

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS – UFMG
CURSO DE PÓS GRADUAÇÃO EM GESTÃO ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS

Caio Felipe de Souza Rezende

PLANO DE NEGÓCIO PARA ANJIM PRODUÇÕES

BELO HORIZONTE - MG
2022

Caio Felipe de Souza Rezende

PLANO DE NEGÓCIO PARA ANJIM PRODUÇÕES

Trabalho de conclusão de curso da Pós-Graduação apresentado ao corpo docente da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito para obtenção do título de pós-graduado em Gestão Estratégia de Negócios.

Orientador Prof. Ricardo Teixeira Veiga

BELO HORIZONTE
2022

Ficha catalográfica

R467p
2022 Rezende, Caio Felipe de Souza.
Plano de negócios para Anjim Produções [manuscrito] / Caio
Felipe de Souza Rezende. – 2022.
24 f.

Orientador: Ricardo Teixeira Veiga.
Monografia (especialização) – Universidade Federal de Minas
Gerais, Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração.
Inclui bibliografia (f. 24).

I. Administração. I. Veiga, Ricardo Teixeira Veiga. II.
Universidade Federal de Minas Gerais. Centro de Pós-Graduação e
Pesquisas em Administração. III. Título.

CDD: 658



Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Ciências Econômicas
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração
Curso de Especialização em Gestão Estratégica

ATA DA DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO do Senhor **CAIO FELIPE DE SOUZA REZENDE**, matrícula nº 2020741665. No dia 30/11/2022 às 14:30 horas, reuniu-se em sala virtual, a Comissão Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, indicada pela Coordenação do Curso de Especialização em Gestão Estratégica - CEGE, para julgar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "**PLANO DE NEGÓCIOS PARA ANJIM PRODUÇÕES**", requisito para a obtenção do Título de Especialista. Abrindo a sessão, o orientador e Presidente da Comissão, Prof. Ricardo Teixeira Veiga, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares de apresentação do TCC, passou a palavra ao aluno para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, seguido das respostas do aluno. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença do aluno e do público, para avaliação do TCC, que foi considerado:

APROVADO

NÃO APROVADO

95 (NOVENTA E CINCO) pontos. Trabalhos com nota maior ou igual a **60** serão considerados aprovados.

O resultado final foi comunicado publicamente ao aluno pelo orientador e Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 30/11/2022.

Prof. Ricardo Teixeira Veiga
(CEPEAD/UFMG)

Ricardo Teixeira
Veiga:54045584
668

Assinado de forma digital
por Ricardo Teixeira
Veiga:54045584668
Dados: 2022.12.01
14:16:32 -03'00'

Marcio Augusto
Goncalves:35618965615

Assinado de forma digital por
Marcio Augusto
Goncalves:35618965615
Dados: 2022.12.01 10:30:08 -0300'

Prof. Márcio Augusto
Gonçalves (CEPEAD/UFMG)

RESUMO

O trabalho tem como objetivo criar o plano de negócio para uma empresa de agenciamento de cantores musicais do funk chamada Anjim Produções. A marca oferece atendimento e consultoria para carreiras de artistas, dando todo suporte para o crescimento de sua carreira. Para descrever a estrutura organizacional da empresa, são detalhados posicionamento da marca, estudo de mercado, plano de marketing, plano operacional, plano financeiro, indicadores de viabilidade, projeções de cenários e análise FOFA do negócio. Posteriormente, levando em consideração os dados levantados, é avaliada a viabilidade do empreendimento.

Palavras- Chave: Plano de Negócios, Empreendedorismo, Musica, Funk, Internet.

ABSTRACT

This work aims to create the business plan for an agency company for funk singers called Anjim Produções. The brand offers assistance and consultancy for artists' careers, providing full support for their career growth. To describe the company's organizational structure, brand positioning, market research, marketing plan, operational plan, financial plan, feasibility indicators, scenario projections, and SWOT analysis of the business are detailed. Following, taking into account the data collected, the viability of the enterprise is evaluated.

Keywords: Business Plan, Entrepreneurship, Music, Funk, Internet.

Sumário

1. INTRODUÇÃO	7
2. JUSTIFICATIVA (SUMARIO EXECUTIVO).....	8
3. ANÁLISE DE MERCADO	9
3.1. Estudo do Setor	9
3.2. Estudo com Clientes	10
3.3. Estudo dos Concorrentes	10
3.4. Estudo dos Fornecedores e Patrocinadores.....	12
3.5. Análise da competição	12
4. PLANO DE MARKETING	13
4.1. Descrição dos principais produtos e serviços	13
4.2. Estrutura de comercialização	14
5. PLANO OPERACIONAL	15
5.1. Arranjo físico	15
5.2. Capacidade comercial	15
5.3. Processos Operacionais.....	15
5.4. Organograma	16
6. PLANO FINANCEIRO	17
6.1. Estimativa dos investimentos fixos	17
6.2. Custos Fixos	17
6.3. Capital de giro	18
6.4 Estimativa do faturamento mensal.....	18
6.5. Estimativa da Depreciação	19
6.6. Demonstração de resultado.....	20
6.7. Indicadores de Viabilidade	20
7.0 CONSTRUÇÃO CENÁRIOS	21
8. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	22
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	23
10. REFERÊNCIAS.....	24

