



**ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DEP. ARY DE CAMARGO PEDROSO e
E.E. PROFA WILSA APARECIDA GOMES VASCONCELLOS**

TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

Diana Cecilia Santos Cruz

Gabrielle Oliveira De Lira

Isabela Vitória De Toledo

**PIRAEVENTS: SITE DE DIVULGAÇÃO DE EVENTOS
CULTURAIS**

Piracicaba

2023

Diana Cecilia Santos Cruz

Gabrielle Oliveira De Lira

Isabela Vitória De Toledo

PIRAEVENTS: SITE DE DIVULGAÇÃO DE EVENTOS CULTURAIS

Trabalho de Conclusão de Curso do
ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO
PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM
ADMINISTRAÇÃO (Parceria com a
Secretaria da Educação do Estado de São
Paulo), orientado pelo Prof. Vanderlei José
Furlan Junior, apresentado como requisito
parcial para obtenção do título de Técnico
em Administração

Piracicaba

2023

RESUMO

O objetivo deste trabalho é identificar a prática de eventos culturais na cidade de Piracicaba com o intuito de promover a divulgação destes eventos. Para identificar a prática de eventos culturais, o trabalho irá primeiramente identificar a prática de eventos na cidade por meio de pesquisas dos eventos culturais ocorridos durante o ano de 2023 localizados na cidade de Piracicaba.

A indústria de eventos no Brasil vem numa crescente significativa nos últimos 10 anos, sendo assim, há um aumento da procura para a realização dos eventos em todas as regiões do país.

Conforme estudos realizados pelo SEBRAE com parceria na ABEOC BRASIL, foi visto que em 2013 o mercado de eventos obteve aproximadamente R\$ 209 bilhões de faturamento, além de ser responsável por 4,3% do PIB do Brasil. Portanto há necessidade de realizar um estudo para a cidade de Piracicaba com relação a divulgação de eventos, os estabelecimentos disponíveis e os períodos de maior procura, e a participação das pessoas em relação a eventos culturais. Tudo isso pra facilitar e auxiliar os moradores de Piracicaba a acharem tais eventos e serem inseridos nas atividades de lazer de Piracicaba.

Palavras-Chave: Cultura. Divulgação. Piracicaba. Eventos.

ABSTRACT

The objective of this work is to identify the practices of cultural events in Piracicaba city with the intention of promoting the divulgation of these events. To identify the practices of cultural events, this work will firstly identify the practice of events in the city through research of cultural events occurred during the year of 2023 located in Piracicaba city.

The events industry in Brazil is experiencing a significant increase in the last 10 years, therefore, there is an increase in demand for events held in all regions of the country.

According to the studies made by SEBRAE in partnership with ABEOC BRASIL, it was seen that in 2013 the events market had approximately R\$ 209 billion in revenue, in addition to being responsible for 4.3% of Brazil's GDP. Therefore, there is a need to carry out the study for Piracicaba city regarding the dissemination of events, available establishments and periods of greatest demand, and people's participation in cultural events. All this to facilitate and help Piracicaba residents to find such events and be included in Piracicaba's leisure activities.

Keywords: Culture. Divulgation. Piracicaba. Events

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	1
1.1 Justificativa	1
1.2 Objetivo	1
1.3 Metodologia	2
2. DESENVOLVIMENTO.....	3
2.1 A cultura popular Brasileira	3
2.2 O cenário cultural em Piracicaba	5
2.3. A influência da tecnologia na sociedade	6
2.4. Plano de negócios da empresa	9
2.5. Modelagem de negócios	16
3. CONCLUSÃO	18
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	19
ANEXOS.....	20

1 INTRODUÇÃO

1.1 Justificativa

Os eventos são acontecimentos criados e planejados para acontecer em um local pré-definido, com data e horário marcado com o seu objetivo e tema. Ter planejamento para que não haja imprevistos e situações desagradáveis com os organizadores e convidados.

O projeto pretende resolver o problema que os moradores de Piracicaba têm em encontrar eventos sociais e culturais com todas as informações necessárias (data, local, preço, onde comprar os ingressos se tem estacionamento ou não etc.).

Acreditamos que o site terá grande potencial pois irá por todas as informações de diversos eventos em um único lugar.

O projeto é importante para a divulgação de eventos, principalmente culturais, para que todos (independentemente de ter muito dinheiro ou não tenham acesso à cultura).

A ideia nasceu da identificação da falta de cultura para jovens, principalmente de baixa renda, mas com pesquisas descobrimos que o real problema é a falta de divulgação desses eventos

A inovação desse projeto é o conjunto de todos os eventos com todas as informações necessárias em um só lugar.

1.2 Objetivo

Instigar a população de Piracicaba a participar de atividades de lazer, que muitas vezes se privam disso por falta de dinheiro. Colocaremos no site eventos culturais que em sua maioria possuem entrada franca.

O site irá ser disponibilizado em uma plataforma gratuita e irá se sustentar por meio de trabalho voluntário que nós do grupo iremos fazer, colocando novos eventos e informações sempre que necessário. Será elaborado um plano de negócios da empresa para verificação da viabilidade do negócio.

