

iscte

INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Plano de Negócio: Anything Corporation
Um Novo Padrão para o Mercado da Fotografia Profissional

Pedro Cardeira da Silva Machado Borges

Mestrado em Gestão Aplicada

Orientador:
Professor Doutor Vítor Santos, Professor Convidado Auxiliar,
ISCTE-IUL

Julho, 2023

iscte

**BUSINESS
SCHOOL**

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral

**Plano de Negócio: Anything Corporation
Um Novo Padrão para o Mercado da Fotografia Profissional**

Pedro Carneira da Silva Machado Borges

Mestrado em Gestão Aplicada

Orientador:
Professor Doutor Vítor Santos, Professor Convidado Auxiliar,
ISCTE-IUL

Julho, 2023

Agradecimentos

A todos os que me ajudaram. Nunca serão esquecidos.

“Sempre por Bom Caminho e Segue.”

Pedro Machado Borges

Lisboa, Julho 2023

Resumo

Este projeto é um plano de negócios para a criação de um novo estúdio fotográfico em Lisboa tendo como foco o aluguer do espaço a fotógrafos profissionais, estudantes, amadores e a criadores de conteúdo visual, de maneira a ajudar os mesmos no desenvolvimento da sua carreira. Tem como objectivo garantir um espaço de trabalho seguro, agradável e moderno, equipado com equipamento de alta qualidade e assistência profissional de maneira que os mesmos possam prosperar na sua carreira.

Será apresentada uma revisão bibliográfica que demonstra o que é a fotografia, qual a função de um estúdio e quais as características necessárias para o seu bom funcionamento. Foi realizado um questionário direccionado ao público chave e um estudo do mercado da concorrência de maneira a descobrir quais os valores e serviços disponíveis, tendo sido identificado que não existem estúdios que pratiquem a nossa modalidade principal que se foca no aluguer do espaço e do equipamento através do pagamento de uma mensalidade.

As restantes secções do plano de negócios incluem uma análise do contexto interno e externo, tal como uma avaliação da viabilidade financeira do projeto em que se prevê que o mesmo seja viável pois apresenta uma Rendibilidade Real do Projeto (TIR) de 31,29% (considerando o valor residual) e 58,44% (considerando a perpetuidade) e um valor líquido positivo de 13.453,79€ (considerando o valor residual) e de 73.146,01€ (considerando a perpetuidade). Antevê-se também a recuperação do investimento inicial passados 3 anos, 9 meses e 0 dias.

Palavras-chave: Estúdio Fotográfico, Fotografia, Plano de Negócios, Arte, Cultura, Empreendedorismo

JEL Classification: M1, M13, M14

Abstract

This project is a business plan for the creation of a new photographic studio in Lisbon, focusing on renting the space to professional photographers, students, amateurs and creators of visual content, in order to help them develop their careers. It aims to guarantee a safe, pleasant and modern workspace, equipped with high quality equipment and professional assistance so that they can prosper in their career.

A bibliographic review will be presented that demonstrates what photography is, what is the function of a studio and what are the necessary characteristics for its proper functioning. A survey was carried out aimed at the key public and a study of the competition's market was carried out in order to find out what prices and services are available, having been identified that there are no studios that practice our main modality which focuses on renting the space and equipment through payment of a monthly fee.

The remaining sections of the business plan include an analysis of the internal and external context, such as an assessment of the financial viability of the project in which it is expected to be viable as it presents a Real Project Profitability of 31.29% (considering the residual value) and 58.44% (considering the perpetuity) and a positive net value of €13,453.79 (considering the residual value) and €73,146.01 (considering the perpetuity). The recovery of the initial investment after 3 years, 9 months and 0 days is also foreseen.

Keywords: Photography Studio, Photography, Business Plan, Art, Culture, Studio, Entrepreneurship

JEL Classification: M1, M13, M14

Índice

Resumo	i
Abstract	iii
Índice	v
Índice de Tabelas.....	ix
Sumário Executivo	1
Capítulo 1 - Identificação do Promotor e da Proposta Inovadora	3
Capítulo 2 - Revisão da Literatura	5
2.1. - A Fotografia	5
2.2. - As Origens da Fotografia	7
2.3. - O Estúdio Fotográfico.....	9
2.4. - A Criação de um Estúdio Fotográfico.....	11
Capítulo 3 - Metodologia	13
3.1. - Dados Secundários.....	13
3.2. - Dados Primários.....	13
Capítulo 4: Análise Externa	17
4.1. - Análise Externa Mediata – PEST.....	17
4.1.1. - Análise Político-Legal.....	17
4.1.2. - Análise Económica	18
4.1.3. - Análise Sociocultural	19
4.1.4. - Análise Tecnológica.....	20
4.2. - Análise da Concorrência	22
4.3. - Análise dos Potenciais Clientes	23
4.4. - Análise Competitiva das Cinco Forças de Porter.....	25
4.3.1. - Ameaça de Novas Entradas.....	25
4.3.2. - Concorrência no Sector.....	26
4.3.3. - Ameaça dos Produtos Substitutos	27
4.3.4. - Poder de Negociação dos Fornecedores.....	27
4.3.5. - Poder de Negociação dos Clientes	28
Capítulo 5 - Análise Interna	29
5.1. - Visão, Missão e Valores.....	29
5.1.1. - Visão	29
5.1.2. - Missão	29
5.1.3. - Valores	30

5.2. - Análise VRIO.....	30
5.3.1. - Valor.....	30
5.3.2. - Raridade	31
5.3.3. - Inimitabilidade	31
5.3.4. - Organização	31
Capítulo 6 - Análise SWOT	33
Capítulo 7 - Objetivos do Plano	35
Capítulo 8 - Estratégia de Desenvolvimento.....	37
Capítulo 9 - Definição de Políticas de Implementação	39
9.1. - Segmentação, target e posicionamento	39
9.1.1 - Segmentação e <i>Targeting</i>	39
9.1.2. - Posicionamento	39
9.1.3. - Estratégia de Diferenciação	40
9.2. - Marketing-Mix	41
9.2.1. - Produto	41
9.2.2. - Preço.....	41
9.2.3. - Localização	42
9.2.4. - Comunicação.....	43
9.3. - Espaço	45
9.4. - Tecnologia.....	46
9.5. - Organização	46
9.5.1 - Estrutura Societária.....	46
9.5.2. - Estrutura Organizacional.....	46
Capítulo 10 - Fatores Críticos de Sucesso.....	47
Capítulo 11 - Avaliação Financeira.....	49
11.1. - Objetivo do Estudo de Viabilidade Económico-Financeira.....	50
11.2. - Análise da Viabilidade Económico-Financeira.....	51
11.2.1. - Pressupostos do Projeto	51
11.2.2. - Fontes de Financiamento	52
11.2.3. - Investimento e Financiamento Previsionais.....	52
11.2.4. - Justificação do Investimento e Fundo de Maneio.....	52
11.3. - Projeção das Vendas e Serviços Prestados	56
11.3.1. - Vendas e Serviços Prestados.....	56
11.3.2. - Justificação da Projeção das Vendas e Serviços Prestados.....	58
11.3.3. - Projeção dos Custos e Gastos.....	59

11.3.4. - Justificação sumária dos pressupostos utilizados na previsão dos FSE e Gastos com pessoal ..	60
11.4. - Demonstração de Resultados Previsional	62
11.4.1. - Justificação da Demonstração de Resultados.....	63
11.4.2. - Balanço Previsional.....	65
11.4.3. - Justificação do Balanço Previsional.....	65
11.5. - Mapa de <i>Cash-Flow</i> Previsional	67
11.5.1. - Justificação do <i>Cash-Flow</i> Previsional	68
11.6. - Análise de Viabilidade: <i>Cash-Flow</i> , VAL, TIR e <i>Payback</i>	70
11.6.1. - Justificação da Análise de Viabilidade	72
11.7. - Análise de Cenários	74
11.8. - Rácios e Indicadores	76
11.8.1. - Justificação dos Rácios e Indicadores	76
Bibliografia.....	81
Webgrafia	83
Anexos.....	85
Anexo A	85
Anexo B - Lista de estúdios fotográficos que oferecem o serviço de aluguer à hora em Lisboa.	105
Anexo C - Lista De Fotógrafos e Estúdios Fotográficos em Lisboa.....	125
Anexo D - Exemplos de Espaços Disponíveis Para Arrendamento Em Lisboa	131

Índice de Tabelas

Tabela 11.1. - Resumo da Avaliação do Projeto.....	49
Tabela 11.2. - Resumo da Avaliação de Rácios Financeiros	50
Tabela 11.3. - Conjunto Completo de Pressupostos Gerais.....	51
Tabela 11.4. - Investimento, Depreciações e Amortizações	52
Tabela 11.5. - Justificação do Fundo de Maneio	53
Tabela 11.6. - Justificação do Investimento.....	53
Tabela 11.7. - Projeção das Vendas e Serviços Prestados	57
Tabela 11.8. - Vendas de Produtos	57
Tabela 11.9. - Fornecimentos e Serviços Externos (FSE)	59
Tabela 11.10. - Gastos com Pessoal.....	60
Tabela 11.11. - Custos Fixos e Variáveis.	61
Tabela 11.12. - Demonstração de Resultados Previsional	62
Tabela 11.13. - Balanço Previsional	65
Tabela 11.14. - Mapa de Cash-flow previsional	67
Tabela 11.15. - Investimento Pós-financiamento. Cash Flows (FCFF) atualizados pelo Custo Médio Ponderado do Capital (WACC)	70
Tabela 11.16. - Investimento Pré-financiamento. Cash Flows (FCFF) atualizados pelo CAPM.....	71
Tabela 11.17. - Capital Próprio: Cash Flows (FCFF) atualizados pelo Custo do Capital CAPM.....	72
Tabela 11.18. - Variação nas Vendas.....	75
Tabela 11.19. - Rácios e Indicadores	76

Sumário Executivo

O presente trabalho apresenta um plano de negócios detalhado para a criação de um estúdio fotográfico inovador localizado no centro de Lisboa em Portugal. A iniciativa parte da percepção de uma lacuna no mercado, identificada pelo autor que já conta com 29 anos de experiência na área da fotografia profissional.

O principal foco deste projeto é a criação de um estúdio fotográfico no centro de Lisboa que garanta um espaço de trabalho seguro, agradável e moderno, equipado com equipamento de alta qualidade e assistência profissional de maneira que os fotógrafos e criadores de conteúdo visual que decidam optar pelos nossos serviços, possam prosperar na sua carreira além de considerarem esse espaço como a sua base.

A revisão bibliográfica aborda conceitos fundamentais da fotografia e a relevância dos estúdios fotográficos no contexto atual. Além disso, na mesma, exploram-se as características essenciais para o bom funcionamento de um estúdio, fornecendo a base teórica necessária para o desenvolvimento do plano de negócios.

A análise de mercado revelou a ausência de outros estúdios que pratiquem a modalidade de arrendamento mensal em Lisboa, tornando este projeto único e inovador.

O público-alvo inclui fotógrafos profissionais, estudantes de fotografia, amadores e criadores de conteúdo visual, segmentado de acordo com suas necessidades e expectativas.

A proposta de valor do estúdio está centrada na oferta de um espaço de trabalho seguro, agradável e moderno, equipado com tecnologia de ponta e assistência profissional, para proporcionar um ambiente propício ao crescimento e desenvolvimento das carreiras dos clientes. A análise do contexto interno e externo do empreendimento identificou pontos fortes, fraquezas, oportunidades e ameaças, servindo de base para a elaboração das estratégias de negócio.

Através das previsões, mapas e análises financeiras realizadas, o projeto é economicamente viável pois apresenta o VAL de 13.453,79€, um payback de 3,75 (ou seja, num período de 3,75 anos o investimento inicial é recuperado) e apresenta uma Taxa Interna de Rentabilidade de 31,29% considerando o valor residual. Considerando o projeto na sua perpetuidade, o projeto irá supostamente continuar a ser economicamente viável pois apresenta o VAL de 73.146,01€, um payback de 3,75 (ou seja, num período de 3,75 anos o investimento inicial é recuperado) e apresenta uma Taxa Interna de Rentabilidade de 58,44%. Considerou-se no projeto uma taxa decréscimo de 5% na atualização dos cash-flows na perpetuidade.

Capítulo 1 - Identificação do Promotor e da Proposta Inovadora

O plano de negócios apresentado de seguida é promovido pelo autor, Pedro Cardeira da Silva Machado Borges no âmbito do Mestrado em Gestão Aplicada a ser realizado no INDEG / ISCTE Business School. Tem como objetivo analisar a viabilidade económico-financeira da implantação de um estúdio fotográfico profissional com o nome de Anything Corporation com sede social e instalações no centro de Lisboa em Portugal. Será realizada uma descrição em traços gerais das características do negócio bem como a identificação e caracterização da localização, mercado alvo, modalidades dos serviços e quais os objetivos estratégicos. A proposta de valor pretende apresentar um espaço moderno e equipado com equipamentos fotográficos de última geração, proporcionando assim aos clientes uma experiência de elevado valor acrescentado. O estúdio estará disponível para alugar em duas modalidades e os seus clientes terão o direito de utilizar o espaço e equipamento incluído no próprio de maneira a poderem desenvolver a sua obra ou negócio em segurança, com acesso a material de alta qualidade e com assistência constante feita por profissionais da área. O mercado-alvo do estúdio incluirá além de profissionais experientes e estudantes de fotografia, amadores, que tal como os profissionais, pretendam ter um espaço para criar e aprender, interagindo com outros interessados pelo meio fotográfico de maneira a criarem uma rede de contactos que lhes dê mais hipóteses de crescer como profissionais e seres humanos.

O conceito de estúdio fotográfico de acordo com a enciclopédia *Britannica* teve origem nos Estados Unidos da América em 1840, e ao longo dos anos o número de estúdios fotográficos foi naturalmente crescendo com a expansão da prática fotográfica pelo mundo. Sendo o estúdio fotográfico, uma necessidade para a grande maioria dos fotógrafos profissionais no mercado e dada a escassa oferta que Lisboa tem de estúdios para alugar com instalações de qualidade, valores acessíveis, material de topo, bom ambiente e assistência constante prestada por pessoal com formação profissional na área, a criação de um novo estúdio fotográfico preparado para as necessidades atuais dos profissionais e do mercado da fotografia é um conceito inovador a introduzir no mercado. Neste novo conceito a inovação destaca-se também através dos pontos diferenciadores que são além dos seus valores fundamentais, a formação, a disponibilidade, o atendimento, a simpatia e a elevada experiência em fotografia e qualidade técnica da equipa da Anything Corporation, além de se destacar também a localização privilegiada, a estética, decoração e aparência do estúdio, os serviços exclusivos oferecidos e a alta qualidade dos equipamentos disponibilizados.

De maneira a garantir a rentabilidade e sustentabilidade do projeto foi elaborado um Estudo de Viabilidade Económico-Financeira, tendo sido analisados os custos e gastos previsionais envolvidos, onde foram realizadas estimativas de receita esperada e se avaliaram as mesmas através de diferentes *drivers* de impacto.

A equipa de recursos humanos será formada por duas pessoas com elevada experiência em fotografia e a oferta comercial do estúdio estará patente em duas modalidades:

A modalidade “Gold” que é uma modalidade de acesso livre, ideal para pessoas que precisem de um espaço fotográfico de forma regular. O cliente quando optar pela modalidade “Gold” terá a liberdade e o privilégio de poder utilizar o estúdio durante todo o mês, de acordo com a sua conveniência e horários disponíveis. Este acesso constante, consistente e facilitado, permitir-lhe-á explorar a criatividade e elaborar projetos fotográficos de grande dimensão com facilidade e flexibilidade além de contar com um acesso garantido aos outros membros que optem pela mesma modalidade. Além disso, esta modalidade inclui acesso a equipamentos fotográficos de última geração, bem como equipamento de iluminação profissional e todas as comodidades necessárias para se poderem realizar sessões de fotografia de excelência.

Para os clientes que não necessitem propriamente de um acesso frequente ao estúdio, será disponibilizada a modalidade “Silver”, onde o cliente poderá adquirir horas de utilização do estúdio conforme a sua disponibilidade e a do estúdio. Esta modalidade virá dar resposta a fotógrafos ocasionais, a agências que necessitem de um espaço para realizar sessões fotográficas ou para projetos profissionais de grande escala. Esta opção, proporcionará uma solução flexível e acessível para aqueles que não pretendem utilizar o estúdio de forma contínua e que ao mesmo tempo necessitam de um espaço para elaborar os seus projetos fotográficos sem o compromisso mensal.

O principal objetivo do Estúdio fotográfico Anything Corporation em Lisboa é responder às necessidades específicas do mercado alvo ao oferecer serviços de qualidade e acessíveis a um leque abrangente de pessoas que procuram um espaço acolhedor para a realização dos seus projetos fotográficos. O público-alvo é bastante abrangente e diversificado, pois abrange desde os profissionais mais experientes na área da fotografia até pessoas que procurem realizar trabalhos amadores. A abordagem flexível permite uma fácil adaptação às necessidades e expectativas de cada cliente.

Capítulo 2 - Revisão da Literatura

2.1. - A Fotografia

A fotografia é uma forma de expressão artística e um meio multifacetado que engloba elementos técnicos e artísticos, permitindo a captura, preservação e comunicação de narrativas visuais. Serve como ferramenta de comunicação visual, permitindo a transmissão de ideias, emoções e histórias por meio de imagens. Fotografar é uma apropriação da coisa fotografada (Sontag, 1977), ou seja, através do ato de fotografar, o fotógrafo tenta controlar o objecto de estudo fotografado ao congelar um momento fugaz no tempo, dando-lhe a sua própria interpretação pessoal. Assim se demonstra que o acto de fotografar é um acto de propriedade, interpretação e representação. Henri Cartier-Bresson, o criador do “momento decisivo” e fundador da agência Magnum, considerado por muitos um dos pais da fotografia fotojornalística (Magnum et al, n.d.), expressou a ideia de que a fotografia é uma reacção imediata sendo o desenho uma meditação (Cartier-Bresson, 1999) enfatizando a natureza espontânea da fotografia e contrastando a mesma com o processo deliberado e contemplativo do desenho, pois através de um clique rápido do obturador, os fotógrafos podem capturar momentos indescritíveis, criando dessa maneira representações visuais evocativas.

“Ao contrário da pintura, a fotografia desde cedo revelou o seu potencial para exceder a condição de mera representação ou ilustração de factos, detendo um forte potencial contemplativo e sugestivo. A paisagem deixou de ser encarada como um resultado da intervenção do desígnio divino e passou a ser reconhecida como uma construção humana. O aparelho fotográfico surge, assim, como resposta ao desejo humano de reproduzir a Natureza, um processo que até então fora condicionado ou limitado pela técnica do artista” (Lobo, 2016, p.23).

Ansel Adams, reconhecido fotógrafo de paisagens e inventor do importante sistema de zonas, afirmou que não se cria uma fotografia apenas com uma máquina fotográfica; mas sim que se traz para o ato de fotografar todas as fotografias que vimos, todos os livros que lemos, toda a música que ouvimos e todas as pessoas que amamos (Adams, 1985), demonstrando dessa maneira o poder expressivo e absoluto da fotografia e o papel ativo que o fotógrafo tem, ao trazer o seu consciente e inconsciente para a elaboração e criação de uma imagem. É a mistura entre os sentimentos, a experiência humana e os elementos técnicos como a composição, as técnicas de iluminação e a pós-edição, que resultam na transformação da realidade observada numa obra de arte registada. A fusão entre o conhecimento técnico e a expressão criativa

permite a que os fotógrafos e os artistas transmitam as suas visões e perspectivas únicas aos outros e ao fazerem-no evoquem respostas emocionais. Existe uma verdade simples, a de que refletimos as ideias que nos influenciam. Aquilo que amamos, as nossas fixações e as nossas obsessões devem estar totalmente patentes nas coisas que fazemos e devem ser visíveis nas coisas que criamos. A história é um repositório destas influências e obsessões. E à medida que as nossas influências se codificam e cristalizam dentro dos cânones que criamos, enfatizamos as formas de compreender o presente por via da reconfiguração do passado (Schles, 2008).

Adicionalmente a fotografia carrega implicações socioculturais significativas ao refletir, demonstrar e moldar o mundo em que existe, repetindo de forma mecânica o que jamais poderia ser repetido existencialmente (Barthes, 1980). Esta observação destaca acima de tudo, a reprodução inerente às fotografias e a capacidade da mesma de preservar momentos únicos, ou seja, demonstra-se assim que as fotografias capturam fragmentos temporais, fornecendo informações valiosas sobre contextos sociais, culturais e políticos, e é um meio que abrange domínio técnico, expressão artística e significado cultural desempenhando assim um papel crucial na documentação e preservação da história universal. Através da fotografia e dos fotógrafos, os eventos significativos, as injustiças sociais e as mudanças culturais conseguem ser preservados, promovendo uma divulgação e compreensão mais profunda do passado para as gerações futuras. A fotografia retira um instante do tempo e altera a vida ao mantê-la imóvel (Lange, s.d.) e através do ato de fotografar, além de nos afirmarmos como fotógrafos, afirmamo-nos também como seres humanos, pensadores, intérpretes e contadores de histórias ou até da própria história, capturando momentos efêmeros e preservando-os para a posteridade.

Demonstra-se assim que a fotografia tem profunda relevância em vários domínios, abrangendo a arte, a cultura, a comunicação, a documentação e a autoexpressão. Tirar uma fotografia é uma participação da mortalidade, vulnerabilidade e mutabilidade de outra pessoa (Sontag, 2003), isto revela que a fotografia é sem dúvida um meio poderoso que captura e transmite narrativas visuais, preserva momentos e molda ativamente a memória e a percepção coletiva, além de ser um meio essencial para a comunicação visual que transpõe as barreiras da linguagem e do tempo evocando emoções através de imagens. De maneira a enfatizar a natureza transformadora da fotografia e revelando que um assunto tangível irradia a sua essência através da imagem capturada, Barthes afirma que a fotografia é literalmente uma emanção do referente ao afirmar que de um corpo real e existente, procedem radiações (Barthes, 1981). Esta linguagem visual é também narrativa, permitindo a que os fotógrafos contem histórias, transmitam mensagens e provoquem pensamentos com uma única imagem, permitindo a

autoexpressão e a exploração pessoal e oferecendo um meio para que todos captem e exponham as suas perspectivas únicas e próprias realidades.

A fotografia para existir tem de ser observada, e de maneira a demonstrar a profundidade e o potencial introspetivo da fotografia e aumentar o interesse do público encorajando o mesmo a investigar e a analisar as obras fotográficas de maneira a que se envolvam com as narrativas e emoções partilhadas numa imagem, Ansel Adams afirmou brilhantemente que uma fotografia é geralmente observada e raramente examinada (Adams, 1985).

A fotografia é um meio profundamente relevante em diversos domínios, desde a sua criação ao seu registo, da comunicação à autoexpressão e devido à sua capacidade de se apropriar e de interpretar o mundo, a fotografia torna-se uma ferramenta poderosa para contar e preservar histórias, sejam elas a nossa história pessoal, a dos outros, ou a história mundial, preservando culturas, tradições e civilizações através de imagens, servido sempre como uma ferramenta de autoconhecimento e de exploração pessoal.

2.2. - As Origens da Fotografia

A fotografia começou por ser uma curiosidade científica e transformou-se ao longo dos tempos num fenómeno cultural e numa forma de arte. A sua história, repleta de inovação, de avanços tecnológicos e de expressão artística, fará em 2024, dois séculos, pois o registo da primeira fotografia foi criado em 1824 por Nicéphore Niépce como descrito no website Photo-Museum.org. O nascimento da fotografia remonta ao início do século XIX, quando inventores e cientistas começaram a fazer experiências com materiais sensíveis à luz e uma das figuras chave nesta época foi Nicéphore Niépce, considerado o pai da fotografia. No seu trabalho "Heliografia e a arte de fixar imagens" Niépce documentou as suas experiências relacionadas com a tentativa de captura de imagens permanentes utilizando uma câmara escura e placas revestidas com betume (Trachtenberg, 1989). A câmara escura foi inventada para permitir que a reprodução instantânea da realidade fosse realizada, no entanto, a imagem obtida não passava de um reflexo da luz, sem qualquer possibilidade de permanência física, sendo assim, inatingível (Lobo, 2016). Nos arquivos do website da Casa-Museu Nicéphore Niépce podemos constatar que “Em 1824, Niépce colocou pedras litográficas, revestidas com betume, no fundo de uma câmara escura e obteve pela primeira vez uma imagem fixa de uma paisagem. Isso exigia um tempo de exposição extremamente longo, em plena luz do dia, por alguns dias. A partir de 1825, usou regularmente cobre como base, depois estanho em 1826, enquanto também realizava imagens gravadas”.

O desenvolvimento do processo do daguerreótipo por Louis Daguerre na década de 1830 trouxe a fotografia para a consciência pública. A invenção de Daguerre, anunciada na sua obra "Relato histórico e descritivo do daguerreótipo", forneceu um método prático para capturar imagens altamente detalhadas e precisas (Gernsheim, 1969). "O daguerreótipo é um processo de positivo direto, que cria uma imagem altamente detalhada numa folha de cobre revestida com uma fina camada de prata sem a utilização de um negativo. O processo exigia muito cuidado. A placa de cobre folheada a prata tinha primeiro que ser limpa e polida até que a superfície parecesse um espelho" (Library of Congress, s.d.). Devido aos avanços na pesquisa da fotografia criados por Louis Daguerre e pela divulgação da sua descoberta, o daguerreótipo, que varreu o mundo como um furacão (Gernsheim, 1969), a popularidade da fotografia aumentou, tornando a mesma acessível a um público muito maior.

Ao longo do século XIX, a fotografia passou por vários avanços tecnológicos, sendo um desses avanços a introdução do processo de colódio de placa húmida, criado por Frederick Scott Archer. Este processo oferecia uma melhor qualidade de imagem e tempos de exposição reduzidos comparativamente aos métodos anteriores. O processo de colódio de placa húmida representou um enorme avanço na história da fotografia, pois foi capaz de capturar variações de tom subtis e de detalhes nítidos (Rosenblum, 1984).

Anos mais tarde no final do século XIX, com a invenção do filme flexível, George Eastman, criador da Kodak, revolucionou mais uma vez a fotografia e com a introdução da máquina fotográfica Brownie da Kodak, a fotografia tornou-se definitivamente acessível aos amadores e iniciou-se a democratização do meio (Coe, 2007). O objetivo da Kodak era tornar a fotografia tão acessível e conveniente como um lápis (Johnson, 2018).

Durante o século XX, a fotografia evoluiu como forma de arte reconhecida, desafiando as noções tradicionais de representação e ultrapassando os limites da expressão visual. Certos fotógrafos modernistas desempenharam um papel crucial na elevação da fotografia ao estatuto de arte como Stieglitz, Steichen e Strand, que fotografavam maioritariamente com máquinas de grande formato. "De 1903 a 1917, Alfred Stieglitz, a figura mais influente da fotografia americana, publicou a Camera Work, uma revista fotográfica trimestral de luxo desenhada por Edward Steichen. É conhecida não apenas pelas suas belas fotogravuras que reproduzem as maravilhosas fotografias da Foto-Secessão (um grupo de fotógrafos americanos que acreditavam que a fotografia era uma arte), mas também por introduzir a arte moderna europeia na América" (Museum of Modern Art, s.d.). Sobre a ideia de a fotografia ser uma arte, Alfred Stieglitz afirmou que a fotografia é uma realidade tão subtil que se torna ainda mais real do que a própria realidade (Szarkowski, 1966).

O final do século XX testemunhou a chegada da fotografia digital, marcando assim outro momento crucial na evolução do meio fotográfico. A tecnologia digital ofereceu aos fotógrafos um controlo sem precedentes sobre o processo de criação de imagens e transformou a maneira como as fotografias são capturadas, manipuladas e compartilhadas (Sontag, 2003). A era digital inaugurou um novo capítulo na fotografia, e em pouco espaço de tempo tornou-se parte da vida de todos devido à compra de *smartphones* tornando o acesso ainda mais rápido e direto às máquinas fotográficas. Hoje em dia, a grande maioria dos consumidores possui uma máquina fotográfica de alguma forma, embora a crescente popularidade das máquinas fotográficas inseridas nos *smartphones* tenha significado menos procura por máquinas independentes (Statista.com, s.d.).

Desde as primeiras experiências executadas com materiais sensíveis à luz, até a revolução digital dos dias de hoje, a fotografia demonstrou-se um meio multifacetado que continua a moldar a nossa percepção do mundo e das nossas próprias vidas.

2.3. - O Estúdio Fotográfico

O estúdio fotográfico é um espaço dedicado à criação e produção de trabalhos fotográficos. É um ambiente controlado onde os fotógrafos podem manipular a iluminação, a composição e o seu objecto de estudo de maneira a poderem capturar as imagens desejadas e obterem um controle criativo total sobre o processo fotográfico. Um estúdio deve ser um espaço artificial, controlado e manipulado para o encontro fotográfico (Marien, 2014).

O primeiro estúdio de fotografia conhecido no mundo foi inaugurado na cidade de Nova York em março de 1840, quando Alexander Wolcott abriu um “Salão Daguerreano” para pequenos retratos e o primeiro estúdio na Europa foi aberto por Richard Beard numa estufa no telhado da Royal Polytechnic Institution em Londres no dia 23 de março de 1841 (Brittanica, s.d.). Em Portugal, temos o exemplo de Carlos Augusto de Mascarenhas Relvas que “nasceu em 1838 na Golegã onde haveria de mandar construir o seu famosíssimo atelier fotográfico, único no mundo pelas suas especificidades artísticas e monumentais, onde cada recanto foi pormenorizadamente pensado para ser lido como um verdadeiro templo consagrado à fotografia” (Feio, 2010, p.15). “A construção da Casa-Estúdio de Carlos Relvas na Golegã, foi iniciada em 1872 e concluída em 1875, constituindo um programa absolutamente original em termos europeus. Obedecia a uma tipologia sem quaisquer precedentes conhecidos, uma vez que o motivo para a sua construção se reportava à actividade, na altura ainda estrita e elitista, da fotografia. Tratava-se de construir uma Casa-Estúdio que servisse simultaneamente, a

estadia temporária para o proprietário, mas também de estúdio fotográfico com uma sala apropriada para a tomada de fotografias, segundo as tecnologias da época, bem como de um laboratório fotográfico onde se realizariam todas as operações de revelação, impressão e conservação dos negativos, chapas ou vidros, consoante as técnicas” (IPPAR, 2004, p.135).

O estúdio fotográfico possui uma imensa relevância no campo da fotografia por diversas razões. Em primeiro lugar, oferece aos fotógrafos um ambiente controlado, propício à criatividade, colaboração e experimentação. Um estúdio fotográfico é como um laboratório. É um lugar criado para experimentar e aprender (Langford, 2010). Dentro do estúdio, os fotógrafos podem e devem testar diferentes configurações de iluminação e equipamento, explorar várias técnicas fotográficas, aprender e refinar a sua técnica, ganhando assim uma compreensão mais aprofundada do meio e uma maior capacidade de alcançar a visão artística desejada. Adicionalmente, oferece um cenário profissional para vários géneros de fotografia, como a fotografia de autor, artística, de retrato, de produto, entre muitos outros e permite que os fotógrafos controlem as condições de iluminação, o aspecto, os backgrounds e adereços, permitindo-lhes capturar imagens que cumpram os requisitos específicos dos seus clientes ou dos seus próprios projetos artísticos. O estúdio fotográfico fornece controlo total sobre a iluminação, fundo e elementos de primeiro plano, permitindo ao fotógrafo criar uma imagem sem concessões (Stroebel et al., 2007), garantindo este controlo sobre o ambiente e resultados consistentes de alta qualidade, tornando-se o estúdio fotográfico algo indispensável e insubstituível para os profissionais. A fotografia de estúdio permite um controlo preciso sobre os ângulos e a intensidade da iluminação, garantindo que cada detalhe do produto seja destacado de maneira eficaz (McCreery, 2017). Além do controlo sobre a luz e o ambiente, o estúdio fotográfico serve também como um espaço para colaboração, troca criativa, facilitando as interações entre os fotógrafos, modelos, estilistas, membros da equipa, e clientes, tendo também como função principal a promoção de um ambiente colaborativo onde as ideias podem e devem ser compartilhadas e executadas. Um estúdio fotográfico é uma colaboração entre o participante e o fotógrafo e é um lugar para pelo menos duas pessoas se reunirem para criarem uma fotografia (Avedon, 1993). Avedon foi um dos mais importantes fotógrafos de moda de sempre e dirigiu um estúdio comercial de sucesso, tornando-se conhecido por apagar a linha entre a fotografia “artística” e “comercial”. Esta natureza colaborativa permite a realização de conceitos complexos, reunindo a experiência, os estilos e a visão de vários indivíduos para criar imagens novas e impactantes (Richard Avedon Foundation, s.d.).