1. INTRODUÇÃO

A atividade artística profissional tem muita diversidade nos tempos atuais, globalizado pelo consumo digital. O artista é alguém que concentra seus talentos artísticos na produção de obras de valor simbólico (cunhos culturais), identificando-se como artista e sendo aceito tanto pelo público, quanto por seus pares, como alguém que pode viver com os frutos do seu trabalho.

Embora as expressões artísticas existam desde os primórdios da humanidade, a atividade comercial em grande escala, relacionada a bens artísticos, é relativamente nova. Somente após o desenvolvimento da gravação e reprodução em larga escala, ocorrido entre o final do século XIX e o início do século XX, foi possível criar um produto que antes não existia que é o ato de ouvir a música de forma individual no início do século XX, através dos aparelhos eletrônicos, portáteis e com fone de ouvido ou head-set, até os mais atuais que utilizam internet.

A Anjim Produções não observa a música como uma mercadoria de estética e sim como um produto que se consume e vende em larga escala. O acesso facilitado pela internet para o público acompanhar o desenvolvimento musical do seu ídolo é o grande desafio da gestão empresarial da Anjim Produções, que foi fundada para ser uma consultora e acompanhar as carreiras artísticas de vários cantores do mundo do funk.

A oportunidade nasceu na pandemia mundial iniciada no ano de 2020, o que trouxe exigência da humanidade em permanecer em casa; os artistas musicais tiveram que se reinventar musicalmente e na distribuição de seu produto na tentativa chegar em seu público alvo. A população ainda usava meios antigos para consumo musical como frequências de rádios, tvs e eventos presenciais. Atualmente, após o isolamento, os meios de consumo digital ganharam força e os artistas desenvolveram shows via lives através de suas redes sociais para que seu público continue consumindo a sua arte.

O mercado musical se expandiu imensamente através dessa nova adaptação do consumo da música através das redes sociais como: Youtube, Spotify, Deezer, Facebook, Instagram, entre outros; abrindo o leque de mercado e surgindo novos artistas, principalmente o nicho musical do funk, onde seu maior público são os

jovens de 14 a 25 anos - uma categoria de idades que consomem muitas horas de internet por dia. Nessa nova empreitada o sócio majoritário da Anjim Produções, Lucas Yan Ferreira Batista, conhecido artisticamente como Mc Anjim, acreditou no seu potencial musical e lançou sua música com maior sucesso de forma independente no seu próprio canal do Youtube, chamada Bala Love em 18 de Junho de 2021. No final do ano de 2021 foi a música mais tocada no Spotify e seu vídeo clip chegou a mais de 90 milhões de visualização na plataforma do Youtube. Com seu crescimento rápido, ele enxergou a necessidade de criar um meio empresarial para apoiar outros cantores de funk em Belo Horizonte, que ficam muitas vezes desamparados pelo mercado do funk dominado pelo cenário carioca e paulista. Novos cantores mineiros vêm surgindo aos poucos com uso da internet, como por exemplo, MC Rick, Dj Ph da Serra e Dj Lv MDP.

A Anjim Produções tem como objetivo agenciar e acompanhar vários artistas do mundo do funk de Belo Horizonte e região, de forma transparente e com linguagem simples para atender os clientes artísticos que não tem conhecimento sobre gestão de carreiras.

2. JUSTIFICATIVA (SUMARIO EXECUTIVO)

A Anjim de Produções é uma empresa de agenciamento de artista musicais do funk. Ela oferece várias formas de parcerias para atender as necessidades do seu cliente, o músico. Sua flexibilidade de atendimento será seu ponto forte, com contratos adaptados para a necessidade do cliente visando sempre aumentar visibilidade e o crescimento do contratante.

A empresa está sediada em Belo Horizonte, Minas Gerais, mas atenderá seus clientes e fornecedores somente via reuniões agendadas e em sua maior parte de maneira online, assim podendo manter um padrão de atendimento e a presença de todos envolvidos ao mesmo tempo. A empresa foi fundada pelo pai do artista, Alberto José Batista, no intuito de agenciar a carreira do seu filho Lucas Yan Ferreira Batista, juntamente com membros familiares criando assim o corpo integrante da empresa.

Missão: Agenciar artistas musicais do Funk através acompanhamento de sua carreira artística.

Visão: Ser referência de agenciamento do ramo do Funk onde a transparência e o crescimento artístico prevaleçam.

