

**Etec de Guaíra**  
**Técnico em Administração**

**Daniele Vitória Reis Da Silva**  
**Gabriela Kézia Gois Rezende**  
**Maria Eduarda Ribeiro Fagundes**  
**Rayssa Aparecida Moreira Romão**  
**Victor Hugo Garcia**

**GUITARRAS DE ESTILHAÇO**

**GUAÍRA/SP**  
**2024**

**Daniele Vitória Reis Da Silva**  
**Gabriela Kézia Gois Rezende**  
**Maria Eduarda Ribeiro Fagundes**  
**Rayssa Aparecida Moreira Romão**  
**Victor Hugo Garcia**

## **GUITARRAS DE ESTILHAÇOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Cel. Raphael Brandão, orientado pelo Prof. Carlos Correia como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Administração.

**GUAÍRA/SP**

**2024**

## RESUMO

Este trabalho apresenta a criação de uma empresa especializada na fabricação e customização de guitarras personalizadas, voltada para atender o público jovem e músicos que buscam instrumentos únicos e adaptados ao seu estilo. O projeto aborda desde a escolha da madeira, materiais e técnicas de personalização, até a estratégia de marketing e vendas, com foco em oferecer produtos de alta qualidade a preços acessíveis. Além disso, são exploradas as formas de divulgação, canais de venda e relacionamento com o cliente, visando a fidelização e a satisfação do público-alvo. A empresa se posiciona em um mercado com concorrência indireta, destacando-se pela exclusividade do produto e pelo atendimento personalizado. Os resultados esperados indicam a viabilidade econômica e o potencial de crescimento, reforçando a importância da inovação e do atendimento para o sucesso no segmento musical.

**Palavras-chave:** Guitarras Personalizadas; Customização; Mercado Musical.

## **ABSTRACT**

This work presents the creation of a company specialized in the manufacturing and customization of personalized guitars, aimed at serving young audiences and musicians seeking unique instruments tailored to their style. The project covers the selection of wood, materials, and customization techniques, as well as marketing and sales strategies focused on offering high-quality products at affordable prices. Additionally, it explores promotion methods, sales channels, and customer relationship management to foster loyalty and satisfaction among the target audience. The company positions itself in a market with indirect competition, standing out for product exclusivity and personalized service. Expected results indicate economic viability and growth potential, emphasizing the importance of innovation and customer service for success in the musical segment.

**Keywords:** Personalized Guitars; Customization; Music Market.

# SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	6
1 SEGMENTO DE MERCADO.....	9
1.1 Aspectos econômicos de Ribeirão Preto.....	9
1.2 Pesquisa de mercado.....	9
2 PROPOSTA DE VALOR .....	14
2.1 Análise do mercado consumidor .....	14
2.2 Análise do mercado concorrente .....	15
2.3 Serviço/Produto.....	15
2.4 4P's.....	15
2.4.1 Produto.....	15
2.4.2 Preço .....	16
2.4.3 Praça .....	16
2.4.4 Promoção .....	17
3 CANAIS.....	18
3.1 Como esse produto / serviço vai chegar até o cliente? .....	18
3.2 Pós-venda .....	18
4 RELACIONAMENTO COM O CLIENTE.....	19
4.1 Tipos de clientes .....	19
4.2 Os fatores mais importantes no relacionamento com o cliente .....	20
5 FONTES DE RECEITA .....	21
5.1 Capital a ser investido .....	21
5.2 Como o cliente irá pagar pela compra de seu produto/serviço.....	21
5.3 Sua empresa terá apenas recebimentos únicos? .....	21
5.4 Sua empresa terá vendas recorrentes (mensalidade)?.....	22
6 RECURSOS CHAVE.....	23
6.1 Marcas.....	24
6.2 Organograma .....	25
6.3 Como sua empresa lidará em momentos de crise? .....	25
7 ATIVIDADES CHAVE.....	26
7.1 Como o negócio vai funcionar? Principal produto? .....	26
8 PARCEIROS CHAVE .....	27

9 ESTRUTURA DE CUSTOS: (diretos e indiretos) e Despesas. ....	28
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	30
REFERÊNCIAS.....	31

## INTRODUÇÃO

Os instrumentos musicais são considerados importantes para a vida dos seres humanos de forma geral, desde o aspecto social, ao pessoal. Pois quando analisamos o conceito social do instrumento para o homem, podemos analisar que a partir dele, grupo de pessoas expressão suas crenças, histórias e ideias através da música, vendo diversas formas de resistências de povos. Já em uma perspectiva pessoal, o instrumento por sua vez ajuda capacidade física do ser, auxiliando um melhor desempenho em situações que exigem a capacidade motora e cognitiva da pessoa.

