Dedicamos esse trabalho a todos os músicos e amantes da música que buscam a sua paz interior e orientam sua mente por meio de qualquer estilo musical**.**

**Agradecimentos**

**Resumo**

O projeto consiste na análise do setor de Estúdios de Música onde será estudado todo o mercado consumidor que envolve este serviço, visando a criação de um estúdio, destinado a todo e qualquer amante de música, com a proposta de se desenvolver na carreira musical com sua banda, ou simplesmente dispor de um tempo agradável em um ambiente voltado para o seu gosto musical.

Por meio de pesquisa de mercado e análises financeiras identificou-se a viabilidade da abertura do estúdio “Sintonia”, onde são propostos diferenciais no serviço prestado, como eventos internos chamados de *Pocket Shows* e grande investimento em marketing, gerarando assim um vinculo emocional,entre o consumidor do serviço e o estúdio musical.

**Palavras-chave:** Estúdio de Música. Amantes da Música. Músicos. Música

**ABSTRACT**

The project involves the analysis of Music Studios sector which will be studied throughout the consumer market this service, aimed mainly at the possibility of opening a studio for to any music lover who wants to go a music career with his band, or simply have a nice time in a friendly environment for your musical taste. Through an analysis of market research and financial analysis it was possible to identify the studio opening of viability "Tuning", which will have advantages in the service provided to internal events called Pocket Shows, great marketing investment to generate a great emotional ballast between consumer service and music studio.

**Keywords:** Music Studio. Music lovers. Music. Music

# SUMÁRIO EXECUTIVO

**INTRODUÇÃO**

Este Plano de Negócio tem como objetivo compreender o funcionamento de um estúdio de música, e por meio de um diferencial estabelecido pelo grupo analisar a viabilidade econômica da criação de um estúdio musical, na região da cidade de São Paulo, com um espaço destinado a pequenos eventos e uma área *lounge* onde os frequentadores do local possam interagir com as bandas ou então desenvolver sua própria banda. Essas características se definem como os diferenciais competitivos que será exercido e que permitirá que o empreendimento se destaque perante seus competidores.

Entende-se que para este mercado o consumidor que irá frequentar será ou um Músico ou então um amante da música que busca um tempo para se entreter com a arte, para quantificar esse mercado podemos usar como base primeiramente a alegação de Roberto Bueno, secretário geral da Ordem dos Músicos do Brasil (OMB) e presidente da regional São Paulo alega em uma notícia do g1 que existe 600 mil pessoas vivendo de música no Brasil. Somado a isso fizemos pesquisas quantitativas que apontam que boa parte das pessoas que não tocam nenhum instrumento tem interesse em se entreter em um estúdio com espaço para entretenimento.

Nosso trabalho será dividido em seis capítulos considerando junto a eles a Introdução temos Metodologia, Compreensão do Contexto, Concepção do Negócio, Dimensionamento das Operações e a Viabilidade Financeira. Para a Metodologia tivemos como base os tipos de pesquisas utilizadas, como pesquisas documentais e bibliográficas, pesquisa de campo, *survey*, pesquisas qualitativas com donos de estúdios, além de entrevistas pessoais com músicos e pessoas que entendem sobre o campo.

No capítulo da Compreensão do Contexto, busca-se compreender o comportamento da demanda, onde inclui-se o tamanho do mercado, o público alvo e outras análises do perfil do mercado que será atingido, além disso também analisamos a oferta que engloba os custos e nossos concorrentes, e como está a situação do macroambiente que contemplará todos os fatores que influenciam o setor e que independem da vontade da empresa. Quanto a Concepção do Negócio estuda-se como o negócio será composto quais serviços serão prestados, como nossos diferenciais impactam nossos clientes, nossa estratégia genérica onde explicaremos onde nosso diferencial está focado e explicaremos toda nossa estratégia mercadológica. No capítulo do Dimensionamento das Operações será demonstrado as premissas para o funcionamento do Estúdio de Música, visando entender o dia-a-dia de um empreendimento com esses atributos e quais fundamentos se fazem necessários para o funcionamento do negócio, além de compreender o dimensionamento do mercado, fontes de recursos e outros tipos de recursos necessários para a criação do estúdio.