1.3. Metodologia

- Pesquisas em sites e livros específicos.
- Aplicação de pesquisa quantitativa com o público-alvo do projeto (quem irá comprar os produtos/serviços?)
- Aplicação de pesquisa qualitativa com algum(a) empreendedor(a) relacionado ao projeto
- Elaboração de maquete/site para demonstração

2. DESENVOLVIMENTO

2.1. A cultura popular Brasileira

A cultura popular representa um conjunto de saberes determinados pela interação dos indivíduos (Toda Matéria, 2023). Ela reúne elementos e tradições culturais que estão associados à linguagem popular e oral.

Assim, a cultura popular inclui o folclore, o artesanato, as músicas, as danças, as festas, dentre outros.

O folclore, utilizado como sinônimo da cultura popular, é composto por um conjunto de lendas e mitos transmitidos entre gerações e representam a herança cultural e social de um povo.

Vale observar que o termo cultura é muito amplo e reúne comportamentos, símbolos e práticas sociais. Trata-se, portanto, de um conjunto de fatores que compõem uma sociedade, como por exemplo, saberes, crenças, costumes e tradições de determinado povo.

De acordo com os historiadores, o Brasil é formado histórica e culturalmente por quatro grupos sociais: os indígenas, os africanos, os portugueses e os imigrantes. São, basicamente, esses quatro grupos sociais que fundaram o Brasil que conhecemos hoje, tanto em sua dimensão social como cultural. (Sabra,2023)

Segundo a Sociedade Artística Brasileira (Sabra), na cultura popular do Brasil, podemos destacar algumas manifestações:

- **Literatura de cordel:** Influência dos portugueses, do tempo da colonização, esta literatura se apresenta em folhetos, que ficam pendurados em cordões de barbantes nas praças, feiras, mercados e bancas, por isso é chamada de literatura de cordel. Foi na Bahia que a cultura começou e depois foi para todo o nordeste.
- **Frevo:** Poesia, coreografia e música são as expressões presentes nesse gênero musical que se destaca em Olinda e Recife, no Pernambuco, e surgiu nos anos finais do século XIX, sendo passada de pais para filhos desde então. No carnaval, o sucesso é garantido, sendo uma manifestação da cultura popular brasileira resistente, que representa de forma importante o que é a diversidade da cultura no país.
- **Congadas de Minas:** com origem no período da escravidão, esta é uma cerimônia que várias comunidades mineiras fazem para celebrar alguns santos católicos, como Santa Efigênia, Nossa Senhora do Rosário e São Benedito. Há nesta tradição cultural traços da religiosidade herdada dos africanos.

A vastidão cultural brasileira deve-se, em primeiro lugar, ao fato de que vários povos migraram para o nosso país em fluxos variados e, em segundo lugar, pelas grandes dimensões territoriais brasileiras, que nos caracterizam como um país de proporção continental que possui condições climáticas e geográficas diferentes entre si.

Essas diferenças presentes dentro de nosso território e a combinação de vários povos contribuíram fortemente para a formação plural de nossa cultura.

Atualmente, a cultura brasileira sofre diversas influências além daquelas raízes apontadas no tópico anterior. A cultura brasileira atual é influenciada fortemente pelos elementos da indústria cultural. Além desses fatores, existem outros oriundos da cultura produzida nas periferias, que não necessariamente são frutos da indústria cultural.

Hoje, podemos elencar o hip hop e o funk como elementos que impulsionam a cultura brasileira atual, para além da cultura de massa produzida pela indústria cultural. Nesses casos, podemos relacionar esses elementos a uma cultura autêntica, produzida pela periferia e para a periferia, sendo muitas vezes confundidos com os elementos da indústria cultural ou incorporado por eles.

2.2. O cenário cultural em Piracicaba

A SemacTur (Secretária da Ação Cultural e Turismo) feita pela prefeitura de Piracicaba, divulga vários eventos culturais em Piracicaba, a SemacTur fez até um panorama demonstrando o número de cadastros por Área de atuação, como: Grupos étnicos, Artes Cênicas, Manifestações sobre Cultura Negra e turismo cultural.

Este panorama exemplifica para toda a população, qual o perfil cultural e artístico do município.

Rosângela Camolese a Vice-diretora executiva da ADIMC (Associação dos Dirigentes Municipais de Cultura) diz:

“As informações coletadas trazem um diagnóstico do cenário atual da classe. Independentemente se as pessoas vão ou não, pleitear o auxílio emergencial, o mapeamento promoverá a valorização e o reconhecimento dos nossos profissionais das artes”.

Desde o início do mês de junho, a SemacTur vem se reunindo com a classe artística piracicabana, abordando assuntos correlatos à Lei Aldir Blanc que prevê a destinação de recursos para auxílio emergencial aos trabalhadores da cultura. Os encontros resultaram na criação de um grupo de trabalho que será responsável por acompanhar, orientar os processos necessários e providências pela lei, discutir a distribuição dos recursos que serão regulamentados, dentre outras funções.