Tendo em vista essa importância dos instrumentos a sociedade em um todo, podemos analisar a história do homem através do tempo, e perceber como a música e o instrumento andam juntos, e que muitas das vezes têm uma importância enorme a grupos. E desde os primórdios, a música era presente, porém de forma mais primitiva, conforme a sociedade evoluía, os instrumentos ficavam mais complexos. Como por exemplo na pré-história, tendo instrumentos mais simples, tendo uma importância em rituais e suas atividades. Já no Egito antigo, vemos a música sendo utilizada em contexto religiosos da população, e na antiga Grécia que era de extrema essencial para a educação e cultura. Já Roma Antiga, que foi fortemente influenciada pela Grécia e sendo importante para cerimônias religiosas e eventos sociais. Na idade moderna, temos um estilo mais rebuscado, que destacou diversos nomes como em especial o Johann Sebastian Bach, um grande musicista da época. Além a idade contemporânea, tendo um período de inovação e diversidade musical, a música na atualidade possui ainda mais essas características, da qual a expressão musical ganhou espaço, criando tribos de pessoas que se identificam com determinado estilo

Pensando na diversidade dos instrumentos, e no seu contexto, a claro, os instrumentos mais tocados, sendo destacados e muito bem avaliados, não só por quem os toca, também seus admiradores. Segundo o site GMCS em primeiro lugar vem o piano, com nada menos que 21 milhões de praticantes apenas nos Estados Unidos, sendo além de tudo um instrumento muito bem adaptável a diversos estilos. Já em segundo lugar temos a guitarra, e considerada um instrumento muito bem versátil, e que pode ser tocada tanto em conjunto com outros instrumentos, tanto como solo, e ainda apresentar um verdadeiro espetáculo, deixando vários apaixonados pelos

instrumentos em diversos lugares do mundo. Em seguida temos o violino, que por mais que seu grau de dificuldade seja alto, não deixa de encantar pessoas, e que desde sua origem ele era associado a apenas músicas clássicas, porém atualmente já demonstra sua participação em outros estilos. E para se encerrar, ocupando o quarto lugar, a bateria, um instrumento que por muitas das vezes é menosprezado, por conta do barulho alto e chamativo, mas ele se mostra muito importante para diversos estilos, pois nele se marca o tempo de uma música, sendo crucial para uma performance exemplar, e que hoje vemos até solo desse instrumento.

### O MERCADO DE VENDAS DOS INSTRUMENTOS



1 Gráfico de previsão sobre o índice de vendas de Guitarras até 2030

A Data Bridge Market Research analisa que o mercado de guitarras deverá atingir US\$ 9.369,91 milhões até 2030, ou US\$ 7.115,62 milhões em 2022, registrando um CAGR de 3,50% durante o período de previsão de 2023 a 2030. Além dos insights de mercado como valor de mercado, taxa de crescimento, segmentos de mercado, cobertura geográfica, participantes do mercado e cenário de mercado, o relatório de mercado com curadoria da equipe de pesquisa de mercado da Data Bridge inclui análise especializada aprofundada, análise de importação/exportação, análise de preços, análise de consumo de produção e comportamento do consumidor. (Data Bridge Market Research)

Por conta do grande aumento da popularidade dos instrumentos de corda, de alguns anos para cá, a guitarra tem sido procurada cada vez mais, assim aumentando a taxa de procura e como diz o site

([databridgemarketresearch.com/pt/reports/global-guitar-market](https://databridgemarketresearch.com/pt/reports/global-guitar-market)) por conta dessa procura as escolas de música estão cada vez mais atrás desse tipo de instrumento musical, e estima-se que essa procura até 2030 só tende a aumentar.

Ressalta-se que, apesar do mercado de instrumentos ser muito amplo ainda não proporciona tudo que o cliente precisa ou deseja, especificamente quando se trata de instrumentos personalizados.

Diante disso o objetivo deste plano de negócios é avaliar a viabilidade de implantação de uma loja de guitarras customizadas na cidade de Ribeirão Preto. Propõe-se também avaliar o perfil do público consumidor destes instrumentos, bem como, o mercado concorrente, e, comercializar outros tipos de instrumentos musicais de corda.

Para alcance dos objetivos os materiais e métodos utilizados foram: identificação do público alvo, pesquisamos os aspectos econômicos da cidade, nós analisamos o mercado consumidor e concorrente, pesquisamos serviços e produtos

Portanto, pretende-se ao final deste projeto demonstrar os aspectos necessários para a implantação de uma loja de guitarras customizadas, que vá de encontro as necessidades dos clientes em relação a customização.

## **1 SEGMENTO DE MERCADO**

### **1.1 Aspectos econômicos de Ribeirão Preto**

A cidade escolhida para implantação da loja de comercialização das guitarras personalizadas foi Ribeirão Preto. Localizada no interior do estado de São Paulo. Estando a 318 km a noroeste da capital do estado, e por volta de 706 km de Brasília, capital do país.

Conforme o site do IBGE, o município tem como prefeito Duarte Nogueira, uma população de 698.642, uma área territorial de 650,916 km<sup>2</sup>, a densidade demográfica é de 1.073,32 hab/km<sup>2</sup>. A escolarização é de 96,9%, seu IDHM é de 0,800, sua PIB per capita é de R\$ 55.484,91.

A cidade foi escolhida pois além de ser muito popularizada, é uma cidade turística, bem localizada, visitada por moradores de toda a região e um ponto de passagem para cidades menores, com um comércio amplo e diversificado em vários segmentos.

Estes aspectos são importantes, pois a mercadoria escolhida é procurada por uma clientela específica, ou seja, músicos e apaixonados por guitarra que sonham em ter um instrumento personalizado. Acredita-se que a cidade de Ribeirão Preto é um local onde haverá uma maior concentração desse perfil de consumidor.