Para a Viabilidade Financeira, iremos analisar todos os pontos que fazem parte dos quesitos relacionados a projeção de cenários, fontes de monetização do negócio como o quanto cobraremos por hora de aluguel das salas de ensaio, quanto será a entrada para os eventos, e assim por diante, e principalmente qual o valor será investido para que o empreendimento seja rentável, dessa forma será possível criar projeções de resultados para os próximos anos para dessa forma concluirmos se a viabilidade financeira é positiva ou negativa.

**METODOLOGIA**

Nesse capítulo será analisado toda à Metodologia, nela teremos um entendimento tanto quantitativo quanto qualitativo em nossas pesquisas, a metodologia constitui uma descrição minuciosa das técnicas utilizadas nas atividades de busca de informações, objetivando o embasamento e o auxílio de todos o estudo do plano de negócio em questão. Além disso em nesse espaço ainda definiremos o problema e a forma de tratamento dos dados podendo, dessa forma, traçar um objetivo. A respeito das ferramentas utilizadas para a obtenção de dados, realizamos uma pesquisa qualitativa através de uma entrevista pessoal, com músicos e pessoas pertencentes a essa área, já que são indivíduos que frequentam e entendem como funciona um estúdio musical, com o objetivo de entender se o nosso diferencial é realmente contundente e impactante, e somado a isso realizamos uma pesquisa quantitativa, onde buscamos entender o tamanho do nosso mercado, para isso bifurcamos nossas perguntas em dois questionário, pessoas que frequentam estúdios musicais e pessoas que não frequentam, assim poderíamos entender pessoas que tocam algum instrumento e não frequentam estúdios, pessoas que tocam instrumentos e frequentam estúdios, pessoas que não tocam instrumentos e não frequentam estúdios e pessoas que não tocam instrumentos e frequentam estúdios, essa pesquisa *survey* realizamos uma divulgação na internet principalmente no *facebook* onde e procuramos explorar muito grupos com ênfase musical como por exemplo, “Instrumentos Musicais (Compra, Venda e etc)”, “MÚSICOS, CANTORES, BANDAS, COMPOSITORES”, “Venda, Compra e troca de instrumentos” e “Bandas Independentes – Brasil”, além de explorar amigos imersos no meio artístico. Além disso foram feitas análises Macroambientais para compreender o contexto em que o setor de Estúdios de Música está inserido.

Para a identificação do problema, dentro do âmbito da Metodologia, o principal foco a ser identificado é se o nosso diferencial é ou não contundente se o público que frequenta estúdios realmente acha que o espaço *lounge*, os eventos oferecidos e toda a parte de incentivo a bandas independentes é algo diferenciado e que agrega valor ao estúdio, além disso outro problema principal que foi visado é saber se os potenciais consumidores que apreciam música ficariam satisfeitos em um ambiente com eventos e com a nossa proposta dita a cima.

## **PROBLEMA**

O Plano de Negócio em questão está sendo trabalhado em torno de um problema para conseguir identificar a viabilidade do estúdio “Sintonia”, o primeiro ponto e principal problema é identificar se o público-alvo que estamos almejando de fato consideram nosso diferencial um fator positivo e que possa resultar na preferencia em nosso estúdio para as bandas independentes.

O segundo problema a ser estudado é se os amantes da música (pessoas que dão grande valor à musica em suas vidas porém não tem bandas para ensaiar) consideram frequentar um estúdio que tenha a opção de eventos como os “Pocket Shows” (nome dado a pequenos shows que será mais detalhado ao decorrer do trabalho) em um momento de lazer de suas semanas.

Dessa forma para solucionar os problemas de primeiro e segundo nível é necessário saber o que os futuros consumidores do estúdio “Sintonia” buscam em uma experiência tanto em eventos de música (sejam barzinhos, ou eventos de grande porte) e o que esperam durante a experiência de um ensaio suas bandas.

## **OBJETIVOS**

Nesse capítulo será especificado o que o estudo visa analisar, considerando o problema estipulado, esse problema será o agente norteador do Plano de Negócio. Teremos dois níveis de objetivos, o objetivo geral e os objetivos específicos, o primeiro terá como papel dar subsidio e fundamentos ao nosso trabalho, o segundo desempenhará o que queremos alcançar por etapa de desenvolvimento.