Segundo o site da semac, o engenho central de Piracicaba é um dos mais belos cenários arquitetônicos do Estado de São Paulo e, talvez, do Brasil. Pois é conhecido por inspirar poetas, artistas, arquitetos, jornalistas, pesquisadores científicos, turistas, amantes de história e da cultura. O engenho também é um significativo sítio histórico da evolução urbana de Piracicaba.

2.3. A influência da tecnologia na sociedade

A tecnologia influencia pessoas e empresas constantemente, hoje em dia entende-se que as sociedades que não investem em tecnologia, não crescem no mercado, ou seja, isso também é um impacto na sociedade.

O avanço tecnológico gerou grandes oportunidades para empresas inovarem em seus processos produtivos, a fim de facilitar e aumentar a produção, por exemplo, uma indústria de vassouras magnéticas, que com o avanço pode realizar processos de modo automatizado.

Houve influência para que as pessoas aderissem aos produtos e serviços de mais qualidade devido a tecnologia mais avançada, sendo assim, as pessoas tornaram-se mais exigentes na sociedade, antes mesmo de sair algo, eles buscam o que estiver mais avançado, ou seja, sempre inovado.

Portanto, a tecnologia influencia pessoas e empresas e, constantemente, a tecnologia continua avançando para atender a essas necessidades.

2.4. Plano de negócios da empresa

- **Sumário Executivo:** PiraEvents é um site que tem como objetivo a divulgação de eventos culturais de Piracicaba, disponibilizando gratuitamente para quem quiser acessá-la. É esperado que o projeto alcance principalmente os jovens com pouco acesso à cultura.

O mercado de cultura de Piracicaba, apesar de ser forte não é bem divulgado de forma que os eventos ficam fora do conhecimento do público.

A empresa pretende solucionar a baixa divulgação dos eventos de Piracicaba, em resumo o projeto é focado em divulgação e propagação de lazer cultural.

- **Descrição da Empresa:** O PiraEvents é um site voltado para a divulgação de eventos culturais em Piracicaba. Será mantido pelas participantes do grupo através de home office.

- **Produto/Serviço:** Divulgação de eventos culturais em Piracicaba, por meio de sites.

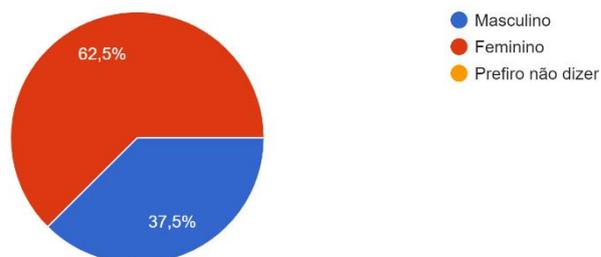
- **Análise de Mercado:** O setor de eventos de cultura e entretenimento tem passado por diversas mudanças nos últimos anos, sejam elas ocasionadas pela pandemia vivida desde março de 2020 ou pelos grandes avanços tecnológicos que têm transformado a maneira com que consumimos constantemente. É por esse motivo que acreditamos que um site de divulgação de eventos culturais é essencial para levar aos moradores da cidade os eventos que apesar de existentes não são muito divulgados.

No mês de junho aplicamos uma pesquisa quantitativa para identificar o interesse das pessoas sobre a cultura local. Abaixo segue o primeiro gráfico sobre gênero:

Gráfico 01: Pesquisa de gênero.

Qual seu gênero?

32 respostas



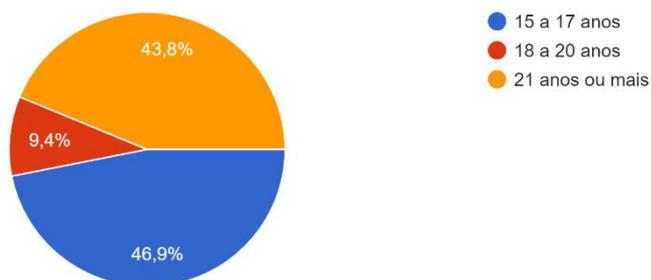
Fonte: elaborado pelos próprios autores.

Identificamos que a maioria das respostas é do público de 15 a 17 anos, que é o público-alvo do TCC.

Gráfico 02: Pesquisa sobre faixa etária.

Qual é a sua idade?

32 respostas

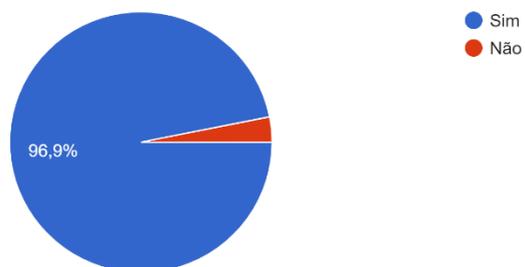


Fonte: elaborado pelos próprios autores.

Gráfico 03: Pesquisa sobre localidade.

Você mora em Piracicaba?