O estúdio fotográfico é um espaço dedicado à criação, que oferece aos fotógrafos um ambiente seguro e controlado destinado para exploração criativa, experimentação e

colaboração. O fotógrafo, ao dominar e aproveitar os recursos que um estúdio tem para oferecer, consegue exercer controlo total sobre a sua obra e obter resultados consistentes com uma garantia de alta qualidade.

2.4. - A Criação de um Estúdio Fotográfico

A importância do estúdio fotográfico baseia-se na sua capacidade de fornecer aos fotógrafos os meios para capturar e criar imagens com precisão, intenção e expressão artística.

De maneira a criarmos um estúdio fotográfico que cumpra todos os requisitos necessários para criar obras fotográficas com qualidade, devemos ter em conta vários fatores cruciais como o espaço do estúdio, a sua localização, a escolha do equipamento, a decoração, entre outros, sendo que o primeiro passo passa pela seleção de um espaço apropriado. A escolha de um estúdio não deve ser tomada de ânimo leve e o mesmo deve ser grande o suficiente para poder acomodar os temas escolhidos e os equipamentos necessários sem que os utilizadores do estúdio se sintam apertados (Hedgecoe, 2004). A importância de se ter espaço suficiente e adequado para criar as imagens necessárias e dessa maneira garantir uma funcionalidade ideal dentro do estúdio é crucial. Um estúdio não deve ser pequeno demais, mas também não deve ser grande demais, deve ser exactamente do tamanho que se precisa. Karl Taylor, fotógrafo comercial e professor de fotografia, justifica a escolha do tamanho do seu estúdio fotográfico num vídeo do seu canal de YouTube, da seguinte maneira: “450 metros quadrados de espaço seria mais do que adequado para a maior parte do meu trabalho comercial, mas investir num espaço maior permitiu o crescimento de nosso negócio de educação na área da fotografia e serviu como expansão para realizarmos trabalhos de vídeo além de fotografia de automóveis. Também significa que podemos realizar *talk-shows* e *workshops* ao vivo, tal como filmar mais conteúdo para o nosso site educacional. Isso tornou o espaço adicional num ativo, e não apenas num luxo” (Taylor, 2020).

De maneira a garantirmos um estúdio totalmente funcional, é fundamental adquirirmos os equipamentos essenciais como as máquinas fotográficas, as lentes, os tripés, o equipamento de iluminação, os sistemas de suporte, os fundos e os adereços (Stroebel et al., 2007). Esta lista destaca apenas algumas das ferramentas essenciais necessárias para capturar fotografias de qualidade profissional em ambiente de estúdio.

A iluminação desempenha um papel fundamental na fotografia, especialmente em ambiente de estúdio. Compreender e controlar a luz é algo essencial para criar os efeitos desejados e realçar o objecto de estudo a ser fotografado. Dominar a iluminação de estúdio

fornece-nos a capacidade de moldar e de controlar a luz de uma forma única (Adler, 2015) e apenas dessa maneira se podem atingir os resultados criativos desejados.

Ao implementarmos o conhecimento e os conselhos dos especialistas na área da fotografia profissional podemos criar um estúdio funcional e bem sucedido adequado às nossas necessidades e desejos profissionais de maneira a garantirmos a qualidade contínua do nosso trabalho.

Capítulo 3 - Metodologia

O principal objectivo deste plano de negócios é a implementação de um estúdio fotográfico chamado Anything Corporation para aluguer no centro de Lisboa. Sendo assim, este estudo incidirá sobre a indústria fotográfica em Portugal, destacando a área de Lisboa.

De acordo com as necessidades do plano de negócio foi realizada uma Revisão da Literatura, seguida de uma análise do mercado recorrendo a várias ferramentas como a Análise Externa PEST (envolvente macro) e a análise das Cinco Forças de Porter (envolvente micro). Foi executada uma análise interna, acompanhada por uma análise VRIO, seguida de uma Análise Competitiva (SWOT) e de capítulos que definem quais os objectivos, estratégia e políticas de desenvolvimento.

Foi realizada também uma análise de viabilidade económico financeira detalhada, baseada em pressupostos e análises de sensibilidade com o objectivo de descobrir quais as se o projeto tem viabilidade para avançar e remunerar devidamente o capital investido. Neste estudo serão analisados os custos e gastos previsionais envolvidos, onde são realizadas estimativas de receita esperada e se avaliam as mesmas através de diferentes drivers de impacto.

3.1. - Dados Secundários

De maneira a obtermos e a coletarmos todos os dados confiáveis para avaliar a viabilidade do projeto, obtemos dados secundários recorrendo a fontes como as bases de dados *SCOPUS*, a *Web of Science* e ao Repositório do ISCTE.

Recorremos também a bases de dados estatísticas como a *Por Data*, *Statista* e a bibliografia específica e dedicada sobre fotografia profissional, especialmente a que tivesse artigos sobre estúdios fotográficos e sobre a sua criação, algo que foi extremamente difícil de conseguir devido à raridade e à falta de documentação existente sobre o tema.

3.2. - Dados Primários

Para a coleta de dados primários, foi realizado um estudo de mercado dirigido exclusivamente a fotógrafos, estudantes de fotografia e criadores de conteúdos visuais que tivessem interesse em alugar um estúdio fotográfico para realizar o seu trabalho, através de um questionário online (Anexo A) que esteve disponível de 8 a 20 de Maio de 2023.

A população escolhida para o estudo foram fotógrafos profissionais e amadores, estudantes de fotografia e criadores de conteúdo visual residentes em Lisboa por serem o *target* específico deste projeto.

Relativamente à amostra escolhida, dentro dos fotógrafos, estudantes de fotografia e criadores de conteúdo visual residentes em Lisboa, uma parte dos inquiridos, em especial fotógrafos profissionais e criadores de conteúdo visual, receberam o questionário de forma dirigida. Outra parte, mais especificamente os estudantes e os professores de fotografia, receberam o questionário por divulgação interna e directa da parte de faculdades e escolas de fotografia como o IADE, a ETIC, e a Restart, que enviaram o questionário para as turmas de fotografia dos vários anos de escolaridade. Outra parte dos inquiridos, foi abordada por divulgação ao público da parte de instituições como o IPF (Instituto Português de Fotografia) entre outras, como galerias de arte independentes, cujo alcance atingiu também fotógrafos profissionais, estudantes de fotografia e fotógrafos amadores, além de criadores de conteúdo visual. A metodologia utilizada foi um estudo quantitativo através de questionário para a recolha de dados online criado na plataforma *Qualtrics* / ISCTE.

O estudo além de ter como objectivo geral saber qual a viabilidade do projeto, conta também com quatro objetivos específicos:

O primeiro e principal objectivo foi descobrir qual a capacidade de investimento atual dos potenciais clientes de maneira a descobrirmos qual a média de valores que os clientes estão dispostos a pagar através de mensalidade e claro, se existe clientela suficiente e interessada de maneira a podermos garantir que o investimento inicial e os custos anuais do estúdio serão cobertos.

O segundo objetivo foi descobrir quais as preferências de utilização do espaço, de maneira a podermos gerir os horários do estúdio e dos clientes de forma a criarmos um estúdio adequado às necessidades dos mesmos.

O terceiro objetivo foi descobrir quais as características de perfil e quais os interesses dos potenciais clientes de maneira a que possamos criar um espaço atraente e assim atrair mais clientes, além de descobrirmos quais os meios em que os clientes interagem nas redes sociais, de maneira a podermos no futuro criar e executar campanhas de marketing dedicadas aos mesmos.

O quarto objetivo foi saber qual o interesse existente pelos serviços complementares que podemos oferecer como os eventos, os workshops, as *pop-up stores* e a opção de funcionarmos também como uma galeria fotográfica e representarmos os nossos clientes. Dessa maneira podermos tentar satisfazer de melhor maneira os nossos clientes por oferecermos mais serviços

que desejam e assim prosperar, ganhando satisfação da clientela e visibilidade ao longo do tempo. Estes serviços extra atraem um público maior e diferente do habitual que pode estar eventualmente interessado nos nossos serviços e pode criar novas hipóteses de negócio futuro.

O questionário foi composto por 36 perguntas fechadas com resposta de escolha múltipla. Todas elas foram apresentadas na mesma página de questionário online, podendo ser respondidas de seguida, de maneira a que o inquirido não abandonasse o questionário a meio e o pudesse completar de maneira rápida e eficiente.

Capítulo 4: Análise Externa

4.1. - Análise Externa Mediata – PEST

4.1.1. - Análise Político-Legal

Portugal caracteriza-se por ser um país politicamente estável, sendo atualmente liderado por um Governo moderado de maioria absoluta, no entanto, 2023 está a ser um ano marcado pela incerteza causada pela conjuntura socioeconómica atual. Perante o contexto do impacto causado pela pandemia COVID-19 e consequente recuperação da mesma e devido às consequências da guerra entre a Rússia e a Ucrânia, as políticas inscritas no Orçamento de Estado para 2023 foram assumidas para a resposta no curto prazo aos desafios colocados por estes dois choques, sanitário e conflito armado, e pela recuperação sustentada da economia nacional que se confronta também com a atual subida da inflação e com o abrandamento do crescimento, contemplando o Orçamento de Estado, um conjunto de medidas e de políticas dedicadas, das quais se destacaram algumas dirigidas às empresas e à cultura.

O Governo, representado pelo Partido Socialista, introduziu o Incentivo Fiscal à Recuperação, que se traduziu num crédito fiscal criado para as despesas de investimento realizadas durante o segundo semestre de 2022, permitindo-se a dedução à coleta de IRC até 25% das novas despesas de investimento. Foi alargado o âmbito do IRS Jovem, através do prolongamento de isenções de três para cinco anos e da inclusão dos rendimentos empresariais e profissionais tais como a eliminação do limite máximo de rendimento para aplicação das isenções. Esta medida aplicou-se a jovens com idade entre os 18 e os 26 anos ajudando desta maneira, a nível financeiro, os jovens interessados no nosso projeto. O programa Regressar foi prolongado, incentivando os Portugueses que tiveram de emigrar incluindo os jovens qualificados a regressar a Portugal, beneficiado de uma exclusão de IRS de 50% no IRS para rendimentos de trabalho dependente e independente durante cinco anos (Orçamento de Estado, 2023) o que nos oferece mais hipóteses de cativar como clientes criadores Portugueses.

Portugal é considerado um país pouco atrativo relativamente a investimento devido a ter uma carga fiscal excessiva do ponto de vista das empresas (Gabinete de Estratégia e Estudos, 2023) e existe um risco político constante, pois embora o governo português tenha um ambiente político relativamente estável e apoie as empresas e o empreendedorismo, mudanças nas políticas e regulamentações governamentais podem sempre afetar os mercados. Com a criação do Plano de Recuperação e Resiliência, um programa de aplicação nacional de valorização de

património, com um período de execução até 2026, que visa implementar um conjunto de reformas e investimentos destinados a repor o crescimento económico sustentado, após a pandemia, reforçando o objetivo de convergência com a Europa, ao longo da próxima década, o Governo garantiu um investimento de 243 milhões de euros na cultura Portuguesa, estando 25% dos mesmos dedicados a investimento na cultura na área metropolitana de Lisboa (Recuperar Portugal, 2023). Foi também prolongado um programa da União Europeia já existente, até 2027, chamado Europa Criativa, que se trata de um programa de apoio exclusivo aos sectores culturais e criativos que incentiva o consumo e a criação de entretenimento cultural, e que impulsiona o sector das artes a promover e avançar com novos projetos e a criar novas oportunidades aos artistas como os fotógrafos, entre outros (Europa Criativa, 2023).

4.1.2. - Análise Económica

De acordo com as previsões económicas da Primavera, publicadas pela Comissão Europeia a 15 de Maio de 2023, a economia Portuguesa deverá crescer mais do dobro da Zona Euro e da totalidade da União Europeia. Segundo as mesmas previsões, o PIB Português deverá crescer 2,4% este ano, enquanto o conjunto da União Europeia e a Zona Euro deverão ter um crescimento mais modesto, de 1% e 1,1% respetivamente. Portugal completará deste modo oito anos consecutivos de convergência, excluindo 2020 devido à pandemia. O FMI a 9 de maio de 2023, afirma prever um crescimento para Portugal de 2,6% em 2023. Um crescimento assente na análise do bom desempenho da economia nacional em 2022 e no primeiro trimestre de 2023.

O PIB Português, de acordo com o Instituto Nacional de Estatística registou em 2022 um crescimento de 6,7%, muito acima dos valores da Zona Euro, que eram de 3,5%. O turismo cresce 31% o que aumenta a possibilidade de obtermos clientes estrangeiros. O excedente da balança comercial na área dos serviços tornou-se o mais elevado de sempre. No entanto, de acordo com o Relatório de Estabilidade Financeira apresentado pelo Banco de Portugal em Maio de 2023, apresenta-se um clima de incerteza, riscos e vulnerabilidades para a estabilidade financeira Portuguesa devido a vários fatores como enquadramento geopolítico tenso, pressões inflacionistas e turbulência nos mercados financeiros internacionais. Este clima apresenta vários riscos, como o risco de existir uma turbulência acrescida nos mercados financeiros internacionais, que implicam potenciais efeitos de contágio nos ciclos financeiros e económico e que pode consequentemente impactar os custos de financiamento, valorização de ativos e a atividade económica em Portugal. Devido a isto a possibilidade de o rácio da dívida pública ter uma trajetória menos favorável. Também existe o risco do potencial incumprimento das

famílias mais vulneráveis devido à subida das taxas de juro de curto prazo, à inflação elevada e a um potencial agravamento da taxa de desemprego acompanhado também pelo risco do potencial incumprimento das empresas mais vulneráveis.

O arrefecimento no mercado imobiliário residencial e consequente desaceleração dos preços do mesmo é outro fator de risco. Tudo isto cria instabilidade para serviços não indispensáveis como o nosso, espera-se no entanto que os bancos aproveitem a melhoria do contexto económico e financeiro para adequar as condições dos empréstimos aos clientes, e que mantenham políticas prudentes de constituição de imparidades e de conservação de capital que permitam aumentar a sua capacidade de absorver perdas e de financiar a economia (Banco de Portugal, 2023).

A economia em crescimento de Portugal, embora tendo os seus riscos, está a abrir oportunidades demonstradas para os mercados sempre interligados de fotografia e de cinema. Atualmente Portugal é um destino escolhido por produtoras de cinema vindas de Hollywood, indústria que está diretamente ligada à da fotografia, empregando fotógrafos de moda, retrato, de cena e acima de tudo diretores de fotografia e que requisitam frequentemente estúdios fotográficos para realizar sessões e até partes das filmagens que realizam, e que recentemente realizaram várias produções em Portugal como a série *House of The Dragon* da saga *Game of Thrones* e o filme *Fast X*, da série *The Fast & The Furious*. O governo de Portugal, mais precisamente o fundo de apoio ao Turismo e ao Cinema decidiu atribuir recentemente uma subvenção pública de 1 milhão de euros à *Ukbar filmes*, Produção de Longas e Curtas Metragens, LDA para a produção da série *Rabo de Peixe* da *Netflix* (SIC Notícias, 2023), além disso existe um investimento externo de mais de 200 milhões de euros para os *Tage Studios* que prometem ser o primeiro estúdio de cinema auto sustentável da Europa (NIT, 2023), demonstrando assim que a indústria das artes visuais sendo uma indústria global tem financiamento e interesse tanto nacional como internacional disponível para projetos futuros.

4.1.3. - Análise Sociocultural

Através de um estudo feito pela *TGI, Marktest* em 2020, em Julho de 2019 o número de pessoas em Portugal que têm como hobby e actividade de tempos livres a fotografia é de 1 milhão e 646 mil pessoas, o que representa 19.2% dos residentes no Continente acima dos 15 anos de idade. As regiões que apresentam mais actividade são Lisboa (21.5%) e Porto (31.1%). Sendo jovens e indivíduos das classes mais elevadas a registar valores acima da média, não se revelando diferenças significativas entre homens e mulheres (Marktest, 2020).

Identificámos mais de 150 fotógrafos profissionais estabelecidos na cidade de Lisboa (Anexo B), além de várias escolas e universidades em Lisboa como o *IADE*, a *ETIC*, o *ARCO* e o *IPF* que dão formação, cursos e licenciaturas na área da fotografia, lançando para o mercado anualmente centenas de novos profissionais. Existem também várias lojas de material fotográfico, impressão e revelação estabelecidas em Lisboa, como a *Colorfoto*, a *Instanta* e a *Kodak Express* juntamente com grandes lojas como a *FNAC* e a *Worten*, demonstrando assim a continuação da existência e do interesse de um mercado físico na área da fotografia relativamente ao mercado digital.

4.1.4. - Análise Tecnológica

A tecnologia está a moldar a nossa sociedade a largos passos e já faz parte do nosso dia-a-dia atual. Encontra-se presente em todos os sectores da nossa sociedade e é um evento global. Embora 2022 tenha sido um ano de grande expansão e aposta tecnológica, devido a algumas crises como a queda dos mercados *Crypto*, *NFT* e do *Metaverso*, aposta-se que 2023 seja um ano mais cauteloso. A combinação das tendências tecnológicas aplica-se a todos os sectores e torna-se uma chave para o sucesso. Seja em Medicina, Agricultura, Arquitetura ou Fotografia, todos os sectores profissionais estão a evoluir com o avanço rápido da tecnologia, sem ninguém saber ao certo, qual o próximo passo devido à velocidade da implantação da mesma a nível internacional. Tecnologias como a Realidade Virtual, a “*cloud*” e a 5G estão a tornar-se adotadas em massa e mais de 50% das empresas comunicaram que adotaram a realidade virtual como algo essencial para o seu desenvolvimento (Harvard, 2023). De acordo com os dados recolhidos no Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação nas Famílias através do Instituto Nacional de Estatística, em 2022, 96,9% das empresas têm pessoal ao serviço com acesso à Internet para fins profissionais, registando-se um aumento de 0,3 p.p. face a proporção verificada em 2021, destacando-se o setor da Informação e comunicação (99,5%), o de Outros serviços (98,9%). Em 2022, 48,2% das pessoas ao serviço têm acesso à Internet para fins profissionais (+3,7 p.p. que em 2021). Por setor de atividade, a Informação e comunicação registam a maior proporção (94,9%), notícias positivas para o nosso projeto pois a comunicação por internet e a divulgação do nosso negócio, está fortemente dependente da comunicação digital.

Todos os setores apresentaram aumentos relativamente ao ano anterior. Comparativamente à União Europeia (UE-27), Portugal registou proporções inferiores neste indicador em 2015, 2016 e 2020, e superiores em 2017 e 2018, registando a mesma proporção

em 2019. Em 2021, 19,6% das empresas efetuaram vendas de bens e/ou serviços através do comércio eletrónico¹¹, representando uma variação de +2,5 p.p. face a 2020. Podemos constatar que a proporção de utilizadores do comércio eletrónico cresceu e delinear a quantos utilizadores podemos chegar via internet e aprimorar dessa maneira o nosso *target*, tal como definirmos quais as redes sociais que iremos utilizar para os atingir.

O número de famílias com ligação à internet de banda larga em casa subiu 2,4 pontos em relação a 2021. Atualmente 84,1% da população residente dos 16 aos 74 anos são utilizadores de internet. As encomendas online aumentaram bastante nas idades dos 25 aos 34 anos com 73,8% de utilizadores. Utilizadores com o ensino superior completo aumentaram 67,9% e estudantes 58,8%. Os utilizadores de internet utilizam-na maioritariamente para comunicar e aceder a informação, 91,4% dos quais, enviaram mensagens instantâneas, através de aplicações como o *Instagram*, *Facebook Messenger* e *WhatsApp* e 86,7% pesquisaram informação sobre produtos e serviços. (INE, 2022) Dentro da área da fotografia comprovámos pelas respostas dos inquiridos no questionário realizado (Anexo A) que 99% dos mesmos utiliza como meio preferencial a rede social *Instagram* para divulgação do seu trabalho e conseqüentemente como uma das fontes de angariação de novos clientes. O mercado da fotografia em Portugal será obviamente impactado pelos avanços tecnológicos em equipamentos de câmaras fotográficas, software de edição de fotos e a portabilidade e conseqüente qualidade das imagens e das possibilidades criativas existentes, devido à existência de câmaras nos smartphones à tecnologia incluída nos mesmos e aos avanços tecnológicos relacionados com a área da fotografia que serão apresentados no decorrer do ano.

Conclusão

Após ter sido executada uma análise criteriosa dos fatores que compõem o ambiente externo no qual este projeto está inserido, e embora estejamos a passar por tempos conturbados, dentro do clima relativamente estável e de crescimento económico social e tecnológico em que se encontra Portugal, contando também com a ajuda das apostas do Estado Português, de fundos Europeus e de fontes privadas na cultura, iremos beneficiar a cultura e o país com a criação de um serviço de um estúdio fotográfico totalmente equipado para aluguer de maneira a podermos fornecer um local de trabalho a artistas profissionais e amadores que irão promover positivamente a cultura, a economia e a criação de artes tanto a nível nacional como internacional através do mesmo.

4.2. - Análise da Concorrência

De maneira a entendermos melhor as tendências do mercado e o funcionamento do sector devemos avaliar os potenciais clientes e concorrentes tal como o comportamento dos mesmos dentro do mercado.

A maioria dos fotógrafos que deseja criar imagens com qualidade, necessita obrigatoriamente de iluminação adequada e de condições controladas que apenas conseguem obter em estúdios fotográficos profissionais. Com a quantidade de estúdios independentes de fotógrafos existentes em Lisboa como demonstrado no Anexo C, podemos compreender que o desejo de ter um estúdio fotográfico para trabalhar e receber clientes é algo que a grande maioria dos profissionais necessita e é algo em que investem bastante tempo e dinheiro se tiverem condições para o fazer. Ao oferecermos um estúdio que possa ter melhores condições do que as existentes no mercado, a valores muito menores do que os nossos clientes iriam pagar e oferecendo-lhes a hipótese de não terem de assumir os níveis de responsabilidade que exige a construção e manutenção de um estúdio fotográfico, estamos a oferecer um serviço fundamental para o ramo da fotografia em Lisboa e em Portugal.

Em 2023, a oferta do mercado de estúdios fotográficos profissionais disponíveis para alugar através de um sistema de mensalidade com acesso total ao mesmo e ao material disponível, da parte do público interessado é, pela nossa pesquisa, totalmente nula em Portugal e mais especificamente no centro da cidade de Lisboa como podemos comprovar no Anexo B onde apresentamos uma lista dos estúdios em Lisboa central e arredores, cujas atuais ofertas mais semelhantes ao nosso projeto apenas correspondem a estúdios que alugam o espaço e o material exclusivamente à hora, por valores muito mais elevados do que os que propomos a nível mensal. Colocam também um problema aos clientes, pois como os estúdios apenas são alugados à hora, a sua utilização por parte dos clientes fica limitada e a vontade dos mesmos voltarem a alugar o estúdio reduz, pois não chegam a considerar esses estúdios como o seu local de trabalho, ou como o seu próprio estúdio. Além disso, os estúdios existentes, não possuem o objectivo específico e a organização necessária para garantir o retorno e a fidelização dos clientes existentes sobre a alçada de uma estratégia de promoção, marketing e divulgação a que nos propomos e que apresentamos neste plano de negócios. Os clientes dos nossos concorrentes são pontuais e exclusivos devido ao que acabámos de afirmar, surgem apenas consoante a necessidade de fazer um ou outro trabalho específico e além disso, os estúdios da concorrência não oferecem outras possibilidades como as que nos propomos a oferecer, como a organização de eventos, apoio e realização de workshops, criação de *pop-up stores*, realização de exposições

de arte ou até mesmo a oferta de um espaço de galeria que exiba o trabalho dos seus clientes dentro dos espaços existentes. Tudo o que é realizado nos outros estúdios não passa de ações esporádicas consoante a lembrança e o trabalho de organizadores externos que estão sempre sujeitos à aprovação e negociação não transparente por parte da direção dos estúdios existentes. Isto demonstra a lacuna existente no mercado de um serviço como o que propomos e fortalece a realização prática do nosso conceito.

4.3. - Análise dos Potenciais Clientes

O segmento alvo foram fotógrafos, amadores e profissionais, estudantes de fotografia e criadores de conteúdo visual, de ambos os sexos, masculino e feminino, com idades acima dos 18 anos, residentes em Lisboa. A amostra final conta com 63 respostas válidas obtidas e podem ser encontradas na sua íntegra no anexo A.

Relativamente às características demográficas dos inquiridos, 32% são fotógrafos profissionais, 52% são estudantes de fotografia, 74% são criadores de conteúdos visuais. 72% dos inquiridos reside em Lisboa, sendo 51% do sexo masculino e 49% do género feminino. 48% dos mesmos tem a idade compreendida entre os 18 aos 24, 15% dos 25 aos 34 e 31% dos 35 aos 44. Relativamente às habilitações académicas 11% dos inquiridos têm o ensino secundário completo, 48% estão a frequentar uma licenciatura, 26% têm uma licenciatura completa, 11% têm um mestrado e 3% têm o grau de doutoramento. 39% tem formação académica em Fotografia. Relativamente ao investimento já feito na carreira, 30% já investiu mais de €1.500 a €5.000 em formação fotográfica, 22% de €0 a €500, 16% mais de €10.001 a €20.000, outros 16% mais de €501 a €1.500, 10% mais de €5.000 a €10.000, 4% mais de €20.000 e 2% mais de €50.000. 25% dos inquiridos já investiu mais de €1.5001 a €5.000 em material fotográfico ao longo da sua carreira, 20% de 0 a 500, 18% de €5.000 a €10.000, outros 18% de €501 a €1.500, 10% €10.001 a €20.000, 6% mais de €20.000 e 4% mais de €50.000. Relativamente ao número de clientes que os inquiridos têm mensalmente 35% dos inquiridos afirmam que a sua média de clientes por mês é 1 cliente. 21% afirma que são 4, 15% mais de 5, 13% 3, 8% 2, 6% mais de 10 clientes e por sua vez, 2% diz que tem mais de 30 clientes por mês. Relativamente ao número de trabalhos pagos que os inquiridos têm mensalmente 35% dos inquiridos afirma que realiza, por mês, uma média de 1 trabalho fotográfico pago. 22% afirmam que têm mais de 5 trabalhos pagos por mês, 12% 4 trabalhos, 12% 2 trabalhos, 10% 3 trabalhos, 6% mais de 10 trabalhos e 2% mais de 20 trabalhos pagos por mês. Relativamente aos valores que os inquiridos ganham mensalmente, 44% dos mesmos afirma que ganha entre os €0 e os

€100 por mês, 20% ganha €501 a €1000, 16% €100 a €500, 14% €1001 a €2500, 4% €2501 a €5000 e 2% €5001 a €10.000. Sobre o interesse que os inquiridos têm em alugar um estúdio fotográfico no centro de Lisboa, 70% dos inquiridos gostaria de alugar um estúdio fotográfico no centro de Lisboa, sendo que 20% dos mesmos gostariam que o estúdio fosse situado na Expo, 16% na Baixa-Chiado, 14% em Alcântara, 12% em Santos, 8% em Alvalade, e 8% no Restelo, 6% Campo de Ourique, 6% Campo Pequeno, 4% na Estrela, 2% no Príncipe Real e 2% no Bairro Azul. Aproximadamente 17% dos inquiridos pensa em passar mais de 10 horas por semana a fotografar no estúdio, 15% 4 horas, outros 15% 2 horas, 12% 5 horas, 10% 10 horas, 6% 1 hora, 6% 6 horas, e outros 6% 8 horas. Relativamente ao valor que estariam dispostos a pagar mensalmente pelo arrendamento de um estúdio fotográfico no centro de Lisboa, 26% dos inquiridos estão dispostos a pagar entre €0 a €100, 17% estão dispostos a pagar de €401 a €500, outros 17% de €101 a €200, 15% de €501 a €1000, outros 15% de €201 a €300 e 8% de €301 a €400 por mês. Relativamente ao valor diário que estariam disponíveis a pagar pelo arrendamento do estúdio, comprovamos que 89% dos inquiridos estão dispostos a pagar entre €300 a €500 por um dia inteiro de aluguer, 9% €501 a €1000 e 2% €1001 a €2000. Relativamente ao valor por hora de aluguer, 46% estaria disponível a pagar 50€ por hora, 24% €60, 22% €80, 4% €120, 2% €200 e outros 2% €250. 93% gostaria que mais fotógrafos alugassem o espaço de maneira a poderem pagar valores mais reduzidos, fazerem networking, criarem novos contatos, possíveis amizades e além disso poderem aprender mais através das experiências cruzadas que têm com outros profissionais. Cerca de 43% dos inquiridos necessitam de uma área de 51m² a 100m² para trabalhar, 22% de 101m² a 200m², 20% de uma área com menos de 50m² e 9% de 201m² a 300m². Aproximadamente 67% dos inquiridos acham que ter luz natural no estúdio para fotografar é um requisito obrigatório, 80% acham essencial ter uma ciclorama instalada no estúdio e 69% gostariam de ter assistentes profissionais no estúdio. Cerca de 98% acham que o aspecto, o conforto e a decoração do estúdio são aspetos importantes e 74% dos inquiridos gostaria de ter apoio na divulgação do seu trabalho, sendo que 68% estariam dispostos a pagar de €0 a €100 por mês, 24% de €101 a €200, 5% de €401 a €500 e os restantes 2% de €301 a €400 de maneira a obterem um serviço de qualidade para a divulgação do seu trabalho. Aproximadamente 59% dos inquiridos gostaria de ter um espaço de reuniões independente, 66% gostaria de ter um espaço de edição independente, 70% gostaria de ter uma zona de refeições totalmente equipada, 77% gostaria de realizar workshops no estúdio, 68% gostaria de realizar eventos no estúdio. 68% gostaria de realizar exposições no estúdio. 70% gostaria que o estúdio servisse de galeria fotográfica para exposição dos próprios trabalhos. Cerca de 75% gostaria de poder gravar som e vídeo no estúdio. Relativamente às

redes sociais utilizadas pelos inquiridos, o *Instagram* encontra-se no topo da lista dos inquiridos com 91% dos mesmos a escolher esta rede social sendo a rede de eleição, ficando o *YouTube* com 4% dos inquiridos, *facebook* com 4% e *Twitter* com 2%.

Devido ao sucesso do questionário, estas conclusões permitem dizer que o objetivo foi atingido e que existe interesse da parte dos inquiridos por parte do nosso projeto e que existe um público bastante interessado no nosso modelo de negócios.