Valores: Criatividade, transparência, flexibilidade, resiliência, arte, cultura.

O setor de atividades da empresa é prestação de serviços para os músicos, que no início aderiu ao modelo fiscal do SIMPLES nacional para registro empresarial, com o alto valor de faturamento será necessário a mudança para modelo de sociedade limitada.

Durante o primeiro ano de faturamento foi analisado um estudo em que o ramo é bastante lucrativo e rentável. O que a empresa propõe é o aconselhamento dos seus clientes financeiramente para que seu sucesso predomine por mais tempo em um mercado que pode ser esquecido facilmente.

Tabela 1 – indicadores de Viabilidade para o Ano 01

Índice de Lucratividade	945%
Taxa Interna de Retorno	241,80%
Prazo de Retorno do Investimento	0,22
Ponto de Equilíbrio	R\$ 16.147,65

Fonte: Elaborada pelo autor,2022

3. ANÁLISE DE MERCADO

3.1. Estudo do Setor

O Funk vem crescendo de forma extraordinária com seus ritmos surpreendentes, danças, letras que descrevem a vida na favela. O ritmo que teve influência norte-americana na década de 70, entrou no coração dos becos e vielas e ao longo dos anos criou uma identidade forte na cultura brasileira e conquistou todo país e o mundo.

Em Belo Horizonte o funk vem ganhando força nos últimos anos com novos artistas devido à internet, onde as obras musicais podem ganhar grande proporção

em nível nacional e internacional, através do Youtube, Spotify, etc; assim o mercado se expandiu, sendo mais acessível para a nova maneira de distribuição musical e seu consumo.

O artista passou a não se preocupar com a criação de álbum musical e vendas de CDs e DVDs físicos, que era comum no início do século XX. Atualmente o artista depende das informações e conteúdos gerados pela sua rede social para divulgar sua próxima música e assim poder gerar uma renda variável pelas redes sociais por meio de visualizações no Youtube e acesso a própria música no Spotify, deixando o artista de depender de show para ter lucros por intermédio da música.

3.2. Estudo com Clientes

O público alvo são jovens artistas que não possuem suporte adequado para iniciar sua carreira. A Anjim Produções vai dar toda assessoria necessária para o artista que queira contratar seus serviços de consultoria e acompanhamento de carreira. Foi observado na prática durante o acompanhamento da carreira do sócio majoritário da empresa o Lucas Yan (Mc Anjim) que toda sua equipe vê o funk como oportunidade única. Chamada “a vida dos sonhos” os membros não terminaram o ensino médio e se esforçam bastante para que esse sonho de viver da arte seja próspero ao longo dos anos.

O mercado do funk é traiçoeiro porque envolve várias cifras, e entrevistando os jovens da equipe artística, a organização enxergou a necessidade de atendê-los e orientá-los para que possam focar apenas na sua arte musical, com o intuito de que eles não possam sofrer prejuízos contratuais por falta de conhecimento.

3.3. Estudo dos Concorrentes

No ambiente atual, várias mudanças trazidas pelo avanço tecnológico são evidentes. Publicações especializadas perdem leitores para blogs online, que provaram ser melhores em prever tendências musicais. As bandas são capazes de serem bem sucedidas sem gravadores de CD ou qualquer outro equipamento, eles se movem através de comunidades que permitem a divulgação de arquivos sonoros pelo mundo digital ganhando alta visibilidade. As plataformas digitais se transformam em

broadcasting, que possibilita o consumo do conteúdo artístico de formas até mesmo gratuitas em qualquer lugar e a qualquer hora. Este é o marco do seu crescimento.

As empresas que atendem os artistas entendem que mesmo com a hegemonia da internet esse meio não é o único artifício para o crescimento artístico do seu cliente, um artista de sucesso é raro que dependa somente via as plataformas digitais, o mercado exige um agenciamento flexível e entende que as mídias como tv e rádio ainda tem seu papel fundamental para reconhecimento do público para com seu artista.

As gravadoras começaram a migrar de criação de material físico como CD e DVD para plataformas digitais, adquirindo ações de agregadoras e serviços de streaming, mudando assim as formas de contratos entre pequenas editoras e agregadoras que costumavam ser exclusivos; esse controle exigido impede o crescimento artístico do cliente. Os contratos entre as principais lojas de música como Spotify, Deezer e serviços de streaming não são exclusivos, portanto, uma loja digital pode ter parcerias com vários tipos de artistas, que também distribuem seu conteúdo através de várias lojas digitais.

A indústria da música tem três fontes principais de renda.

Vendas de Discos: O mercado da indústria fonográfica, que se refere à venda de instrumentistas gravadas ("Discords"), inclui distribuição física ou digital, direta ou indiretamente.

Copyright: um mercado para a própria obra musical; uso econômico de obras artísticas realizadas por compositores ou artistas.

