	600	1,90	R\$ 1.140,00
Transações/Comissões	2100	9,90	R\$ 20.790,00
Consultas/Acessos	4	2.500,00	R\$ 10.000,00
Total	3704		R\$ 51.830,00

Tais gastos são classificados como custos variáveis. Como o próprio nome diz, esses custos variam (aumentam ou diminuem) de acordo com o volume produzido ou vendido. Nesse sentido, foram calculados custos para a entrega dos serviços listados como fontes de receita.

Estimativa do custo do Produto ou serviço			
Material	Quantidade	Custo unitário	Total
Assinaturas/Freemium	1000	0,199	R\$ 199,00
Publicidade	600	0,019	R\$ 11,40
Transações/Comissões	2100	2,97	R\$ 6.237,00
Consultas/Acessos	4	250	R\$ 1.000,00
Total	3704		R\$ 7.447,40

8.1.10. Estimativa dos custos de comercialização

Aqui, serão registrados os gastos com impostos e comissões de vendedores ou representantes. Esse tipo de despesa incide diretamente sobre as vendas é classificado como um custo variável. Para calculá-los, foi aplicado o percentual dos impostos e de comissões sobre o total das vendas previstas.

Impostos	(%)	Faturamento estimado	Custo total
Federais			
SIMPLES (R\$ 360mil a R\$ 720mil no ano)	19,50%	R\$ 51.830,00	R\$ 10.106,85
Estaduais			
Antecipação de ICMS			
Sub total 1			R\$ 10.106,85
Gastos com vendas			
Comissões	2,50%	R\$ 51.830,00	R\$ 1.295,75
Marketing	10,00%	R\$ 51.830,00	R\$ 5.183,00
Taxa de cartão de crédito	5,00%	R\$ 51.830,00	R\$ 2.591,50
Subtotal 2			R\$ 9.070,25
TOTAL			R\$ 19.177,10

8.1.11. Estimativa dos custos com mão de obra

A estrutura a seguir define as pessoas que serão contratadas para realizar as diversas atividades do negócio, assim como, quanto cada membro do time receberá. Além dos salários, foram considerados os custos com os encargos sociais (FGTS, férias, 13º salário, INSS, horas-extras, aviso prévio etc.).

Membros do Time					
Função	BACK	FRONT	SM	PO	GP
Quantidade	1	1	1	1	1
Salário	R\$ 1.254,00	R\$ 1.254,00	R\$ 1.881,00	R\$ 2.299,00	R\$ 3.030,50

Vale transporte	R\$ 162,80	R\$ 162,80	R\$ 162,80	R\$ 162,80	R\$ 162,80
% Desconto vale transporte	6,00%	6,00%	6,00%	6,00%	6,00%
Desconto vale transporte	R\$ 75,24	R\$ 75,24	R\$ 112,86	R\$ 137,94	R\$ 181,83
% IR desconto em folha	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
IR desconto em folha	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Vale refeição	R\$ 374,00	R\$ 374,00	R\$ 374,00	R\$ 374,00	R\$ 374,00
% Desconto vale refeição	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
Desconto vale refeição	-R\$ 29,92	-R\$ 29,92	-R\$ 29,92	-R\$ 29,92	-R\$ 29,92
Plano de saúde	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Outros benefícios	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Provisão 13º salário	R\$ 104,50	R\$ 104,50	R\$ 156,75	R\$ 191,58	R\$ 252,54
Provisão Férias	R\$ 104,50	R\$ 104,50	R\$ 156,75	R\$ 191,58	R\$ 252,54
Provisão 1/3 Férias	R\$ 34,83	R\$ 34,83	R\$ 52,25	R\$ 63,86	R\$ 84,18
FGTS	R\$ 100,32	R\$ 100,32	R\$ 150,48	R\$ 183,92	R\$ 242,44
Provisão FGTS (13º e Férias)	R\$ 19,51	R\$ 19,51	R\$ 29,26	R\$ 35,76	R\$ 47,14
% Desconto INSS	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%
Desconto INSS	R\$ 137,94	R\$ 137,94	R\$ 206,91	R\$ 252,89	R\$ 333,36
Desconto de INSS	-R\$ 137,94	-R\$ 137,94	-R\$ 206,91	-R\$ 252,89	-R\$ 333,36
Prov. Multa Rescisória	R\$ 20,06	R\$ 20,06	R\$ 30,10	R\$ 36,78	R\$ 48,49
Prov. Multa Rescisória (Gov)	R\$ 5,02	R\$ 5,02	R\$ 7,52	R\$ 9,20	R\$ 12,12
Custo Unitário	R\$ 2.225,11	R\$ 2.225,11	R\$ 3.084,10	R\$ 3.656,76	R\$ 4.658,92
Custo Equipe	R\$ 2.225,11	R\$ 2.225,11	R\$ 3.084,10	R\$ 3.656,76	R\$ 4.658,92
Custo Total	R\$ 15.850,00				