32 respostas



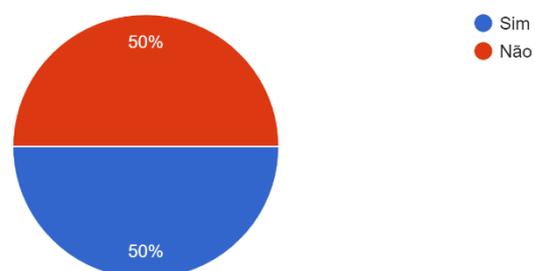
Fonte: elaborado pelos próprios autores.

Com a pesquisa descobrimos que há bastante interesse em eventos culturais.

Gráfico 04: Pesquisa sobre presença em eventos culturais.

Você costuma ir em eventos culturais?

32 respostas



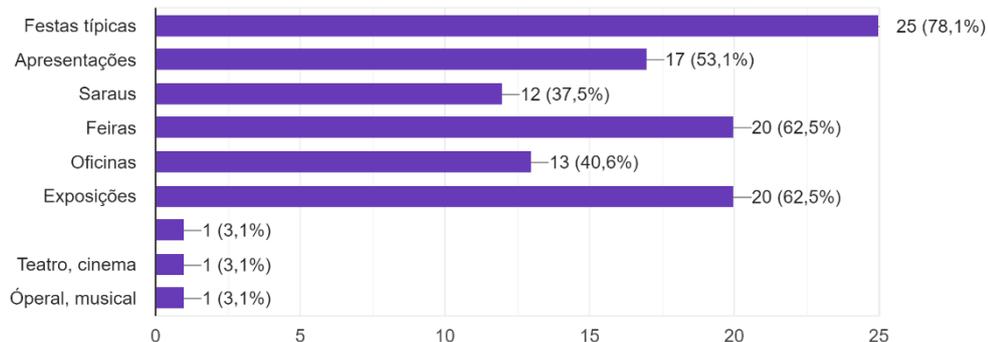
Fonte: elaborado pelos próprios autores.

Nesse gráfico podemos ver que vários tipos de eventos culturais são bastante conhecidos.

Gráfico 05: Pesquisa sobre conhecimento dos eventos.

Quais desses eventos você conhece?

32 respostas



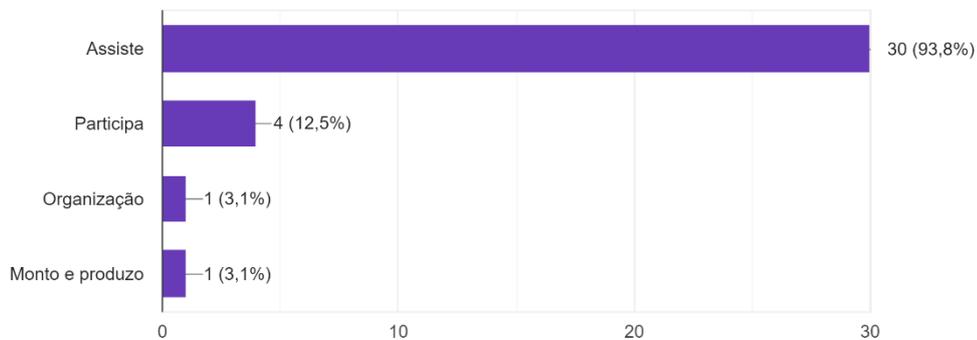
Fonte: elaborado pelos próprios autores.

A maioria das pessoas apenas assistem os eventos, mas há uma parte que também participa e organiza.

Gráfico 06: Pesquisa sobre participação nos eventos.

Quando vai nos eventos culturais você:

32 respostas



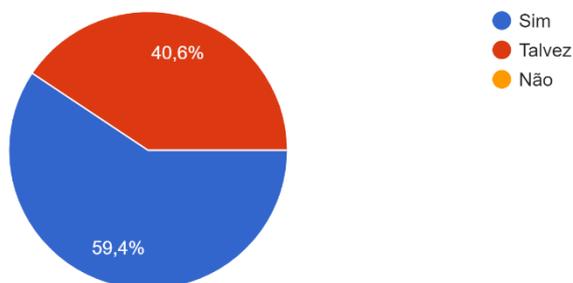
Fonte: elaborado pelos próprios autores.

Há grande interesse em um site de divulgação de eventos culturais.

Gráfico 07: Pesquisa sobre interesse em um site de divulgação de eventos culturais.

Se existisse um site de divulgação de eventos culturais você iria acessá-lo?