4.4. - Análise Competitiva das Cinco Forças de Porter

De acordo com Porter existem cinco forças competitivas incorporadas na indústria, sendo as mesmas variáveis consoante o contexto e a indústria em que se inserem. As cinco forças de Porter são as seguintes: A ameaça de novas entradas, a ameaça dos produtos substitutos, a concorrência no setor, o poder negocial dos clientes e o poder negocial dos fornecedores. A análise destas forças é extremamente importante pois as mesmas determinam a rentabilidade da indústria estudada pois influenciam os preços, os custos e o investimento necessário das empresas. (Porter, 1985).

Os níveis das forças presentes na seguinte análise serão avaliados da seguinte maneira: Baixa, Média Baixa, Média, Média Alta e Alta.

4.3.1. - Ameaça de Novas Entradas

Actualmente não existem outros estúdios fotográficos, nem empresas rivais no mercado a utilizar o mesmo modelo de negócio a que nos propomos, referindo-nos especialmente à modalidade Gold que oferece a hipótese aos clientes de alugarem o espaço e o equipamento mensalmente, o que demonstra uma vantagem a nosso favor pois reduz drasticamente a ameaça imediata de novas entradas e de concorrentes no mercado. Já existem vários estúdios que praticam o aluguer à hora, no entanto com menos qualidade do que a que propomos e muito poucos estão localizados no centro de Lisboa. É, no entanto, obrigatório, como medida de precaução, manter-nos vigilantes e atentos ao mercado e revermos constantemente as novas tendências ao monitorizarmos a potencial concorrência que tenha interesse em replicar o nosso modelo no futuro, de maneira a estarmos preparados e podermos evoluir constantemente consoante as mudanças e alterações do mercado no futuro. A localização central do estúdio, os valores praticados, a cultura da Anything Corporation e a sua infraestrutura minimalista e

sofisticada são um dos atrativos principais para os nossos clientes pois um espaço e negócio que ofereça as condições a que nos propomos é não existente até à data, tal como a mobilidade associada, isto devido a ser situado no centro de Lisboa o que se torna numa vantagem grandiosa tanto para os fotógrafos locais que procuram um local de trabalho com condições, como para os estrangeiros que podem viajar descansados sabendo que em Lisboa terão sempre uma base profissional preparada para os receber a valores acessíveis. A formação profissional da nossa equipa, a nossa dedicação e estratégia e a qualidade do serviço que oferecemos é algo que nos protege contra a facilidade de imitação, algo que poderia ser um perigo para qualquer outro estúdio que fosse criado com o mesmo tipo de infraestrutura e de maneira a ganharmos mais uma vantagem competitiva iremos investir em equipamento de qualidade e muito resistente, no entanto com valores acessíveis cujos custos sejam facilmente cobertos, caso exista a necessidade de substituição e de aquisição de novo material ao contrário de equipamento de fotografia com valores extremamente caros e inoportáveis para a utilização constante de muitos fotógrafos por mês.

Perante esta análise a ameaça encontrada é média baixa.

4.3.2. - Concorrência no Sector

Devido à baixa oferta de estúdios fotográficos para aluguer mensal a valores acessíveis em Lisboa, não existe rivalidade significativa neste segmento específico. Os poucos estúdios existentes são negócios locais com pouco alcance e desejo de inovação como demonstramos no Anexo B, em 17 estúdios encontrados durante a nossa pesquisa apenas 7 se encontram no centro de Lisboa, estando todos os outros localizados nos arredores de Lisboa ou até fora da cidade. Os estúdios com melhores condições são claramente os estúdios que se encontram fora de Lisboa como o *Flux Studio* situado no Cacém e o *Daylight Photo Studio* situado em Paço de Arcos como demonstramos no Anexo B. A experiência da Anything Corporation e o seu *modus operandi* cria uma lacuna relativamente á rivalidade potencial. Como não existem outras empresas como o mesmo modelo de negócios no mercado a concorrência direta não é uma preocupação imediata, mas teremos de ser proactivos no decorrer do negócio e devemos avaliar constantemente o cenário competitivo. A rivalidade, mesmo sendo pouca não deve ser levada de ânimo leve e de maneira a não sermos imitados rapidamente por concorrentes interessados, devemos procurar por uma diferenciação constante de maneira a mantermos sempre vantagem competitiva.

Perante esta análise a ameaça encontrada é Média Baixa.

4.3.3. - Ameaça dos Produtos Substitutos

Como referido anteriormente, não existem muitos estúdios de fotografia no centro de Lisboa e embora os estúdios tradicionais de fotografia que alugam o espaço e o material à hora possam ser considerados como substitutos, o nosso modelo diferencia-se da concorrência devido às opções de assinatura mensal, reduzindo dessa maneira a ameaça de produtos substitutos diretos. Ao fornecermos uma gama mais ampla de serviços e benefícios de valor agregado, iremos reduzir a ameaça de substitutos diretos.

Perante esta análise a ameaça encontrada é Média Baixa.

4.3.4. - Poder de Negociação dos Fornecedores

Relativamente aos poder de negociação dos fornecedores, considerando que os mesmos são as marcas e os revendedores que nos fornecem equipamentos fotográficos e recursos que oferecemos aos fotógrafos que alugam o estúdio, observamos que existe uma ameaça baixa, pois além de termos relacionamentos fortes com os fornecedores e com a marcas, o material necessário para manter o negócio em funcionamento de uma forma estável está à venda por valores acessíveis e por vezes encontra-se no mercado internacional ou no mercado de produtos em segunda mão por menos de metade do preço que os fornecedores os vendem nas lojas. Relativamente aos produtos informáticos e aos serviços de segurança escolhidos para o estúdio, estes mantêm-se com valores estáveis no mercado. Podemos ter alguma vantagem de negociação a partir do momento em que somos o único negócio que aplica este modelo de negócios, tornando-nos exclusivos, e consoante a popularidade que ganharmos ao longo dos tempos e da negociação com os fornecedores e as próprias marcas podemos obter patrocínios e até material de forma gratuita consoante acordos e parcerias, tentando sempre não ficarmos muito dependentes das marcas de maneira a que o poder de negociação das mesmas não aumente.

Perante esta análise a ameaça encontrada é baixa.

4.3.5. - Poder de Negociação dos Clientes

Devido ao aspecto exclusivo do nosso modelo de negócios, com opções de aluguer por hora e por assinatura, iremos ter mais facilidade a atrair clientes, oferecendo-lhes mais flexibilidade e acessibilidade.

Esperamos tornar-nos o estúdio fotográfico de referência em Lisboa, pois oferecemos tudo o que outros estúdios oferecem, mas com mais opções, experiência, assistência dedicada e acima de tudo mais qualidade. Embora exista uma ausência de concorrentes diretos no mercado e as nossas ofertas sejam exclusivas, iremos sempre ficar atentos às preferências e exigências dos clientes de maneira a garantirmos que a nossa oferta continua a satisfazer as necessidades dos mesmos e a acompanhar a concorrência se, entretanto, surgir. Mesmo que os estúdios fotográficos já existentes pratiquem modalidades como a nossa opção Silver (horas avulso) e possam ter valores acessíveis, competitivos e semelhantes aos nossos nessa modalidade, estabelecendo uma média para o mercado em geral, mesmo que não tenham o nosso espaço, material e atendimento personalizado, criam atenção indesejada. No entanto ao oferecermos a opção Gold (mensalidade) e as opções de aluguer de espaço para eventos variados, além de serviços extra, estaremos a fornecer valor adicional e a aumentar a fidelidade dos clientes. Se as preferências dos clientes mudarem, tentaremos adaptar-nos de maneira a satisfazermos imediatamente os mesmos, a fidelizá-los e a aumentar o lucro do estúdio, cumprindo o objectivo principal de manter um negócio que satisfaça as necessidades das pessoas e seja rentável e duradouro. Os clientes, precisam de ser conquistados e mantidos e para isso além de oferecermos melhores preços e a melhor qualidade de serviço e de materiais, consideramos que o poder de negociação dos clientes é médio baixo, pois embora não existam alternativas ao nosso negócio, teremos sempre e com gosto, de nos adaptar aos desejos dos clientes de maneira a garantir a sua presença constante e satisfação geral, sustentando o nosso sucesso a médio e longo prazo. O acompanhamento constante e a adaptação rápida e flexível são essenciais para respondermos às exigências e mudanças na indústria enquanto mantemos uma posição competitiva forte.

Perante esta análise a ameaça encontrada é Média Baixa.

Capítulo 5 - Análise Interna

Embora a análise interna seja uma ferramenta geralmente utilizada para empresas já em funcionamento, mas tendo o autor 29 anos de experiência profissional na área da fotografia e bens tangíveis e intangíveis que irão ser transferidos para o projeto de maneira a melhorar o mesmo, foi decidido, por ser uma mais valia, executar a análise interna de maneira a delinear-mos de uma maneira mais precisa qual o caminho a seguir no futuro e aprofundar o conhecimento sobre as nossas capacidades.

Caso optemos por financiamento externo, a mesma poderá vir a revelar-se fundamental para os possíveis investidores de maneira a que os mesmos fiquem mais bem informados sobre todos os pontos do nosso projeto.

5.1. - Visão, Missão e Valores

5.1.1. - Visão

A criação de um estúdio fotográfico de referência em Lisboa preparado para receber profissionais de todo o mundo e que sirva de ponto de encontro cultural, artístico e profissional onde os clientes possam trabalhar, criar uma rede de contactos e trocar experiências entre si.

Um local que seja conhecido pela qualidade de serviço e pela simpatia, profissionalismo, segurança e confiança oferecida aos clientes pela equipa e pelo conforto e sensação de “casa” que crie uma vontade constante de regressar.

5.1.2. - Missão

Elevar a experiência da fotografia de estúdio para os fotógrafos e também para os seus clientes. Garantir um espaço de trabalho agradável e seguro com assistência especializada e acesso facilitado a material de topo a todo o tipo de fotógrafos e criadores de conteúdos visuais, além da criação de uma cultura com valores fortes que ajude e melhore a comunidade de diversas maneiras.

5.1.3. - Valores

Os valores da Anything Corporation baseiam-se na ética, no respeito, no profissionalismo, na estabilidade, no sentido de serviço, na inclusão, na comunidade e na responsabilidade social, na ajuda, na colaboração, na proximidade e na promoção cultural.

5.2. - Análise VRIO

Ao executarmos uma análise VRIO podemos avaliar o valor, a raridade, a inimitabilidade e a organização dos principais recursos e capacidades do estúdio fotográfico Anything Corporation. Ao avaliarmos estes fatores, identificamos quais as fontes de vantagem competitiva sustentável e quais as oportunidades estratégicas existentes no mercado dos estúdios fotográficos em Lisboa.

5.3.1. - Valor

- Equipa Criativa e Qualificada: O estúdio irá possuir uma equipa criativa e altamente qualificada de fotógrafos, editores e assistentes fotográficos com uma ampla experiência no mercado diferenciando assim o nosso estúdio dos concorrentes e garantindo uma melhor experiência e assistência aos nossos clientes.

- Equipamentos de última geração: De maneira a garantirmos a melhor qualidade de equipamento para que os nossos clientes utilizem apenas o melhor material, escolhemos equipamento especializado de fotografia como máquinas, lentes e flashes e também em software e ferramentas de edição de imagem como a mais recente versão do Photoshop adequada aos tempos modernos de criação de imagens.

- Localização privilegiada: A localização no centro de Lisboa, com acesso facilitado aos residentes e visitantes da cidade acrescenta valor e atrai clientes que estejam apenas de passagem pela cidade tal garante a fidelidade dos clientes locais.

5.3.2. - Raridade

- Equipa sólida, experiente e culta: Devido á experiência e cultura da equipa que fornecemos aumentamos o nível do serviço do estúdio. Uma equipa sólida, bem formada e altamente criativa é algo relativamente raro na indústria fotográfica em Portugal. Ao oferecermos uma equipa maravilhosa, esperamos captar clientes maravilhosos.

- Serviços especializados de fotografia: Ao oferecermos uma ampla gama assistência de serviços, estaremos a atrair fotógrafos de todas as áreas. Podemos cativar e assistir fotógrafos de produto, de retrato, de moda, de publicidade e de tantas outras áreas devido à nossa experiência em várias áreas, tornando-nos abrangentes e captando e fidelizando mais clientes do que a grande maioria dos já estúdios existentes.

5.3.3. - Inimitabilidade

- Cultura Criativa e Colaborativa: Ao promovermos uma cultura criativa e incentivando a colaboração entre todos os nossos clientes e membros da equipa estaremos a criar um ambiente que promove a partilha de experiências, conhecimento, aprendizagem e inovação. Oferecendo aos clientes um nível de satisfação enorme e uma fidelidade exclusiva, assim sendo, virtualmente impossível de ser copiada pela competição.

- Relacionamentos fortes com os clientes: Devido ao excepcional atendimento ao cliente que iremos fornecer, à atenção ao detalhe e ás experiências personalizadas, iremos desenvolver relações construídas na confiança e satisfação. Algo difícil de copiar da parte dos nossos clientes.

5.3.4. - Organização

- Gestão de clientes: De maneira a sermos extremamente organizados e garantirmos um fluxo de operações tranquilas e obtermos uma satisfação geral de parte dos clientes, iremos implementar sistemas de gestão de clientes que permite que os agendamentos ao espaço não colidam e que os assistentes e material necessário para sessões específicas estejam sempre

disponíveis consoante necessidade. Desta maneira garantimos os nossos padrões de qualidade, a nossa organização e a satisfação constante dos clientes.

- Desenvolvimento Cultural: Como já foi dito previamente, o estúdio Anything Corporation promove a colaboração entre clientes e membros da equipa. Iremos estar sempre atentos e vamos ouvir os nossos clientes relativamente aos seus desejos. Não só iremos disponibilizar-nos para criar eventos que os clientes tenham interesse, como iremos ser proactivos e criar workshops, exposições, lançamentos de livros, projeção de filmes de cinema, etc... Desta maneira iremos estimular as atividades no espaço e por consequentemente promover não apenas os nossos clientes, mas que os mesmos proponham novas atividades, mantendo-nos atuais e relevantes no mercado.

Capítulo 6 - Análise SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta de gestão criada por Albert Humphrey e desenvolvida pelo mesmo e por uma equipa de investigadores no *Stanford Research Institute*, inspirada em ideias criadas anteriormente relacionadas com o planeamento estratégico e com a análise organizacional no campo da gestão. Serve para avaliar a posição estratégica de uma empresa, projeto ou situação de maneira a desenvolver uma visão holística das mesmas através da análise de pontos fortes, fracos, internos da suposta empresa e das oportunidades e ameaças externas que podem afetar o seu desempenho, reduzindo dessa maneira a complexidade das informações obtidas nas análises complexas das empresas, permitindo aprimorar as tomadas de decisões informadas.

Apresentamos de seguida a análise SWOT realizada relativa ao nosso plano:

Pontos Fortes

- Experiência e conhecimentos no mercado da fotografia nacional e internacional.
- Excelentes relações com contactos e parceiros internacionais influentes.
- Experiência em gestão de redes sociais e construção de websites.
- Cultura empresarial, sólida e colaborativa com valores fortes.
- Simplicidade das necessidades de equipamento e decoração.
- Experiência em gestão de espaços e em relações públicas.
- Equipa sólida, culta, experiente e bem formada.
- Um novo e ainda não explorado conceito.
- Possibilidade de recurso a investidores.
- Conceito adaptável a vários públicos.
- A dificuldade de cópia do conceito.
- Novidade no mercado fotográfico.
- Diversidade da oferta de serviços.
- Equipamento de alta qualidade.
- Gestão Organizada do Estúdio.
- Modelo inovador de negócios.
- Experiência em marketing.
- Localização estratégica

Fraquezas

- Recursos financeiros limitados.
- Grande investimento inicial.
- Marca ainda desconhecida.

Oportunidades

- A inexistência de estúdios fotográficos com excelentes condições para arrendar mensalmente.
- O número crescente de fotógrafos que procuram por um espaço adequado para trabalhar.
- A presença constante de fotógrafos e de criadores de conteúdo estrangeiros em Lisboa.
- A variedade de públicos interessada em alugar um espaço para fotografar.
- O crescimento da indústria cinematográfica internacional em Portugal.
- A existência de entidades e marcas interessadas em parcerias.
- Uma forma de arte e cultura praticada em grandes números.
- A importância de Lisboa como centro cultural mundial.
- O número crescente de pessoas a quererem fotografar.
- A previsão da redução substantiva da taxa de inflação.
- O crescimento do PIB e do poder de compra nacional.
- Um produto não existente e em grande procura.
- O turismo crescente em Lisboa.
- Concorrentes não profissionais.
- Grande procura potencial.

Ameaças

- A falta de espaços relativamente grandes e com muita luz natural em Lisboa para arrendar.
- Falta de capacidade financeira dos clientes para sustentarem mensalidades pagas.
- Possibilidade da obtenção de estúdios fotográficos caseiros a valores acessíveis.
- A Falta de espaços com características específicas de iluminação necessárias.
- Aumento excessivo de rendas no setor imobiliário no centro de Lisboa.
- A procura variável da parte dos clientes relativamente á concorrência.
- A eventual não adesão dos clientes a este modelo de negócios.
- Potencial aparecimento de novos concorrentes no mercado.
- A volatilidade dos valores praticados pela competição.
- A sazonalidade e as flutuações económicas atuais.
- Falta de informação sobre o mercado fotográfico.
- A concorrência futura.
- Mercado volátil.

Capítulo 7 - Objetivos do Plano

O plano de negócios surge do interesse do autor pela indústria fotográfica, por trabalhar na área como profissional desde 1994 e tem como principal objetivo avaliar a viabilidade económico-financeira da implementação de um Estúdio Fotográfico para aluguer no centro de Lisboa, recorrendo a um plano financeiro e operacional, dando relevo aos recursos necessários para prosseguir com o projeto.

A implementação de um conceito como este visa enriquecer o âmbito cultural da cidade, dos habitantes e dos visitantes da mesma, fazendo Lisboa aparecer no mapa da indústria fotográfica mundial e também visa corrigir uma lacuna existente, na área dos serviços fotográficos em Portugal, mais especificamente na área dos estúdios fotográficos para aluguer. Acima de tudo não existe um conceito formado e consolidado “*top of mind*” na mente dos portugueses relativamente a estúdios fotográficos para aluguer e para trabalhar adequado a todo o tipo de fotógrafos e criadores de conteúdos visuais em Lisboa que todos possam recomendar com confiança. Esta é uma excelente oportunidade para avançarmos e nos tornarmos o estúdio fotográfico de referência em Lisboa.

Um dos nossos objectivos de médio a longo prazo é ganhar visibilidade e notoriedade pois isso poderá garantir a continuidade do negócio ao atrair mais e melhores clientes, contribuir para a criação de melhores recursos para o estúdio e conseqüentemente melhorar o ambiente do mesmo, o que será essencial para garantir a fidelidade dos nossos clientes, o que irá ser refletido na qualidade dos resultados seu trabalho e dessa maneira melhorar e expandir a cultura Portuguesa e atrair um público internacional.

Relativamente aos detalhes sobre os objetivos financeiros remetemos para o 11º capítulo, onde se encontra a análise económico financeira de todo o projeto e fala mais especificamente dos mesmos.

Capítulo 8 - Estratégia de Desenvolvimento

A nossa estratégia de desenvolvimento terá de ser muito bem desenvolvida e definida pois o sucesso do nosso negócio depende da mesma. Temos por isso de assegurar um excelente planeamento que garanta uma forte e inabalável estabilidade futura.

A primeira fase do projeto consiste no nosso lançamento no mercado de maneira a entendermos qual o nível de acessibilidade do mesmo. Iremos pesquisar primariamente, quais os recursos necessários a adquirir, como descobrir onde será a localização do estúdio no centro de Lisboa, tomando em consideração detalhes essenciais relativos à acessibilidade do mesmo. Após isso, iremos decidir como o iremos equipar. Qual o equipamento fotográfico, software e equipamento de mobiliário necessário para criar operações fluidas. Após termos estabelecido o que é necessário.

A segunda fase do projeto baseia-se em criar o estúdio a nível físico. Fazer obras, equipar o espaço, decorar o mesmo e prepará-lo para a inauguração.

A terceira fase, consiste na divulgação do projeto ao público, ao entrar em contacto com os nossos futuros clientes e parceiros.

A quarta e última fase será a gestão e manutenção do negócio. Ao estarmos constantemente atentos ao funcionamento do negócio e ao mantermos as vias de comunicação abertas com os nossos colaboradores, fornecedores e acima de tudo, com os nossos clientes, iremos descobrir quais os pontos de melhoria e apressar-nos a resolver os mesmos e também quais os pontos positivos a manter. A rapidez na resolução de problemas é algo crucial para a manutenção saudável de uma empresa e para o seu sucesso. Faremos o melhor para estarmos sempre atualizados perante o mercado, perante a concorrência e com os desejos dos nossos clientes pois desejamos fornecer o melhor serviço possível com o máximo de qualidade e para isso iremos manter uma postura positiva, flexível e adequada a todo o tipo de mudanças para garantirmos o sucesso do estúdio a todos os níveis.

De maneira a podermos criar uma estratégia de desenvolvimento sustentável, apoiámo-nos nas teorias de Porter sobre as estratégias genéricas e também na estratégia Oceano Azul.

Sobre as estratégias genéricas de Porter, “Porter propõe que só um, entre dois grandes caminhos estratégicos, ou direções, assegura vantagens competitivas sustentáveis: baixo custo ou diferenciação. Na realidade, a direção escolhida não implica a adoção de uma das duas posições extremas, pois existem, casos, cada vez menos raros, de conjugação dessas posições e que proporcionam direções híbridas que se manifestam interessantes para uma ou várias *Strategic Business Units*” (Crespo de Carvalho & Cruz Filipe, 2014, p.212), As estratégias

genéricas são as posições de baixo custo, as posições de diferenciação ou então as posições híbridas orientadas para grandes ou nichos de mercado e sendo assim, optámos por seguir uma estratégia híbrida pois estarmos a apontar a um nicho de mercado, fornecendo um serviço de baixo custo comparativamente com os valores da nossa concorrência e um serviço de diferenciação, pois oferecemos um serviço que não existe ainda e tem bastante procura. Conseguimos desta maneira e em simultâneo um custo mais baixo que o dos concorrentes e obtemos um grau de diferenciação razoavelmente elevado, devido á nossa qualidade, exigência e serviço.

Relativamente à teoria da estratégia Oceano Azul, “Os oceanos azuis são espaços de mercado ainda não explorados, onde se pode criar a procura e existem oportunidades de elevado crescimento e rentabilidade” (Chan Kim & Mauborgne, 2015, p.33), dentro do oceano vermelho, que é dentro do enquadramento deste projeto, o negócio dos estúdios de fotografia em Lisboa que podem ser alugados à hora, optámos por criar um modelo de negócio que acrescenta algo ainda não explorado no mercado, criando a modalidade de aluguer do estúdio mensal diferenciando-nos assim da concorrência, ganhando uma vantagem estratégica no mercado.

Capítulo 9 - Definição de Políticas de Implementação

9.1. - Segmentação, target e posicionamento

9.1.1 - Segmentação e *Targeting*

O nosso público alvo são os fotógrafos profissionais, os fotógrafos estudantes, os fotógrafos amadores e os criadores de conteúdo visual, nacionais e internacionais que residam, visitem, ou venham de propósito a Lisboa para fotografar tendo como objectivo tornar-se o estúdio de destino, ou a casa dos principais *players* do mercado nacional e internacional.

Desejamos atingir as faixas etárias dos jovens adultos, dos 18 aos 24 e dos adultos dos 25 aos 65, sendo a faixa dos adultos prioritária, devido ao poder financeiro e de investimento dos mesmos e ao nível de maturidade ser mais evoluído a nível percentual.

O nosso target inicial são os clientes residentes em Lisboa, no entanto os clientes internacionais são extremamente importantes para nós, devido ao seu poder de compra, e de divulgação do estúdio fotográfico para o resto do mundo, os nossos recursos devem ser alocados a captar clientes internacionais para o sucesso do projeto.

9.1.2. - Posicionamento

Embora o primeiro passo do projeto seja a implementação com sucesso do estúdio Anything Corporation no centro da cidade de Lisboa, o objetivo geral é apostar continuamente na qualidade de serviço, no fortalecimento da cultura em Lisboa e principalmente, tornarmo-nos no estúdio fotográfico *top of mind* na mente dos consumidores garantindo assim a nossa presença constante na mente dos fotógrafos e criadores de conteúdo nacionais e internacionais que procurem um estúdio no centro de Lisboa.

Pretendemos ser reconhecidos como mais do que apenas um estúdio fotográfico com qualidade, mas sim como o estúdio fotográfico de referência em Lisboa, o estúdio onde se vai instintivamente pois o resultado irá ser sempre melhor do que os outros e em que o sinónimo de alugar o espaço ou pertencer ao grupo que o aluga mensalmente se transforma numa experiência e eleva não apenas a qualidade do resultado, como aumenta o status social dos fotógrafos ou criadores de conteúdo.

A Anything Corporation posiciona-se então não apenas como um estúdio fotográfico para aluguer, mas como uma marca sólida com cultura capaz de fornecer uma experiência com alta

qualidade aos seus clientes e conseguir melhorar a qualidade de trabalho e de vida dos seus clientes, pois quando se tem um serviço excelente com alta qualidade, seja em que área for, a nossa vida torna-se mais simples, facilitada e simplesmente melhor.

O nosso lema: “Anything Corporation - Experiência Superior, Imagens Extraordinárias.”

9.1.3. - Estratégia de Diferenciação

A nossa estratégia de diferenciação é a de fornecer um serviço que não se encontra presente de momento no mercado, como a nossa modalidade Gold (mensalidade) que fornecemos a valores relativamente baixos para os existentes no mercado atual, onde os nossos concorrentes se focam em alugar os seus estúdios à hora com valores que por dia chegam a exceder bastante o valor total da nossa mensalidade. Além disso iremos oferecer o mesmo serviço que os nossos concorrentes mas com valores muito mais baratos e acessíveis, como o aluguer do estúdio à hora, através da modalidade Silver, tal como outros serviços que nos sejam pedidos dentro do ramo da fotografia, vídeo e criação de conteúdos que não incluímos propositadamente no plano de negócios pois queremos que o estúdio prospere baseado apenas nos seus serviços de aluguer, acrescentando valor na diversificação de serviços possíveis no futuro se assim o desejarmos fazer. Estamos a falar de serviços fotográficos em todas as áreas de fotografia, de serviços edição de imagem, de realização de cinema ou de vídeo, de aconselhamento de imagem, de aluguer do espaço para a realização de eventos, *pop-up stores*, exposições, workshops, entre outros, que eventualmente poderão ser requisitados pelos nossos clientes, e quando, isto se forem postos em prática, irão garantir um rendimento extra ao previsto neste plano de negócios.

A tudo isto acresce a diferenciação de sermos profissionais com uma vasta experiência no mercado, disponíveis para dar atendimento excelente aos nossos clientes. Iremos fazer todos os possíveis para garantir que os mesmos tenham a melhor experiência possível devido a um atendimento personalizado, detalhado e altamente atencioso, isto passa também pela formação que iremos dar aos nossos funcionários e colaboradores e à seleção dos mesmos, que terão de ser além de excelentes profissionais, excelentes pessoas, com valores sólidos e uma educação bastante acima da média.

Desta maneira e com a conjugação de todos estes fatores a perceção dos clientes sobre o nosso negócio irá ser moldada, levando-os a perceber como nos diferenciamos da nossa concorrência. Isto devido aos nossos fatores diferenciadores e únicos no mercado além dos valores praticados que criam uma concorrência imensa aos nossos concorrentes.

Esperamos que ao adotarmos uma estratégia de diferenciação em que cobrimos todos os pontos necessários para garantir a satisfação dos clientes, estando também sempre atentos a novas tendências no mercado, o estúdio fotográfico Anything Corporation se torne o estúdio central em Lisboa que todos recomendam para obterem a melhor experiência possível.

9.2. - Marketing-Mix

9.2.1. - Produto

O conceito de um estúdio fotográfico que pode ser alugado mensalmente com material disponível e atendimento profissional a valores bastante acessíveis, além de fomentar a colaboração entre os seus sócios visa elevar a experiência do aluguer de estúdio fotográfico a um novo patamar.

A Anything Corporation pretende criar ser o estúdio de referência para trabalho e encontro da população de fotógrafos e criadores de conteúdo em Lisboa e irá funcionar 8 horas por dia, 6 dias por semana, durante 264 dias por ano, ou seja, estará em funcionamento 2112 horas anualmente e aberto ao público durante a maior parte do ano, apenas fechando aos Domingos e feriados.

O seu espaço será amplo e arejado, terá uma decoração moderna e minimalista, e o equipamento disponível que os fotógrafos poderão utilizar dentro do estúdio terá alta qualidade sendo de marcas de renome dentro do mercado da fotografia. Estará localizado no centro de Lisboa e poderá ser alugado mensalmente a um total de 35 clientes que optem pela modalidade Gold (mensalidade) de maneira a conseguirmos horários disponíveis para todos sem constrangimentos operacionais.

9.2.2. - Preço

Para garantirmos um espaço com qualidade no centro de Lisboa que tenha luz natural, com 150m² (no mínimo) e esteja equipado com equipamento fotográfico de topo, e de maneira a podermos garantir os requisitos logísticos necessários para termos um estúdio fotográfico de qualidade além de podermos contratar pessoal qualificado para conseguirmos enfrentar o mercado existente iremos praticar os seguintes preços nas modalidades disponíveis:

- Gold (mensalidade): 350,00€ (Preço com IVA) / 284,55€ (Preço sem IVA)
- Silver (horas avulso): 40,00€ (Preço com IVA) / 35,52€ (Preço sem IVA)

Os valores apresentados foram baseados no estudo de mercado e na análise da concorrência, optámos assim por termos valores competitivos e de baixo custo relativamente à concorrência atual e que fossem acessíveis à maioria dos fotógrafos, de maneira a assegurarmos uma vantagem competitiva sustentável.

9.2.3. - Localização

A localização do estúdio fotográfico Anything Corporation será no centro de Lisboa. A escolha do local baseou-se em diferentes aspetos, começando pela opção do aluguer do espaço em vez da sua compra, reduzindo assim o investimento de capital inicial. Seguidamente era um requisito consoante a ideia estratégica do plano, obter um espaço o mais central possível, de maneira a conquistar o target desejado. Pelo estudo de mercado executado e análises feitas à concorrência, confirmámos que a grande maioria dos fotógrafos, que reside em Lisboa e arredores, prefere um estúdio localizado no centro da cidade. Sobretudo, com um estúdio central conseguimos prioridade face aos nossos concorrentes relativamente à localização e assim sendo temos um maior potencial para conquistar mais clientes que residam em Lisboa e estrangeiros que estejam de passagem. Conseguimos também apelar a clientes internacionais devido à proximidade do aeroporto e das condições excelentes que a cidade apresenta para receber turistas. Podemos com esta escolha ganhar apoios da Câmara de Lisboa e de várias instituições culturais nacionais e internacionais que já demonstraram interesse em estar envolvidas com este projeto.

Conseguimos encontrar várias opções de arrendamento para espaços com mais do que 150m² pelo preço de 3.000€/mês. Existe também a possibilidade de não precisarmos de pagar por espaço, pois instituições de renome e há muito estabelecidas em Lisboa, já propuseram oferecer-nos o espaço que têm em troca de dinamização cultural.

Confirmamos desta maneira que existem vários espaços e várias opções para criarmos o estúdio fotográfico no centro de Lisboa e lançarmos o negócio o mais brevemente possível.