### **1.2 Pesquisa de mercado**

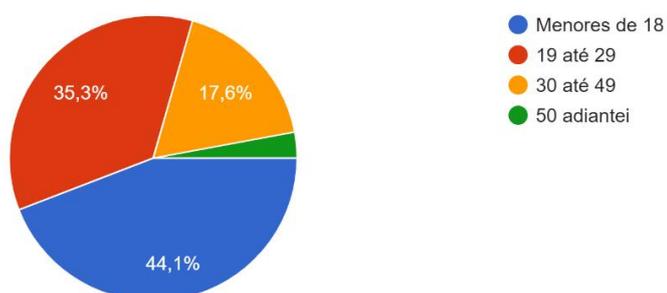
A pesquisa de mercado foi realizada no período de abril e maio de 2024, a partir da aplicação de um questionário com seis questões fechadas destinadas a identificar o perfil do público alvo. Participaram da pesquisa 34 pessoas que aceitaram responder as questões voluntariamente. Os resultados obtidos são apresentados nos gráficos a seguir.

O gráfico 1 demonstra a faixa etária dos participantes da pesquisa.

**Gráfico 1. Faixa etária dos participantes da pesquisa**

Faixa etária?

34 respostas



Fonte: Do próprio autor, 2024

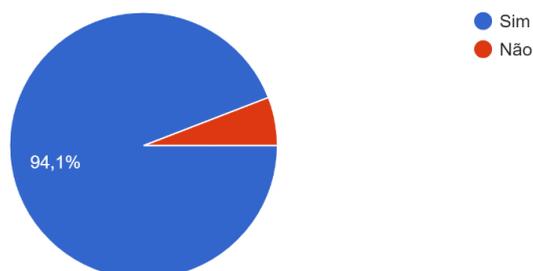
Como demonstra o gráfico 1, nosso maior público representa clientes menores de 18 anos, então focaremos nesse público, porém trataremos todos os clientes de formas iguais, mas focando nossos modelos prontos nos gostos do nosso público alvo.

O gráfico 2 reúne informações sobre os loops.

**Gráfico 2. Custo dos loops para gravação de acordes**

O alto custo de um loop te impede de tocar algumas músicas?

34 respostas



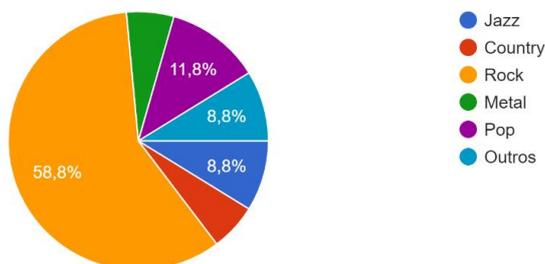
Fonte: Do próprio autor, 2024

Os loops, são usados para gravar acordes, e são extremamente uteis para qualquer pessoa que toque, porém, os preços de loop são muito elevados e podem variar de 1000 até 3000 reais, e por conta de nosso maior público serem a maioria menores de 18 é considerável eles acharem o preço impeditivo para melhores desempenhos.

O gráfico 3 se refere ao estilo musical tocado no instrumento

**Gráfico 3: Os estilos mais procurados pelos participantes da pesquisa**

Qual o seu estilo musical tocado na guitarra e no baixo?  
34 respostas



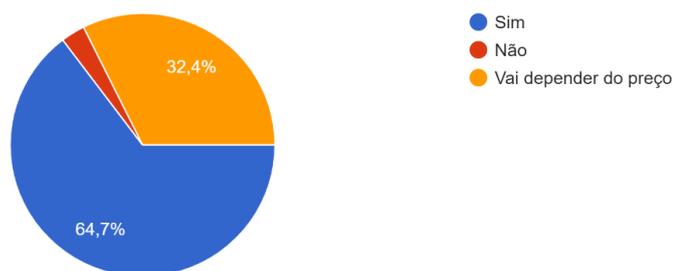
Fonte: Do próprio autor, 2024

É uma escolha pessoal e como imaginávamos a maioria do nosso público prefere o Rock, estilo musical em que mais usam guitarra. Sendo um estilo conhecido pelos seus riffs icônicos, também pela sua expressividade e versatilidade.

O gráfico 4 tem o intuito de dizer se há interesse na customização de outros instrumentos

**Gráfico 4: Se customização de outros instrumentos é algo desejado pelos participantes**

Você gostaria que a loja customizasse outros instrumentos fora as guitarra e baixos?  
34 respostas



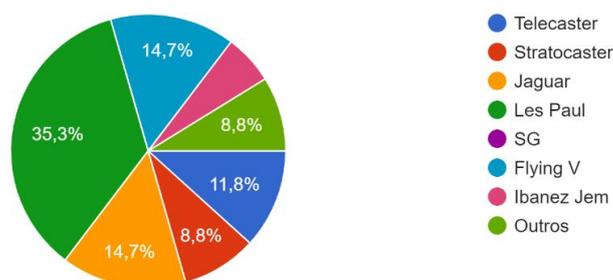
Fonte: Do próprio autor, 2024

É normal que por conta do nosso público-alvo serem menores de 18, eles optem em escolherem customizar outros instrumentos. Pois os jovens têm gostos musicais muito eclético, e muitos não se interessam por um único de instrumento.