32 respostas



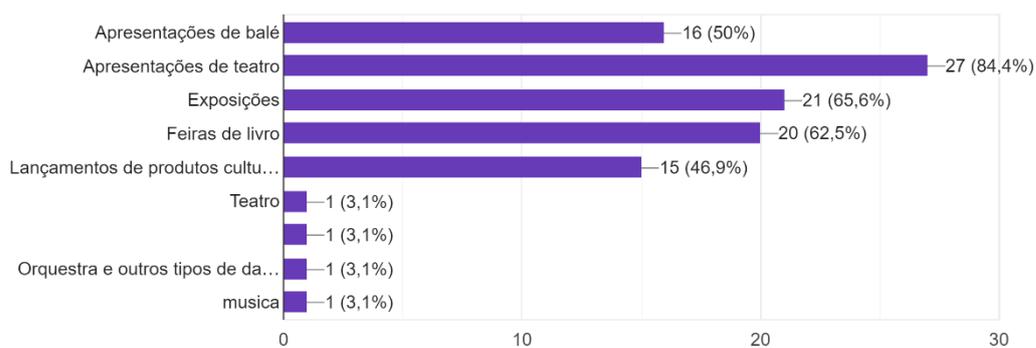
Fonte: elaborado pelos próprios autores.

Os maiores interesses do público são em apresentações de teatro e exposições.

Gráfico 08: Pesquisa sobre preferência no tipo de apresentações.

O que você gostaria de ver em um site de divulgação de eventos culturais?

32 respostas

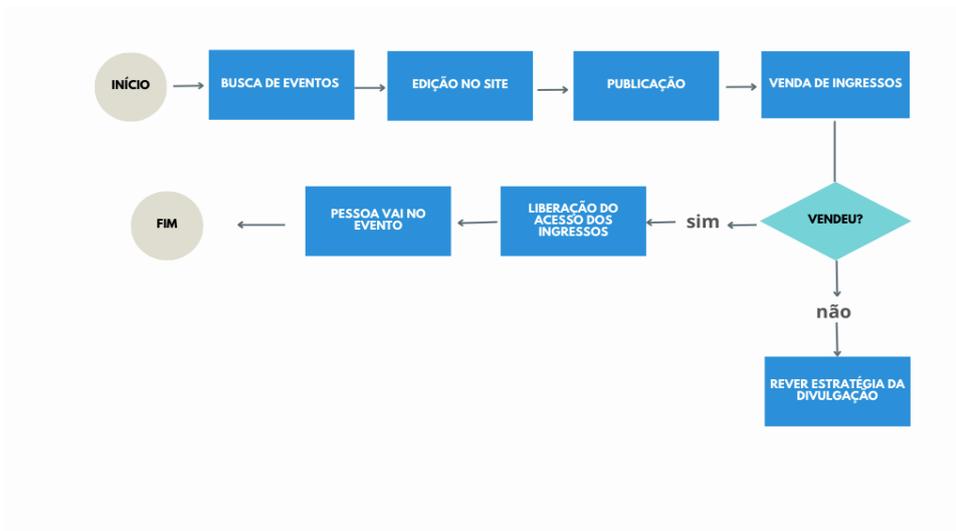


Fonte: elaborado pelos próprios autores.

- **Plano de Marketing:** PiraEvents tem como plano inicial um site para a divulgação de eventos culturais em Piracicaba, sendo o público-alvo para todas as idades, e tem o foco em cidadãos de baixa renda.

- **Manufatura e/ou Operações:** A divulgação dos eventos.

Aqui é necessário descrever como é o processo de funcionamento do site, como recebimento de informações, edição de conteúdos, divulgação do conteúdo, etc.



- **Plano Financeiro:** PiraEvents é um site gratuito sem fins lucrativos. Mas faremos a venda dos ingressos pelo site para que seja sustentável.

SEBRAE VOLTAR

IDENTIFICAÇÃO DAS NECESSIDADES
O que seu produto atende?

1. Descrição da NECESSIDADE e/ou DESEJOS de seus Clientes
Participar e ver eventos.

2. Descrição do PRODUTO e/ou SERVIÇO oferecido
Site de divulgação de eventos.

CICLO DE VIDA DO PRODUTO - Escolha em que estágio está o produto que você quer vender (marque com X a sua escolha)

SEBRAE VOLTAR

IDENTIFICAÇÃO DAS NECESSIDADES
O que seu produto atende?

CICLO DE VIDA DO PRODUTO - Escolha em que estágio está o produto que você quer vender (marque com X a sua escolha)

INTRODUÇÃO	CRESCIMENTO	MATURIDADE	DECLÍNIO
Momento em que o produto está sendo conhecido por todos, ritmo lento de vendas e margens altas	Nesse momento o produto começa a ser popularmente consumido, havendo um grande aumento nas vendas	As vendas neste mercado se estabilizam e o esforço é direcionado para manter a marca e reduzir custos	As vendas e os lucros estão diminuindo neste mercado e o produto necessita ser recriado para um novo ciclo de vida
X			

VOLTA R

SEBRAE

SEGMENTAÇÃO DO MERCADO
Quem será o nosso cliente?

1 - **GEOGRÁFICA** (países, Regiões, Cidades. Exemplo: moradores do Centro)
Rua: São Paulo, Francisco, Moradores de Itaquera

2 - **DEMOGRÁFICA** (Sexo, idade, renda, educação - Exemplo: Núbico de 18 a 24 anos de Classe A e B)
Homens e mulheres, renda de R\$ 1 a 25.