Atendendo às condições dos locais disponíveis para aluguer, será sempre necessário realizar obras de reconstrução e remodelação dos mesmos para garantirmos que a qualidade dos nossos serviços se reflete também a nível de imagem física. Serão necessárias obras estruturais simples, pinturas, instalação de equipamentos elétricos, e outras obras a nível estético. O valor reservado para estas obras ficou avaliado em 5.300 € sendo que todas as despesas relacionadas estão demonstradas nos mapas de custos da análise financeira no capítulo 11.

9.2.4. - Comunicação

A melhor forma de conquistarmos clientes, especialmente num sector competitivo como o da fotografia, é criando estratégias de marketing e de comunicação de maneira a conseguirmos introduzir o nosso negócio no mercado e conquistarmos novos e fortes clientes.

Devido à importância da promoção e pela mesma ser crucial para o nosso sucesso e desenvolvimento como estúdio e marca, decidimos criar uma estratégia de divulgação que engloba vários tipos de canais de comunicação.

A internet é sem dúvida o meio de comunicação mais utilizado hoje em dia pela maior parte da população Portuguesa e internacional. Devido a uma eficiente gestão de SEO, conseguimos sem dificuldade identificar ao pormenor quais os nossos clientes alvo e criar campanhas publicitárias feitas à medida para os conquistar. Podemos ter várias campanhas a decorrer simultaneamente consoante o sexo, idade, interesses e outros fatores dos nossos clientes, poupando-nos tempo e dinheiro, e garantindo que se as mesmas campanhas forem criadas de maneira profissional e atenta, especificamente para os clientes que estão interessados no nosso produto, conseguimos atrair um grande número de potenciais clientes de uma maneira rápida e objetiva.

Além da gestão personalizada e dedicada de SEO que iremos executar, contamos também em criar novas parcerias e manter e melhorar antigas com os maiores *players* do mercado da fotografia e da criação de conteúdo visual. Convidando os mesmos para participar em *podcasts* criados dentro do estúdio, para serem transmitidos para o nosso canal de YouTube em vídeo e para o nosso canal de *Apple Podcasts* em áudio, conteúdo este que será formatado para ser também divulgado em todas as outras redes sociais de relevo, oferecendo-nos relevância ao longo dos tempos, pois a partir do momento em que o conteúdo é criado e é lançado para a internet, é considerada publicidade constante, pois todos os utilizadores que pesquisem por estúdios fotográficos no centro de Lisboa no *Google*, a partir do momento em que lançarmos conteúdo, seja de que tipo for, irão ter sugestões dos nossos vídeos e imagens. Os utilizadores irão ter acesso a conteúdo criado pelo estúdio, que irá contar com a presença dos nossos clientes, que estarão a divulgar o seu trabalho desta maneira, e com a presença dos melhores fotógrafos, *influencers* e marcas dentro do mercado de fotografia nacional e internacional, tal como a presença de outras celebridades, gravados, filmados e fotografados nos nossos estúdios no centro de Lisboa e entrevistados pelo autor para o mundo.

Aos poucos a criação de conteúdo tem um efeito de acumulativo que irá ganhar volume e poder ao longo dos tempos, conquistando novos e melhores clientes dessa forma, gerando

uma cultura específica de marca, fazendo-nos ficar mais conhecidos e ganhando familiaridade aos olhos do nosso público alvo.

Os eventos que iremos realizar no estúdio são também uma excelente hipótese de divulgação nas redes sociais, tal como iremos criar conteúdo em específico no *instagram* para divulgarmos o trabalho dos nossos membros tal como a nossa comunidade profissional, cultural e artística, e desta maneira alcançarmos os nossos clientes e ganhando novos, pois devido ao algoritmo das aplicações e ao modo de funcionamento das redes sociais, os amigos e conhecidos dos nossos clientes, ao verem que os mesmos foram marcados nas publicações, irão ter conhecimento imediato do nosso estúdio e dos nossos serviços, tornando-se assim mais um ponto a nosso favor para a divulgação.

Iremos investir na promoção de certo conteúdo, em especial nos anúncios nas plataformas, mas apenas dedicámos 5000€ anuais para o mesmo, pois conseguimos atingir mais do que o target tradicional de uma maneira orgânica, em vez de paga, pois os nossos recursos e relações públicas são os nossos clientes e convidados, que obviamente querem, gostam e desejam o relevo que irão ter através do nosso convite para criação de conteúdo e divulgação dos mesmos.

Iremos ter o apoio de vários sites de informação social, rádios e de canais de notícias, devido a contactos previamente estabelecidos de nossa confiança, que demonstraram interesse em criar artigos, convidar-nos para programas de rádio e até criar programas de televisão sobre o nosso estúdio garantindo-nos visibilidade extra. No entanto a nossa maior aposta será sempre no nosso trabalho e na qualidade de conteúdo interligado (que dá para adaptar consoante a rede social onde será divulgado) que iremos criar para divulgar pelas várias redes sociais.

Iremos estar presentes em todas as redes sociais de relevo, como *Instagram, YouTube, Apple Podcasts, Spotify, facebook, TikTok e Twitter*.

Iremos criar um website onde teremos as nossas informações principais, como a nossa apresentação como empresa, quais os serviços prestados e os nossos contactos e iremos principalmente divulgar os nossos clientes e o seu trabalho, os workshops e eventos realizados no estúdio, dando relevo ao redireccionamento para as redes sociais, e para a promoção do nosso próprio conteúdo.

Além disso será oferecida a possibilidade de inscrição numa newsletter semanal que o estúdio irá produzir pelo menos nos primeiros tempos com o desejo de no futuro essa newsletter seja diária, falando sobre fotografia, cultura, arte, eventos, ou seja, tudo o que esteja relacionado directa ou indirectamente com a Anything Corporation e com a cultura em geral. Ao fazerem os clientes a sua inscrição na nossa newsletter iremos conseguir os contactos e informação

detalhada dos inscritos, e sempre cumprindo as leis de privacidade e respeito pelas mesmas, conseguiremos através de análises estatísticas descobrir de maneira mais objetiva quais os detalhes dos nossos clientes chave e dos clientes mais interessados no nosso conteúdo.

Desta maneira, iremos conseguir evoluir e adaptar-nos ao mercado, criando conteúdo e serviços destinado aos interessados, pois nessa altura saberemos de maneira objetiva quem e quais são os clientes interessados nos conteúdos e produtos que fornecemos, e saber que outro tipo de conteúdos produzir para conquistar mais clientes, e como consequência final deste processo, iremos conquistar mais seguidores, membros e acima de tudo, clientes para o estúdio.

9.3. - Espaço

Relativamente ao espaço a ser arrendado para criarmos o estúdio fotográfico Anything Corporation, quanto melhor for o local e quantos mais requisitos tiver consoante o nosso plano, mais rapidamente chegaremos ao resultado desejado e poderemos evoluir tanto como negócio, como marca. Sem o espaço, não existe estúdio fotográfico. É fundamental obter um espaço localizado no centro de Lisboa, que tenha um pé direito alto, acima dos 3m de altura e que tenha mais de 150m² (no mínimo) de área total, e que tenha de preferência luz natural a 360°. A renda mensal não deve ser superior aos 3000€ mensais. O espaço ideal terá de ter fácil acesso, em especial para o equipamento que irá acolher, e para o elevado número de pessoas que poderá receber. Terá de ser um espaço que após obras e pintura seja confortável, arejado e espaçoso. Terá claro de cumprir as regras de segurança de maneira a que os nossos clientes e colaboradores se sintam seguros no mesmo. Devido á subida de valores no setor imobiliário em Lisboa, e á procura constante de espaços bons por todo o tipo de negócios, encontrar o espaço ideal a valores acessíveis é algo complicado, mas não impossível. Existem já espaços de relevo no centro de Lisboa interessados em receber o nosso projeto em troca de divulgação, sem cobrança de renda, no entanto para mantermos a nossa independência neste projeto e não estarmos dependentes de outros, decidimos apostar em termos 3000€ mensais de renda disponíveis, para o caso das alternativas gratuitas não serem viáveis. Teremos de encontrar um espaço a este valor pois o nosso sucesso financeiro é a base para o nosso sucesso geral e uma quebra nos valores pré-estabelecidos na avaliação financeira é um risco grande demais para ser tomado.

9.4. - Tecnologia

De maneira a conseguirmos realizar este projeto e sermos relevantes no mercado optámos por adquirir material de fotografia fiável e de alta qualidade para disponibilizarmos um estúdio com material topo de gama aos nossos clientes e conseguirmos uma vantagem estratégica no mercado. Quando falamos de material, falamos de flashes profissionais de várias intensidades, tripés, geradores, sombrinhas, máquinas fotográficas, instalações elétricas, computadores topo de gama e do software com as suas licenças oficiais, ou seja, tudo o que é necessário ter num estúdio fotográfico profissional para criar imagens de qualidade. A lista de equipamento escolhida, será apresentada no capítulo da avaliação financeira, na seção da justificação do investimento com todos os detalhes.

9.5. - Organização

9.5.1 - Estrutura Societária

A estrutura societária adotada pela Anything Corporation é a sociedade unipessoal por quotas, na qual um único sócio, o autor, detém a totalidade do capital social.

Como o quadro legal não estabelece um valor mínimo para a criação da empresa, o capital social será de 39.404€, valor que servirá também para garantir que a empresa está fortemente fundamentada relativamente ao capital, aumentando a sua credibilidade junto de diversos *stakeholders* nomeadamente o Estado e o setor bancário.

9.5.2. - Estrutura Organizacional

Um estúdio fotográfico exige no mínimo um funcionário no local para funcionar de maneira segura adequada e fluida, isto num dia normal. No entanto, para garantirmos que não existem falhas e que existe assistência disponível constantemente, optámos por empregar duas pessoas, um gerente e um administrativo.

O gerente será o responsável máximo da empresa e as suas funções passam pela introdução da empresa ao mercado, pela criação de estratégias de marketing e divulgação, pela angariação de clientes, pelas relações públicas, pela contratação e formação do pessoal, pela gestão do estúdio fotográfico, do equipamento e dos seus clientes, pela assistência técnica fornecida aos clientes, tal como quaisquer outras questões logísticas associadas à da empresa,

e garantirá que o estúdio continuará a funcionar de maneira normal diariamente assumindo todas as funções se necessário.

O administrativo será formado após a sua contratação e a sua função principal será a de aprender e executar todas as funções do gerente, de maneira a que futuramente, o mesmo se torne o gerente e possa continuar a ajudar o estúdio a crescer e a evoluir de acordo com o plano.

Capítulo 10 - Fatores Críticos de Sucesso

Os fatores críticos de sucesso deste projeto são os seguintes:

- O Capital inicial. Devemos ter uma base sólida de capital inicial para garantirmos que a fase de lançamento e de estrutura inicial é cumprida com sucesso e sem percalços devido á falta de fundos.
- Um Estúdio que responda às necessidades dos clientes. O espaço necessário para criar um estúdio fotográfico que esteja de acordo com as nossas preferências.
- O estabelecimento e o desenvolvimento de excelentes relações com parceiros, clientes e outros profissionais relacionados com o negócio-

Capítulo 11 - Avaliação Financeira

Tabela 11.1. – Resumo da Avaliação do Projeto

	0	1	2	3	4	5
Avaliação do projeto/investimento						
1. Pós Financiamento	Considera Valor Residual	Considera Perpetuidade				
VAL (Valor atualizado Líquido)	13 453,79 €	73 146,01 €				
TIR (Taxa Interna Rentabilidade)	31,29%	58,44%				
Payback (Período de Recuperação de Capital)	3,75	3,75	anos			
Valor Residual (VR)	-5 667,70 €					
Valor da perpetuidade	109 850,50 €					
2. Pré-Financiamento	Considera Valor Residual	Considera Perpetuidade				
VAL (Valor atualizado Líquido)	13 453,79 €	73 146,01 €				
TIR (Taxa Interna Rentabilidade)	31,29%	58,44%				
Payback (Período de Recuperação de Capital)	3,75	3,75	anos			
Valor Residual (VR)	-5 667,70 €					
Valor da perpetuidade	109 850,50 €					
3. Investidor	Considera Valor Residual	Considera Perpetuidade				
VAL (Valor atualizado Líquido)	13 453,79 €	73 146,01 €				
TIR (Taxa Interna Rentabilidade)	31,29%	58,44%				
Payback (Período de Recuperação de Capital)	3,75	3,75	anos			
Valor Residual (VR)	-5 667,70 €					
Valor da perpetuidade	109 850,50 €					
Ponto Crítico (Analisar o ano cruzeiro definido em "Pressupostos")						
	0	1	2	3	4	5
Total custos Fixos e Variáveis		126 627,54 €	236 319,44 €	126 627,54 €	236 319,44 €	414 093,17 €
Total custos fixos		111 520,15 €	203 869,68 €	348 760,03 €	540 520,12 €	415 615,86 €
Total custos variáveis		15 107,39 €	32 449,77 €	-222 132,49 €	-304 200,68 €	-1 522,69 €
Vendas anuais		260 301,60 €	535 700,69 €	1 093 900,81 €	2 233 745,46 €	3 844 834,38 €
Ponto Crítico de Vendas (valor)		118 391,35 €	217 015,25 €	289 893,03 €	475 732,86 €	415 451,33 €
Margem de segurança (valor)		141 910,25 €	318 685,44 €	804 007,79 €	1 758 012,61 €	3 429 383,05 €

(Fonte: Autor)

Tabela 11.2. - Resumo da Avaliação de Rácios Financeiros

Rácios Financeiros	1	2	3	4	5
Margem Operacional	14%	14%	14%	14%	15%
Margem líquida	6%	7%	7%	7%	7%
Rentabilidade do Ativo	11%	10%	10%	9%	9%
Turnover do ativo	174%	159%	146%	135%	125%
ROIC (Rentabilidade do Capital Investido)	11%	10%	10%	9%	9%
ROE (Rentabilidade do Capital Próprio)	13%	12%	11%	11%	10%
Liquidez geral	296%	421%	544%	665%	784%
Autonomia Financeira	83%	85%	86%	87%	88%
Endividamento	17%	15%	14%	13%	12%
Solvabilidade	596%	651%	709%	768%	826%

(Fonte: Autor)

11.1. - Objetivo do Estudo de Viabilidade Económico-Financeira

O estudo de viabilidade económico e financeiro desempenha um papel crucial na análise e planeamento de qualquer negócio. Este estudo tem como objetivo principal avaliar a sustentabilidade e rentabilidade do negócio do Estúdio Fotográfico Anything Corporation, oferecendo *outputs* essenciais da componente financeira do Plano de Negócios.

Um dos objetivos fundamentais do estudo de viabilidade económico e financeiro é determinar a viabilidade do Estúdio no curto, médio e longo prazo. Isso implica analisar os potenciais custos e despesas envolvidos na criação e manutenção do mesmo, incluindo o aluguer do espaço, aquisição de equipamentos, despesas operacionais e recursos humanos. Ao estimar as receitas esperadas, como nas duas modalidades “Gold” (mensalidade) e “Silver” (horas avulso), e compará-las com os custos, é possível assim avaliar se o projeto do Estúdio será capaz de gerar lucro e ser sustentável ao longo do tempo. Além disso, o estudo de viabilidade económico e financeiro visa determinar o retorno do investimento. Isso envolve a análise do fluxo de caixa esperado ao longo dos cinco anos, considerando as receitas e despesas previsionais, bem como o tempo necessário para recuperar o investimento inicial. Com base nessa análise, é possível avaliar a atratividade do negócio do ponto de vista financeiro e tomar decisões informadas sobre o investimento necessário.

11.2. - Análise da Viabilidade Económico-Financeira

11.2.1. - Pressupostos do Projeto

Relativamente ao conjunto de pressupostos estabelecidos para a análise que se segue, cabe realçar que se considera um período de análise previsional de 5 anos, com a exploração a começar no ano 1; não são considerados investimentos de reposição; Todas as fontes de informação estão devidamente identificadas e a atualização dos salários é conforme a taxa de inflação. O conjunto completo de pressupostos gerais é apresentado na seguinte tabela:

Tabela 11.3. – Conjunto Completo de Pressupostos Gerais

Pressupostos Gerais								
Unidade Monetária	EUR							
Ano de início de investimento	0							
nº de meses de exploração				12	12	12	12	12
nº dias funcionamento ano				183	365	365	365	365
Fiscalidade								
IRC	21,00%							
Derrama Municipal	1,50%							
IRS	15,00%							
Imposto de Selo aplicável aos juros	4,00%							
TSU Empresa	23,75%							
TSU Colaboradores	11,00%							
Seguros Acidentes Trabalho	1,00%							
IVA taxa normal	23,00%							
IVA taxa intermédia	13,00%							
IVA taxa reduzida	6,00%							
IVA isento/não sujeito	0,00%							
Inflação								
Taxa de inflação				5,90%	2,70%	2,10%	2,00%	2,00%
Taxa de crescimento de remunerações de pessoal				5,90%	2,70%	2,10%	2,00%	2,00%
Fundo de Manoeio								
Fundo de Manoeio	Dias							
PMR - Clientes	0							
DMI - Inventário de Mercadorias e Matéria-Prima	0							
DMI - Inventário de Produtos Acabados	0							
PMP - Fornecedores	30							
Custo de Capital: WACC								
Custo do Capital								
Taxa de atualização WACC (Custo médio ponderado do capital)	14,12%							
Custo do capital próprio (Rcp)	14,12%							
Obrigações Tesouro longo prazo (Taxa de juro sem risco) (Rf)	2,95%							
Beta unlevered (Bu)	0,88							
Taxa de remuneração de mercado (Rm)	11,90%							
Prémio de risco do país Pp	3,29%							
Custo da dívida com efeito fiscal (Rca x (1-t))	2,77%							
Taxa de juro de referência (Rca)	3,75%							
Taxa Crescimento perpetuidade								
Taxa de crescimento dos Cash Flows na perpetuidade	2,00%							

(Fonte: Autor)

11.2.2. - Fontes de Financiamento

Este projeto irá ser financiado por capitais próprios.

11.2.3. - Investimento e Financiamento Previsionais

No quadro seguinte, apresentam-se os valores, sem IVA, do conjunto de investimentos tidos como indispensáveis para o arranque do projeto.

Tabela 11.4. – Investimento, Depreciações e Amortizações

Investimento, Depreciações e Amortizações						
	0	1	2	3	4	5
CAPEX (Investimento)	33 026,83 €					
Ativo fixo tangíveis	33 026,83 €					
Terrenos e Recursos Naturais						
Edifícios e outras construções	5 300,00 €					
Equipamento básico	21 095,12 €					
Equipamento ligeiro						
Equipamento de transporte						
Equipamento administrativo	6 631,71 €					
Outros Ativos Fixos Tangíveis						
Ativos intangíveis						
Projetos de desenvolvimento						
Programas de Computador						
Propriedade Industrial						
Outros Ativos Intangíveis						
CAPEX (Balanço)	33 026,83 €	27 269,46 €	21 512,10 €	15 754,73 €	9 997,37 €	4 240,00 €
Ativo fixo tangíveis	33 026,83 €	27 269,46 €	21 512,10 €	15 754,73 €	9 997,37 €	4 240,00 €
Terrenos e Recursos Naturais						
Edifícios e outras construções	5 300,00 €	5 088,00 €	4 876,00 €	4 664,00 €	4 452,00 €	4 240,00 €
Equipamento básico	21 095,12 €	16 876,10 €	12 657,07 €	8 438,05 €	4 219,02 €	0,00 €
Equipamento ligeiro						
Equipamento de transporte						
Equipamento administrativo	6 631,71 €	5 305,37 €	3 979,03 €	2 652,68 €	1 326,34 €	0,00 €
Outros Ativos Fixos Tangíveis						
Ativos intangíveis						
Projetos de desenvolvimento						
Programas de Computador						
Propriedade Industrial						
Outros Ativos Intangíveis						

(Fonte: Autor)

11.2.4. - Justificação do Investimento e Fundo de Maneio

Está previsto ser feito um investimento total no período em análise em ativos tangíveis de 33.026,83€ nas rubricas “Edifícios e outras construções”, “Equipamento básico” e “Equipamento Administrativo”, estes ativos englobam todo o investimento máquinas

fotográficas e equipamento complementar às mesmas, bem como obras, mobiliário, computadores e telemóveis, entre outros ativos.

Deve-se ainda salientar que a taxa de IVA do investimento, segundo (Artigo 18.º do Código do Imposto sobre o Valor Acrescentado), é de 23%, e que as taxas de depreciações usadas, segundo (Decreto Regulamentar n.º 25/2009, 14 de Setembro de 2009).

Tabela 11.5. – Justificação do Fundo de Maneio

Fundo de Maneio						
	0	1	2	3	4	5
Necessidades de Fundo de Maneio	6 377,17 €					
Clientes						
Inventários						
EOEP (Estado e Outros Entes Públicos)	6 377,17 €					
IVA	6 377,17 €					
Outros créditos a receber						
Recursos de Fundo de Maneio		9 113,68 €	9 337,25 €	9 533,33 €	9 724,00 €	9 918,48 €
Fornecedores		4 186,93 €	4 263,74 €	4 353,27 €	4 440,34 €	4 529,15 €
EOEP (Estado e Outros Entes Públicos)		4 926,75 €	5 073,51 €	5 180,06 €	5 283,66 €	5 389,33 €
IRS		508,32 €	522,04 €	533,01 €	543,67 €	554,54 €
IVA		3 240,82 €	3 342,06 €	3 412,25 €	3 480,49 €	3 550,10 €
TSU		1 177,61 €	1 209,40 €	1 234,80 €	1 259,50 €	1 284,69 €
FCT		4 186,93 €	4 263,74 €	4 353,27 €	4 440,34 €	4 529,15 €
Outras dívidas a pagar						
Fundo de Maneio	- 6 377,17 €	9 113,68 €	9 337,25 €	9 533,33 €	9 724,00 €	9 918,48 €
Variação Fundo de Maneio	- 6 377,17 €	-5 490,85 €	223,57 €	196,08 €	190,67 €	194,48 €

(Fonte: Autor)

O investimento em Fundo de Maneio consiste da diferença entre as necessidades de fundo de maneio do ano N e as necessidades de fundo de maneio do ano N-1. A fórmula de cálculo das necessidades de fundo de maneio consiste na soma da conta dos clientes e dos inventários/existências subtraindo o valor da conta dos fornecedores (NFM = Clientes + Inventário-Fornecedores).

O Fundo de Maneio é o montante que a empresa precisa para desenvolver a sua atividade empresarial de forma equilibrada, onde engloba a capacidade financeira em assegurar no curto-prazo a capacidade de gerar liquidez suficiente para fazer face aos pagamentos diários bem como criar um excedente financeiro para fazer face a futuras dificuldades financeiras.

Tabela 11.6. – Justificação do Investimento

CAPEX (Investimento)	Montante	Justificação
Ativos Fixos Tangíveis		
Computador - MacBook Air M2	1.527,64€	O Computador <i>MacBook Air 2</i> é um dispositivo com elevada capacidade de processamento, ideal para lidar com processamento e edição de imagens e fotografias, além disso é essencial para executar tarefas administrativas
Telemóvel – Apple Iphone 14 Pro Max 1T	1.324,39€	Este equipamento é essencial para a comunicação da equipa para com os fornecedores, clientes e outros <i>stakeholders</i> , este telemóvel permite uma autonomia assinalável, além de contar com uma máquina fotográfica fantástica sendo um equipamento altamente viável e ideal para a promoção nas redes sociais.
Computador - MacBook Studio M1 CPU 20core	3.779,67€	É ideal para tarefas que requerem um elevado poder de processamento, como a edição de vídeo e edição avançada de imagens. A sua capacidade e eficiência energética contribuem para elevados índices de produção.
Canon EOS R3	4.877,24€	Esta câmara é uma escolha adequada para fotógrafos profissionais que procuram um desempenho superior e tecnologia avançada. A sua resolução de imagem, velocidade de disparo e recursos de focagem automática proporcionam resultados excecionais em diversas situações fotográficas tornando-se uma camara ideal para garantir que os nossos clientes têm material de qualidade para fotografar, se assim precisarem.
Canon EOS R5	3.251,22€	A <i>Canon EOS R5</i> é uma câmara de excelência que oferece qualidade de imagem extraordinária e recursos avançados de gravação de vídeo.
Bateria Canon LP-E19	182,93€	A aquisição de baterias adicionais justifica-se para garantir uma fonte de energia contínua durante sessões fotográficas prolongadas, permitindo que os fotógrafos capturem imagens sem interrupções.
Bateria Canon LP- E6NH	96,75€	Ter baterias adicionais é essencial para garantir que o equipamento fotográfico esteja sempre pronto a ser usado e para evitar interrupções nas sessões de fotografia.
Cartão Sandisk EP CFE B 128Gb	207,32€	O investimento em cartões de memória de elevada capacidade e velocidade de gravação permite armazenar um grande número de imagens em formato RAW, garantindo flexibilidade e eficiência na captura de fotografias.
Lente Canon RF 50mm f/1.2L	2.154,47€	A escolha de lentes de alta qualidade, como a <i>Canon RF 50mm f/1.2L</i> , justifica-se pelos resultados nítidos, detalhes precisos e desfocagem atrativa em retratos e fotografias com pouca luz. A aquisição de duas lentes destas amplia as possibilidades criativas e satisfaz as necessidades de diferentes projetos fotográficos.
Lente Canon RF 24- 105 mm f/4L	1.012,20€	A objetiva <i>Canon RF 24-105 mm f/4L</i> foi especialmente concebida para as câmaras com montagem RF, proporcionando um desempenho ótico melhorado e uma experiência de utilização superior. A sua gama de distância focal de 24-105 mm oferece uma ampla variedade de possibilidades fotográficas, permitindo capturar desde paisagens abrangentes até retratos com um único equipamento. A abertura máxima constante de f/4 em toda a gama focal garante uma excelente qualidade de imagem, mesmo em condições de pouca luz. Isto proporciona uma maior flexibilidade para fotografar em diferentes ambientes e situações, além de permitir um controlo eficaz da profundidade de campo.
Armário Estanque Sirui Hc-70	234,96€	Este armário estanque é essencial para proteger os equipamentos fotográficos da humidade e poeira, garantindo a sua durabilidade e bom funcionamento ao longo do tempo.
Flash Canon Speedlite 430 Ex III Rt	280,49€	O investimento no flash <i>Canon Speedlite 430 EX III RT</i> é justificado pela sua versatilidade e qualidade de iluminação. Com o <i>Speedlite 430 EX III RT</i> , os fotógrafos têm a capacidade de criar efeitos de luz profissionais, reduzir sombras indesejadas e realçar os detalhes de uma cena. Desta forma, o investimento no flash <i>Canon Speedlite 430 EX III RT</i> é justificado pelo seu desempenho e capacidade de fornecer iluminação adicional de alta qualidade, contribuindo para a excelência das nossas produções fotográficas e para a satisfação dos nossos clientes
Kit Flash 600 Godox QT600IIM	1.016,26€	Este kit de flash é necessário para fornecer iluminação adequada em sessões de fotografia profissional. Com potência e ajustes precisos, o kit permite controlar a intensidade da luz, proporcionando resultados de iluminação profissional e captura de imagens de alta qualidade.
Kit Flash 300 Godox MS300-D	459,35€	O kit de flash <i>Godox MS300-D</i> é uma escolha adequada para sessões de fotografia em menor escala. Com recursos de ajuste de potência e luz estável, o kit oferece iluminação versátil e consistente para atender a diferentes necessidades fotográficas
Kit Flash 1200 Godox AD1200 Pro	1.259,35€	Este kit de flash de alta potência é essencial para sessões de fotografia em estúdio ou exteriores que requerem iluminação intensa. Com recursos avançados, como tempos de reciclagem rápidos e ajuste preciso de potência, o kit oferece iluminação profissional para capturar imagens impressionantes.
Godox Parabólica 120cm S	85,37€	A parabólica de 120cm é um acessório essencial para direcionar e controlar a luz do flash de forma eficiente. Com a sua forma e design específicos, ela ajuda a criar efeitos de iluminação suaves e direcionados, proporcionando uma qualidade de luz profissional às fotografias
Godox Pro Beauty Dish 54cm BDR S	121,14€	O <i>beauty dish</i> é um acessório versátil que suaviza a luz e cria um brilho atraente nos retratos. Com o seu design específico, este <i>beauty dish</i> proporciona iluminação suave e uniforme, realçando a beleza dos sujeitos fotografados.

Godox Snoot SN-01 S	21,95€	O <i>snoot</i> é um acessório que permite concentrar a luz do flash numa área específica, criando efeitos de iluminação direcionada e destacando detalhes específicos na fotografia. Com o <i>snoot Godox SN-01 S</i> , é possível controlar com precisão a direção e a intensidade da luz emitida.
Godox Caixa de Luz QR-P120	121,95€	A caixa de luz <i>QR-P120</i> é um acessório fundamental para a difusão da luz do flash, proporcionando uma iluminação suave e uniforme. Com este acessório, é possível obter uma qualidade de luz mais suave e reduzir sombras indesejadas nas fotografias.
Godox Caixa de Luz Lantern Cs-85	47,97€	A caixa de luz <i>lantern</i> é um acessório versátil que oferece iluminação suave e difusa. Com o seu design único, ela proporciona uma luz envolvente e suave, sendo ideal para retratos e outras situações em que se deseja uma iluminação suave e difusa.
Godox Sombrinha branca UB-165W	57,72€	A sombrinha branca é um acessório essencial para a difusão da luz do flash, proporcionando uma iluminação suave e uniforme. Com esta sombrinha, é possível obter uma iluminação suave e reduzir sombras indesejadas nas fotografias.
Godox Sombrinha UB-002 84cm	17,89€	A sombrinha <i>UB-002</i> é um acessório versátil que oferece iluminação suave e difusa. Com o seu design prático e fácil de usar, ela proporciona uma luz envolvente e suave, sendo ideal para retratos e outras situações em que se deseja uma iluminação suave e difusa.
Godox Xt-16 Disparador	17,89€	O disparador <i>Godox Xt-16</i> é um equipamento indispensável para controlar os flashes remotamente. Com ele, é possível ajustar a potência e sincronizar vários flashes de forma conveniente, facilitando o trabalho dos fotógrafos e garantindo a precisão na iluminação
Godox Disparador DM-16	28,46€	O disparador <i>DM-16</i> é um equipamento versátil que permite controlar o disparo remoto de flashes, proporcionando maior flexibilidade e precisão durante as sessões fotográficas.
Mobiliário	4.878,05€	O investimento em mobiliário adequado, como cadeiras ergonómicas, mesas de trabalho e armazenamento de equipamentos, contribui para o conforto e eficiência dos colaboradores, garantindo um ambiente de trabalho adequado
Material de escritório	650,41€	A aquisição de material de escritório, como papel, canetas, impressoras e computadores adicionais, é fundamental para manter a operação administrativa do estúdio a funcionar adequadamente.
Obras e remodelações	5.300,00€	O espaço necessitará de obras e remodelações de melhoramento com o objetivo de adaptar o espaço à atividade empresarial.

(Fonte: Autor)

No caso do nosso estúdio, optou-se pelo prazo médio de pagamento aos fornecedores de 60 dias e naturalmente não existe duração média de inventário. Além disso, o prazo médio de recebimento dos clientes é de 0 dias, significa que os clientes pagarão os serviços no ato da aquisição das duas modalidades de serviços.

Portanto, o fundo de maneiio é um indicador financeiro que permite à empresa identificar a diferença entre as necessidades e os recursos disponíveis para financiar a atividade operacional no curto prazo, para além de identificar o montante financeiro excedente para fazer face a dificuldades financeiras.