o gráfico 5 o propósito de esclarecer os designers do instrumento com maior interesse

**Gráfico 5: Designer mais almejado da guitarra e baixo**

Qual estilo de modelo de guitarra ou baixo são seus favoritos?  
34 respostas



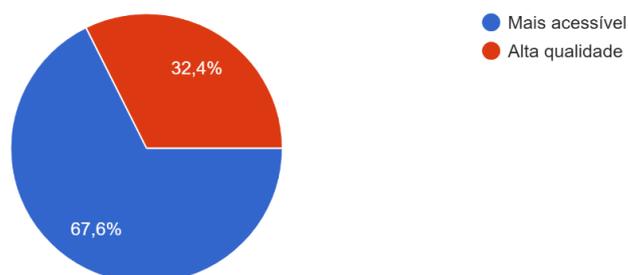
Fonte: Do próprio autor, 2024

Novamente uma questão de opinião, mas nós fizemos essa pesquisa para saber com quais estilos de guitarras e baixos iremos ter mais acesso na loja. Assim direcionando e tendo em mente formas de chamar a atenção de futuros clientes, deixando guitarras da quais a grande maioria aprecia.

O gráfico 6 questiona a escolha do pesquisador, a fim de saber qual a prioridade

**Gráfico 6: Se a escolha se baseia de acordo do preço ou qualidade**

Você prefere um produto com uma alta qualidade ou com um preço mais acessível?  
34 respostas



Fonte: Do próprio autor, 2024

A maioria das pessoas escolheram um preço mais acessível por conta dos altos custos dos instrumentos e acessórios, e apesar de ter um instrumento de alta qualidade seja crucial para qualquer musicista, o fato do nosso público-alvo serem menores de 18 anos interfere na preferência por produtos de alta qualidade.

## 2 PROPOSTA DE VALOR

### 2.1 Análise do mercado consumidor

Considerando a faixa etária do nosso público alvo que vai de 18 a 29 anos, a nossa ideia de negócio é criar um produto que embora tenha um valor elevado, por ser um serviço de customização, seja de alcance para todos nessa faixa etária.

A oferta deste é importante, pois pessoas dessa idade costumam escutar bastante música e possuem um gosto bem flexível, isso é bom para nossa proposta já que segundo nossas pesquisas nosso público tem gostos diferentes em relação ao gênero musical. E, por mais que demonstraram ter um estilo predominante é importante atendermos ao demais estilos também.

Uma pesquisa da Deezer, e publicada pela Globo Gente cita que os brasileiros, por exemplo, definem seu gosto musical por volta dos 27 anos e 11 meses de idade, e que aos 22 anos de idade, a pessoa descobre cerca de 8 artistas mensalmente. E se analisarmos esses dados podemos perceber algo impressionante, que durante todo esse período de descobertas e redescobertas, passam por diversos estilos, tendo interesse, muitas das vezes em gostos musicais distintos, podendo até mesmo despertar seu interesse em instrumentos. (Globo Gente, 2019)

O gosto pela música não é algo recente. De acordo com a Revista Exame de 20 de outubro de 2019, uma empresa fundada em 1998 e, considerada uma das maiores redes de ensino de música no mundo possui 250 escolas em dez países e mais de 40.000 alunos. O Brasil é o segundo maior mercado, com 34 escolas, somente atrás dos Estados Unidos. (EXAME, 2019).

Ressalta-se, que, geralmente as pessoas mais jovens se atraem mais a ideia de tocar guitarra ou começar a aprender.

## 2.2 Análise do mercado concorrente

A análise do mercado concorrente demonstra que como nossa loja ficará em Ribeirão Preto, teremos muitos concorrentes indiretos, já que nossa empresa traz uma proposta diferente não identificadas em outras que atuam no mesmo segmento.

Entre as empresas concorrentes encontram-se: KOY Sonorização, Nova musical, galeria do som, Disconcenter, Guitar music e chop, vibrasom music, Rogério Rodrigues instrumentos musicais, VTL musical, entre outras próximas da região.

## 2.3 Serviço/Produto

Nosso serviço de customização se inicia pela compra da madeira, sendo ela Kiri (Paulownia), uma madeira que tem como benefício e ser mais leve, trazendo mais conforto quando estiver tocando. A nossa customização seria literalmente uma idealização específica do cliente para fazer um instrumento de corda com os gostos e necessidades do comprador, podendo mudar os estilos do instrumento, colocar letras e até mesmo mudar o designer, além do loop embutido.

## 2.4 4P's

### 2.4.1 Produto

Como dito na administração, o produto é aquilo que está sendo ofertado. Na nossa empresa oferecemos guitarras personalizadas de acordo com o gosto do cliente.

**Figura 2. Modelo de produto customizado**



Fonte: Do próprio autor, 2024

#### 2.4.2 Preço

Nossa proposta é entregar o produto em um preço acessível para todos os clientes de todas as classes sociais, como a guitarra customizada terá um valor um pouco mais elevado colocaremos a opção do cliente poder dividir seu pagamento em até 48 vezes.

#### 2.4.3 Praça

Para nosso ponto de venda foi selecionado, após análises, o bairro Jardim Paulista. A escolha se deve ao fato deste ser um bairro populoso e próximo ao centro, possibilitando, assim, um maior alcance e mais números de vendas.