3 - **CULTURAL** (Valores, crenças, hábitos, tradições - Exemplo: torcedores do Flamengo, católicos, etc.)
Pessoa de todos os tipos.

4 - **PSICOGRÁFICA** (Atitudes, meios, estilo de vida. Exemplo: pessoas preocupadas com a saúde e com alimentação).
Pessoa que procura de fazer no celular.

VOLTA R

SEBRAE

SEGMENTAÇÃO DO MERCADO

3 - **CULTURAL** (Valores, crenças, hábitos, tradições - Exemplo: torcedores do Flamengo, católicos, etc.)
Pessoa de todos os tipos.

4 - **PSICOGRÁFICA** (Atitudes, meios, estilo de vida. Exemplo: pessoas preocupadas com a saúde e com alimentação).
Pessoa que procura de fazer no celular.

5 - **CARACTERÍSTICAS ORGANIZACIONAIS** (como seu cliente seja uma outra empresa que mercado abandonem, se que cadeia de produção fazem parte, são pequenas ou grandes empresas, atacado ou varejo, etc.)
Não.

VOLTA R

SEBRAE

CONSUMIDORES - PESSOA FÍSICA

1 - Perfil do consumidor:
A - Idade:
15 a 25

B - Perfil Familiar
Crescer perfil familiar

C - Perfil Profissional
Empregados e trabalhadores

D - Poder Aquisitivo
R\$ R\$ 10 a R\$ 20

E - Local de residência ou trabalho
Moradores e frequentadores de Pracaça

2 - Comportamento de consumo
A - Como costuma se informar sobre este tipo de produto
Revista de moda e redes sociais

VOLTA R

SEBRAE

CONSUMIDORES - PESSOA FÍSICA

B - Local que costumam comprar este tipo de produto
Revista de moda e redes sociais

C - Qual a importância atribuída à conveniência
Pouca

D - Principais benefícios que procuram no produto
P e qualidade

E - Critérios aplicados para tomar suas decisões de compra
Preço e disponibilidade.

VOLTA R

SEBRAE

CONSUMIDORES - PESSOA FÍSICA

E - Critérios aplicados para tomar suas decisões de compra
Preço e disponibilidade.

F - Quem toma a decisão de compra
O consumidor

G - Regularidade de compra
Frequente

H - Qual a média de gasto por compra
R\$ 20,00 - R\$ 300,00

SEBRAE

RECEITO / BICHO		FORNEDIC	
FORNEDIC	RECEITO / BICHO	FORNEDIC	RECEITO / BICHO
Forne	Secretaria de Cultura	1 vez por semana	
Forne	Produtor de Eventos	1 vez por semana	
Intermitt	Pericostura de têxtil	1 vez por mês	
Contínuo	MS	até 1 vez por dia	

SEBRAE				
VOLTAR				
CONCORRENTES				
ROTE	OBJETO / BENEFÍCIO	PRODUTOS / SERVIÇOS	PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
Serapilhetas	DIÁRIO	Revistas para	Muito bastantes sobre notícias para e importantes do Brasil	Muito pouco sobre Pernambuco e nada sobre eventos culturais (pelo menos em 2017)
Co	DIÁRIO	Relógios, óculos, vestimentas, etc	O site é muito bem organizado, faz vários sobre vários assuntos e contém muitas informações culturais.	Existe apenas uma matéria sobre eventos culturais de Pernambuco
Turismo Pernambuco	DIÁRIO	Turismo de cidade	É um bom site para informações sobre turismo	O layout do site é feio e não há nada sobre eventos culturais

VOLTAR

ESTRATÉGIA DE PREÇOS

Descreva abaixo em qual estratégia de posicionamento de Preço está seu produto ou serviço

+ (Mais) - PREÇO - Menos) - (Menor - QUALIDADE - (Maior)	Preço Premium (Alta Qualidade e Alto Preço)	Alto Valor (Alta Qualidade e Médio Preço)	Super Valor (Alta Qualidade e Baixo Preço)
	Preço Extremo (Média Qualidade e Alto Preço)	Preço Médio (Média Qualidade e Médio Preço)	Valor Bom (Média Qualidade e Baixo Preço)
	Assimilador de Clientes (Baixa Qualidade e Alto Preço)	Preço Econômico (Baixa Qualidade e Médio Preço)	Econômico (Baixa Qualidade e Baixo Preço)

CONDIÇÕES DE PAGAMENTO (Cartão de Débito, Cheque, Cartão de Crédito, Futuro, etc.)

Cartão de Débito, Cartão de Crédito, etc.

PRazos DE PAGAMENTO (À vista, 30 dias, 60, 90, 120, 180, 240, 360 dias, etc.)

À vista e em 3 x no cartão.

VOLTAR

ESTRATÉGIA DE PREÇOS

Descreva abaixo em qual estratégia de posicionamento de Preço está seu produto ou serviço

--	--	--	--

CONDIÇÕES DE PAGAMENTO (Cartão de Débito, Cheque, Cartão de Crédito, Futuro, etc.)