No estudo em causa, as necessidades de fundo de maneiio no Ano 0 totalizam 6.377,17€. Este montante é composto exclusivamente à quantia referente ao Imposto do Valor Acrescentado (IVA) liquidado no âmbito do Investimento em Ativos tangíveis. É importante salientar que, a partir do primeiro ano e até ao quinto ano, as necessidades de fundo de maneiio serão zero, pois a empresa não terá conta de clientes em aberto, pois o prazo médio de recebimento é zero, isto indica que a empresa no curto prazo terá mais recursos do que necessidades e isso é um excelente indicador da sustentabilidade do negócio no curto prazo. Os recursos de fundo de maneiio consistem no desfasamento de tempo entre o pagamento da fatura e a respetiva fatura aos fornecedores. Nos cinco anos em análise observa-se um aumento,

isto significa que o prazo médio de pagamento se mantém constante, mas ao mesmo tempo existe um aumento dos preços justificados pela taxa de inflação.

Analisando a composição desses recursos, identificamos que nas duas principais rubricas existe um aumento ao longo do período em análise, relativamente aos fornecedores, esta rubrica aumentará ao longo dos 5 anos. No primeiro ano, a conta de fornecedores atingirá o montante de 4.186,93€, no quinto ano o montante alocado a esta rubrica atingirá 4.529,15€. Relativamente ao Estado e outros entes públicos é observável um aumento destes recursos provenientes de impostos a receber, como por exemplo o IVA. Estes recursos totalizarão no Ano 1 o montante de 4.926,75€ e no Ano 5 o montante de 5.389,33€.

Com base na análise do mapa de fundo de maneiio, observa-se uma melhoria na posição financeira da empresa, justificado pelo prazo médio de pagamento combinado com a taxa de inflação prevista ao longo dos cinco anos em estudo.

11.3. - Projeção das Vendas e Serviços Prestados

11.3.1. - Vendas e Serviços Prestados

Nos quadros seguintes é possível observar as projeções completas da Venda de Produtos (a preços correntes) associados ao projeto, a 5 anos, baseadas nos pressupostos explicitados:

Tabela 11.7. – Projeção das Vendas e Serviços Prestados

Horas diárias	Nº dias por ano	Nº horas por ano				
8	264	2112				
	Preço c/IVA	Preço S/IVA				
Gold (Mensalidade)	350,00 €	284,55 €				
Silver (Avulso)	40,00 €	32,52 €				
Gold (Mensalidade)						
Nº de pessoas	<u>10</u>	<u>15</u>	<u>20</u>	<u>25</u>	<u>30</u>	<u>35</u>
Faturação Mensal	2 845,53 €	4 268,29 €	5 691,06 €	7 113,82 €	8 536,59 €	9 959,35 €
Faturação Anual	34 146,34 €	51 219,51 €	68 292,68 €	85 365,85 €	102 439,02 €	119 512,20 €
Silver (Avulso)						
Taxa ocupação	<u>10%</u>	<u>20%</u>	<u>30%</u>	<u>40%</u>	<u>50%</u>	<u>60%</u>
Nº horas anuais	211	422	634	845	1056	1267
Faturação anual	6 868,29 €	13 736,59 €	20 604,88 €	27 473,17 €	34 341,46 €	41 209,76 €
Nº horas mensais	19	38	58	77	96	115
Faturação mensal	624,39 €	1 248,78 €	1 873,17 €	2 497,56 €	3 121,95 €	3 746,34 €
Nº horas diárias	0,80	1,60	2,40	3,20	4,00	4,80
Faturação diária	26,02 €	52,03 €	78,05 €	104,07 €	130,08 €	156,10 €
Total						
Total mensal	3 469,92 €	5 517,07 €	7 564,23 €	9 611,38 €	11 658,54 €	13 705,69 €
Total anual	41 014,63 €	64 956,10 €	88 897,56 €	112 839,02 €	136 780,49 €	160 721,95 €

(Fonte: Autor)

Tabela 11.8. – Vendas de Produtos

			1	2	3	4	5
Vendas de Produtos	IVA aplicável	Mensalidade	72 321,95 €	74 274,64 €	75 834,41 €	77 351,10 €	78 898,12 €
IVA Vendas de Produtos	23,00%		16 634,05 €	17 083,17 €	17 441,91 €	17 790,75 €	18 146,57 €
Vendas de Produtos	IVA aplicável	Avulso	21 820,57 €	22 409,72 €	22 880,33 €	23 337,93 €	23 804,69 €
IVA Vendas de Produtos	23,00%		5 018,73 €	5 154,24 €	5 262,48 €	5 367,72 €	5 475,08 €

(Fonte: Autor)

11.3.2. - Justificação da Projeção das Vendas e Serviços Prestados

Dado que neste projeto as Vendas e Serviços Prestados incidem sobre Mensalidades e Horas Avulso, nas quais corresponde 350,00€/mês com IVA à taxa legal de 23% incluído e 40,00€/hora com IVA à taxa legal de 23% incluído.

Dado estes dois serviços, optou-se em primeira instância calcular o valor da faturação mensal e anual do serviço “Gold” (Mensalidade). Optou-se por simular o valor respetivo de faturação com base no nº de pessoas que irão contratar o respetivo serviço. O nº de pessoas varia entre 10 e 35, onde nas quais corresponde ao valor anual de faturação de 34.146,34€ (10 pessoas) e de 119.512,20€ (35 pessoas).

Em segunda instância calculou-se a faturação anual do serviço “Silver” (horas avulso), neste caso as variáveis de impacto incidem sobre o nº total de horas por ano e a taxa de ocupação dessas mesmas horas. O estúdio irá trabalhar 8 horas por dia e 6 dias por semana, com um mês de encerramento para férias, isso resulta num total de dias a laboral de 264 e que corresponde a 2112 horas laboradas por ano.

Relativamente à outra variável de impacto que é a taxa de ocupação a mesma varia entre 10% e 60%, que corresponde a uma faturação anual de 6.868,29€ (10% de ocupação) e de 41.209,756€ (60% de taxa de ocupação). Neste sentido as horas mensais correspondentes a 10% e a 60% são 19 e 115.

Posto isto, para o negócio ter o mínimo de sustentabilidade definiu-se 20 como o número mínimo de pessoas que adquiriram o serviço “Gold”, onde corresponde o montante de faturação previsto de 68.292,68€ + IVA, e igualmente definiu-se no serviço “Silver” a taxa de ocupação de 30% que corresponde a 58 horas mensais.

Conclui-se que para o projeto ter viabilidade financeira terá de apresentar o montante de faturação anual de 88.897,56€.

11.3.3. - Projeção dos Custos e Gastos

Tabela 11.9. – Fornecimentos e Serviços Externos (FSE)

	1	2	3	4	5
Total FSE	48 224,83 €	49 168,39 €	50 200,93 €	51 204,95 €	52 229,05 €
IVA dos FSE	2 207,86 €	2 185,02 €	2 230,91 €	2 275,52 €	2 321,03 €
Subcontratos					
Subcontratos					
Serviços Especializados	4 851,83 €	4 982,83 €	5 087,47 €	5 189,22 €	5 293,00 €
Trabalhos Especializados	254,03 €	260,89 €	266,37 €	271,70 €	277,13 €
Publicidade e Propaganda	1 059,00 €	1 087,59 €	1 110,43 €	1 132,64 €	1 155,29 €
Vigilância e Segurança	2 268,00 €	2 329,23 €	2 378,15 €	2 425,71 €	2 474,22 €
Honorários					
Comissões					
Conservação e Reparação	1 270,80 €	1 305,11 €	1 332,52 €	1 359,17 €	1 386,35 €
Materiais					
Ferramentas e Utensílios de Desgaste Rápido					
Livros e Documentação Técnica					
Material de Escritório					
Artigos para Oferta					
Energia e Fluidos	889,56 €	913,58 €	932,76 €	951,42 €	970,45 €
Eletricidade	444,78 €	456,79 €	466,38 €	475,71 €	485,22 €
Combustíveis					
Água	444,78 €	456,79 €	466,38 €	475,71 €	485,22 €
Deslocações, Estadas e Transportes					
Deslocações e Estadas					
Transportes de Pessoal					
Transportes de Mercadorias					
Serviços Diversos	42 356,36 €	43 141,48 €	44 047,45 €	44 928,40 €	45 826,96 €
Rendas e Alugueres	38 124,00 €	39 153,35 €	39 975,57 €	40 775,08 €	41 590,58 €
Comunicação	1 041,93 €	1 070,06 €	1 092,53 €	1 114,38 €	1 136,67 €
Seguros	172,67 €	177,33 €	181,06 €	184,68 €	188,37 €
Royalties					
Contencioso e Notariado	476,16 €	130,51 €	133,25 €	135,92 €	138,64 €
Despesas de Representação					
Limpeza, Higiene e Conforto	2 541,60 €	2 610,22 €	2 665,04 €	2 718,34 €	2 772,71 €
Outros Serviços	127,08 €	130,51 €	133,25 €	135,92 €	138,64 €
Outros Serviços	127,08 €	130,51 €	133,25 €	135,92 €	138,64 €

(Fonte: Autor)

Tabela 11.10. – Gastos com pessoal

	2024	2025	2026	2027	2028
	32 760,80	33 645,34	34 230,63	34 915,25	35 559,13
Nº Trabalhadores	2	2	2	2	2
Gerência	1	1	1	1	1
Administrativo	1	1	1	1	1
Remuneração Base Total (Inclui IHT, diuturnidades)	23 721,60 €	24 362,08 €	24 873,69 €	25 371,16 €	25 878,58 €
Gerência	11 860,80 €	12 181,04 €	12 436,84 €	12 685,58 €	12 939,29 €
Operacionais	11 860,80 €	12 181,04 €	12 436,84 €	12 685,58 €	12 939,29 €
Subsídio de Alimentação Total	2 659,78 €	2 731,60 €	2 667,70 €	2 721,06 €	2 721,06 €
Subsídio de Alimentação	2 659,78 €	2 731,60 €	2 667,70 €	2 721,06 €	2 721,06 €
Segurança Social	8 243,26 €	8 465,82 €	8 643,61 €	8 816,48 €	8 992,81 €
TSU Empresa	5 633,88 €	5 785,99 €	5 907,50 €	6 025,65 €	6 146,16 €
TSU Colaboradores	2 609,38 €	2 679,83 €	2 736,11 €	2 790,83 €	2 846,64 €
IRS	3 558,24 €	3 654,31 €	3 731,05 €	3 805,67 €	3 881,79 €
IRS	3 558,24 €	3 654,31 €	3 731,05 €	3 805,67 €	3 881,79 €
Seguros de Acidente de Trabalho	237,22 €	243,62 €	248,74 €	253,71 €	258,79 €
Seguros de Acidente de Trabalho	237,22 €	243,62 €	248,74 €	253,71 €	258,79 €
Outros Gastos com Pessoal (Formação, HST, EPI, outros)	508,32 €	522,04 €	533,01 €	543,67 €	554,54 €
IVA					
Formação	508,32 €	522,04 €	533,01 €	543,67 €	554,54 €

(Fonte: Autor)

11.3.4. - Justificação sumária dos pressupostos utilizados na previsão dos FSE e Gastos com pessoal

Os gastos mais significativos para a empresa são o custo da mercadoria vendida e matérias consumidas (CMVMC), fornecimentos e serviços externos (FSE) e gastos com o pessoal.

Apresentaremos de seguida os custos variáveis e custos fixos que a empresa terá de suportar nos primeiros cinco anos de atividade. Iniciamos pelos custos variáveis que dependem das quantidades vendidas e dos custos unitários e pelos custos fixos que estão diretamente alocados aos FSE. Acresce à taxa legal de IVA.

Tabela 11.11. – Custos Fixos e Variáveis

FSE	Montante Mensal	Custo Fixo/Variável
Trabalhos Especializados	19,99 €	Fixo
Publicidade e Propaganda	83,33 €	Fixo
Vigilância e Segurança	178,47 €	Fixo
Conservação e Reparação	100,00 €	Fixo
Eletricidade	35,00 €	Variável
Água	35,00 €	Variável
Rendas e Alugueres	3.000,00 €	Fixo
Comunicação	81,99 €	Fixo
Seguros	13,59 €	Fixo
Contencioso e Notariado	10,00 €	Fixo
Limpeza, Higiene e Conforto	200,00 €	Fixo
Outros Serviços	10,00 €	Fixo

(Fonte: Autor)

O quadro da empresa é composto por um sócio-gerente, com uma remuneração base de 800,00 € mensais, e 1 funcionário que irá ser contratado igualmente com uma remuneração base de 800,00€ mensais. Este funcionário está diretamente relacionado com tarefas administrativas e de receção aos clientes.

Neste valor, para além das remunerações está incluído o subsídio de alimentação de 5,20€ diários, as taxas contributivas para a segurança social que serão, segundo (Segurança Social, s.d.), de 23,75% a pagar por parte da empresa. Além disso, a empresa investirá em formação o valor mensal de 20,00€ por funcionário durante os cinco anos do projeto.

11.4. - Demonstração de Resultados Previsional

Tabela 11.12. – Demonstração de Resultados Previsional

Demonstração de Resultados						
	0	1	2	3	4	5
Vendas e Serviços prestados		94 142,52 €	96 684,36 €	98 714,74 €	100 689,03 €	102 702,81 €
Subsídios à Exploração						
Variação nos Inventários da Produção						
Trabalhos para a Própria Entidade						
CMVMC						
FSE		-48 224,83 €	-49 168,39 €	-50 200,93 €	-51 204,95 €	-52 229,05 €
Gastos com o Pessoal		-32 760,80 €	-33 645,34 €	-34 230,63 €	-34 915,25 €	-35 559,13 €
Imparidade de Inventários (Perdas/Reversões)						
Imparidade de Dívidas a Receber (Perdas/Reversões)						
Provisões (Aumentos/Reduções)						
Imparidade de Investimentos Não Depreciáveis/Amortizáveis (Perdas/Reversões)						
Aumentos/Reduções de Justo Valor						
Outros Rendimentos						
Outros Gastos						
EBITDA (Resultado antes de Depreciações, Gastos de Financiamento e Impostos)		13 156,89 €	13 870,63 €	14 283,17 €	14 568,83 €	14 914,63 €
Gastos/Reversões de Depreciação e Amortização		-5 757,37 €	-5 757,37 €	-5 757,37 €	-5 757,37 €	-5 757,37 €
Imparidade de Ativos Depreciáveis/Amortizáveis (Perdas/Reversões)						
EBIT (Resultado Operacional)		7 399,52 €	8 113,26 €	8 525,80 €	8 811,47 €	9 157,27 €
Juros e Rendimentos Similares Obtidos						
Juros e Gastos Similares Suportados						
EBT (Resultado Antes de Impostos)		7 399,52 €	8 113,26 €	8 525,80 €	8 811,47 €	9 157,27 €
Imposto		-1 664,89 €	-1 825,48 €	-1 918,31 €	-1 982,58 €	-2 060,38 €
IRC		-1 553,90 €	-1 703,79 €	-1 790,42 €	-1 850,41 €	-1 923,03 €
Derrama Municipal		-110,99 €	-121,70 €	-127,89 €	-132,17 €	-137,36 €
Resultado Líquido		5 734,63 €	6 287,78 €	6 607,50 €	6 828,89 €	7 096,88 €

(Fonte: Autor)

11.4.1. - Justificação da Demonstração de Resultados

A demonstração de resultados é um mapa financeiro de suporte à análise financeira que apresenta o desempenho económico e operacional da empresa ou de determinada área de negócio. A demonstração de resultados destaca a diferença entre as receitas, os gastos e os custos operacionais da empresa, além de que apresenta o montante das depreciações dos respetivos ativos e os juros e gastos similares suportados caso haja financiamento bancário. Com a demonstração de resultados, é possível analisar a performance operacional do estúdio fotográfico Anything Corporation durante os cinco anos de estudo e assim avaliar a capacidade do mesmo em gerar cash-flows necessários para a sustentabilidade financeira no curto, médio e longo prazo.

As Vendas e Serviços prestados são uma rúbrica que avalia a capacidade do Estúdio em gerar receitas e vendas necessárias através da atividade operacional (vendas dos serviços referentes às modalidades “Mensalidade” e “Horas avulso”). Durante o período em análise destaca-se o aumento constante e regular desta rúbrica, é de referir que este aumento se deve ao aumento gradual dos preços (taxa de inflação) e não pela taxa de crescimento da rúbrica, pois não se considerou qualquer taxa de crescimento no projeto. No primeiro ano os montantes dos serviços prestados totalizarão 94.142,52€, e esse valor aumentará no último ano para 102.702,81€. Em termos de variação, este aumento representará um crescimento acumulado de 9% conforme a taxa de inflação.

Relativamente aos FSE, a lógica da taxa de crescimento e do aumento do montante devido à taxa de inflação mantém-se conforme justificado nas vendas e serviços prestados. No período em análise observa-se um aumento da rúbrica dos FSE conforme justificado anteriormente. No primeiro ano o estúdio apresenta o montante de 48.224,83€ e por fim no último ano esse montante irá aumentar para 52.229,05€. O aumento acumulado durante o período em análise será de aproximadamente de 8,3%.

Os gastos com pessoal englobam os salários e encargos associados aos dois trabalhadores do Estúdio. Durante o período em análise os gastos com pessoal crescem anualmente à taxa de inflação. No primeiro ano estes gastos com pessoal apresentarão o montante de 32.760,80€, no qual esse montante no ano 5, portanto o último ano irá aumentar para 35.559,13€. O crescimento acumulado durante o período em estudo será de aproximadamente 8,5%.

O EBITDA (Resultado antes de Depreciações, Gastos de Financiamento e Impostos) e o EBIT (Resultado Operacional) são indicadores fundamentais que indicam performance operacional do Estúdio. O EBITDA representa o resultado operacional antes de serem subtraídos os juros,

impostos, depreciação e amortizações, enquanto o EBIT é calculado após a dedução dos custos com depreciações e amortizações.

Relativamente ao EBITDA, ao longo dos cinco anos do projeto observa-se um aumento constante e regular, este aumento deve-se á combinação entre as vendas e serviços prestados com os FSE e com os gastos com pessoal. No primeiro ano o EBITDA apresentará o montante de 13.156,89€ enquanto o EBIT apresentará o montante de 7.399,52€, esta diferença de montantes é justificada pelas depreciações dos respetivos ativos tangíveis. No último ano o EBITDA ascenderá a 14.941,63€ enquanto o EBIT a 9.157,27€.

O resultado líquido é o montante apurado entre as vendas e a subtração de todas as despesas e custos, incluindo depreciações, juros e impostos. No período em análise observa-se um crescimento regular do resultado líquido e este montante é apurado através dos montantes descritos nos parágrafos anteriores, onde resulta no primeiro ano o montante de 5.734,63€ onde nos quais irá aumentar para 7.096,88€ no último ano. O crescimento acumulado do resultado líquido durante o período foi de aproximadamente 23,8%.

Conclui-se que com base na análise da demonstração de resultados um crescimento em todas as rúbricas durante o período em análise. Além disso, os indicadores de performance, como EBITDA, EBIT e Resultado Líquido, também apresentarão esse mesmo aumento.

É importante salientar que a empresa não pretende contratualizar qualquer tipo de financiamento bancário, o que indica que os ativos da empresa serão financiados com recursos de capitais próprios dos sócios, isto significa também que o estúdio pretende ter uma gestão financeira eficiente da sua atividade.

11.4.2. - Balanço Previsional

Tabela 11.13. – Balanço Previsional

Balanço	31/12/0	31/12/1	31/12/2	31/12/3	31/12/4	31/12/5
Ativo						
Ativo não corrente	33 026,83 €	27 269,46 €	21 512,10 €	15 754,73 €	9 997,37 €	4 240,00 €
Ativos fixos tangíveis	33 026,83 €	27 269,46 €	21 512,10 €	15 754,73 €	9 997,37 €	4 240,00 €
Propriedades de investimento						
Goodwill						
Ativos intangíveis						
Participações financeiras						
Outros investimentos financeiros						
Créditos a receber						
Ativos por impostos diferidos						
Ativo corrente	6 377,17 €	26 982,85 €	39 251,56 €	51 812,51 €	64 589,43 €	77 638,15 €
Inventários						
Ativos biológicos						
Clientes						
EOEP	6 377,17 €					
Capital subscrito e não realizado						
Caixa e depósitos bancários		26 982,85 €	39 251,56 €	51 812,51 €	64 589,43 €	77 638,15 €
Total do Ativo	39 404,00 €	54 252,31 €	60 763,66 €	67 567,24 €	74 586,79 €	81 878,15 €
Capital Próprio	39 404,00 €	45 138,63 €	51 426,41 €	58 033,91 €	64 862,79 €	71 959,68 €
Capital Social	39 404,00 €	39 404,00 €	39 404,00 €	39 404,00 €	39 404,00 €	39 404,00 €
Prestações suplementares						
Resultados Transitados			5 734,63 €	12 022,41 €	18 629,91 €	25 458,79 €
Reservas legais						
Resultado Líquido		5 734,63 €	6 287,78 €	6 607,50 €	6 828,89 €	7 096,88 €
Outras variações Capital Próprio						
Passivo						
Passivo não corrente						
Provisões						
Financiamentos obtidos (MLP)						
Responsabilidades por benefícios pós-emprego						
Passivo por impostos diferidos						
Outras dívidas a pagar						
Passivo corrente		9 113,68 €	9 337,25 €	9 533,33 €	9 724,00 €	9 918,48 €
Fornecedores		4 186,93 €	4 263,74 €	4 353,27 €	4 440,34 €	4 529,15 €
Adiantamento de clientes						
EOEP		4 926,75 €	5 073,51 €	5 180,06 €	5 283,66 €	5 389,33 €
Financiamentos obtidos (CP)						
Outras dívidas a pagar						
Diferimentos						
Total Passivo	0,00 €	9 113,68 €	9 337,25 €	9 533,33 €	9 724,00 €	9 918,48 €
Total Capital Próprio + Passivo	39 404,00 €	54 252,31 €	60 763,66 €	67 567,24 €	74 586,79 €	81 878,15 €

(Fonte: Autor)

11.4.3. - Justificação do Balanço Previsional

O Balanço previsional é a relação entre os ativos de uma empresa e como eles são financiados e em que tipo de modalidade (através de passivo ou capitais próprios). O Balanço permite calcular a posição e situação financeira do estúdio. Esta posição é calculada através da diferença entre ativos (conjunto de bens e direitos) e passivos (conjunto de obrigações). Esta posição

financeira resulta no Capital Próprio que é em grosso modo o capital que pertence à empresa e automaticamente aos sócios, este Capital Próprio é fundamental para auferir se a empresa tem capacidade de adquirir ativos e de gerar receitas através de autofinanciamento ou terá de recorrer a financiamento bancário (com os devidos juros e custos de oportunidade).

No estúdio fotográfico Anything Corporation o balanço apresenta um bom equilíbrio fruto da capacidade da empresa em gerar resultados líquidos positivos que influenciam positivamente o Capital Próprio. Relativamente ao Ativo, o Estúdio como não pretende continuar a investir nos restantes anos de atividade os Ativos tangíveis não irão sofrer aumentos, mas sim reduções devido à inflação. De salientar que a empresa e conforme o mapa de cash-flow consegue gerar fluxos de caixa positivos e aumentando constantemente ao longo dos anos. Em detalhe, observa-se uma diminuição constante dos ativos não correntes nomeadamente os ativos fixos tangíveis. A 31/12/0, o ativo não corrente será de 33.026,83€, e esse valor diminuirá para 4.240,00€ em 31/12/5. Como anteriormente descrito esta redução é explicada pela obsolescência e depreciação de ativos de longo prazo. Em contraponto, o ativo corrente representado pela Caixa e Depósitos Bancários apresenta a 31/12/1 o montante de 26.982,85€ esse montante irá aumentar a 31/12/5 para 77.638.15€. O capital próprio apresenta sempre resultados positivos, devido essencialmente às prestações suplementares e aos resultados líquidos positivos.

Como referido anteriormente o capital próprio é a diferença entre os ativos e os passivos. A 31/12/0 o capital próprio será de 39.404,00€ que essencialmente é explicado pelas prestações suplementares colocadas pelos sócios a fim de financiar o investimento inicial, e esse valor aumentará para 71.959,68€ a 31/12/5. O passivo não corrente representa as obrigações de médio e longo prazo, em contraponto o passivo corrente representa as obrigações de curto prazo do Estúdio. Relativamente ao passivo não corrente o mesmo é inexistente durante os cinco anos do projeto. Sobre o passivo corrente o mesmo apresenta valores muito constantes, onde se pode destacar as rubricas dos fornecedores e EOEP. A 31/12/1 o passivo corrente será de 9.113,68€, e esse valor a 31/12/5 aumentará para 9.918,48€.

11.5. - Mapa de *Cash-Flow* PrevisionalTabela 11.14. – Mapa de *Cash-flow* previsional

Mapa de Tesouraria						
	0	1	2	3	4	5
Cash Flow operacional		26 982,85 €	12 268,71 €	12 560,95 €	12 776,92 €	13 048,73 €
Inflow		122 172,47 €	118 921,77 €	121 419,12 €	123 847,51 €	126 324,46 €
Ano corrente						
Clientes		115 795,29 €	118 921,77 €	121 419,12 €	123 847,51 €	126 324,46 €
Inventários						
EOEP						
Outros créditos a receber						
Ano anterior						
Clientes						
EOEP		6 377,17 €				
Outros créditos a receber						
Outflow		95 189,62 €	106 653,05 €	108 858,18 €	111 070,59 €	113 275,73 €
Ano corrente						
Fornecedores		46 754,08 €	47 611,72 €	48 611,57 €	49 583,80 €	50 575,48 €
Gastos com Pessoal		20 450,98 €	21 003,16 €	21 322,97 €	21 749,43 €	22 129,99 €
EOEP						
IRS		3 049,92 €	3 132,27 €	3 198,05 €	3 262,01 €	3 327,25 €
IVA		16 204,10 €	16 710,32 €	17 061,24 €	17 402,46 €	17 750,51 €
TSU		7 065,65 €	7 256,42 €	7 408,81 €	7 556,98 €	7 708,12 €
FCT						
Outros Gastos						
Ano anterior						
Fornecedores			4 186,93 €	4 263,74 €	4 353,27 €	4 440,34 €
EOEP						
IRC		1 664,89 €	1 825,48 €	1 918,31 €	1 982,58 €	2 060,38 €
IRS			508,32 €	522,04 €	533,01 €	543,67 €
IVA			3 240,82 €	3 342,06 €	3 412,25 €	3 480,49 €
TSU			1 177,61 €	1 209,40 €	1 234,80 €	1 259,50 €
FCT						
Outros Gastos						
Cash Flow de Financiamento	39 404,00 €					
Inflow	39 404,00 €					
Capital e Prestações Suplementares	39 404,00 €					
Financiamentos						
Outflow						
Financiamentos						
Amortização de dívida						
Dividendos e juros						
Dividendos						
Juros e Gastos Similares						
Supportados						
Cash Flow de Investimento	-39 404,00 €					
Inflow						
Subsídio não reembolsável						
Outflow						
Ativos fixos	39 404,00 €					
Cash no início do ano	0,00 €	0,00 €	26 982,85 €	39 251,56 €	51 812,51 €	64 589,43 €
Cash no final do ano	0,00 €	26 982,85 €	39 251,56 €	51 812,51 €	64 589,43 €	77 638,15 €
Necessidades de Tesouraria	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €

(Fonte: Autor)

11.5.1. - Justificação do *Cash-Flow* Previsional

O estúdio fotográfico Anything Corporation apresenta fluxos de caixa (*cash-flows*) de exploração positivos desde o ano zero com tendência crescente, este facto permite concluir que o projeto tem estrutura para assumir as suas responsabilidades e cumprir as suas obrigações financeiras. O *cash-flow* acumulado apresenta valores positivos entre o ano 1 e o ano 5 devido ao aumento das vendas e consequentemente estabilidade nos prazos nos recebimentos e pagamentos.

Na tabela apresentamos o Mapa de *Cash-Flows* (Tesouraria), nele são calculados os *cash-flows* gerados em cada ano de atividade do Estúdio, refletindo as receitas e custos esperados pela atividade operacional do Estúdio. Os *cash-flows* correspondem aos fluxos de caixa, o que significa que foi determinado o saldo entre as entradas e as saídas de dinheiro do Estúdio durante o período em análise.

Referente ao *cash-flow* de Exploração, e sendo aquele que está diretamente ligado à atividade operacional do negócio. O resultado do ano zero tem um valor negativo justificado pelo facto desse ano ser o ano do investimento, sendo nos restantes cinco anos os valores sejam naturalmente positivos. Os *cash-flow* Operacionais são obtidos através da diferença entre os recebimentos e pagamentos operacionais de cada ano, onde em grosso modo representa o recebimento efetuado pelos clientes e as existências finais do ano (*inflow*), relativamente ao *outflow*, o mesmo é calculado através dos pagamentos efetuados aos fornecedores, ao pessoal e ao Estado. Em suma, o *cash-flow* operacional engloba todos os movimentos de dinheiro, que estão diretamente relacionados com a diferença entre os recebimentos e pagamentos.

O *cash-flow* do financiamento resulta da entrada e saída de dinheiro resultante do pagamento de juros, dividendos e amortização de capital em dívida e resultado do recebimento de montantes provenientes do capital social da empresa e/ou prestações suplementares e dos financiamentos obtidos. Relativamente à entrada/recebimento de montante os mesmos são denominados por *inflow*, em contraponto a saída/pagamento são denominados por *outflow*. Neste estudo, no ano 0 (ano do investimento), o *cash-flow* de Financiamento é caracterizado pela entrada de montante alocado ao investimento em ativos tangíveis e fundo de manuseio provenientes/financiados através da entrada de prestações suplementares dos sócios, na qual resulta uma entrada de 39.404,00€. O Estúdio não necessitará de novos investimentos num prazo de cinco anos, como tal não existe entrada de montantes necessários a financiar o investimento do Estúdio. Como todo o investimento é financiado através de prestações suplementares dos sócios, naturalmente o Estúdio não irá recorrer a nenhum financiamento

bancário e, portanto, não haverá *inflow* de capital proveniente dessa via nem *outflow* relativamente a juros e amortizações de capital. De destacar que não se encontra estabelecido o pagamento de dividendos aos sócios da empresa, portanto essa saída monetária não será realizada.

O *cash-flow* do investimento é resultado da diferença entre a aquisição de ativos fixos e o recebimento de subsídios não reembolsáveis por exemplo provenientes do Estado. No estudo em causa, naturalmente não existe montantes alocados à rubrica subsídios de exploração, em contraponto o ativo fixo tangível tem o montante de 39.404,00€ que são financiados através das prestações suplementares dos sócios.

Conclui-se que o Estúdio não necessitará no curto, médio e longo prazo de financiamento bancário, sendo que os investimentos iniciais em ativos são totalmente financiados pelo capital dos sócios, também se conclui que este negócio não carece de necessidades de tesouraria, pois a atividade operacional é totalmente financiada pelo recebimento proveniente das receitas das modalidades “Mensalidade” e “Horas avulso”.

11.6. - Análise de Viabilidade: *Cash-Flow*, VAL, TIR e Payback

Análise de *cash-flows* através das três óticas para os 6 primeiros anos de exploração do projeto. Apresenta-se em seguida o quadro de *cash-flows* previsionais do projeto e cálculo dos indicadores típicos de viabilidade.

Esta análise assume uma taxa de Crescimento dos *cash-flows* na perpetuidade igual a 2% (cenário bastante modesto).