Show: um mercado para apresentações de música ao vivo financiadas por audiências pagantes (venda de ingressos) ou patrocinadores (patrocínio).

As gravadoras hoje criam contratos que exigem porcentagem nas três fontes de renda deixando o artista dividindo seus ganhos variáveis por todo tempo que sua arte continuar rendendo frutos.

A Anjim produções observou na prática com seus clientes que para fazer uma empresa rentável de agenciamento de carreiras não há necessidade de cobrar porcentagem nas obras dos clientes e sim somente nas vendas realizadas pela

empresa. Com um mercado que move milhões de reais por mês, a organização entende que o vínculo com o cliente tem que ser de incentivo para com a arte; os custos da empresa seriam liquidados através de comissões de vendas de shows e captação de novos parceiros e patrocinadores.

3.4. Estudo dos Fornecedores e Patrocinadores

O mercado de casa de shows e eventos é enorme nas capitais de todo Brasil e graças às redes sociais podemos usar como indicadores para captação de novos fornecedores, dando-lhes confiança para investir em nossos artistas com maior tranquilidade e certeza de obter retorno.

As parcerias já realizadas pela Anjim Produções com fornecedores de equipamentos, transporte e vestuário, através da imagem do MC Anjim, um artista referência, consegue um bom diálogo com marcas de potencial, trazendo frutos para ambos os lados.

As músicas de funk giram em torno da ostentação, logo o mercado em si facilita a negociação com fornecedores de equipamentos e vestuários, porque o fã quer usar os mesmos itens que seu ídolo artístico.

3.5. Análise da competição

Concorrência: No mercado musical existe um número enorme de concorrentes, pequenos e grandes de agenciamento de artistas. O sonho de novos músicos é um contrato com grandes marcas como Kondzilla (maior de canal do Youtube do Brasil) com mais de 66 milhões de inscritos, que tem como vantagem seu amplo alcance de público, entre outras como: GR6, Funk Explode, esse mercado é dominado por grandes empresas de agenciamento musical, mas o uso da internet como oportunidade de divulgação, acesso às obras artistas, novas parcerias e disputa por espaço no mercado torna acessível a entrada de novas empresas como a Anjim Produções.

Negociação com fornecedores: A negociação com novos parceiros pode se destacar pela transparência e pelos indicadores que Anjim Produções divulga, mostrando como podem ser rentáveis para ambas as partes. O artista como referência

para seu público faz os nossos fornecedores terem lucratividade mútua com a Anjim Produções.

Negociação com compradores: A venda do show ou a imagem do artista se dará como referência pela experiência que já ocorre na Anjim Produções. A captação de novos artistas será a proximidade da empresa com os clientes, que podem acreditar no investimento zero sob análise de qualidade do seu perfil artístico e sua obra musical.

A indústria musical é, portanto, um mercado bastante competitivo, mas não impossível de adentra-lo. Uma competição onde as marcas disputam novos artistas promissores e até mesmo artistas já consolidados, ao qual novas estratégias serão o diferencial competitivo.

4. PLANO DE MARKETING

4.1. Descrição dos principais produtos e serviços

A Anjim produções trabalha com transparência e com um processo bem definido. Os contratos tem 3 níveis:

O contrato iniciante: Este modelo de contrato se dá para o novo cliente, um novo artista promissor. Um contrato simples que não exigirá investimento inicial do músico. Será avaliado seu perfil artístico e sua arte musical, e ele poderá fazer parte da equipe da Anjim Produções após essa avaliação técnica. Este contrato será a entrada do artista nos palcos e sua orientação para a gestão de suas redes sociais.

A publicação do conteúdo musical será de total responsabilidade do cliente a Anjim Produções após a análise de perfil artístico, a empresa dará todo o suporte necessário para a publicação, isso dará liberdade e autonomia para o compositor sobre sua obra.

A captação de recursos financeiros destes contratos se dará pela oportunidade, que um artista dará ao outro, abrindo o ensejo de composição de músicas de um artista novo com artista mais experiente e abertura de shows. O artista referência dará espaço no evento para o artista promissor poder divulgar sua nova composição.

O contrato intermediário: Este modelo de contrato se dá para o artista que já iniciou sua carreira e já está com captação de recursos facilitados. Este nível dá abertura de crescimento e oportunidades para os artistas com contratos de iniciantes. Neste contrato será cobrado um valor de 30% de todo recurso captado pela Anjim Produções; o artista será acompanhado e orientado para seu crescimento seja contínuo.

A publicação do conteúdo musical será de total responsabilidade do cliente a Anjim Produções após a análise de perfil artístico, dará todo o suporte necessário para a publicação, isso dará liberdade e autonomia para o compositor sobre sua obra.