8.1.12. Investimento inicial total e respectivas fontes

Após estimar os valores para investimentos fixos, financeiros e pré-operacionais, foi obtido o total a ser investido para iniciar o projeto, assim como, definida estratégia para disponibilização dos recursos por meio de fontes próprias e de terceiros.

Investimento total		(%)
Investimentos fixos	R\$ 22.850,00	36%
Capital de giro	R\$ 32.465,68	51%
Investimentos pré operacionais	R\$ 8.200,00	13%
TOTAL	R\$ 63.515,68	100%
Fonte dos recursos		(%)
Recursos próprios	R\$ 25.406,27	40%
Recursos de terceiros	R\$ 38.109,41	60%
TOTAL	R\$ 63.515,68	100%

8.1.13. Estimativa para Demonstrativo de Resultados

Após reunir as informações sobre as estimativas de faturamento e os custos totais, baseado no pico de vendas previstas, é possível prever o resultado, conforme quadro a seguir.

DRE	R\$
Receita total com vendas	R\$ 621.960,00
Custos variáveis totais	R\$ 177.916,24
Impostos sobre venda	R\$ 37.317,60
Gastos com vendas	R\$ 9.070,25
Margem de contribuição	R\$ 575.572,15
Custos fixos totais	R\$ 259.565,94
Resultado operacional	R\$ 316.006,21

8.1.14. Estimativa para Fluxo de Caixa e Fluxo de Caixa Projeto

A estrutura a seguir apresenta uma estimativa para o fluxo de caixa do projeto, incluindo uma visão de potencial evolução, servido de base para analisar as suas receitas e as suas despesas.

FLUXO DE CAIXA	Previsto	Previsto	Previsto
CATEGORIAS	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Total de Recebimentos	R\$ 155.490,00	R\$ 621.960,00	R\$ 932.940,00
<i>Outras Receitas</i>	<i>R\$ 0,00</i>	<i>R\$ 0,00</i>	<i>R\$ 0,00</i>
<i>Empréstimos</i>	<i>R\$ 0,00</i>	<i>R\$ 0,00</i>	<i>R\$ 0,00</i>
<i>Ajuste Caixa</i>	<i>R\$ 0,00</i>	<i>R\$ 0,00</i>	<i>R\$ 0,00</i>
Receitas de Vendas	R\$ 155.490,00	R\$ 621.960,00	R\$ 932.940,00
<i>Vendas</i>	<i>R\$ 155.490,00</i>	<i>R\$ 621.960,00</i>	<i>R\$ 932.940,00</i>
Receitas Financeiras	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
<i>Aplicações Financeiras</i>	<i>R\$ 0,00</i>	<i>R\$ 0,00</i>	<i>R\$ 0,00</i>
<i>Rendimento de Aplicação C/C</i>	<i>R\$ 0,00</i>	<i>R\$ 0,00</i>	<i>R\$ 0,00</i>
<i>Rendimento de Aplicação CDB</i>	<i>R\$ 0,00</i>	<i>R\$ 0,00</i>	<i>R\$ 0,00</i>
Total de Pagamentos	R\$ 420.480,64	R\$ 440.367,17	R\$ 461.579,56
Despesas Administrativas	R\$ 258.125,94	R\$ 269.450,52	R\$ 281.302,80
<i>Salário</i>	<i>R\$ 190.199,94</i>	<i>R\$ 199.709,94</i>	<i>R\$ 209.695,43</i>
<i>Aluguel e condomínio de imóveis</i>	<i>R\$ 7.200,00</i>	<i>R\$ 7.416,00</i>	<i>R\$ 7.638,48</i>
<i>Contabilidade</i>	<i>R\$ 9.960,00</i>	<i>R\$ 10.258,80</i>	<i>R\$ 10.566,56</i>
<i>Licença ou Aluguel de Softwares</i>	<i>R\$ 5.400,00</i>	<i>R\$ 5.454,00</i>	<i>R\$ 5.508,54</i>
<i>Material de Escritório</i>	<i>R\$ 5.760,00</i>	<i>R\$ 5.817,60</i>	<i>R\$ 5.875,78</i>
<i>Pró Labore</i>	<i>R\$ 36.366,00</i>	<i>R\$ 37.456,98</i>	<i>R\$ 38.580,69</i>