Tabela 11.15. – Investimento Pós-financiamento. Cash Flows (FCFF) atualizados pelo Custo Médio Ponderado do Capital (WACC)

	0	1	2	3	4	5
<p>O método dos FCFF (Free Cash Flows to the Firm), na ótica do capital (Investimento pós-financiamento) incorpora os efeitos do capital alheio refletidos na taxa de utilização. Taxa de atualização = wacc (custo médio ponderado do capital) = $R_{cp} \cdot CP / (CP+CA) + R_{ca} \cdot (1-t_i) \cdot CA / (CP+CA)$. com $R_{cp} = r_e = R_f + B_u \cdot (R_m - R_f)$ e R_{ca} = Taxa de remuneração (juro efetiva) do capital alheio. A taxa de atualização no ano 0 é considerada constante para todos o períodos.</p>						
1. Projeto/Investimento Pós-financiamento Cash Flows (FCFF) atualizados pelo Custo Médio Ponderado do Capital (WACC)						
+ EBIT	0,00 €	7 399,52 €	8 113,26 €	8 525,80 €	8 811,47 €	9 157,27 €
- Imposto	0,00 €	-1 664,89 €	-1 825,48 €	-1 918,31 €	-1 982,58 €	-2 060,38 €
+ Depreciações e Amortizações	0,00 €	5 757,37 €	5 757,37 €	5 757,37 €	5 757,37 €	5 757,37 €
- Variação Fundo de Maneyo	-6 377,17 €	15 490,85 €	223,57 €	196,08 €	190,67 €	194,48 €
- CAPEX	-33 026,83 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Cash Flow Operacional	-39 404,00 €	26 982,85 €	12 268,71 €	12 560,95 €	12 776,92 €	13 048,73 €
Valor residual						-5 678,48 €
FCFF com VR	-39 404,00 €	26 982,85 €	12 268,71 €	12 560,95 €	12 776,92 €	7 370,25 €
Perpetuidade						109 852,27 €
FCFF com perpetuidade	-39 404,00 €	26 982,85 €	12 268,71 €	12 560,95 €	12 776,92 €	122 901,00 €
Fator de atualização - WACC	1,00	0,88	0,77	0,67	0,59	0,52
FCFF descontado VR	-39 404,00 €	23 645,10 €	9 421,19 €	8 452,45 €	7 534,25 €	3 808,46 €
FCFF descontado acumulado VR	-39 404,00 €	-15 758,90 €	-6 337,70 €	2 114,75 €	9 649,00 €	13 457,46 €
FCFF descontado perpetuidade	-39 404,00 €	23 645,10 €	9 421,19 €	8 452,45 €	7 534,25 €	63 507,16 €
FCFF descontado acumulado perpetuidade	-39 404,00 €	-15 758,90 €	-6 337,70 €	2 114,75 €	9 649,00 €	73 156,16 €
ANÁLISE DE VIABILIDADE	C/ Valor Residual	C/ Perpetuidade				
VAL	13 457,46 €	73 156,16 €				
TIR	31,30%	58,45%				
Payback	3,75	3,75	anos			
Valor Residual	-5 678,48 €	Nota: CAPEX +FM no último ano de investimento				
Valor da perpetuidade	109 852,27 €					

(Fonte: Autor)

Tabela 11.16. – Investimento Pré-financiamento. Cash Flows (FCFF) atualizados pelo CAPM

	0	1	2	3	4	5
2. Investimento (Pré-financiamento)	O método dos FCFF, na ótica do investimento, ignora a forma de financiamento, o que equivale a considerar 100% Capital Próprio.					
Cash Flows (FCFF) atualizados pelo CAPM	Taxa de atualização (Capital Asset Pricing Model) = $R_{cp} = r_e = R_f + B_u \cdot (R_m - R_f)$. A taxa de atualização no ano 0 é considerada constante para todos os períodos.					
+ EBIT	0,00 €	7 399,52 €	8 113,26 €	8 525,80 €	8 811,47 €	9 157,27 €
- Imposto	0,00 €	-1 664,89 €	-1 825,48 €	-1 918,31 €	-1 982,58 €	-2 060,38 €
+ Depreciações e Amortizações	0,00 €	5 757,37 €	5 757,37 €	5 757,37 €	5 757,37 €	5 757,37 €
- Variação Fundo de Maneio	-6 377,17 €	15 490,85 €	223,57 €	196,08 €	190,67 €	194,48 €
- CAPEX	-33 026,83 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Cash Flow Operacional	-39 404,00 €	26 982,85 €	12 268,71 €	12 560,95 €	12 776,92 €	13 048,73 €
Valor residual						-5 678,48 €
FCFF com VR	-39 404,00 €	26 982,85 €	12 268,71 €	12 560,95 €	12 776,92 €	7 370,25 €
Perpetuidade						109 852,27 €
FCFF com perpetuidade	-39 404,00 €	26 982,85 €	12 268,71 €	12 560,95 €	12 776,92 €	122 901,00 €
Fator de atualização - CAPM	1,00	0,88	0,77	0,67	0,59	0,52
FCFF descontado VR	-39 404,00 €	23 645,10 €	9 421,19 €	8 452,45 €	7 534,25 €	3 808,46 €
FCFF descontado acumulado VR	-39 404,00 €	-15 758,90 €	-6 337,70 €	2 114,75 €	9 649,00 €	13 457,46 €
FCFF descontado perpetuidade	-39 404,00 €	23 645,10 €	9 421,19 €	8 452,45 €	7 534,25 €	63 507,16 €
FCFF descontado acumulado perpetuidade	-39 404,00 €	-15 758,90 €	-6 337,70 €	2 114,75 €	9 649,00 €	73 156,16 €
ANÁLISE DE VIABILIDADE	C/Valor Residual	c/ Perpetuidade				
VAL	13 457,46 €	73 156,16 €				
TIR	31,30%	58,45%				
Payback	3,75	3,75				
Valor Residual (VR)	-5 678,48 €	Nota: CAPEX +FM no último ano de investimento				
Valor da perpetuidade	109 852,27 €					

(Fonte: Autor)

Tabela 11.17. – Capital Próprio: Cash Flows (FCFF) atualizados pelo Custo do Capital CAPM

	0	1	2	3	4	5
3. Investidor/Capital Próprio: Cash-Flows (FCFE) atualizados pelo Custo do Capital CAPM	Avaliação na Ótica do Investidor (ou do Capital Próprio) (Free Cash Flow to Equity). No método de avaliação pelo desconto de fluxos de caixa líquido do acionista (FCFE - Free Cash-flows to Equity), o objetivo é avaliar diretamente o valor líquido e a remuneração do capital do investidor (ou do acionista da empresa). Os Cash-Flows (FCFE) = Cash-Flows na ótica do Investimento + Cash-Flows de financiamento em cada ano.					
+ EBIT	0,00 €	7 399,52 €	8 113,26 €	8 525,80 €	8 811,47 €	9 157,27 €
- Imposto	0,00 €	-1 664,89 €	-1 825,48 €	-1 918,31 €	-1 982,58 €	-2 060,38 €
+ Depreciações e Amortizações	0,00 €	5 757,37 €	5 757,37 €	5 757,37 €	5 757,37 €	5 757,37 €
- Variação Fundo de Maneio	-6 377,17 €	15 490,85 €	223,57 €	196,08 €	190,67 €	194,48 €
- CAPEX	-33 026,83 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Cash Flow Operacional	-39 404,00 €	26 982,85 €	12 268,71 €	12 560,95 €	12 776,92 €	13 048,73 €
Juros e Gastos Similares Suportados	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Financiamentos obtidos	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Amortização de financiamentos	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
FCFE	-39 404,00 €	26 982,85 €	12 268,71 €	12 560,95 €	12 776,92 €	13 048,73 €
Valor residual						-5 678,48 €
FCFE com VR	-39 404,00 €	26 982,85 €	12 268,71 €	12 560,95 €	12 776,92 €	7 370,25 €
Perpetuidade						109 852,27 €
FCFE com perpetuidade	-39 404,00 €	26 982,85 €	12 268,71 €	12 560,95 €	12 776,92 €	122 901,00 €
Fator de atualização - CAPM	1,00	0,88	0,77	0,67	0,59	0,52
FCFE descontado VR	-39 404,00 €	23 645,10 €	9 421,19 €	8 452,45 €	7 534,25 €	3 808,46 €
FCFE descontado acumulado VR	-39 404,00 €	-15 758,90 €	-6 337,70 €	2 114,75 €	9 649,00 €	13 457,46 €
FCFE descontado	-39 404,00 €	23 645,10 €	9 421,19 €	8 452,45 €	7 534,25 €	63 507,16 €
FCFE descontado acumulado	-39 404,00 €	-15 758,90 €	-6 337,70 €	2 114,75 €	9 649,00 €	73 156,16 €
ANÁLISE DE VIABILIDADE		C/ Valor Residual	c/ Perpetuidade			
VAL		13 457,46 €	73 156,16 €			
TIR		31,30%	58,45%			
Payback		3,75	3,75			
Valor Residual	-5 678,48 €	Nota: CAPEX +FM no último ano de investimento				
Valor da perpetuidade	109 852,27 €					

(Fonte: Autor)

11.6.1. - Justificação da Análise de Viabilidade

Como é possível verificar no quadro acima, considerando uma taxa de avaliação com risco de 15%, relativamente elevada, mas que se considera apropriada ao tipo de projeto em causa, face ao nível de risco envolvido, os cash-flows previsionais do projeto.

Com o intuito de analisar a viabilidade do projeto a implementar pela Anything Corporation foram efetuados o cálculo de dois indicadores a TIR (taxa interna de rentabilidade) e o VAL (valor atual líquido), bem como a determinação do período de payback. O *payback* é obtido no terceiro ano (2026) do período em análise, é neste ano que a empresa vai gerar um volume de vendas capaz de cobrir todos os custos. A TIR apresenta um valor positivo (218,92%) que demonstra que o projeto tem viabilidade para poder avançar de forma segura. O VAL, obtido através do cálculo do *cash-flow* atualizado no último ano do exercício apresenta um valor positivo (73.156,16 €), significando assim que o projeto é rentável.

Podemos traduzir o *payback period* como o período necessário para recuperar na totalidade o investimento efetuado. Esse período é calculado com base nos *cash-flows* líquidos acumulados e pela observação da sua transição de valores negativos para positivos, o que neste caso concreto ocorre entre o 3º e o 4º ano de atividade, pelo que concluímos que o *payback period* é igual a 3 anos e 8 meses.

Este é um dos indicadores mais utilizados quando se pretende fazer uma avaliação de projetos de investimentos. Este indicador utiliza a atualização dos *cash-flows* para averiguar a viabilidade do projeto do ponto de vista económico-financeiro. A taxa de atualização corresponde à Taxa Mínima de Atratividade, exigida pelos sócios, tendo em atenção a evolução da economia portuguesa, as taxas de juro praticadas e o risco de negócio e é igual a 15%. O valor líquido atualizado do projeto é de cerca de 73.156,16€ na ótica do pós-financiamento. Obtivemos um valor positivo o que corresponde a um investimento atrativo.

Outro critério de análise de viabilidade económica e financeira dos projetos de investimento é a taxa interna de rentabilidade (TIR). Para o projeto em análise a TIR é igual a 58,45%, sendo superior à Taxa Mínima de atratividade reforçando a tomada de decisão de investimento no projeto em análise.

Para o cálculo do VAL foi considerada uma taxa de desconto de 14,12%, tendo para a mesma sido usada o beta (*unleveraged*) definido pelo Damodaran relativo ao sector de atividade (Beta=0,88) (Fonte: Damodaram), e o prémio de risco, também retirado do Damodaran para Portugal de 3,29% (Fonte: Damodaram). O ativo sem risco considerado fixa-se em 2,95% (Fonte: Bloomberg) e corresponde às taxas de rendibilidade das obrigações do tesouro da Portugal a 10 anos em 2023. A taxa de remuneração de mercado é de 11,90% que corresponde à rentabilidade do índice SP500 a 15 anos (Fonte: Bloomberg).

Para calcular o valor em perpetuidade depois de atingir a fase de estabilização utilizou-se a taxa de crescimento constante de 2% de acordo com a fórmula de uma perpetuidade crescente. Esta descrição é com base na ótica da avaliação da empresa na perpetuidade.

Resumidamente, a Taxa Interna de Rentabilidade – TIR, caracteriza a rentabilidade do projeto, muito apreciada pelos investidores, esta é muito importante para quem quer investir num negócio.

Por fim temos o *Payback*, que é o período de retorno do investimento efetuado no negócio.

Como é facilmente observável este negócio é rentável e gera lucro ao fim do terceiro ano do Investimento. O VAL e a TIR são elevados apresentando valores confortáveis na ótica do investidor.

11.7. - Análise de Cenários

Com o objetivo de analisar o risco associado ao projeto foi realizada uma análise de três cenários pessimistas (variação negativa das vendas entre 0% e 20%) e três cenários realistas (variação positiva das vendas entre 0% e 20%) com base alterações das condições inicialmente indicadas.

Assim, apresenta-se a simulação de oito situações que envolvem a componente das vendas e serviços prestados que não são totalmente controladas pelo Estúdio, referentes à procura dos serviços que o Estúdio colocará à venda.

Assim, é necessário saber quais os impactos no negócio de alterações no crescimento das vendas e nos preços de compra.

Com esta simulação pretende-se avaliar como se comporta o Valor Atual Líquido (VAL) perante tais fatores.

Tabela 11.18. – Variação nas Vendas

Variação nas Vendas	VAL	
	+20%	565 458,08 €
	+15%	418 405,14 €
	+10%	288 254,79 €
	+5%	173 612,82 €
	0%	73 156,16 €
	-5%	-26 154,46 €
	-10%	-123 208,15 €
	-15%	-207 297,64 €
	-20%	-279 250,91 €

(Fonte: Autor)

Para determinar a Análise de Risco foi calculado um primeiro cenário correspondente a várias projeções futuras que procuram aferir o valor do projeto através do VAL.

Assim, os valores negativos demonstram que o projeto não será fiável em termos futuros na perspetiva do investidor, perante as margens para o qual foi calculado o VAL.

Para o cenário foi calculado o VAL, ao utilizar novamente a tabela, mas com uma projeção de decréscimo das vendas desde -5% até -20% o VAL é negativo, o que pode indicar que existe uma subida no custo de oportunidade do investimento, o que necessariamente irá implicar uma redução no VAL. Em contraponto, no cenário de crescimento das vendas entre 5% e 20% o VAL é positivo, o que pode indicar que existe uma subida no custo de oportunidade do investimento, o que necessariamente irá implicar um aumento no VAL.

11.8. - Rácios e Indicadores

Para o cenário base de expectativas sobre o qual se efetuou a análise é possível apresentar o seguinte conjunto de indicadores previsionais.

Tabela 11.19. – Rácios e Indicadores

	1	2	3	4	5
Total custos Fixos e Variáveis	80 985,63 €	82 813,74 €	84 431,56 €	86 120,20 €	87 788,18 €
Total custos fixos	80 096,07 €	81 900,16 €	83 498,80 €	85 168,78 €	86 817,73 €
Total custos variáveis	889,56 €	913,58 €	932,76 €	951,42 €	970,45 €
Vendas anuais	94 142,52 €	96 684,36 €	98 714,74 €	100 689,03 €	102 702,81 €
Ponto Crítico de Vendas (valor)	80 860,12 €	82 681,42 €	84 295,31 €	85 981,22 €	87 645,91 €
Margem de segurança (valor)	13 282,39 €	14 002,94 €	14 419,42 €	14 707,81 €	15 056,91 €
Rácios Financeiros					
Margem Operacional	14%	14%	14%	14%	15%
Margem líquida	6%	7%	7%	7%	7%
Rentabilidade do Ativo	11%	10%	10%	9%	9%
Turnover do ativo	174%	159%	146%	135%	125%
ROI (Rentabilidade do Investimento)	11%	10%	10%	9%	9%
ROE (Rentabilidade do Capital Próprio)	13%	12%	11%	11%	10%
Liquidez geral	296%	420%	543%	664%	783%
Autonomia Financeira	83%	85%	86%	87%	88%
Endividamento	17%	15%	14%	13%	12%
Solvabilidade	595%	651%	709%	767%	826%

(Fonte: Autor)

11.8.1. - Justificação dos Rácios e Indicadores

Tendo como base as projeções de vendas apresentadas na tabela, foi efetuada uma análise dos valores necessários para atingir o *Break Even Point* ou Ponto Crítico de Vendas, conforme está representado no gráfico: para o ano 1 o valor é de 80.860,12€; para o ano 2 é de 82.681,42€; para o ano 3 é de 84.295,31€; o ano de 4 apresenta um valor de 85.981,22€, e por fim, o valor para o ano 5 será de 8.645,91€.

O Ponto Crítico de Vendas é o valor mínimo necessário de vendas para fazer face a todos os custos fixos e variáveis a fim do resultado líquido for igual a zero.

Os custos fixos e variáveis do Estúdio foram identificados na análise aos FSE, contudo resumidamente os custos fixos são todos os custos que permanecem inalterados independentemente se o Estúdio conseguir gerar mais receitas através das vendas, por exemplo estes custos fixos são rendas, salários, custos administrativos. Contrariamente os custos variáveis são todos os custos diretamente ao aumento ou redução das receitas provenientes das vendas, como por exemplo custo com matérias-primas, custos energéticos, combustíveis, comissões sobre as vendas.

Como mencionado anteriormente observa-se que os custos fixos são mais elevados comparativamente aos custos variáveis, observa-se então que no Ano 1 os custos fixos ascenderão a 80.985,63€, enquanto os custos variáveis ascenderão a 889,56€. No último ano os custos fixos serão de 87.788,18€ e os custos variáveis de 970,45€. Este aumento está diretamente relacionado com os aumentos dos preços devidos à taxa de inflação.

Através da análise das vendas juntamente com os custos fixos, pode-se então concluir que o Ponto Crítico de Vendas será de 80.860,12€ no ano 1, o que, portanto, significará que o Estúdio precisa de atingir no mínimo esse montante de receitas para obter um resultado líquido igual a zero e assim evitar prejuízos. No quinto e último ano o Ponto Crítico das Vendas atingirá o montante de 87.645,91€ pode-se concluir que o este indicador aumentará de forma gradual e constante ao longo dos cinco anos de análise do estudo.

A margem de segurança representa a diferença entre as Vendas e Serviços Prestados e o Ponto Crítico de Vendas. Este montante indica qual foi a receita excedente ao ponto de equilíbrio e na qual se pode avaliar sendo a proteção contra variações negativas nas vendas ou variações positivas nos custos fixos. No estudo, conclui-se que a Margem de Segurança do Estúdio apresenta montantes muito baixos e que naturalmente poderá colocar o negócio em risco caso exista volatilidade nos custos fixos e nas vendas.

Relativamente à análise dos rácios financeiros, os mesmos carecem de uma atenção especial, pois estes indicadores fornecem outputs essenciais para analisar e avaliar a saúde financeira do Estúdio no período de cinco anos, onde são avaliados diversos indicadores sobre rentabilidade, eficiência operacional, liquidez e de estrutura de capital.

A margem operacional mede a eficiência da empresa em gerar resultado operacional, este rácio é calculado através da divisão entre o EBITDA e as Vendas e Serviços Prestados num determinado ano. Relativamente a este rácio conclui-se pelo quadro acima que o mesmo se mantém estável ao longo dos cinco anos, variando entre 14% e 15%, isto significa que o estúdio apresenta consistência na capacidade de gerar resultados económicos operacionais a partir das receitas provenientes das vendas.

A margem líquida mede a eficiência operacional líquida da empresa em relação às vendas totais, este rácio é calculado através da divisão entre o Resultado Líquido e as Vendas e Serviços Prestados num determinado período de tempo. Portanto a margem líquida apresenta percentagens entre os 6% e os 7% entre o Ano 1 e o Ano 5. Conclui-se então que a empresa apresenta excelentes condições em gerar resultados líquidos e, portanto, valor para os sócios/acionistas através das receitas provenientes da atividade operacional.

A rentabilidade do ativo é a capacidade da empresa em gerar resultados líquidos através dos seus ativos, este significa qual é o retorno económico obtido através dos ativos totais. No Estúdio pode-se observar que a rentabilidade do ativo irá diminuir ao longo dos anos justificado pelo aumento dos resultados líquidos e da desvalorização dos ativos fixos tangíveis.

Em sintonia com a rentabilidade do ativo, turnover do ativo mede capacidade e a eficiência na qual o Estúdio utiliza os seus ativos para gerar receitas através das vendas e é formado através a divisão entre as Vendas e Serviços Prestados e o Ativo Total. Como explicado anteriormente os resultados líquidos tendem a aumentar ao longo dos cinco anos do projeto, em contraponto existe uma redução do valor em ativos tangíveis devidos às suas depreciações. Relativamente ao turnover do ativo, este indicador apresenta uma diminuição ao longo dos 5 anos do projeto. Conclui-se então uma redução na eficiência operacional do Estúdio como anteriormente justificado.

O ROI (Rentabilidade do Investimento) e o ROE (Rentabilidade do Capital Próprio) são dois indicadores que medem a rentabilidade do acionista e a rentabilidade do investimento. O ROI é calculado através da divisão entre a subtração do EBIT e o imposto e o Ativo Total, enquanto o ROE é calculado através da divisão entre o Resultado Líquido e o Capital Próprio. Enquanto o ROI mede a rentabilidade dos ativos face ao resultado antes de imposto, isto é, qual os retornos dos Ativos Totais do Estúdio apresentam face ao resultado antes de impostos. O ROE indica qual é a rentabilidade esperada pelo acionista pois relaciona o Resultado Líquido com o Capital próprio investido pelos sócios. Este indicador é fundamental, pois informa qual é a rentabilidade do negócio para o investidor.

O indicador liquidez geral mede a capacidade de o estúdio fazer face às suas obrigações de curto prazo financiados através dos ativos de curto prazo. A fórmula de calculo deste rácio é a divisão entre o ativo corrente e o passivo corrente. Relativamente ao estudo a Liquidez Geral apresentará um aumento significativo ao longo dos cinco anos. A liquidez geral no ano 1 será de 296%, enquanto no ano 5 será de 783% no ano 5. Isto significa uma melhoria substancial da capacidade do Estúdio em fazer face às suas responsabilidades de curso prazo.

A autonomia financeira mede a proporção do capital próprio em relação ao total do passivo, este indicador é essencial pois mede a capacidade de a empresa fazer face às suas obrigações. A autonomia financeira previsional mantém-se estável durante o período. De destacar que no ano 1 a Autonomia Financeira fixar-se-á nos 83% e no quinto e último ano espera fixar-se nos 88%. Conclui-se então que o Estúdio apresenta uma excelente capacidade de financeira a sua atividade operacional com recurso a capitais próprios e assim não depender de fontes externas de financiamento.

Por fim, destacar os níveis de endividamento do Estúdio Fotográfico Anything Corporation, este indicador tem como fórmula a divisão do passivo com o ativo e mede a percentagem de endividamento na sua estrutura de capital. No primeiro ano este rácio apresentará o valor de 17% enquanto no último ano apresentará o valor de 12%. Conclui-se então que o Estúdio apresenta níveis de endividamento relativamente baixos que são justificados pela baixa dependência por fontes de financiamento externos.

Bibliografia

- Adams, A. (1985). *Examples: The Making of 40 Photographs*. Little, Brown and Company.
- Adler, L. (2015). *Studio Lighting: Essential Skills* (4th ed.). Focal Press.
- Avedon, R. (1993). *Evidence: 1944-1994*. Random House.
- Barthes, R. (1981). *Camera Lucida: Reflections on Photography*. Hill and Wang.
- Bright, S. (2011). *Art photography now*. Thames & Hudson.
- Cartier-Bresson, H. (1999). *The Mind's Eye: Writings on Photography and Photographers*. Aperture.
- Chan Kim, W. & Mauborgne, R. (2015) *A Estratégia Oceano Azul*. Actual Editora
- Coe, B. (2007). *Kodak and the lens of nostalgia*. University of Minnesota Press.
- Crespo de Carvalho, J. & Cruz Filipe, J. (2014). *Manual de Estratégia, Conceitos, Prática e Roteiro*. Edições Sílabo.
- Feio, C. (2010). *A fotografia de património / Fotografia como património no século XIX: O papel de Carlos Relvas (1838-1894)*. Tese de Mestrado em Estudos do Património. Universidade Aberta de Lisboa,
- Gernsheim, H. (1969). *The history of photography from the camera obscura to the beginning of the modern era*. Thames & Hudson.
- Hedgecoe, J. (2004). *The Book of Photography: How to See and Take Better Pictures*. Dorling Kindersley.
- Johnson, R. (2018). *A history of photography*. Laurence King Publishing.
- Langford, M. (2010). *Langford's Basic Photography: The Guide for Serious Photographers*. Focal Press.
- Lobo, C. (2016) *A Fotografia entre a experiência do real e a expressão fragmentária do artista*. Universidade Católica Portuguesa. Tese apresentada à Universidade Católica Portuguesa para obtenção do grau de Doutor em Ciência e Tecnologia das Artes.
- McCreery, A. (2017). *The art of outdoor lighting for photography*. Routledge.
- Marechal, T. (2020). *Richard Avedon: Portraits*. Prestel.
- Marien, M. W. (2014). *Photography: A Cultural History*. Laurence King Publishing.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage – Creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.
- Rosenblum, N. (1984). *A world history of photography*. Abbeville Press.
- Schles, K. (2008) *A New History of Photography*. Freiburg: White Press.
- Sontag, S. (1977). *On Photography*. Picador.

Sontag, S. (2003). *Regarding the pain of others*. Farrar, Straus and Giroux.

Stroebel, L., Zakia, R. D., Lorenz, J., & Matanle, I. (2007). *Basic Photographic Materials and Processes* (3rd ed.). Focal Press.

Szarkowski, J. (1966). *The photographer's eye*. The Museum of Modern Art.

Trachtenberg, A. (1989). *Classic essays on photography*. Leete's Island Books.

Webgrafia

- Avedonfoundation.org (s.d.) <https://www.avedonfoundation.org/>
- Banco de Portugal (2023) <https://www.bportugal.pt/comunicado/comunicado-do-banco-de-portugal-sobre-o-relatorio-de-estabilidade-financeira-de-maio-de-1>
- Banco de Portugal (2023) https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/pdf-boletim/ref_05_2023_pt.pdf
- Britannica.com (s.d.) <https://www.britannica.com/technology/photography/Photographys-early-evolution-c-1840-c-1900>
- Compara Já (2023) <https://www.comparaja.pt/blog/irs-jovem>
- Data Portal (2023) <https://datareportal.com/reports/digital-2023-portugal>
- Europa Criativa (2023) <https://www.europacriativa.eu/>
- Gabinete de Estratégia e Estudos (2023) <https://www.gee.gov.pt/pt/documentos/estudos-e-seminarios/competitividade/9862-pilar-de-competitividade-ambiente-de-negocios-2022/file>
- Governo de Portugal (2023) <https://www.portugal.gov.pt/pt/gc23/comunicacao/noticia?i=organizacoes-internacionais-preveem-portugal-a-crescer-mais-que-a-media>
- Harvard (2023) <https://hbr.org/2023/01/where-is-tech-going-in-2023>
- Invoice Express (2023) <https://invoicexpress.com/blog/relatorio-digital-portugal-2023>
- Lange, D. (n.d.). Brainy Quote https://www.brainyquote.com/quotes/dorothea_lange_141163
- Library of Congress (s.d.) <https://www.loc.gov/collections/daguerreotypes/articles-and-essays/the-daguerreotype-medium>
- Magnum (s.d.) <https://www.magnumphotos.com/photographer/henri-cartier-bresson/>
- Marktest (2020) <https://www.marktest.com/wap/a/n/id~26a9.aspx>
- Moma (s.d) <https://www.moma.org/interactives/objectphoto/publications/770.html>
- NIT (2023) <https://www.nit.pt/fora-de-casa/portugal-foi-escolhido-para-ser-palco-dos-proximos-estudios-sustentaveis-de-hollywood>
- Orçamento de Estado (2023) <https://www.parlamento.pt/OrcamentoEstado/Paginas/oe.aspx>
- Photo-Museu.org (s.d.) <https://photo-museum.org/niepce-invention-photography/>
- Recuperar Portugal (2023) <https://recuperarportugal.gov.pt/>
- SIC Notícias (2023) <https://sicnoticias.pt/cultura/2023-04-04-Portugal-na-mira-de-Hollywood-Estudios-de-cinema-mais-verdes-vao-nascer-aqui-f7d08320>
- SIC Notícias (2023) <https://sicnoticias.pt/programas/poligrafo/2023-06-05-Rabo-de-Peixe-recebeu-subvencao-publica-de-um-milhao-de-euros--288c143e>

Statista.com (2023) <https://www.statista.com/topics/3884/cameras/#topicOverview>

Taylor, Karl. (2020) Photography Studios - Finding The Right One For You [Video] YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=94V1ME9nzuU&t=690s>

Anexos

Anexo A - Questionário e Análise do Questionário

Questionário:

Qual é o seu género?

Masculino

Feminino

Qual é a sua idade?

Menor de 18

18 – 24

25 – 34

35 – 44

45 – 54

55 – 64

65 – 74

75 – 84

Mais de 85

Reside em Lisboa?

Sim

Não

Quais as suas habilitações académicas?

Ensino Primário

Ensino Secundário

Frequência em Licenciatura

Licenciatura Completa

Mestrado

Doutoramento

Tem Formação Académica em Fotografia?

Sim

Não

É Fotógrafo Profissional?

Sim

Não

É Estudante de Fotografia?

Sim

Não

É Criador/a de Conteúdos Visuais?

Sim

Não

Gostava de poder alugar um estúdio fotográfico profissional, com excelentes instalações, material de alta qualidade e assistência profissional no centro de Lisboa?

Sim

Não

Em que zona de Lisboa gostaria que o estúdio estivesse situado?

Alcântara

Alvalade

Amoreiras

Baixa-Chiado

Bairro Azul

Campo de Ourique

Campo Pequeno

Estrela

Expo

Príncipe Real

Santos

Restelo

Quantas horas pensa efetivamente passar por semana no estúdio a fotografar?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- + de 10
- + de 20

O aspecto, o conforto e a decoração do estúdio, são para si, aspetos importantes?

- Sim
- Não

Qual o valor que estaria disposto/a a pagar MENSALMENTE pelo arrendamento de um estúdio fotográfico no centro de Lisboa, sabendo que quanto mais oferecer, mais retorno irá ter? Por retorno falamos de melhor qualidade, melhores infraestruturas, melhores equipamentos, que por sua vez atraem melhores clientes e melhores condições no geral.

Por favor, escolha um valor justo e verdadeiro.

- €0 a €100
- €101 a €200
- €201 a €300
- €301 a €400
- €401 a €500
- €501 a €1.000
- €1.001 a €2.500
- €2.501 a €5.000
- €5.000 a €10.000

Qual o valor que estaria disposto/a a pagar POR UM DIA INTEIRO (8 a 12 horas) pelo arrendamento de um estúdio fotográfico no centro de Lisboa, sabendo que quanto mais oferecer, mais retorno irá ter? Por retorno falamos de melhor qualidade, melhores infraestruturas, melhores equipamentos, que por sua vez atraem melhores clientes e melhores condições no geral.

Por favor, escolha um valor justo e verdadeiro.

€300 a €500

€501 a €1.000

€1.001 a €2.000

Qual o valor que estaria disposto/a a pagar POR HORA pelo arrendamento de um estúdio fotográfico no centro de Lisboa, sabendo que quanto mais oferecer, mais retorno irá ter? Por retorno falamos de melhor qualidade, melhores infraestruturas, melhores equipamentos, que por sua vez atraem melhores clientes e melhores condições no geral.

Por favor, escolha um valor justo e verdadeiro.

€50

€60

€80

€120

€200

€250

€300

€500

Estaria interessado/a em ter mais fotógrafos a alugar o espaço de maneira a poder além de pagar valores mais reduzidos, fazer networking, novos contatos, possíveis amizades e além disso poder aprender mais através das experiências que tem com outros profissionais?

Sim

Não

Acha que ter uma Ciclorama ou uma Parede de Infinito no estúdio é algo essencial?

Sim

Não

Gostaria de ter assistentes no estúdio para o/a ajudarem caso precise?

Mesmo tendo um custo extra?