O contrato avançado: Este modelo de contrato não se diferencia muito do contrato intermediário, mas ele se dá pelo fato de acordado entre as duas partes que toda gestão de carreira e a rede social será avaliada e orientada pela Anjim Produções, e para manter o melhor engajamento do público do artista será cobrado um valor de 30% de todo recurso captado pelo Anjim Produções.

A publicação do conteúdo musical será de total responsabilidade do cliente a Anjim Produções após a análise de perfil artístico, dará todo o suporte necessário para a publicação, isso dará liberdade e autonomia para o compositor sobre sua obra.

A Anjim produções não tem nenhum interesse de prender o músico a empresa. A lucratividade está na porcentagem sobre o recurso captado por ela usando nome e dom artístico do cliente, dessa forma o valor simbólico cobrado supre toda necessidade de gestão da carreira como custos e despesas.

4.2. Estrutura de comercialização

O principal canal de captação de vendas é via internet, onde com transparência a divulgação se baseará na vida do artista que é administrada por trás dos palcos e das redes sociais, demonstrando profissionalismo e competência e usando artistas como referência que abrirá ainda mais o leque de captação.

Através de pesquisa e entrevistas divulgadas por meio das redes sociais, com a intenção de captar novos artistas, dando-lhes a oportunidade de mostrarem suas obras artísticas para os profissionais da Anjim Produções avaliar. Após essa

avaliação será analisado e planejado um contrato que atenda às necessidades de ambas as partes, assim demonstrando transparência e profissionalismo.

5. PLANO OPERACIONAL

5.1. Arranjo físico

A Anjim Produções não terá um espaço físico administrativo, todos colaboradores envolvidos na gestão de carreiras trabalham via home office, entendendo que o maior desafio da empresa está na internet. Todos os colaboradores devem estar engajados nas redes sociais, reuniões e conversas via vídeo chamadas. Todo custo necessário do colaborador executar sua atividade profissional durante o home office será discutido por ambas partes e logo será ressarcido.

5.2. Capacidade comercial

A prestação de serviço no momento está com a gestão de carreiras de poucos artistas, mas já observado que se pode manter no mercado mesmo com poucos clientes devido ao alto valor que gira em torno do setor por mês.

A capacidade comercial pode ser enorme, depende da quantidade de clientes que pode ser atendido de maneira simultânea, desde que os processos sejam feitos de maneiras organizadas e bem administradas.

5.3. Processos Operacionais

Os processos operacionais da empresa compreendem etapas das prestações de serviços realizadas:

- a) Pesquisas de perfis artísticos
 - Análise da situação do mercado musical do momento;
 - Análise do perfil musical do momento;
 - Análise do público alvo atual;
 - Análise do perfil artístico do momento;

- b) Captação de novos clientes
 - Análise do perfil pessoal, musical e redes sociais
 - Registro de dados e assinatura de contrato

- c) **Divulgação**
Planejamento de marketing individual, produção de conteúdo para divulgação, publicação e acompanhamento.
- d) **Venda;**
Captação de shows, fornecedores e patrocinadores.
- e) **Processos administrativos**
Consultoria e acompanhamento das carreiras musicais, redes sociais, financeira e shows.
- f) **Financeiro:**
Controle de fluxo de caixa tanto da empresa, quanto do artista é fundamental para o processo de crescimento de ambas as partes se concretizem solida e financeira.

5.4. Organograma

A Anjim Produções se iniciou com membros familiares que prestam serviço no modelo Business to business onde todos iniciaram um MEI para receber pelos seus serviços prestados.

Lucas Yan Ferreira Batista (MC Anjinho)

Sócio majoritário e investidor pelo fato de ser também um artista musical. Sua atividade na gestão da empresa é na tomada de decisão e financeira.

Alberto Jose Ferreira Batista

Empresário e gestor, tem a responsabilidade de acompanhar os artistas de perto em shows e eventos, coordenar a equipe de produção dos shows.

Caio Felipe de Souza Rezende

Responsável pelo gerenciamento administrativo da empresa como: contratos, financeiros e colaboradores.

Aline de Lourdes Batista

Responsável pela parte contábil, fiscal e pessoal.

Gabriela Marcia Ferreira Batista

Responsável pelas ações de marketing e acompanhamentos de redes sociais e captação de novas parcerias.

Flavio André Ferreira

Responsável pela parte jurídica empresarial e artística.

6. PLANO FINANCEIRO

6.1. Estimativa dos investimentos fixos

Para obter os valores dos investimentos fixos, foram considerados os equipamentos, móveis e utensílios necessários para prestação de serviços de cada membro em home office e os equipamentos necessários para desenvolvimento de artes musicais.