Telefonia	R\$ 3.240,00	R\$ 3.337,20	R\$ 3.437,32
Despesas Comerciais	R\$ 40.872,50	R\$ 43.360,34	R\$ 46.342,64
Taxa cartão	R\$ 31.098,00	R\$ 32.030,94	R\$ 32.991,87
Associações	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Marketing	R\$ 5.183,00	R\$ 5.701,30	R\$ 6.271,43
Marketing (Outras Ações)	R\$ 2.591,50	R\$ 3.628,10	R\$ 5.079,34
Despesas Financeiras	R\$ 200,00	R\$ 210,00	R\$ 220,50
Despesas Bancárias	R\$ 200,00	R\$ 210,00	R\$ 220,50
Impostos	R\$ 121.282,20	R\$ 127.346,31	R\$ 133.713,63
Impostos - Simples Nacional	R\$ 121.282,20	R\$ 127.346,31	R\$ 133.713,63
Imposto de Renda - IR (CDB)	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Investimentos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Aquisição de Equipamentos	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Retirada Antecipada de Lucro	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Geração de Caixa do Período	R\$ 264.990,64	R\$ 181.592,83	R\$ 471.360,44

8.1.15. Resumo dos resultados estimados

A estrutura a seguir apresenta um resumo dos resultados financeiros previstos para o projeto. Por meio dessas tabelas é possível avaliar adequadamente e tomar decisões a respeito dos investimentos a serem realizadas, com base no atendimento relativo às perspectivas de retorno. Percebe-se também, que o projeto inicia o retorno financeiro dentro da perspectiva de fluxo de caixa a partir do segundo ano, contudo é necessário avaliar a real estrutura de retorno dos valores no tempo.

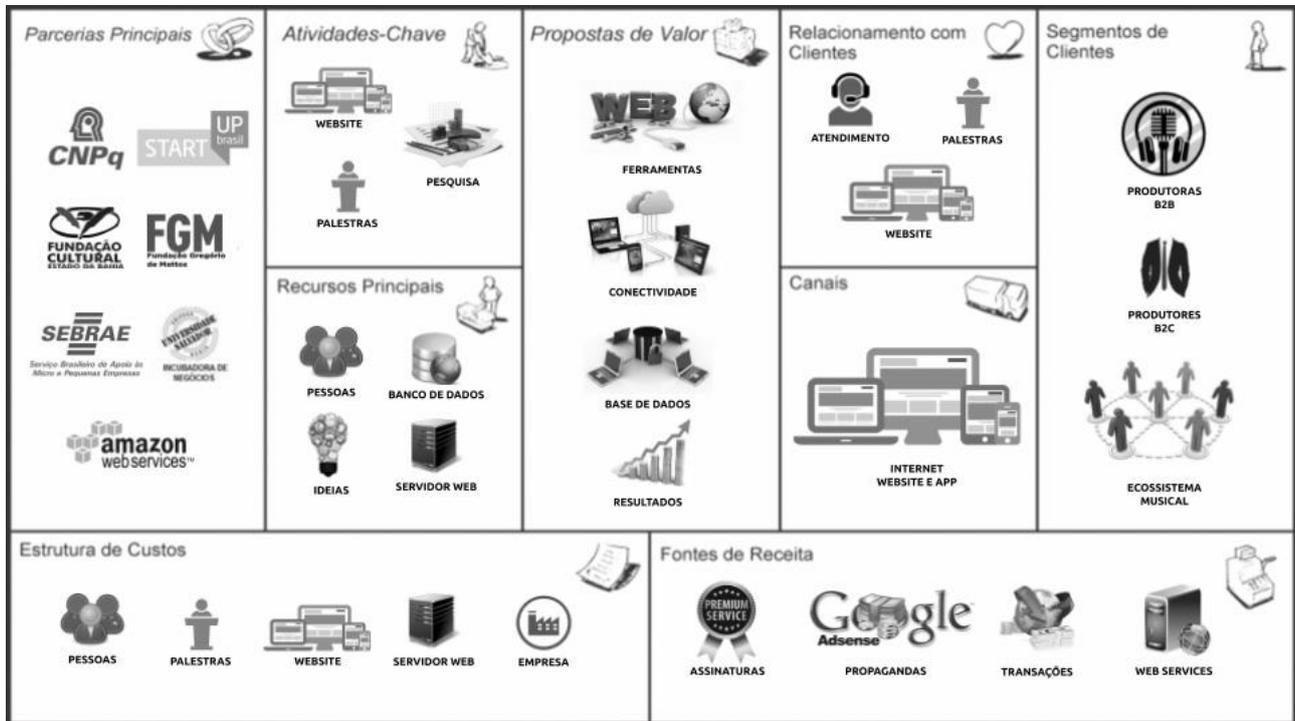
FLUXO DE CAIXA	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Receitas de Vendas	R\$ 310.980,00	R\$ 621.960,00	R\$ 746.352,00
Total de Pagamentos	R\$ 420.480,64	R\$ 440.367,17	R\$ 461.579,56
Geração de Caixa do Período (totalizador)	R\$ 109.500,64	R\$ 181.592,83	R\$ 284.772,44