**Figura 3. Fachada do prédio onde será instalada a loja**



Fonte: Site [vivareal.com.br](http://vivareal.com.br)

#### 2.4.4 Promoção

É sabido que as propagandas e promoções são fundamentais para atração e retenção do cliente. Dessa forma, nossa principal ideia de propaganda é distribuir panfletos anunciando a inauguração da loja em escolas de música, teatros, bares e outros lugares que ofereçam alguma forma de acesso ao universo musical. Além de anúncios na internet, em grupos criados com intuito de vender produtos ou promover novos negócios.

### 3 CANAIS

A análise do mercado fornecedor foi realizada com o objetivo de identificar os principais fornecedores dos produtos necessários para personalização das guitarras. O principal fornecedor dos produtos será a Amazon.

Escolhemos esse fornecedor por ter tudo que precisamos lá, e por entregar em todo país, ser de fácil acesso, ter boas opções de preço. Ou seja, quanto mais acessível melhor e a Amazon sempre nos dá essa acessibilidade maior.

#### 3.1 Como esse produto / serviço vai chegar até o cliente?

Para que possamos alcançar os clientes, divulgaremos nosso produto, além das redes sociais que vão ser os principais meios de divulgação, na primeira semana de inauguração estaremos passando nas escolas de músicas para divulgar nossa loja.

#### 3.2 Pós-venda

O pós-venda terá como objetivo estreitar a relação com os clientes, para isso, criaremos estratégias que possibilitarão manter o máximo de contato com o cliente após a compra, mandando mensagens no WhatsApp da loja, qual iremos deixar de fácil acesso para suporte. Também, pediremos aos nossos clientes para que postem algo nas redes sociais relacionado ao nosso instrumento musical, para que possamos responder e crescer o nome do nosso comércio.

## 4 RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

Para melhor atração do cliente colocaremos na nossa vitrine, modelos chamativos de guitarras. Em nossa página colocaremos pelo menos um ou dois processos como forma de chamar cliente, porque isso atrai pessoas que só veem nossa loja pela internet. Para fidelização de clientes estaremos sempre oferecendo melhor atendimento, buscaremos sempre entregar o produto bem antes do prazo e, como forma de agradar mais, entregaremos de brinde a correia que é um utensílio que ajuda o cliente a segurar a guitarra na hora de tocar, chaveiro na forma de guitarra e uma palheta que ajuda a tocar.

Figura 4. Fluxograma do produto



Fonte: Do próprio autor, 2024

### 4.1 Tipos de clientes

Nossos tipos de clientes são A, B, C e D; não entraria o Grupo E por conta do nosso produto ser de alto custo por ter um trabalho de customização.

#### 4.2 Os fatores mais importantes no relacionamento com o cliente

Na nossa empresa o principal fator de relacionamento com o cliente será atendê-lo de melhor maneira possível além de sempre entregar um produto com uma alta qualidade para que o cliente sempre busque voltar na nossa loja quando precisar de novos instrumentos musicais ou de melhorias para seu instrumento, buscaremos sempre manter contato com o cliente mandando mensagem falando de promoções e sempre buscando trazer ele de volta para a loja.

## 5 FONTES DE RECEITA

### 5.1 Capital a ser investido

Os recursos a serem investidos serão: dinheiro próprio, empréstimos, financiamentos, etc.

Nós teremos um investidor anjo, no caso nosso investidor seria a empresa de instrumentos musicais Giannini, que é uma empresa de aparelhos musicais que nos fornecerá modelos de instrumentos, além de alguns materiais.

Outras entradas de dinheiro na empresa (além da fonte principal). Ex: Anúncios de outras empresas, licenças de uso, parcerias, taxa de uso, taxa de assinatura, etc.

Nossa parceria com a Amazon irá nos ajudar muito em questão de capital, porem iremos conseguir após um tempo com outros grupos menores podendo ser outras lojas de instrumento ou escolas de músicas.

### 5.2 Como o cliente irá pagar pela compra de seu produto/serviço

Nossa empresa irá receber muitos tipos de pagamentos, (Cartão “credito e debito”, cédulas, pix e boletos), porém, não aceitaremos cheque.