Tabela 2 – Estimativa dos investimentos

Maquinas e Equipamentos	Quant.	Valor Uni.	Total
Computadores (Notebook)	5	R\$ 1.800,00	R\$ 9.000,00
Impressora	2	R\$ 400,00	R\$ 800,00
Móveis e utensílios			
Cadeira	5	R\$ 300,00	R\$ 1.500,00
Mesa para trabalho	5	R\$ 300,00	R\$ 1.500,00
Matérias de escritórios	5	R\$ 100,00	R\$ 500,00
Equipamentos musicais			
Fone de Ouvido	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Mesa controladora	1	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
Caixa de som acústica	2	R\$ 3.500,00	R\$ 7.000,00
Microfones	3	R\$ 900,00	R\$ 2.700,00
Registro empresarial		Valores	
Registro da empresa		R\$600,00	
Registro da marca		R\$600,00	
Certificado digital		R\$200,00	
Despesas com site		R\$200,00	
Registro licença musicais		R\$400,00	
TOTAL INVESTIMENTOS INICIAIS		R\$ 30.000,00	

Fonte – Elaborada pelo autor 2022

6.2. Custos Fixos

Os custos fixos mensais são uma ajuda de custo para os colaboradores terceirizados da gestão do escritório que executam suas tarefas no modelo home office.

Tabela 3 – Estimativa dos custos Fixo

Setor	Internet	Luz
Produção	R\$150,00	R\$200,00
Administrativo	R\$150,00	R\$200,00
Contabilidade	R\$150,00	R\$200,00
Marketing	R\$150,00	R\$200,00
Jurídico	R\$150,00	R\$200,00
Total	R\$750,00	R\$1000,00
TOTAL DOS CUSTOS FIXOS		R\$1.750,00

Fonte – Elabora pelo autor 2022

6.3. Capital de giro

O capital de giro é o valor que a organização tem para custear e manter suas despesas operacionais. É resultante da diferença entre o dinheiro disponível e o dinheiro que é gasto com despesas fixas ou gastos necessários para produção, comercialização e prestação de serviço.

Tabela 4 – Estimativa do Capital de giro
Capital de Giro = Ativo Circulante - Passivo Circulante

Ativo Circulante	Valores
Capital Próprio	R\$ 0,00
Estoque	R\$ 0,00
Contas a Receber	R\$ 27 .900,00
Total do Ativo Circulante	R\$ 27.900,00
Passivo Circulante	Valores
Contas a Pagar	R\$ 9.300,00
Impostos	R\$ 0,00
Patrimônio Líquido	R\$ 0,00
Total do Passivo Circulante	R\$ 9.300,00
Capital de Giro	Valores
Ativo Circulante	R\$ 27.900,00
Passivo Circulante (-)	R\$ 9.300,00
Total Capital de Giro	R\$ 18.600,00

Fonte – Elaborada pelo autor 2022

6.4 Estimativa do faturamento mensal

A primeira empreitada da Anjim Produções é conseguir para seus clientes a venda de shows. Nessa oportunidade o artista tem a chance de se apresentar para um determinado público e buscar seu reconhecimento artístico.

O cliente com baixo nível de alcance de pessoas não se dará o luxo de cobrar uma quantia alta pelo show a ser vendido. A análise será feita através do impacto e alcance nas redes sociais do artista.

O custo fixo da empresa sendo baixo e a cobrança em cima da porcentagem que o artista consegue receber estimam que o faturamento obtido seja no mínimo o dobro do custo fixo empresarial; comissão sobre a captação de recurso será repassada para o colaborador terceirizado que se destacou nessa ação.

Tabela 5 – Estimativa de faturamento mensal

Mês	Valores
01	R\$ 18.000,00
02	R\$ 13.500,00
03	R\$ 18.000,00
04	R\$ 13.500,00
05	R\$ 9.000,00
06	R\$ 13.500,00
07	R\$ 9.000,00
08	R\$ 4.500,00
09	R\$ 13.500,00
10	R\$ 9.000,00
11	R\$ 9.000,00
12	R\$ 9.000,00
TOTAL ESTIMATIVA ANUAL	R\$ 139.500,00