Sim

Não

Qual o tamanho da área do estúdio, em média, que necessita para trabalhar?

Menos de 50m²

51 a 100m²

101 a 200m²

201 a 300m²

301 a 400m²

401 a 500m²

+ de 500m²

Estaria interessado/a em ter um espaço de reuniões independente no estúdio?

Sim

Não

Estaria interessado/a em ter um espaço para edição totalmente equipado no estúdio?

Sim

Não

Estaria interessado/a em ter uma zona de refeições totalmente equipada no estúdio?

Sim

Não

Ter luz natural dentro do estúdio para fotografar é para si um requisito obrigatório?

Sim

Não

Quantos trabalhos fotográficos pagos realiza mensalmente?

1

2

3

4

+ de 5

+ de 10

+ de 20

+ de 30

Qual é a sua média de clientes mensal?

1

2

3

4

+ de 5

+ de 10

+ de 20

+ de 30

Quanto ganha mensalmente com trabalhos de fotografia?

€0 a €100

€101 a €500

€501 a €1000

€1.001 a €2.500

€2.501 a €5000

€5.001 a €10.000

€10.001 a €50.000

+ de €100.000

+ de €500.000

Gostaria de ter apoio relativamente à divulgação do seu trabalho?

Sim

Não

Se respondeu sim, quanto estaria disposto/a pagar mensalmente pelos serviços prestados de divulgação do seu trabalho?

€0 a €100

€101 a €200

€201 a €300

€401 a €500

€501 a €1.000

€1.001 a €5.000

+ de €5.000

Quanto dinheiro já investiu em material fotográfico ao longo da sua carreira? Máquinas, Flashes, Baterias, Rolos, etc...(Em média apenas; não é obrigatório fornecer um valor preciso.)

€0 a €500

€501 a €1.500

€1.501 a €5000

€5.001 a €10.000

€10.001 a €20.000

+ de €20.001

+ de €50.000

+ de €100.000

+ de €500.000

Quanto dinheiro já investiu em média em formação fotográfica ao longo da sua carreira?

€0 a €500

€501 a €1.500

€1.501 a €5.000

€5.001 a €10.000

€10.001 a €20.000

+ de €20.001

+ de €50.000

+ de €100.000

+ de €500.000

Gostaria de realizar workshops no estúdio?

Sim

Não

Gostaria de realizar eventos no estúdio?

Sim

Não

Gostaria de realizar exposições no estúdio?

Sim

Não

Gostaria que o estúdio servisse de galeria fotográfica para exibir os seus trabalhos?

Sim

Não

Gostaria de poder gravar som e vídeo no estúdio?

Sim

Não

Qual a rede social que mais utiliza?

Instagram

Facebook

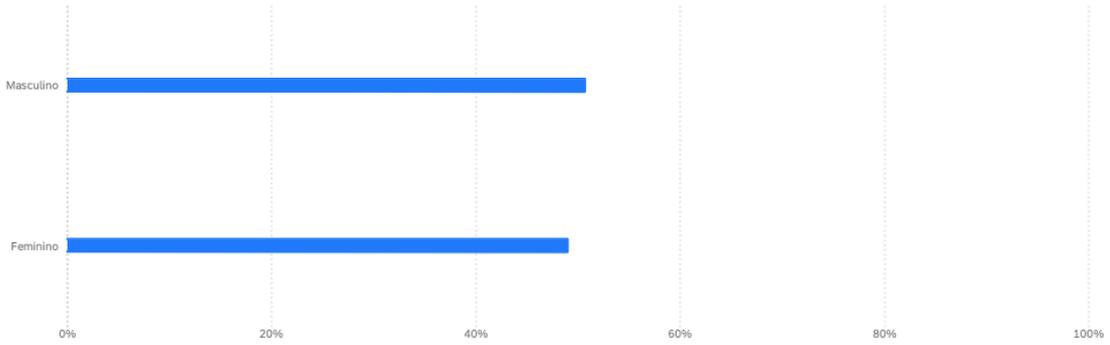
TikTok

Twitter

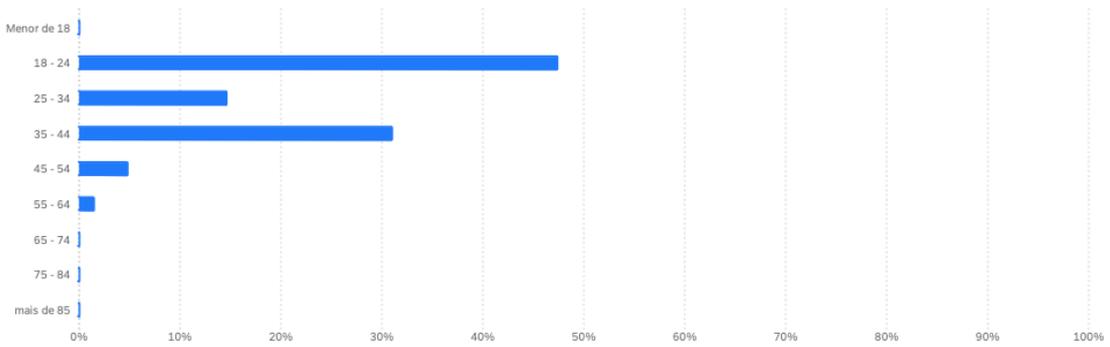
YouTube

Responses: 63

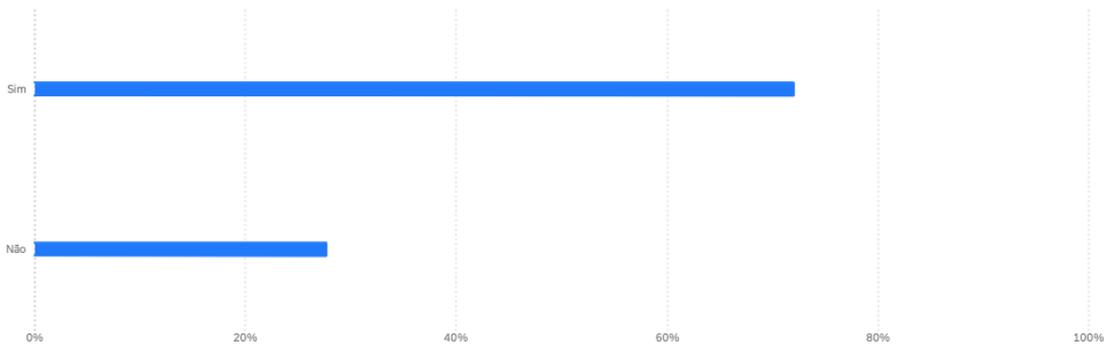
Qual é o seu género? 61

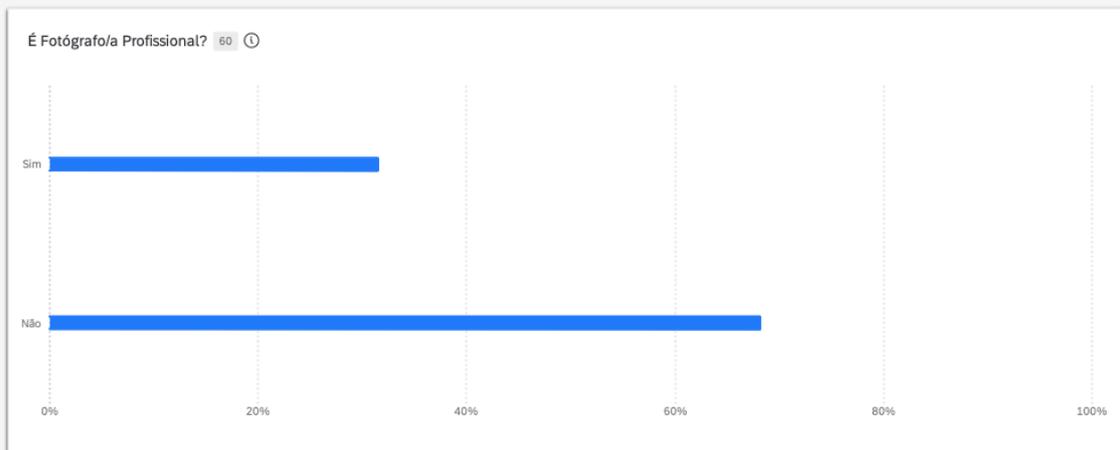
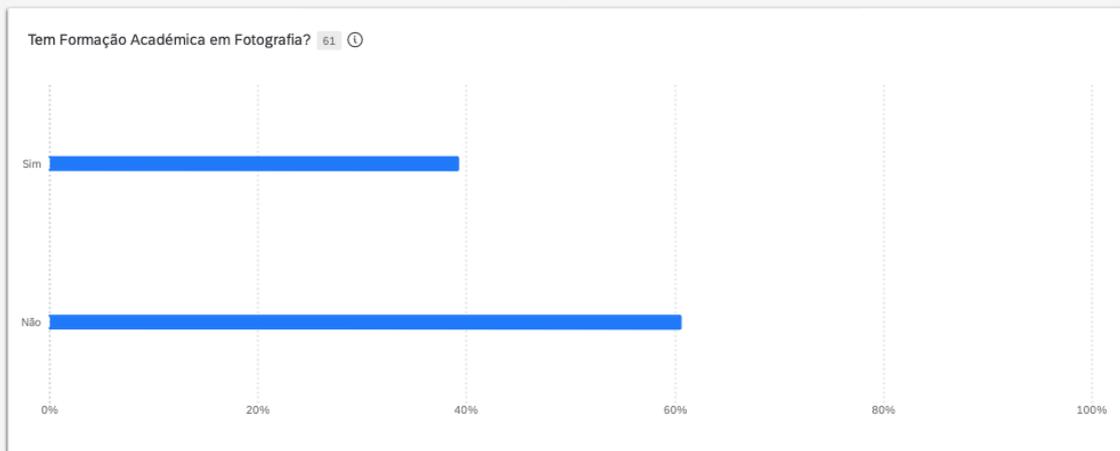
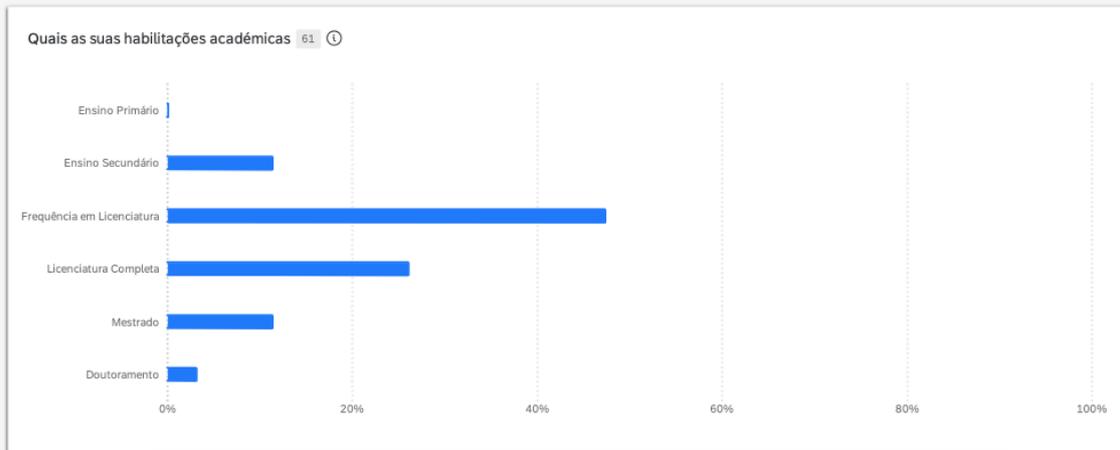


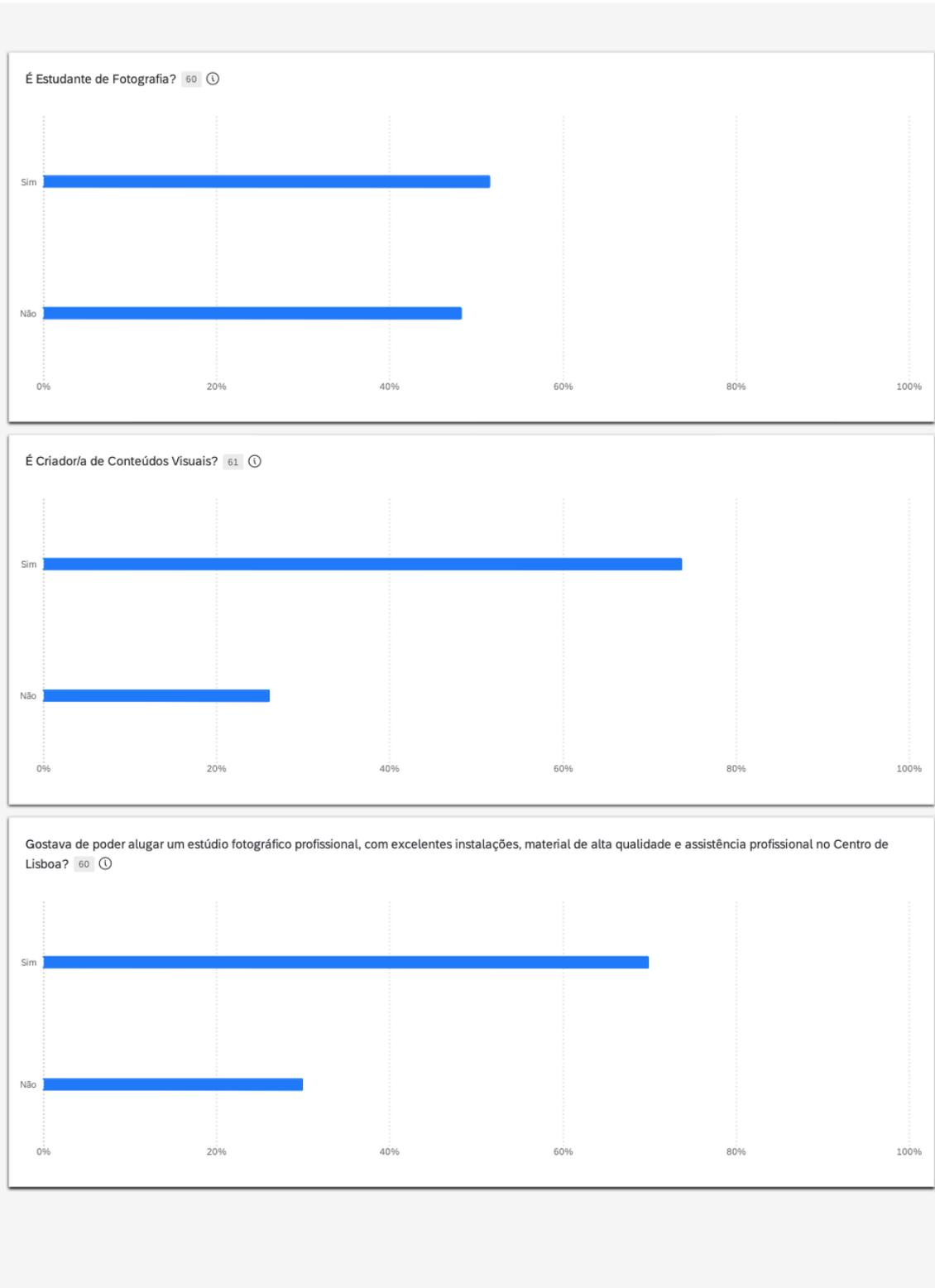
Qual é a sua idade? 61

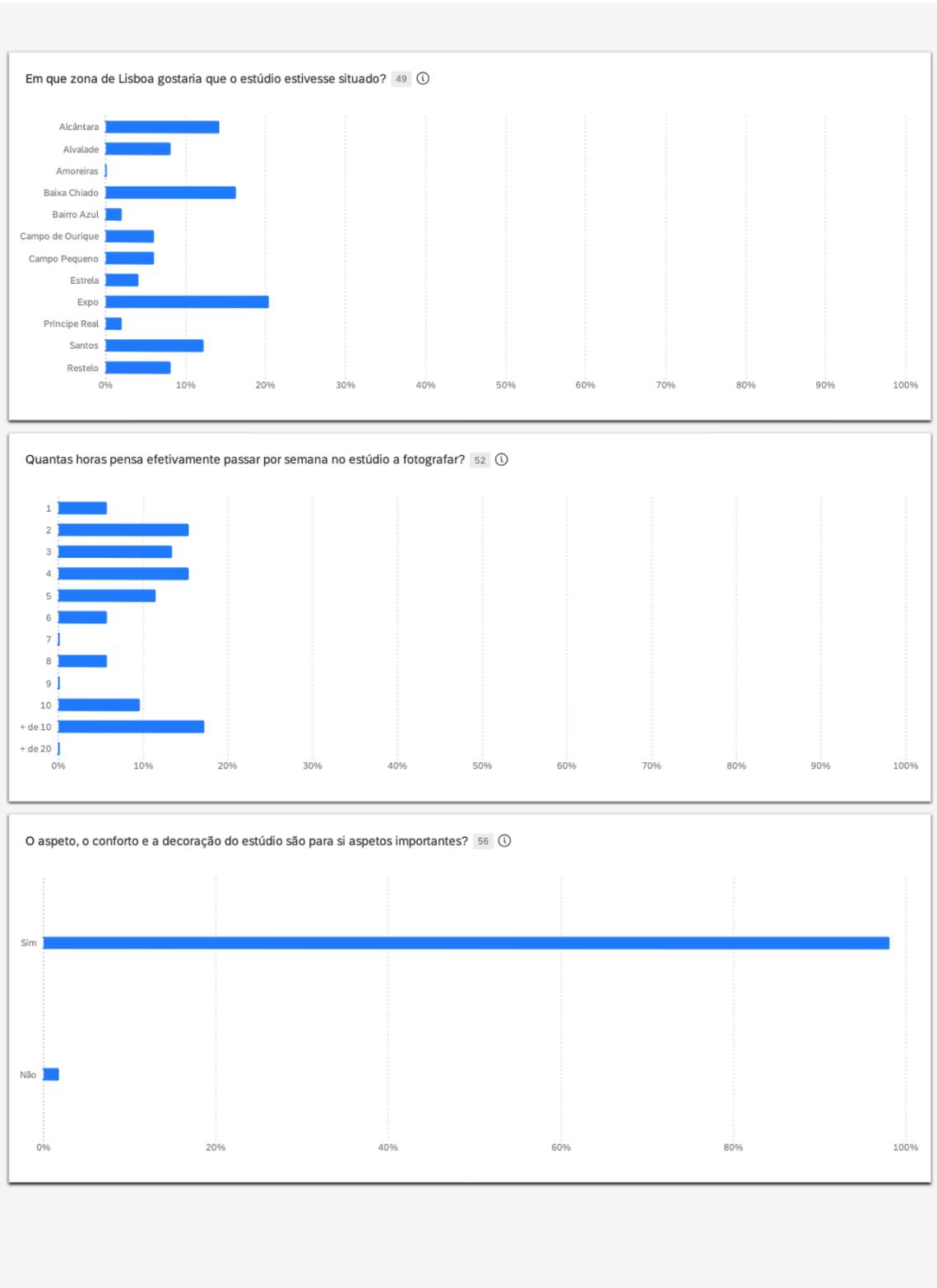


Reside em Lisboa? 61

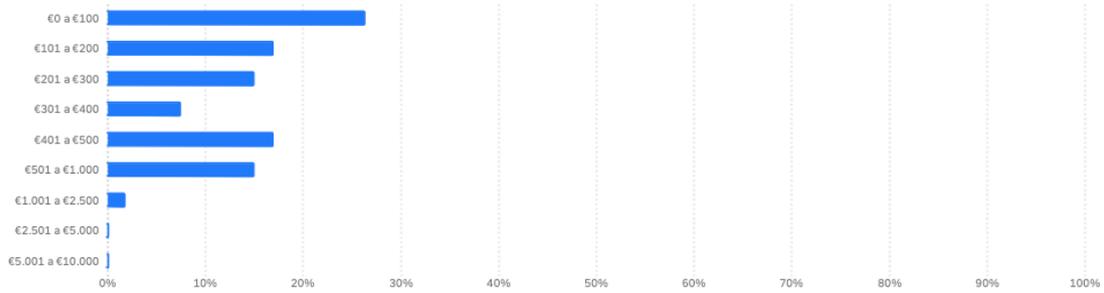




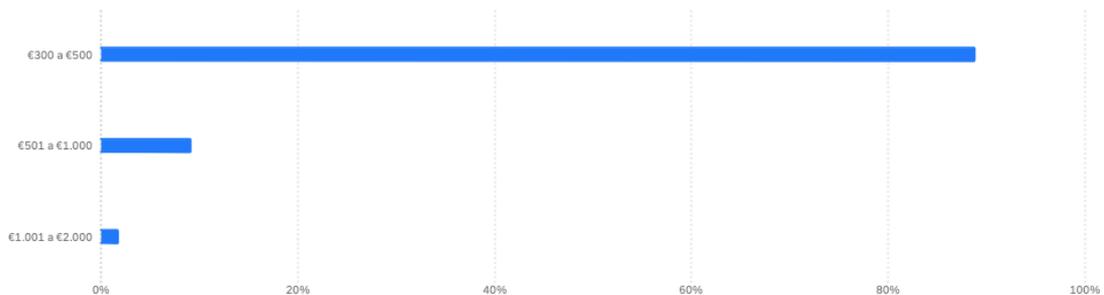




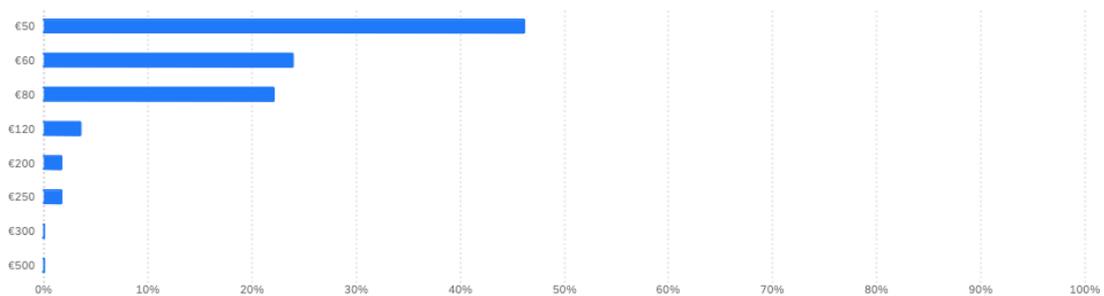
Qual o valor que estaria disposto/a a pagar MENSALMENTE pelo arrendamento de um estúdio fotográfico no centro de Lisboa, sabendo que quanto mais oferecer, mais retorno irá ter? Por retorno falamos de melhor qualidade, melhores infraestruturas, melhores equipamentos, que por sua vez atraem melhores clientes e melhores condições no geral. Por favor, escolha um valor justo e verdadeiro. 53 ⓘ



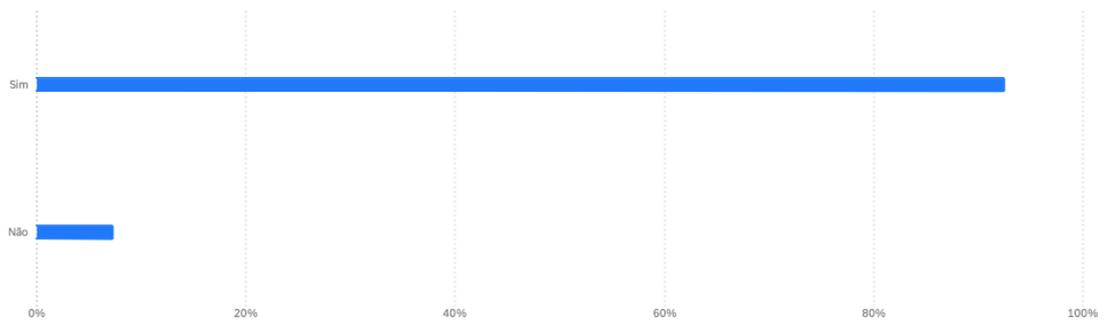
Qual o valor que estaria disposto/a a pagar POR UM DIA INTEIRO (8 a 12 horas) pelo arrendamento de um estúdio fotográfico no centro de Lisboa, sabendo que quanto mais oferecer, mais retorno irá ter? Por retorno falamos de melhor qualidade, melhores infraestruturas, melhores equipamentos, que por sua vez atraem melhores clientes e melhores condições no geral. Por favor, escolha um valor justo e verdadeiro. 54 ⓘ



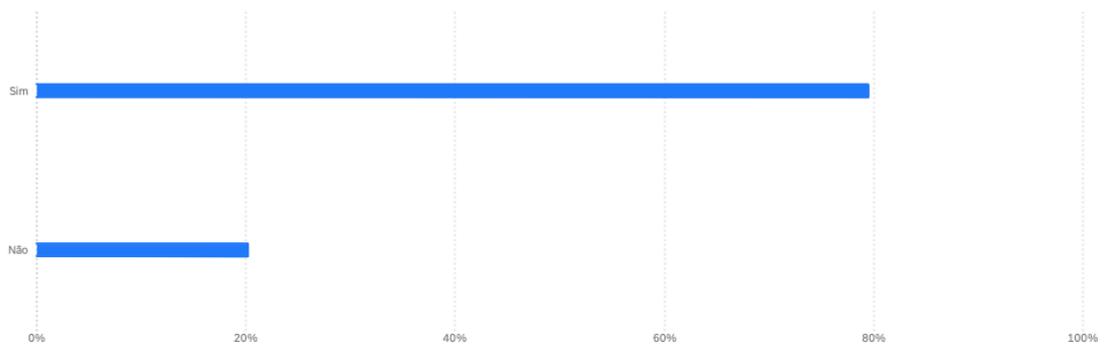
Qual o valor que estaria disposto/a a pagar POR HORA pelo arrendamento de um estúdio fotográfico no centro de Lisboa, sabendo que quanto mais oferecer, mais retorno irá ter? Por retorno falamos de melhor qualidade, melhores infraestruturas, melhores equipamentos, que por sua vez atraem melhores clientes e melhores condições no geral. Por favor, escolha um valor justo e verdadeiro. 54 ⓘ



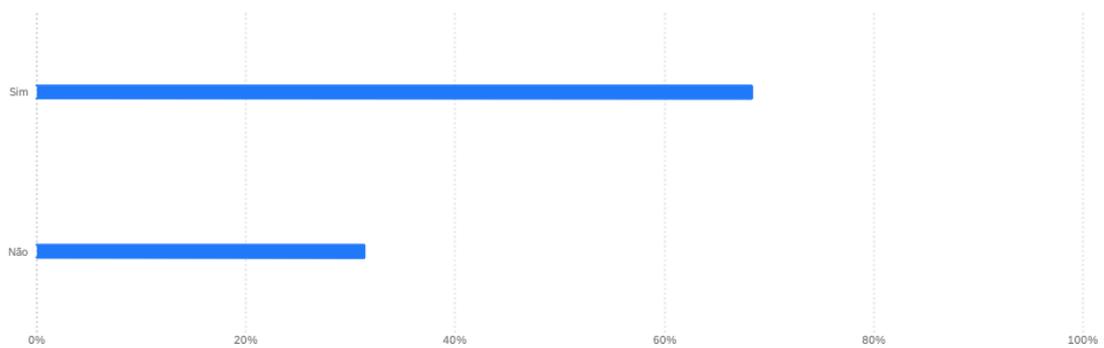
Estaria interessado/a em ter mais fotógrafos a alugar o espaço de maneira a poder além de pagar valores mais reduzidos, fazer networking, novos contactos, possíveis amizades e além disso poder aprender mais através das experiências que tem com outros profissionais? 54

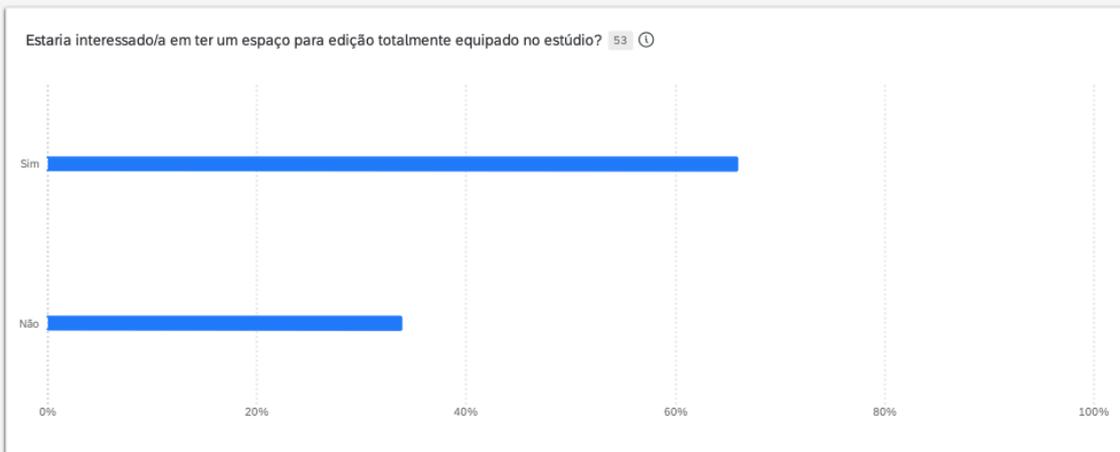
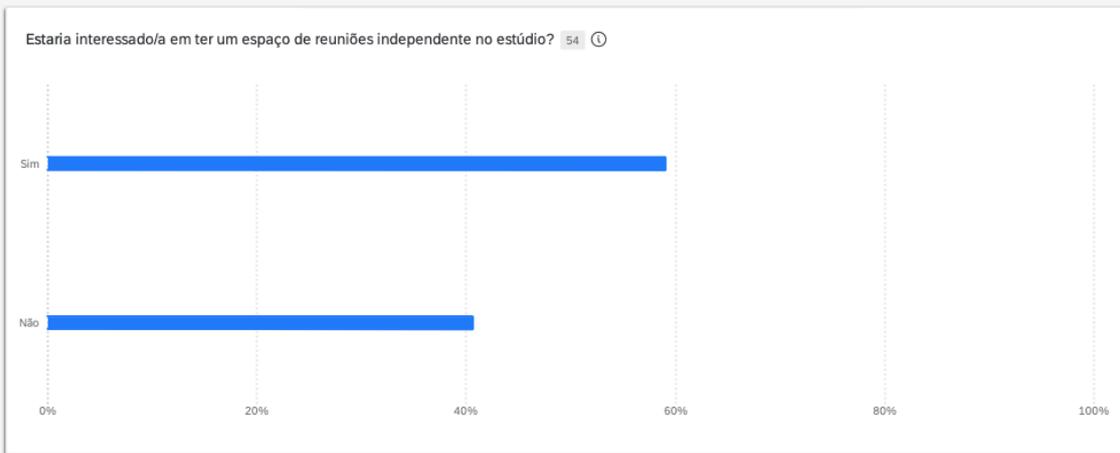
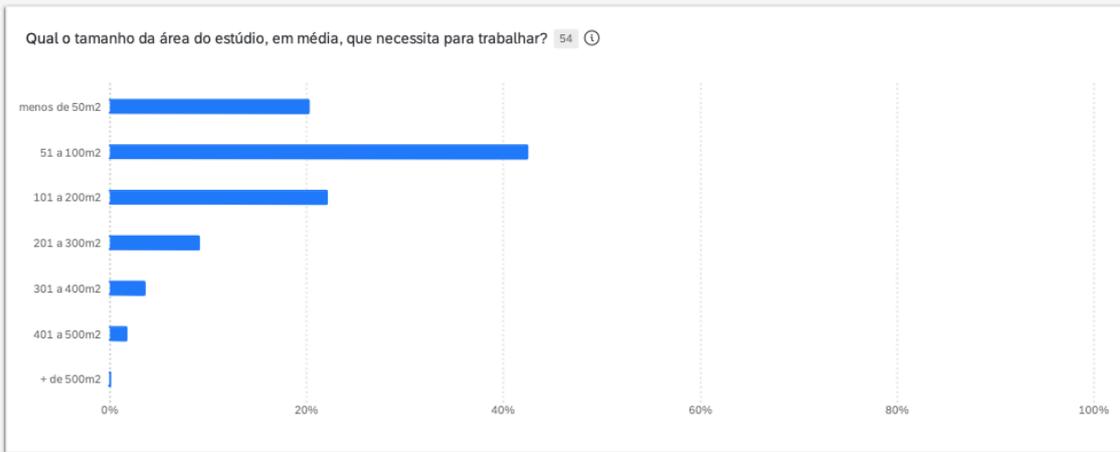