Cartão de Débito, Cartão de Crédito, etc.

PRazos DE PAGAMENTO (À vista, 30 dias, 60, 90, 120, 180, 240, 360 dias, etc.)

À vista e em 3 x no cartão.

DADOS CADASTRAIS NECESSÁRIOS PARA APROVAÇÃO DE CRÉDITO (nome, telefone, tempo de residência, etc.)

Nome, endereço, telefone e número do cartão.

VOLTAR

COMUNICAÇÃO

Como o cliente poderá se comunicar com você?

Qual o objetivo da mensagem?

Informações que lembre ao cliente a existência dos produtos no serviço e de suas vantagens.

Informar sobre promoções, especialidades e ofertas.

Para quem se destina a mensagem?

Pessoas físicas ou jurídicas, sejam elas: consumidores, representantes, distribuidores ou revendedores.

pessoas físicas e jurídicas

Que veículos de mídia utilizar?

Atendimento ao cliente, via 7x24, por e-mail, via internet, telefone, aplicativos, redes sociais, ou até mesmo em todos esses veículos, que o cliente que participe sua mensagem.

site e rede social Instagram.

FAVULETOS, FOLDERS

INTERIOT E EMAIL MARKETING

CATÁLOGOS, MÍDIA IMPRESSA E CADASTRO

VOLTAR

DISTRIBUIÇÃO

Como vai entregar ou distribuir o seu produto?

	Atacado	Representantes Comerciais
	Lojas de Varejo em Geral	Lojas de Varejo Especializadas
X	Loja própria	Internet
	Venda por Catálogo	Venda por Telefone
	Feiras	Outras (Explain/Par Aberto)

Que canais de venda e distribuição sua empresa usa?

Redes Sociais.

DESCREVA AS CARACTERÍSTICAS DE SEU PONTO COMERCIAL

Como é o cenário de locação? É local? Por quanto tempo? Possui alvará?

Sim, Não, 1 ano, Sim.

Visibilidade (É fácil de localizar o ponto? Existe algum obstáculo para visualizar a loja?)

Sim, Não.

VOLTAR

DISTRIBUIÇÃO

Como vai entregar ou distribuir o seu produto?

Como é o cenário de locação? É local? Por quanto tempo? Possui alvará?

Sim, Não, 1 ano, Sim.

Visibilidade (É fácil de localizar o ponto? Existe algum obstáculo para visualizar a loja?)

Sim, Não.

Disponibilidade (Existem obstáculos para entrar na loja? escadas, degraus, falta estacionamento, etc.)

Não.

Fuio - como é o fluxo de pessoas na frente da loja?

Sim.

Concorrência - existem concorrentes diretos ou indiretos nas proximidades?

Não.

Qual é sua estratégia para destacar e fidelizar o cliente em seu ponto comercial?

Promoções.

VOLTAR

FORÇA DE VENDAS

Tem pessoal dedicado ao produto? Tem como de vendas? Ou mesmo possui experiência anterior em vendas? Etc.

Perfil dos vendedores

Sim, Não, Sim.

Organização da equipe

1, 2, 3, Sim.

Remuneração da equipe

Se são comissionados? Possuem metas a cumprir? Existe uma premiação por resultado obtido? Que tipo de remuneração recebem? Etc.

Sim, Sim, Sim, Salário.

Qual os conhecimentos sobre o produto e sobre vendas que sua equipe deverá adquirir?

Sim, Não.

2.5 Modelagem de Negócios

- **Proposta de valor:** Valorização da cultura local aproximando artistas de seu público.
- **Segmento de clientes:** Moradores de Piracicaba, adolescentes e jovens adultos.
- **Canais:** Nos comunicaremos com o público através de site e redes sociais.
- **Relacionamento com clientes:** Nos comunicaremos com o público através de site e redes sociais.
- **Atividades-chave:**
 1. Pesquisar Eventos.
 2. Falar com produtores de eventos.
 3. Alimentar o site.
- **Recursos-chave:**
 - Celular
 - Computador
 - Moveis/ Utensílios
 - Recursos Humanos
 - Recursos Tecnológicos
 - Softwares/ Aplicativos
 - Recursos financeiros próprios
- **Parceiros:** Secretaria da Cultura, Produtores de Eventos, Fornecedores de internet e Wix (hospedagem do site)
- **Fontes de receita:**
 - Anúncios dos produtores de evento
 - Venda de ingresso
- **Estrutura de custos:**
 - Internet
 - Energia
 - Água
 - Transporte

MODELO DE NEGÓCIOS

PARCEIROS-CHAVE

Quem são nossos principais parceiros?

Secretaria Cultura
Produtores de Eventos
Fornecedores de Internet
Wix (hospedagem)

ATIVIDADES-CHAVE

Quais atividades-chave nossas propostas de valor exigem?

- 1- Pesquisar eventos
- 2- Falar com produtores de eventos
- 3- Alimentar o site

PRINCIPAIS RECURSOS

Quais recursos-chave nossas propostas de valor exigem?