Fonte – Elaborada pelo autor 2022

6.5. Estimativa da Depreciação

Tabela 6 – Estimativa da Depreciação

Ativos Fixos	Valor do Bem	Vida útil anual	Depreciação anual	Depreciação Mensal
Notebook	R\$ 1.800,00	3 anos	R\$ 600,00	R\$ 50,00
Notebook	R\$ 1.800,00	3 anos	R\$ 600,00	R\$ 50,00
Notebook	R\$ 1.800,00	3 anos	R\$ 600,00	R\$ 50,00
Notebook	R\$ 1.800,00	3 anos	R\$ 600,00	R\$ 50,00
Notebook	R\$ 1.800,00	3 anos	R\$ 600,00	R\$ 50,00
Impressora	R\$ 400,00	3 anos	R\$ 133,33	R\$ 11,11
Impressora	R\$ 400,00	3 anos	R\$ 133,33	R\$ 11,11
Fone de Ouvido	R\$ 1.000,00	3 anos	R\$ 333,33	R\$ 27,78
Mesa Controladora	R\$ 4.000,00	3 anos	R\$ 1.333,33	R\$ 111,11
Caixa de som	R\$ 3.500,00	3 anos	R\$ 1.166,67	R\$ 97,22
Caixa de som	R\$ 3.500,00	3 anos	R\$ 1.166,67	R\$ 97,22
Microfone	R\$ 900,00	3 anos	R\$ 300,00	R\$ 25,00
Microfone	R\$ 900,00	3 anos	R\$ 300,00	R\$ 25,00
Microfone	R\$ 900,00	3 anos	R\$ 300,00	R\$ 25,00
Cadeira	R\$ 300,00	3 anos	R\$ 100,00	R\$ 8,33
Cadeira	R\$ 300,00	3 anos	R\$ 100,00	R\$ 8,33
Cadeira	R\$ 300,00	3 anos	R\$ 100,00	R\$ 8,33
Cadeira	R\$ 300,00	3 anos	R\$ 100,00	R\$ 8,33

Cadeira	R\$ 300,00	3 anos	R\$ 100,00	R\$ 8,33
Mesa de trabalho	R\$ 300,00	3 anos	R\$ 100,00	R\$ 8,33
Mesa de trabalho	R\$ 300,00	3 anos	R\$ 100,00	R\$ 8,33
Mesa de trabalho	R\$ 300,00	3 anos	R\$ 100,00	R\$ 8,33
Mesa de trabalho	R\$ 300,00	3 anos	R\$ 100,00	R\$ 8,33
Mesa de trabalho	R\$ 300,00	3 anos	R\$ 100,00	R\$ 8,33

Total depreciação Anual	R\$ 9.166,67
Total depreciação Mensal	R\$ 763,89

Fonte – Elaborada pelo autor 2022.

6.6. Demonstração de resultado

Tabela 7 – DRE Demonstração de resultado do exercício

	Mensal	Anual
Receita Bruta	R\$ 4.500,00	R\$ 139.500,00
(-) CMV	R\$ 1.000,00	R\$ 31.000,00
(-) Impostos 17%	R\$ 765,00	R\$ 23.715,00
(-) Gastos com vendas	R\$ 500,00	R\$ 7.020,00
Subtotal custos variáveis	R\$ 2.265,00	R\$ 61.735,00
Margem de contribuição	R\$ 2.235,00	R\$ 77.765,00
Custos Fixos	R\$ 1.750,00	R\$ 21.000,00
Resultado Operacional	R\$ 485,00	R\$ 56.765,00

Fonte – Elaborada pelo autor 2022

6.7. Indicadores de Viabilidade

Os indicadores apresentados na Tabela 1 e 8 demonstram que a Anjim Produções terá um retorno muito rápido, de aproximadamente 1 mês e alta rentabilidade (241,80) do capital investido. A lucratividade, no período de um ano, será de 945% sobre o faturamento da empresa. Para atingir o ponto de equilíbrio a empresa necessita da venda de R\$16.147,65 no ano, pagando todos os seus gastos. Considerando a receita bruta de R\$139.500,00 esse valor poderá ser atingido rapidamente.

Tabela 8 – indicadores de Viabilidade para o Ano 01

Índice de Lucratividade	945%
Taxa interna de Retorno	241,80%
Prazo de Retorno do Investimento	0,22
Ponto de Equilíbrio	R\$ 16.147,65

Fonte – Elaborada pelo autor 2022

7.0 CONSTRUÇÃO CENÁRIOS

A partir do cenário realista apresentado no demonstrativo de resultados na tabela anterior (TABELA 7), foram levantados dois cenários sendo um pessimista e um otimista com os quais a marca pode se deparar. Eles estão representados nas tabelas a seguir.

Tabela 9 – Demonstrações de Cenários**Tabela 10** – indicadores de Viabilidade de Cenários

		Realista	Pessimista	Otimista
		31 Vendas	12 Vendas	48 Vendas
Receita Bruta	R\$ 4.500,00	R\$ 139.500,00	R\$ 54.000,00	R\$ 216.000,00
(-) CMV	R\$ 1.000,00	R\$ 31.000,00	R\$ 12.000,00	R\$ 48.000,00
(-) Impostos 17%	R\$ 765,00	R\$ 23.715,00	R\$ 9.180,00	R\$ 36.720,00
(-) Gastos com vendas	R\$ 500,00	R\$ 7.020,00	R\$ 7.020,00	R\$ 7.020,00
Subtotal custos variáveis	R\$ 2.265,00	R\$ 61.735,00	R\$ 28.200,00	R\$ 91.740,00
Margem de contribuição	R\$ 2.235,00	R\$ 77.765,00	R\$ 25.800,00	R\$ 124.260,00
Custos Fixos	R\$ 1.750,00	R\$ 21.000,00	R\$ 21.000,00	R\$ 21.000,00
Resultado Operacional	R\$ 485,00	R\$ 56.765,00	R\$ 4.800,00	R\$ 103.260,00