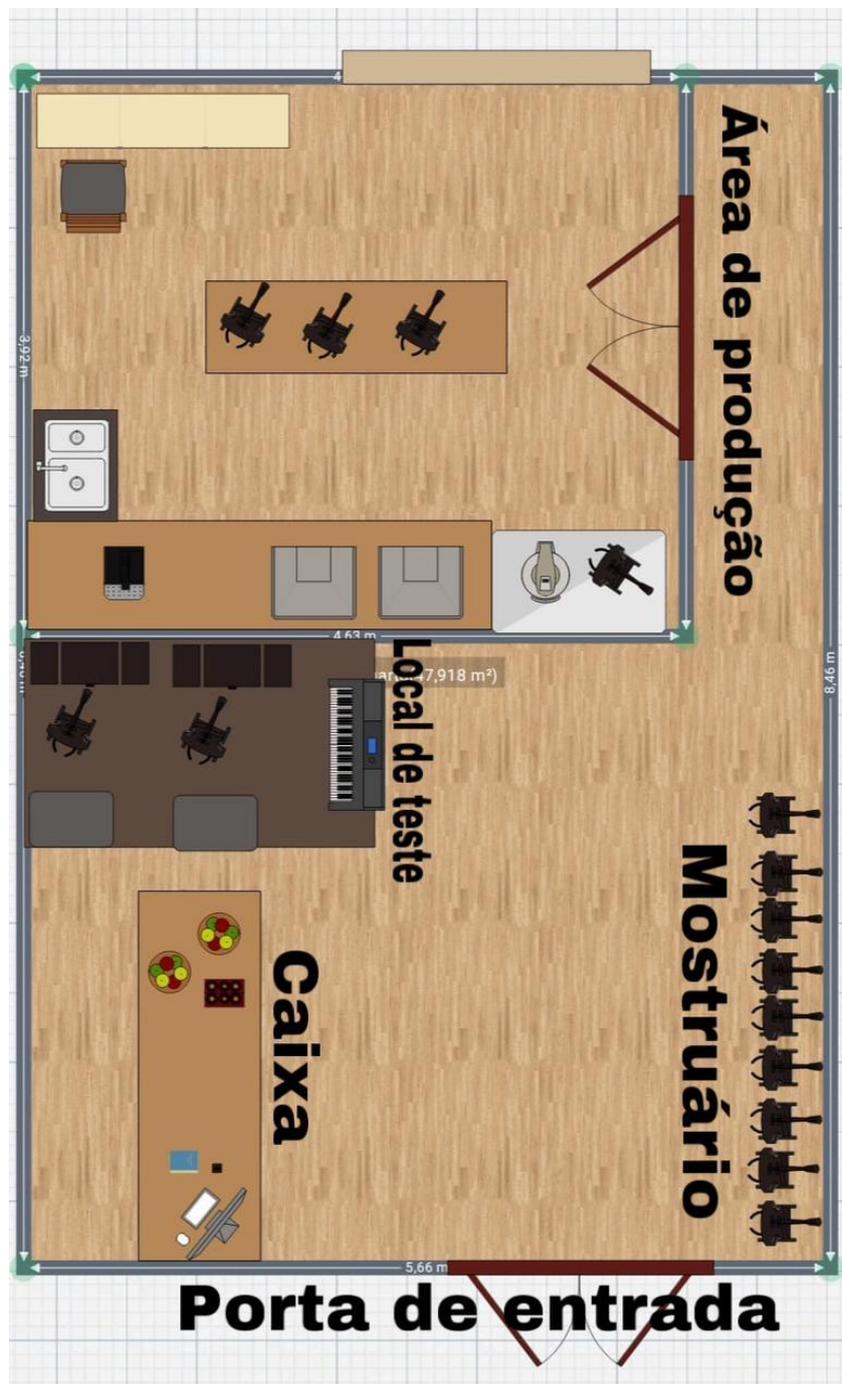
### 5.3 Sua empresa terá apenas recebimentos únicos?

Sim, para clientes diários seria apenas pagamentos únicos que podem serem divididos até em 48 vezes. Mas, poderemos realizar alguns consórcios com algumas escolas que teremos parceria.

#### 5.4 Sua empresa terá vendas recorrentes (mensalidade)?

Teremos, pois, como o produto tem o valor elevado daremos a opção do cliente parcelar o preço do produto em até 48 vezes para facilitar o pagamento, por meio de boletos e cartões.

## 6 RECURSOS CHAVE



Fonte: Do próprio autor, 2024

Em nosso layout é possível ver após a porta de entrada a nossa direita fica o caixa, onde nossas clientes serão atendidos; do outro lado temos um mostruário

com instrumentos já customizados; ao lado da caixa possuímos o local de teste que possuem para testarem nossos instrumentos e sua funcionalidade e ao fundo da loja existe um barracão onde produzimos nossas guitarras e outros materiais musicais