- Celular
- Computador
- Móveis/Utensílios
- Recursos humanos
- Recursos tecnológicos (softwares, aplicativos)
- Recursos financeiros

PROPOSTAS DE VALOR

Que valor entregamos ao cliente?

Cultura
Entretenimento
Valorização da cultura local aproximando o artista de seu público

RELAÇÕES COM O CONSUMIDOR

Que tipo de relacionamento cada um de nossos segmentos de clientes espera que estabeleçamos e mantenhemos com eles?

Site
Tiktok
Instagram
(remotamente)

CANAIS

Por quais canais nossos segmentos de clientes querem ser alcançados?

Site
Tiktok
Instagram
(remotamente)

SEGMENTOS DE CLIENTES

Para quem estamos criando valor?

Adolescentes
Jovens adultos

ESTRUTURA DE CUSTOS

Quais são os custos mais importantes inerentes ao nosso modelo de negócios?

Internet/energia/água
transporte

FLUXOS DE RECEITA

Por qual valor nossos clientes estão realmente dispostos a pagar?

Anúncios dos produtores de eventos
Venda de ingressos

3 CONCLUSÃO

Neste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), foi concluído que o acesso à cultura e lazer é essencial para a saúde mental da sociedade e que muitas vezes o valor monetário de alguns eventos impedem grande parte da população de participar destes.

O site PiraEvents tem como objetivo ser um site voltado para a divulgação de eventos culturais em Piracicaba, sem fins lucrativos, porém com venda de ingressos no site para poder ser sustentável. Por meio de pesquisas identificamos que a existência de eventos culturais em Piracicaba é forte, mas a divulgação não, por este motivo nos interessamos em criar um site com essa finalidade. Pesquisas quantitativas aplicadas pelos membros do grupo revelam que as pessoas estão interessadas em um site deste tipo, e que acessariam para obter informações sobre eventos.

Este trabalho contribuiu para as autoras adquirirem certo conhecimento sobre o assunto, o tornando interessante para a realização do mesmo, isso possibilitou que as escritoras elaborassem e terminassem o trabalho de forma convincente. Apesar disso, não daremos continuidade com a pesquisa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABEOC. **ABEOC BRASIL e SEBRAE apresentam "raio X" do setor de eventos no Brasil.** Disponível em: <<https://abeoc.org.br/2014/10/abeoc-brasil-e-sebrae-nacional-apresentam-um-raio-x-completo-do-setor-de-eventos-no-brasil/>>, Acessado em: 23/11/2023

BRASIL ESCOLA. **Cultura Brasileira.** Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/sociologia/cultura-brasileira.htm>>. Acessado em 10/08/2023.

FGV. **Cultura: Uma Análise Introdutória.** Disponível em: <<https://educacao-executiva.fgv.br/cursos/online/curta-media-duracao-online/cultura-uma-analise-introdutoria>>, acessado em 10/12/2023.

ITAU Cultural. **Colunas.** Página inicial. Disponível em: <<https://www.itaucultural.org.br/>>, acessado em 17/11/2023

LINKEDIN. **Como a Tecnologia Impacta na Sociedade.** Disponível em: <<https://pt.linkedin.com/pulse/opini%C3%A3o-como-tecnologia-impacta-sociedade-luciano-steinbruch#:~:text=A%20tecnologia%20proporciona%20vantagens%20e,produ%C3%A7%C3%A3o%20e%20otimizar%20o%20tempo>> Acessado em: 17/08/2023.

LUME. **Tendências no mercado cultural em 2022: uma abordagem por meio do método Delphi.** Disponível em: < <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/255922> >, Acessado em: 14/09/2023.

O Canal da Lili. **Cultura.** Disponível em: <<https://www.ocanaldalili.com.br/cultura>>, acessado em 10/12/2023.

SABRA. **Cultura Popular.** Disponível em:

<<https://www.sabra.org.br/site/cultura-popular/>>. Acessado em: 17/08/2023.

SEMAC. **Engenho Central**. Disponível em:

<<http://semac.piracicaba.sp.gov.br/engenho-central/>>. Acessado em 10/08/2023.

SEMAC. **Piracicaba Divulga Dados do Mapeamento Cultural**. Disponível em:

<<http://semac.piracicaba.sp.gov.br/2020/08/piracicaba-divulga-dados-do-mapeamento-cultural/>>. Acessado em 17/08/2023

SOUGIGANET. **Impacto da Tecnologia na Sociedade**. Disponível em:

<<https://sougiganet.com.br/o-impacto-da-tecnologia-na-sociedade/>>. Acessado em: 17/08/2023

TODA MATÉRIA. **Cultura Popular**. Disponível em:

<<https://www.todamateria.com.br/culturapopular/#:~:text=A%20cultura%20popular%20brasileira%20re%C3%BAne,se%20destacam%20em%20cada%20%C3%A1rea>>. Acessado em 03/08/2023

ANEXO 1: WEBSITE PIRAEVENTS

Endereço eletrônico: <https://00001111584643sp.wixsite.com/events>