# Objetivo geral

O principal objetivo desse trabalho é a análise Mercadológica, financeira e operacional por meio de um Plano de Negócios para entender a viabilidade da criação de um empreendimento de um Estúdio de Música voltado para bandas independentes e amantes da música que se interessem em passar um tempo ou ensaiando com sua banda ou então frequentar eventos e um espaço destinado a todo e qualquer pessoa que busque momentos de lazer relacionado a música.

# Objetivo específicos

Os objetivos específicos são todas as etapas que permitirão que o objetivo geral seja atingido, ele compõe pequenas metas que serão estudadas ao longo dos capítulos, podemos citar como exemplo o entendimento do público alvo, ou então a concepção do negócio e assim por diante.

# DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

Neste estudo serão abordados temas importantes para musicos independentes e com banda formada, estes irão atrair nosso público de amantes da música que compareceram as apresentações para acompanhar suas carreiras promissoras que um dia podem vir a se tornar um sucesso.

# JUSTIFICATIVA

Devido à importância que a música representa para a cultura da humanidade, somada a análise de um mercado que é pouco explorado, a ideia formulada para um novo empreendimento foi abrir um estúdio de gravação e mixagem musical, não seguindo o mesmo padrão dos demais estúdios, mas sim com uma estrutura e um espaço destinado à eventos e pocket shows, retratado ao longo do trabalho, além dos serviços explorados por estúdios, o diferencial proposto irá agregar a todos simpatizantes uma experiencial musical totalmente nova, mostrando um mercado com infinitas possibilidades

Através dessa oportunidade encontrada, somado ao interesse de conhecermos mais afundo a indústria fonográfica e seu mercado, o tema escolhido não poderia ser outro.

# TIPO DE PESQUISA

O capítulo irá abordar toda a questão das formas de como o grupo foi capaz de adquirir novas informações para a construção, elaboração e a base para as afirmações que estão sendo análisadas dentro do plano de negócio.

Primeiramente vale ressaltar que adquirimos as informações de duas formas por uma pesquisa documental com dados em livros, revistas, internet, artigos e etc. E somado a isso realizamos pesquisas de campo de duas vertentes, pesquisas quantitativas com diversos tipos de pessoas e uma pesquisa qualitativa feitas diretamente com pessoas que trabalham em estúdios e pessoas que conhecem o tipo de negócio.

# COMPREENSÃO DO CONTEXTO

O setor da industria fonográfica brasileira conta com um reconhecimento internacional principalmente no que abrange na questão da produção de música, sendo colocada como uma das cinco potencias múndiais nesse setor, segundo artigo de Leonardo De Marchi “Indústri fonográfica e a Nova Produção Independente: o futuro da música brasileira? “, uma indústria que na decada de 90 chegou ao máximo de faturamento com cerca de 1,199 bilhão de reais hoje passa por uma crise eminente. Quando se analisa a evolução da tecnologia para gravações de CDs, DVDs, produção e edição de músicas, antes para um músico poder ter sua coletanea artistica ele precisava investir uma boa quantia monetário para pagar todos os atributos mencionados a cima entretanto hoje com softwares como “Garage Band”, “Audacity”, “Softonic” e outros você concegue ter tudo o que precisa para preparar seu próprio CD, e com a internet ainda é possivel disponibilizar suas músicas em diversos sites sem nenhum custo envolvido.

A industria fonografica é algo que está diretamente ligado ao setor de Estúdios de Música, que antigamente eram a única forma de você conseguir produzir seu próprio material para divulgação da música, dessa forma foi preciso abrir a mente e enchergar novas possibilidades para esse tipo de empreendimento. Dessa forma a enfasê principal do estúdio “Sintonia” será muito mais do que a possibilidade de grava CDs, e sim fornecer uma experiencia diferenciada de muitos outros players do setor, que é muito pulverizado por contar com players em muitos locais e com poucos que sejam de grande porte, destes de grande porte apenas um apresenta um serviço com *pocket shows* que mesmo assim possui diferenças do nosso, o nome dele é “Estúdio 500”, esse principal concorrente está localizado no mesmo Grupo Estratégico (GE) que o do estúdio Sintonia.