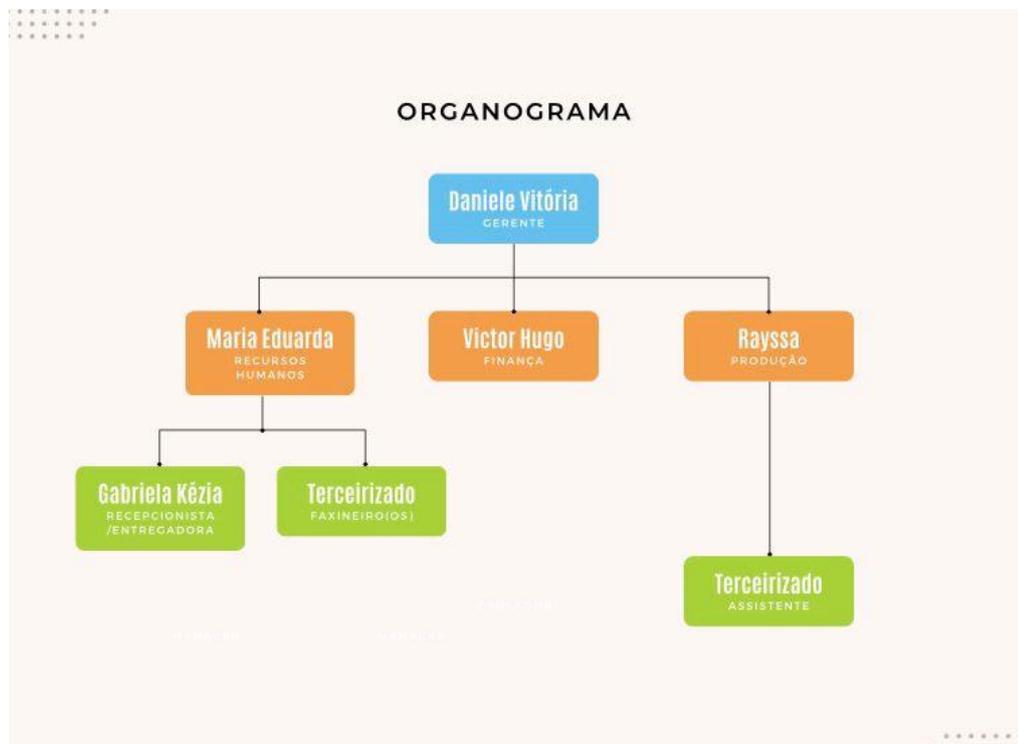
## 6.1 Marcas

**Tabela 1. Códigos para registro da empresa conforme INPE**

<b>CÓDIGO</b>	<b>SERVIÇO</b>	<b>VALOR (EM REAL)</b>	<b>VALOR COM DESCONTO</b>
<b>389</b>	Pedido de registro de marca (com especificação pré-aprovada) - valor por classe	355,00	142,00
<b>381</b>	Apresentação de documento	70,00	
<b>339</b>	Manifestação	280,00	112,00

Fonte: Adaptado do INPI, 2024

## 6.2 Organograma



## 6.3. Como sua empresa lidará em momentos de crise?

No caso de crises, nossa empresa utilizará as linhas de créditos, reservas, uma vez, que, serão aplicados dos lucros obtidos da nossa empresa iríamos 25% em renda fixa e outros 25% no Tesouro direto Selic por que ele guardará nosso dinheiro para imprevistos e se precisarmos retirar um dinheiro imediato ele liberará.

## 7 ATIVIDADES CHAVE

### 7.1. Como o negócio vai funcionar? Principal produto?

O principal produto da nossa empresa são as guitarras personalizadas, porém, serão ofertados aos nossos clientes outros instrumentos de corda.

Como citamos na proposta de valor, 4P's, iremos entregar panfletos nas escolas de música, e a impressão nesses panfletos em uma gráfica sairá em média de R\$ 315,00 o restante das formas de publicidade serão parcialmente gratuitas como as redes sociais e parcerias que apesar de terem um custo não terá um preço fixo.

Com todos os custos, a guitarra já pronta para a entrega ficará com um custo médio de R\$1.800,00, mais esse valor pode ser alterado dependendo do pedido do cliente mais em média será esse valor.

Em nosso tipo de customização iremos utilizar mais ferramentas manuais como: pincéis, chaves de fenda, cola para madeira, entre outros produtos que serão fornecidos pelos nossos fornecedores.

Como tecnologia iremos utilizar a serralheira para conseguirmos dar forma a guitarra, juntamente com uma cerra circulante, para fazer cortes mais precisos, e também utilizaremos uma pistola de pintura para facilitar na pintura da guitarra.

Os nossos fornecedores nos ajudarão no engajamento a partir do momento que por causa deles os produtos que entregaremos para nossos clientes serão de alta qualidade, e de rápida entrega, deixando assim nossos clientes mais satisfeitos ajudando no marketing da empresa; os nossos concorrentes também podem nos ajudar por conta da nossa empresa não ter concorrentes diretos, então por termos um produto diferenciado, eles podem criar relações com nossa empresa indicando-a para os clientes que busquem nosso produto.

## **8 PARCEIROS CHAVE**

Como parceiro chave temos como principal deles a Amazon, que irá auxiliar tanto no compartilhamento de nosso serviço como no fornecimento da nossa matéria prima, atuando como marketplace, matéria essa que será essencial para a customização dos nossos instrumentos musicais.

## 9 ESTRUTURA DE CUSTOS: (diretos e indiretos) e Despesas.

Tipo de custo	Descrição do custo	Exemplo de negócios
Custo Diretos	Pinceis, Energia Eletrica, cola para madeira, chave de fenda, serralheira, pulverizador de tinta, cordas para guitarra, tarraxas, traste, ponte tremolo, fornecedores, Salario dos Colaboradores(Produção, assistente de produção.)	Pinceis= 33,99, Energia Eletrica= 100 á 500, cola para madeira= 23,43, chaves de fenda= 59,00 Serra tico tico= 150,00, Pulverizador de tinta= 105,00, kit com 12 cordas de guitarras=149,90, tarraxas = 54,47, traste=131,05, ponte tremolo= 255,36, Fornecedores= XX, Salario Colaborador produção=3.000,00, Assistente da produção=2.500,00
Custos Indiretos	Conta de Água, Salario do funcionario(Receptionistas, faxineiros(as), entregadores.)	Conta de Água= 100,00 á 300,00, Salario dos Funcionarios (Receptionista = 2.200,00, Faxineiros(as)= 1.800,00, Entregadores = 2.000,00)
Despesas	Energia Eletrica, Salario do adiministrativo (Gerência e Finanças.) Financeamento do imovel	Energia Eletrica= 100 á 500, Salario do adiministrativo ( Gerência e Finanças = 5.000,00) Financeamento do imovel = 10.833,34

A estrutura de custos da empresa está voltada para garantir a produção de instrumentos de qualidade com personalização total, sem comprometer a acessibilidade do produto para o público jovem. Os principais custos estão divididos entre custos fixos, custos variáveis e investimentos operacionais.