Ano	Fluxo de caixa	Saldo	Fluxo descontado a Valor Presente	Saldo
0	R\$ 63.515,68	R\$ 63.515,68	R\$ 63.515,68	R\$ 63.515,68
1	R\$ 109.500,64	R\$ 173.016,32	R\$ 102.817,50	R\$ 166.333,19
2	R\$ 181.592,83	R\$ 8.576,51	R\$ 164.710,05	R\$ 1.623,13
3	R\$ 284.772,44	R\$ 293.348,95	R\$ 245.997,14	R\$ 244.374,00
			R\$ 244.374,00	

Payback simples	Payback descontado	TIR
1,95	2,01	65,14%

9. Apêndices

9.1. Business Model Canvas



- 10. Anexos**
- 10.1. Como Elaborar um Plano de Negócios**
<https://drive.google.com/open?id=0B4YKXSRPf8W2Vkh3RWVJS1pSS2c>
- 10.2. Estudo de Inteligência de Mercado - Música**
<https://drive.google.com/open?id=0B4YKXSRPf8W2WjV4Z1BTc0IBbjg>
- 10.3. Estudo de Mercado sobre Produção Cultural e Musical na Bahia**
<https://drive.google.com/open?id=0B4YKXSRPf8W2SGZ3ejBQZV9UTHM>
- 10.4. Como Formalizar o seu Negócio no Mercado da Música**
<https://drive.google.com/open?id=0B4YKXSRPf8W2cDZXTEwybnhNLVk>
- 10.5. Mecanismos de Fomento à Cultura**
<https://drive.google.com/open?id=0B4YKXSRPf8W2d2dWNFlaVEViREk>
- 10.6. Música Tocando Negócios**
<https://drive.google.com/open?id=0B4YKXSRPf8W2NII5VmhoXzl1Zm8>
- 10.7. 10 Dicas para o Músico de Sucesso**
<https://drive.google.com/open?id=0B4YKXSRPf8W2MkoyYUhmRzR5SW8>
- 10.8. Projetos Culturais: como Elaborar, Executar e Prestar Contas**
<https://drive.google.com/open?id=0B4YKXSRPf8W2VWp4eHdTZE5XRxc>
- 10.9. Como Montar uma Produtora Cultural**
<https://drive.google.com/open?id=0B4YKXSRPf8W2Z2RzcXhPNEtJZE0>
- 10.10. Lei Orgânica da Cultura - Nº 12.365**
<https://drive.google.com/open?id=0B4YKXSRPf8W2aFF6VEVzUFpJMIk>
- 10.11. Lei Rouanet - Nº 8.313**
<https://drive.google.com/open?id=0B4YKXSRPf8W2c1FvYmJEZ1ZYVIE>