No quesito de análise da demanda foi definido o perfil do público-alvo do empreendimento foi traçado como principalmente bandas independetes que desejam traçar uma carreira profissional, bandas independentes que desejam ter um momento de lazer e descontraimento com seus colegas músicos e amantes da música que estejam dispostos a dispor um tempo de lazer ouvindo músicas e frequentando eventos músicais, questões demográficas nessa personificação do cliente seriam basicamente pessoas de qualquer idade superior a 18 anos, qualquer gênero e que contam com um poder aquisitivo superior como pessoas de classes sociais AB.

Para conseguir compreender o potencial do negócio foi análisado primeiramente o número de músicos atuantes no estado de SP, de acordo com Roberto Bueno, secretário-geral da Ordem dos Músicos do Brasil (OMB) e presidente da regional São Paulo, hoje o país tem cerca de 600 mil pessoas vivendo da profissão, músicos registrados na OMB. Somado a isso ainda existem bandas independentes que não são filiadas a nenhuma orgão, e podemos ainda apontar todos os moradores da cidade que estejam interessados a frequentar o estúdio.

# Concepção do Negócio

A proposta do Estúdio Musical Sintonia é oferecer para nossos consumidores é conseguir um espaço adequado para que seja possível incentivar e maximizar a cultura e a música, por meio de produção musical, utilizando aparelhos modernos e tecnológicos, além disso o estúdio irá ajudar os músicos através da divulgação, junto com shows e eventos proporcionando o ambiente adequado para ouvintes apreciarem a música e músicos mostrarem seus talentos, com objetivo dos nossos consumidores criarem afinidade/relacionamento com nossa forma de pensar.

* Missão: Incentivar a cultura musical com foco em produção de música, fornecendo o caminho para crescer e maximizar o laço entre nós e o consumidor
* Visão: Criar e cultivar laços através do movimento musical e cultural, sendo diferenciada pelo seu serviço de produção e divulgação de seus clientes
* Valores
* **Valorização e respeito às pessoas:** Foco principal do negócio para cultivar laços com todos os colaboradores
* **Responsabilidade social**

Divulgar cultura e música para todos, com objetivo de incentivar o conhecimento para a sociedade

* **Contra discriminação**

Repúdio a qualquer ato discriminatório sendo de raça; opção sexual; deficiência; estilo ou qualquer outro motivo que seja para denegrir a imagem alheia

* Eficiência eQualidade

Conseguir atingir os objetivos de cada colaborador para com,quistar o máximo nível de satisfação e orgulho do mesmo

A estratégia genérica que seria aplicada pelo projeto seria por diferenciação, uma vez que o Estúdio Musical buscará oferecer além de um serviço diferenciado, um atributo singular, que é inexistente e pouco explorado pelos demais concorrentes, que se trata de um espaço estruturado para a realização de eventos musicais, como os pocket shows, em que possibilita a integração entre os músicos e o público interessado. Para que consigamos cobrir os custos para promover este produto/serviço ímpar no mercado, iremos obter outras fontes de receita que não provem somente do estúdio musical, mas também destes eventos realizados.

O marketing mix foi estabelecido divididos por cada um dos pilares existentes, preço, praça, promoção e produto análisados respectativamentes, o preço foi estudado considerando o fato de que o negócio possuir um serviço diferenciado e único em relação aos demais players do setor, dessa forma pretende-se aplicar um preço superior em relação a media de preços dos esudios musicais, para que também seja alcançada uma receita que consiga ser o suficiente para cobrir os custos deste investimento

Já a questão da Praça o local do Estúdio Musical será de médio/grande porte, para que seja compatível ao espaço que inclua o próprio estúdio, somando a área destinada ao estacionamento e ao espaço para a realização de eventos, e que consiga receber um grande número de clientes.

Outro atributo pouco explorado por este setor e que será de vital importância para o Plano de Negócio destinar um alto investimento, é a divulgação destes estúdios musicais tanto na mídia impressa como na digital, quesito de extrema relevância que irá alcançar o público desejado pelo projeto. Para a promoção decidimos usar algumas ferramentas que atinjam o público com a maior eficiência e eficácia possivel, para isso selecionamos meios de comunicação que são muito usados por nossos clientes, eles são Rádios, Spotfy (aplicativo voltado para musica), Televisão (programs de TV, como Superstar, The voice e outros). Além dos meios citados a cima iremos patrocinar eventos músicais e bandas famosas para nos promover e tomarmos um reconhecimento a nível nacional

O que vamos oferecer para os consumidores é conseguir um espaço adequado para que seja possível incentivar e maximizar a cultura e a música, por meio de produção musical, utilizando aparelhos modernos e tecnológicos, além disso o estúdio irá ajudar os músicos através da divulgação, junto com shows e eventos proporcionando o ambiente adequado para ouvintes apreciarem a música e músicos mostrarem seus talentos, com objetivo dos nossos consumidores criarem afinidade/relacionamento com nossa forma de pensar.