Os custos diretos de produção incluem a compra de madeira, cordas, componentes eletrônicos, tintas, acessórios e ferramentas utilizadas na customização. Esse valor pode variar conforme o nível de personalização solicitado pelo cliente.

A infraestrutura básica envolve o aluguel do ponto físico no bairro Jardim Paulista, conhecido por sua localização estratégica e movimentação, além da adequação do espaço (fachada, vitrine, iluminação, bancadas de trabalho), e

ferramentas de marcenaria e pintura como serra circular, pistola de pintura, pincéis e ferramentas manuais. Esses itens compõem o investimento inicial fixo da empresa.

No que se refere à publicidade e promoção, foi orçado o custo de R\$315,00 para impressão de panfletos, que serão distribuídos em escolas de música, bares e teatros. Já as ações digitais, como redes sociais e parcerias com influenciadores, serão de baixo custo ou gratuitas, utilizando o alcance orgânico e postagens estratégicas como forma principal de divulgação.

Há também custos variáveis com reposição de materiais, embalagem dos produtos, brindes (como correias, chaveiros e palhetas), além de despesas com transporte e entregas personalizadas quando necessário.

Por fim, estão inclusos custos operacionais recorrentes, como energia elétrica, internet, pequenas manutenções e serviços administrativos, além da utilização da Amazon como fornecedor principal, que traz vantagens em termos de logística e custo-benefício.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base no estudo do mercado, público e produto, a empresa está pronta para oferecer guitarras personalizadas que atendem ao gosto dos jovens da região. A escolha do Jardim Paulista para a loja é estratégica, pois é um bairro movimentado e de fácil acesso, ajudando a alcançar mais clientes.

Os custos foram planejados para garantir qualidade nos materiais usados e uma divulgação que não pesa no orçamento, como as redes sociais e panfletos em escolas de música. O preço acessível e as facilidades no pagamento tornam o produto mais atraente para o público.

As ações de promoção e o atendimento personalizado ajudam a criar um bom relacionamento com os clientes, o que deve garantir a fidelização e o crescimento da empresa. Além disso, contar com bons fornecedores e parcerias facilita a entrega rápida e a qualidade do produto final.

Assim, a empresa oferece não só um produto diferenciado, mas também uma boa experiência para os clientes, o que deve ajudar no sucesso do negócio.

## REFERÊNCIAS

Na era do celular, School of Rock mostra o prazer de tocar e cantar. Disponível em: <https://exame.com/negocios/na-era-do-celular-school-of-rock-mostra-o-prazer-de-tocar-e-cantar/>. Acesso em: 15 set. 2024.

VIVA REAL. Ponto comercial no bairro Jardim Paulista, Ribeirão Preto (SP). Disponível em: [https://www.vivareal.com.br/venda/sp/ribeirao-preto/bairros/jardim-paulista/ponto-comercial\\_comercial/](https://www.vivareal.com.br/venda/sp/ribeirao-preto/bairros/jardim-paulista/ponto-comercial_comercial/). Acesso em: 30 out. 2024.

AMAZON. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/>. Acesso em: 12 ago. 2024.

GLOBO. Há idade para definir o gosto musical? Disponível em: <https://gente.globo.com/ha-idade-para-definir-o-gosto-musical/>. Acesso em: 5 nov. 2024.

SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO DE GOIÂNIA. Arte: música, instrumentos musicais e o homem. Disponível em: [https://sme.goiania.go.gov.br/conexaoescola/ensino\\_fundamental/arte-musica-instrumentos-musicais-e-o-homem/](https://sme.goiania.go.gov.br/conexaoescola/ensino_fundamental/arte-musica-instrumentos-musicais-e-o-homem/). Acesso em: 28 set. 2024.

GMCS. Os instrumentos mais tocados no mundo. Disponível em: <https://gmcs.pt/os-instrumentos-mais-tocados-no-mundo/>. Acesso em: 1 nov. 2024.

VIVA REAL. Ponto comercial Jardim Paulista, Ribeirão Preto – 600m<sup>2</sup>, à venda por R\$ 1.300.000. Disponível em: <https://www.vivareal.com.br/imovel/ponto-comercial-jardim-paulista-bairros-ribeirao-preto-600m2-venda-RS1300000-id-2546105137/>. Acesso em: 10 set. 2024.

**ANEXOS**

Faixa etária?

Você se sente desconfortável por conta do peso dos instrumentos musicais?

O alto custo de um loop te impede de tocar algumas músicas?

Você gostaria que a loja customizasse outros instrumentos fora as guitarra e baixos?

Qual o seu estilo musical tocado na guitarra e no baixo?

Qual estilo de modelo de guitarra ou baixo são seus favoritos?

Você prefere um produto com uma alta qualidade ou com um preço mais acessível?