	Realista	Pessimista	Otimista
Índice de Lucratividade	945%	272%	1574%
Taxa interna de Retorno	241,80%	87,27%	374,54%
Prazo de Retorno	0,22	0,56	0,14
Ponto de Equilíbrio	R\$ 16.663,93	R\$ 5.528,57	R\$ 26.627,14

Fonte – Elaborada pelo autor 2022

O cenário pessimista considera uma baixa quantidade de vendas realizada no ano, apesar de não ter prejuízo durante o período a lucratividade é baixa comparada aos altos valores, custos e despesas somados.

O cenário otimista considera uma venda realizada por semana durante todo o ano, se a Anjim Produções conseguir atender o seu cliente através de shows, parcerias, patrocinadores. Demonstra uma lucratividade altíssima de 1574%, independente do aumento dos gastos para atender essa demanda.

8. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Anjim Produções para avaliar sua organização de maneira interna e externa e os impactos que elas exercem sobre o empreendimento, utiliza a matriz FOFA. As forças e as fraquezas são características da própria empresa, enquanto as oportunidades e as ameaças são características de fatores externos.

Tabela 11– Matriz FOFA

Força	Fraqueza
<ul style="list-style-type: none"> -Transparência. -Profissionais qualificados. -Ter um artista referência de sucesso. -Flexibilidade. 	<ul style="list-style-type: none"> -Baixo reconhecimento no mercado. -Dificuldade de encontrar novos artistas. -Baixo investimento em marketing. -Dificuldade de acesso a parceiros com potencial.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> -Crescimento divulgação artístico via internet. -Crescimento do Funk em BH. -Público alvo com fácil acesso. -Artistas sem conhecimento de gerenciamento de carreira. 	<ul style="list-style-type: none"> - Concorrência com domínio de mercado. - Mercado traiçoeiro e desleal. - Efeitos da pandemia de COVID-19. - Julgamento e preconceito perante o funk.

Fonte – Elaborada pelo autor, 2022.

A Anjim Produções surge em uma necessidade durante a pandemia, por isso enfrenta o mercado totalmente novo para todos os profissionais envolvidos, que são extremamente competentes para encarar essa nova empreitada e podendo tomar como referência a carreira do artista Mc Anjim. Todos observaram que é possível adentrar nesse mercado conturbado e altamente lucrativo, para isto basta novos artistas acreditarem no potencial da organização.

A empresa entende que é nova no mercado e precisa ter mais facilidade de acesso a novos parceiros, que darão mais visualidade para os artistas vinculados a Anjim Produções, e também entende que o Funk é um mercado que sofre um alto

preconceito de uma parte da população em todo o país. A organização quer focar na transparência e flexibilidade que pode ser seu diferencial para com os clientes e parceiros.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Trabalho desenvolvido com modelo de plano de negócios para a marca Anjim Produções, demonstrando que pode ser um negócio viável através dos números demonstrados.

A Anjim Produções tem uma proposta de valor consistente, que demonstra ao seu público alvo a necessidade de uma gestão eficaz da carreira artística, através do atendimento profissional e transparente.

A equipe de pessoas prestadoras de serviços é de um mesmo grupo familiar, mesmo que cada membro trabalhe de maneira autônoma em sua área profissional específica. Essa parceria é feita através do B2B e mostrou de certa forma que é capaz de atender a demanda da necessidade dos clientes.

O plano de negócio foi baseado na experiência profissional vivida por todos na carreira do artista MC Anjim, e com isso a Anjim Produções abre as portas para novos músicos do funk para aumentar suas atividades e ter mais força no mercado de agenciamento de carreira musical.

10. REFERÊNCIAS

CASTANHO, Gabriel et al. **Funk no Brasil**: um panorama histórico da ascensão da cultura das comunidades. 2022. Disponível em:

< <https://revistaesquinas.casperlibero.edu.br/arte-e-cultura/musica/funk-no-brasil-um-panorama-historico-da-ascensao-da-cultura-das-comunidades/> >

BARCINSKI, André. **Pesquisa comprova**: no Brasil o sertanejo libera, mas o futuro é do funk. 2018. Disponível em:

< <https://blogdobarcinski.blogosfera.uol.com.br/2018/07/24/pesquisa-comprova-no-brasil-o-sertanejo-lidera-mas-o-futuro-e-do-funk/> >

GOMES, Carolina et al. **Spotify**: Streaming e as novas formas de consumo na era digital. Natal 2015. Disponível em:

< <https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2015/resumos/R47-2598-1.pdf> >