# DIMENSIONAMENTO DAS OPERAÇÕES

Teremos de entender melhor como se dá o funcionamento de um estúdio de música antes de realizar essa análise.

**Sumário**

[SUMÁRIO EXECUTIVO 8](#_Toc446171777)

[1 INTRODUÇÃO 17](#_Toc446171788)

[2 BIBLIOGRÁFIA 18](#_Toc446171789)

# INTRODUÇÃO

A proposta desse Plano de Negócio busca compreender uma visão geral sobre o conteúdo coletado e os estudos realizados com principal agente orientador a análise da viabilidade econômida de um empreendimento que atende a necessidade para todo e qualquer amante de musica, um estúdio de gravação e mixagem musical direcionado não só para aqueles que pretendem buscar entretenimento com os amigos, tocando ou ouvindo musica, mas tambem para aqueles que tentam trilhar uma carreira profissional.

O estúdio esta composto por salas equipadas com instrumentos de alta qualidade, caixas de som, mesas digitais e tudo o que há de melhor no meio musical ou seja, toda estrutura que um músico gostaria de ter. O nosso espaço não seria voltado somente para aqueles que desejam ensaiar, gravar e praticar o seu som, como também seria um ambiente agradável, e propício para encontros com outras bandas e amigos. Forneceríamos um ambiente “*lounge*", no qual serviria como um espaço familiar, equipado com mesas, cadeiras, puffs, um pequeno bar que serviria bebidas e comidas e um palco para atrações direcionadas ao nosso público. Isso se deve pois ao analisarmos o mercado atual, notamos que este espaço que vamos proporcionar focado no entretenimento entre bandas e amigos, é raro.

Outro ponto pouco explorado pela maioria dos estúdios de gravação e considerado essencial pelo grupo é a baixa divulgação dos próprios, ou seja, pretendemos divulgar o nosso empreendimento em diversas mídias virtuais, o principal alvo para a nossa divulga. além do facebook, twitter, Youtube, sites musicais, revistas, jornais, seriam as rádios( Kiss FM, 89 FM, Joven Pan, Mix, entre outras) e tambem aplicativos de música como o Spotify, já que essa mídia trabalha com o mesmo público que o nosso.

Através de analises no Macroambiente notamos um amplo crescimento no interesse por parte do público, em surgimento de novas bandas, tendências e estilos musicais. Para comprovar este crescimento basta analisar os dados da Pesquisa de Ibope das principais rádio metropolitanas, rádios que apresentam amplo crescimento no geral estão ligadas a públicos saudosistas que ainda buscam musicas inovadoras de qualidade, mas principalmente querem conjuntos novos, apresentando novas tendências. Separadamente pegamos o caso do ressurgimento da 89.0 a Rádio Rock, que mudou seu enfoque nos meados de 2006 e em 2012 retornou com seu antigo Slogan, e uma programação incentivando novos astros do rock, desde então vem em uma onda de crescimento constante, hoje encontra-se acima de grandes e tradicionais rádios que mantém seu enfoque de sempre como a Jovem Pan por exemplo.

Disponibilizaremos um espaço maior para as bandas independentes que possuem músicas autorais, pois esses músicos muitas vezes não possuem tais oportunidades, com isso perdendo grandes potências musicais. Essa política também facilitará com que nosso público nos veja como parceiros, conseguindo uma fidelização destes por muitos anos.

A hipótese que rege esse Plano de Negócio e seus diferênciais propostos pelo estúdio de música “Sintonia” oferecem um espaço em que todos os amantes da música considerem agradável e que eles tenham vontadem de passar várias horas ouvindo as músicas que mais amam e que as bandas intependentes tenham um estúdio em que possam se desenvolver com o melhor espaço e os melhores equipamentos, com a possibilidade de apresentar sua música em ensaio ao vivo.