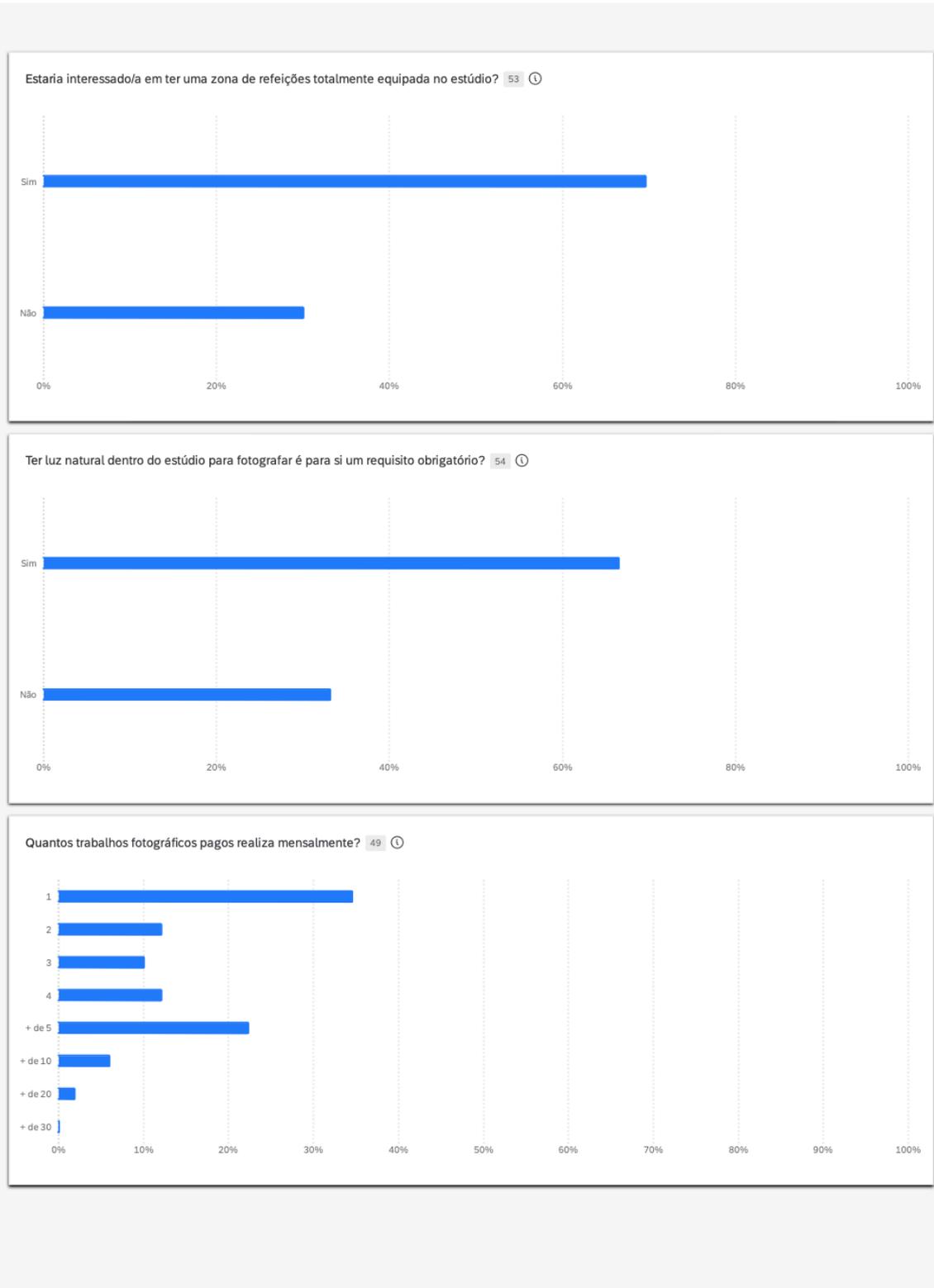
Acha que ter uma Ciclorama ou uma Parede de infinito no estúdio é algo essencial? 54

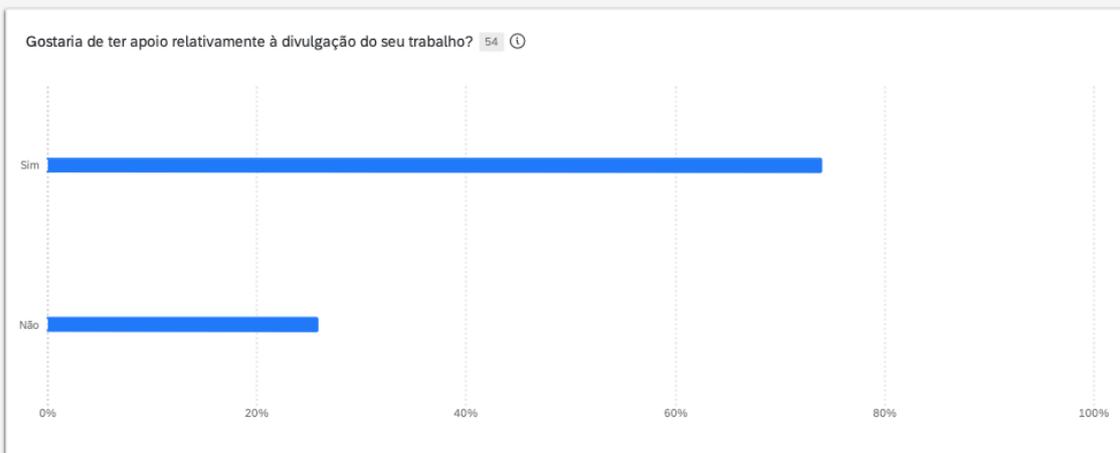
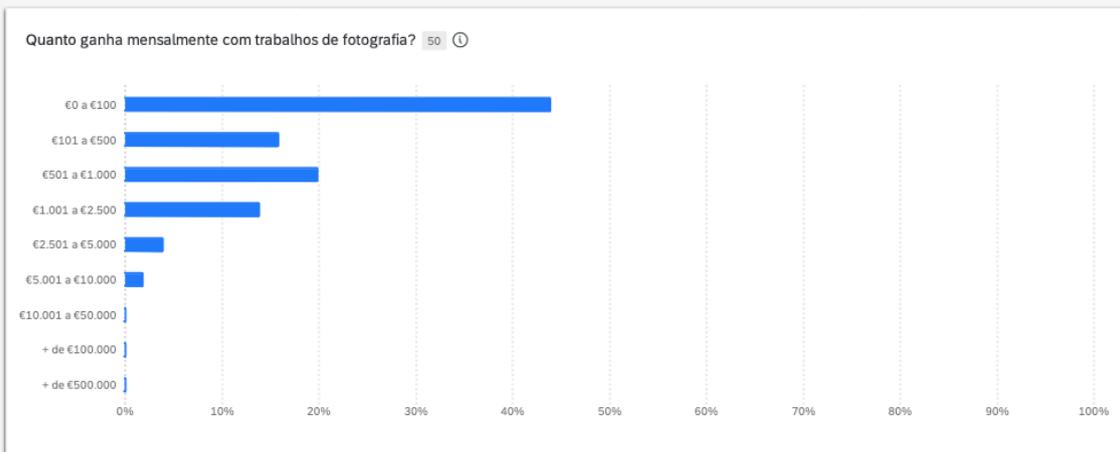
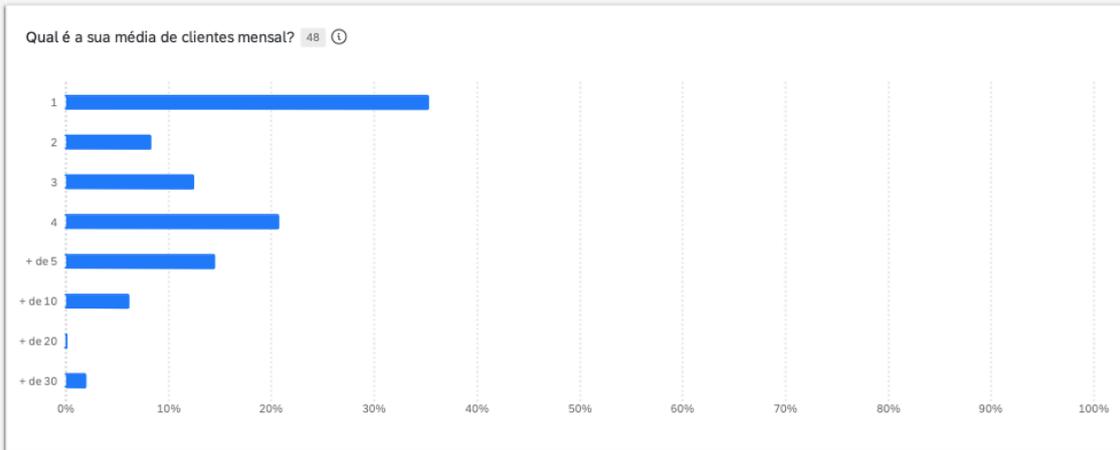


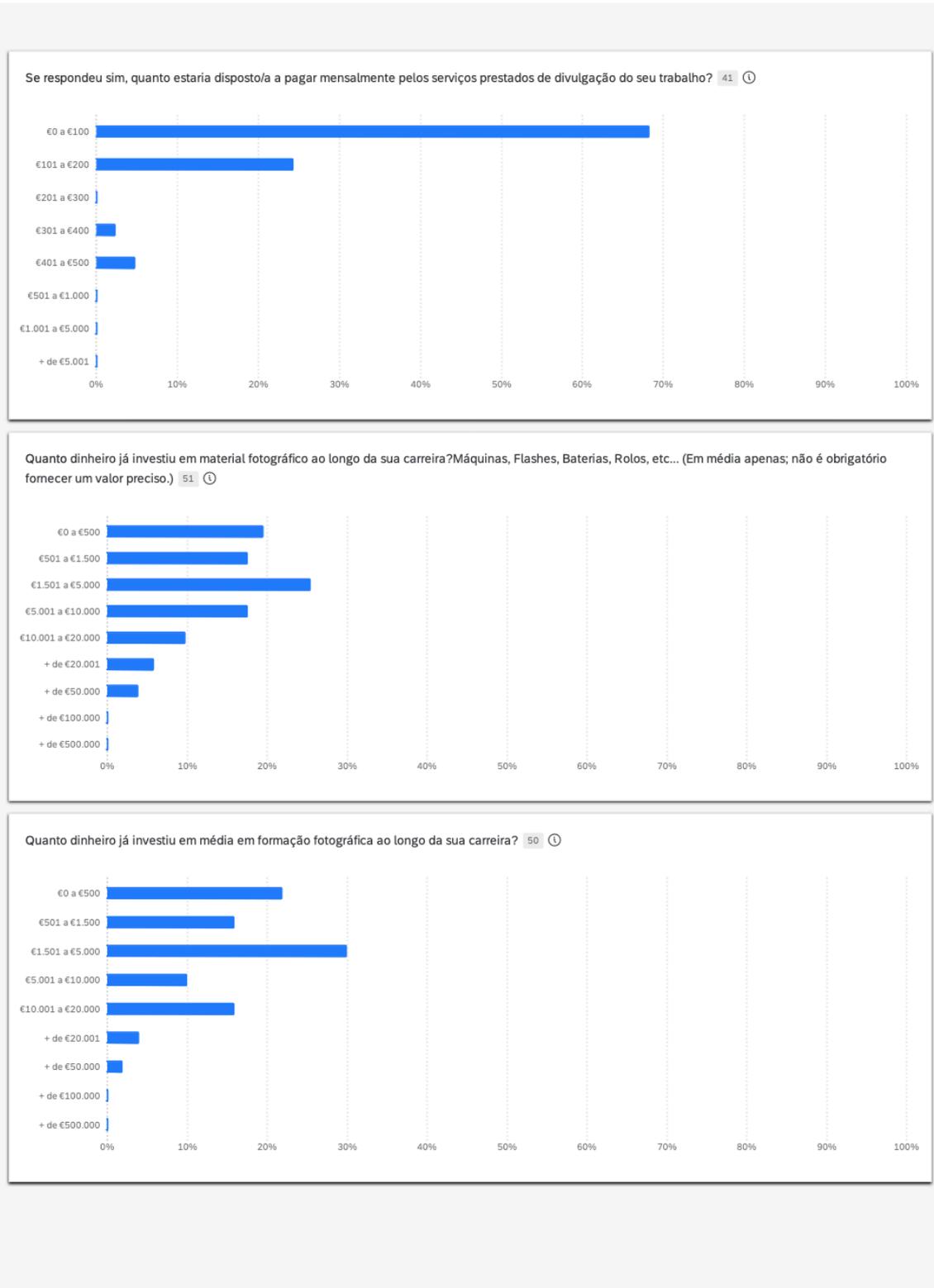
Gostaria de ter assistentes no estúdio para o/a ajudarem caso precise? Mesmo tendo um custo extra? 54

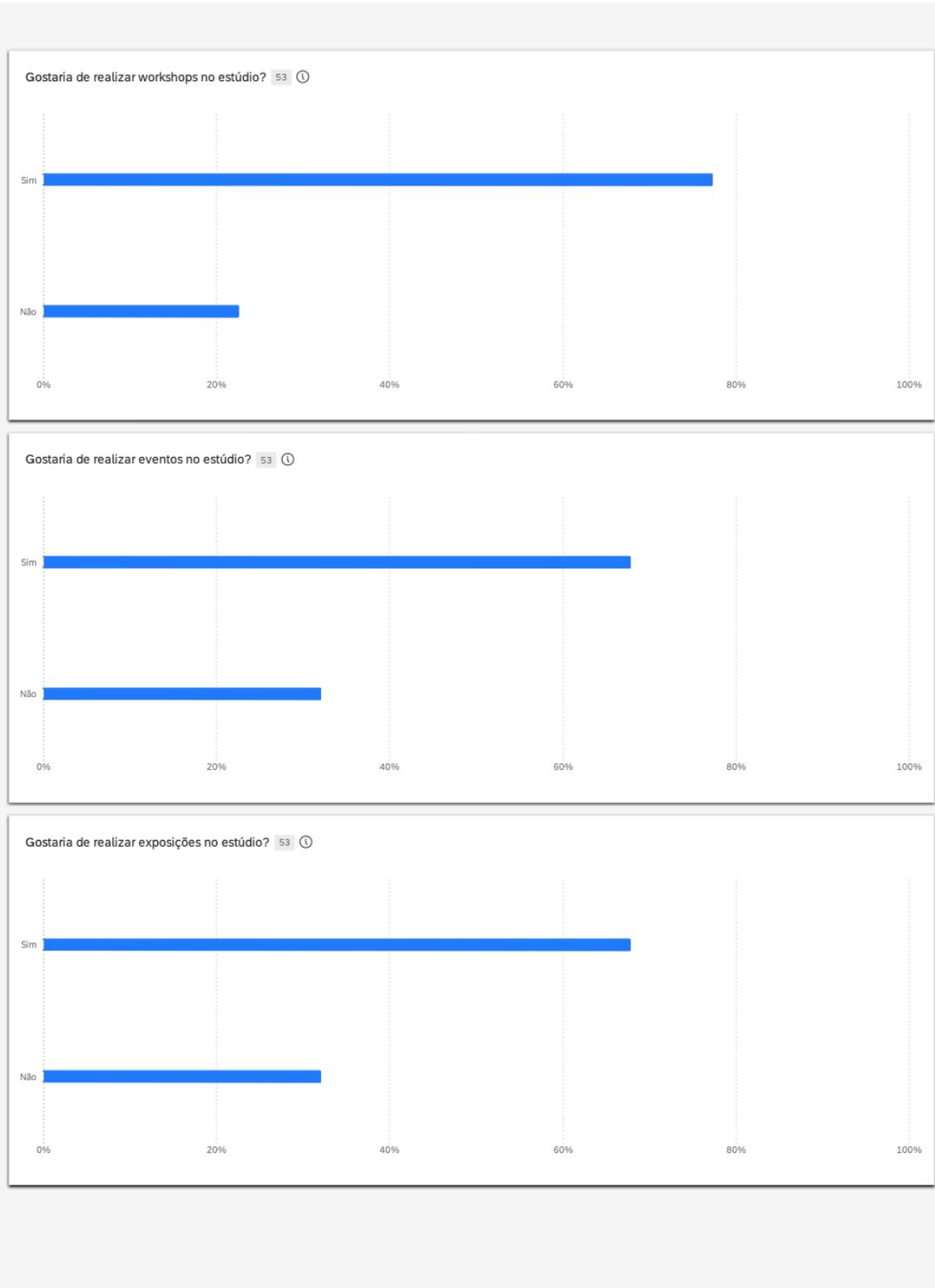


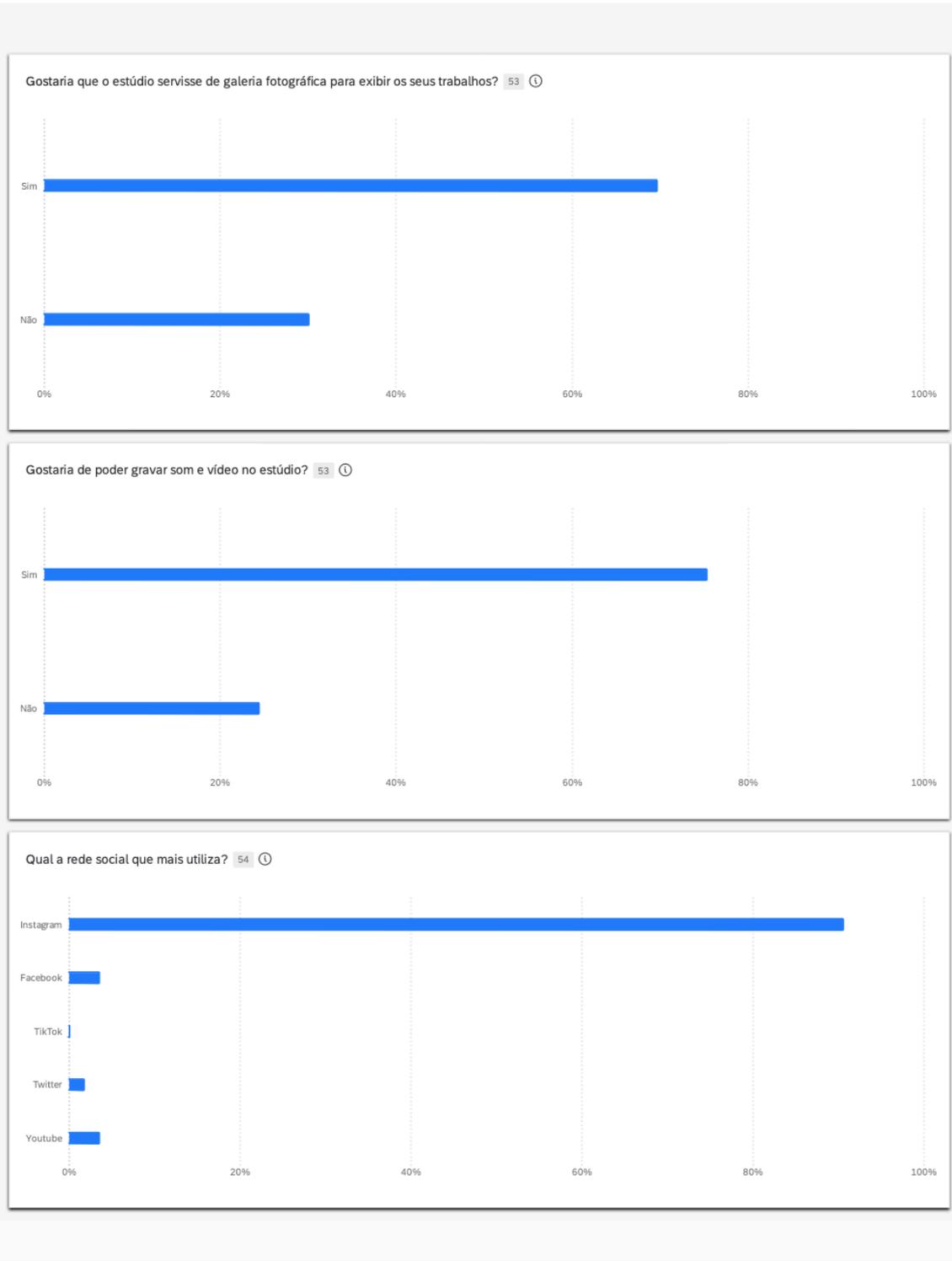












Anexo B - Lista de estúdios fotográficos que oferecem o serviço de aluguer à hora em Lisboa.

Incluimos a identificação e morada dos estúdios, a lista de materiais disponível para aluguer, as opções disponíveis para aluguer do espaço e os valores praticados:

Estúdio 1: Estúdio da Villa

Morada: Largo da Graça, 82, Lisboa

Website: <https://www.estudiovilla.com/>

Instagram: www.instagram.com/estudio.villa

Valores Aplicados:

Pack Standard: 4 horas: €200 / Hora adicional: €40 hora

Pack Full: 8 horas: €300 / Hora adicional: €45 hora

Pack Flash: 2 horas: €150 / Hora adicional: €40 hora

Definições do Espaço e do Material:

Ciclorama/set: 14 m² + 10 m² (largura máxima: 4m / altura máxima: 3m)

Camarim: 9 m²

Área de apoio: 36 m²

Assistente de iluminação

Sistema de ajuste de iluminação mecanizado com pantógrafos de ajuste vertical e horizontal

2 geradores BOWENS® (cada gerador debita 3000A, distribuídos por até 4 saídas)

2 Monolights HENSEL® de 500W (com 4 painéis e 2 favos de luz)

4 cabeças de flash BOWENS®

Transmissor sem fios de sincronismo de flash PHOTTIX® Strato II Multi

1 Spotlight BOWENS® (1500k)

4 unidades de 1000W de luz artificial KAISER®

4 painéis refletoras de luz BOWENS®

Caixas de luz (1 HENSEL® 70X70cm; 1 HENSEL® Strip Light 150X23cm; 2 WAFER®

130X100cm; 1 WAFER® 190X140cm; 1 WAFER® 75X100cm

7 sombrinhas

8 tripés de flash

Tripés de camera (1 MANFROTTO® #028; 1 MANFROTTO® #055; 1 MANFROTTO® 190xb; 1 GIZO®)

1 Charriot de tripé MANFROTTO®

1 Girafa MANFROTTO® (4m de altura máxima)

1 máquina de vento Jet Stream da BOWENS®

2 Autopole MANFROTTO® (3m)

2 sistemas da Manfrotto® para suspensão de rolos de fundo de cenário

Estúdio 2: Foto Space (Também conhecido como: Forja – Creative Hub + Studio)

Morada: Rua das Pedralvas 5A 1500-487 Benfica Lisboa

Website: <https://www.fotospace.pt/>

Instagram: <https://www.instagram.com/fotospace.pt/>

Facebook: <https://www.facebook.com/fotospace/>

Horário de Funcionamento:

Das 10:00 às 18:00, para sessões até 8 horas.

Das 10:00 às 20:00, para sessões superiores a 8 horas.

Valores Aplicados:

Duração	1h	2h	3h	4h	5h	6h	7h	8h	9h	10h
Dias Úteis	45€	50€	70€	90€	110€	125€	140€	150€	160€	165€
Sábados	65€	70€	90€	115€	135€	155€	175€	185€	200€	210€
Dom. & Feriados	85€	90€	110€	135€	155€	175€	195€	205€	220€	230€

Definições do Espaço e do Material:

Estúdio de fotografia

Zona de maquilhagem

Vestuário

Sala de espera / Lounge

2x WC

Apoio técnico

Internet Wi-Fi

1 fundo 2,75m (branco, cinza, preto, amarelo, azul, vermelho, rosa ou avelã).

Trigger por rádio

Canon EOS 6D Mark II + Lente EF 24-105 mm f4

120€ +iva p/ sessão

Tripé para camera

30€ +iva p/ sessão

Troca de fundo adicional

10€ +iva p/ fundo

Luzes Profoto D2 500W (2 unidades)

Luz Profoto B10 Plus 500W

Luz Profoto B2 250W

2 Softbox com grid á escolha

Octa 90

Strip 35×140 (2 unidades)

1 Softbox 90×40 cm

Tripés lightstand (vários disponíveis)

Conjunto de refletores

Alternativa de Equipamento para Vídeo

Aputure LS 120D 2

Aputure 120 D2 300 D2

Softbox Aputure Light Domme II

Softbox Aputure Mini Domme

Mobiliário

1 Mesa branca opaca

3 Cadeiras Cinzentas

3 Cadeiras Brancas

1 Banco de madeira rústico

1 Banco alto preto/metal

Equipamento adicional:

Kit Pro (40€ +iva por sessão)

2 Softbox adicional com grid

Umbrella Shallow Translucent M Profoto

Umbrella Deep Silver XL Profoto

OCF Softbox 2×3 Profoto

OCF Softbox Octa 30 Profoto

OCF Beauty Dish Profoto

Panela Magnum Profoto

Kit Gel Correção de Cor OCF Profoto

Kit Tether – Cabo + Mac com Lightroom – Type-C ou MiniUSB Plus

Mobiliário

Sofá Azul Vintage Campitone

40€ +iva p/ sessão

Cadeira Charles Eames

30€ +iva p/ sessão

Cadeira Moderno

20€ +iva p/ sessão

Estúdio 3: Naski Creative Studio

Morada: Largo da Graça 30 - 1º, Lisboa, Portugal

Website: www.naski.pt

Instagram: <https://www.instagram.com/naski.pt/>

Facebook: <https://www.facebook.com/naski.studio>

Não respondem aos pedidos de orçamento.

As redes sociais apenas apresentavam entradas até 2019.

Não se conseguiu confirmar se estão ativos profissionalmente.

Os valores e os serviços não se encontravam disponíveis online.

O website estava em baixo, redirecionando para as redes sociais instagram e facebook.

Estúdio 4: Instanta Chiado

Morada: Rua Garrett, 40

1200-204 Lisboa

Website: <https://www.instanta.pt/estudio/aluguer-estudio/aluguer-de-estudio-1-hora>

Instagram: <http://instagram.com/instanta.pt>

Facebook: https://www.facebook.com/Instanta?ref=br_tf

Valores Aplicados:

€30 – 1 hora

Definições do Espaço e do Material:

A informação não se encontrava disponível.

Estúdio 5: Digital Azul

Morada: Rua Vieira Lusitano, 10A

1070-280 Campolide, Lisboa - Portugal

Website: <https://rental.digitalazul.pt/produto/estudio-de-imagem/>

Valores Aplicados:

€420 + IVA por dia

Definições do Espaço e do Material:

Estúdio de 70m² c/ chroma verde.

Isolamento acústico.

Sistema de calha de cortina preta, ou branca.

Área de maquilhagem e guarda-roupa.

Área de cliente.

Área de catering.

Cozinha de apoio ao estúdio equipada.

Acesso internet wifi.

Ar condicionado.

Kit de iluminação e equipamento base:

5x amaran F21x Bicolor LED Mat V-Mount 2 x 1' (1,22 x 0,61m)

1x Lupo Superpanel DMX Dual Color 60

2x Ceferinos

2x Suportes extensíveis

2x Braços mágicos Manfrotto

4x Garras Superclamp Manfrotto

1x Bandeira Negra com 45 x 60cm (18 x 24 “)

3x CEE Current Extensions for 4 Shucko

Estúdio 6: Moove Lisbon Studio

Morada: Núcleo Empresarial de Cabo Ruivo / Chelas Av. Marechal Gomes da Costa, 35 Sala
43 1800-065 Lisboa

Website: <https://cast39.pt/moove/>

Valores Aplicados:

A partir de €10,62 hora (+IVA)

Definições do Espaço e do Material:

2 x flashes de estúdio 200 w com Softbox 40x80cm Quadralite

1 flash estúdio 200 w com Softbox octogonal 80 cm Quadralite

2 x flashes 300 w UP!300

1 flash estúdio 250 w com softbox 50×70 cm 250DI

2 x luz contínua Linkstar

kit luz contínua Led Caruba

softbox 1,80 cm

fundos x metro branco, preto, cinza, croma, acrílico chão

3 tripé de câmara

girafa com braço extensível

beauty dish 40 cm

1 refletor 1,80 preto e branco

1 refletor 1,70 refletor prateado e dourado

Estúdio 7: Own Creative

Morada: Praceta Leiria, 65, Loja A, 2755-282 Alcabideche

Website: <https://www.owncreative.pt/aluguer-de-estudio>

Valores Aplicados:

Preços desde 30€ + IVA /hora

Definições do Espaço e do Material:

100m²

Zona de Make up

Canon EOS R - 80€/dia (lentes incluídas)

Tamron SP 24-70mm F/2.8 Di VC USD

Canon EF 100mm f/2.8L Macro IS USM

Sigma 35mm F/1,4 DG HSM Art

Sigma 50mm F/1,4 DG HSM Art

Vestiário

WC

4 difusores branco/preto

Parede de Ciclorama branco 4,55x8,50m

Estacionamento gratuito à porta

Entrada em r/c sem escadas

Sistema de som Bluetooth e wi-fi

Zona Lounge para apoio de catering

4x Godox DP400 III

4x Godox SL60W

2x Neewer 960 RGB Led

3x Neewer 660 RGB Led

4x Fresnel Lens Kit

2x Godox Deep Parabolic Softbox P90L

1x Octabox 150cm

2x Striplight Plus 25x150cm with grids

2x Softbox 80x120cm with grids

1x BeautyDish 70cm with grid & diffuser

1x White Umbrella 180cm

1x Silver Umbrella 180cm

1x Manfrotto Light Boom 35 Black A25

2x Walimex WT-420 Tripod

11x Tripés de Estúdio

4x Reflectores (vários tamanhos)

1x Porta Fundos 120-307cm

2x AutoPoles

Estúdio 8: Estúdio J.A. Santos

Morada: Colinas do Cruzeiro / Odivelas

Website: <https://www.estudiosjasantos.com/aluguer-de-estudio/>

Valores Aplicados:

Primeira hora: 60€

A partir da segunda hora acresce 15€ por hora

Para alugueres de 1 hora, tem disponível apenas fundo branco e 10€ de taxa de utilização de cada ciclorama

Aos Sábados o aluguer mínimo são 3 horas

Aos Domingos o estúdio está encerrado

Aos valores apresentados acresce o IVA à taxa legal.

Definições do Espaço e do Material:

Equipamento fotográfico profissional e uma vasta gama de acessórios (tudo incluído no aluguer);

Iluminação de Flash ou luz contínua

Estúdio climatizado com uma área de mais de 100m².

Zona de estar, espaço de maquilhagem, vestuário e 2 Wc. (Um com duche)

Estúdio 9: Extrimage

Morada: Rua D. Estefânia, 151A, 1000-154 Lisboa

Website: <https://extrimage.com/aluguer-estudio/>

Valores Aplicados:

1 hora - €30

2 horas - €40

3 horas - €50

4-6 horas - €65

7-8 horas - €75

Hora adicional €10

A extensão de horário (19h-21h) tem um custo adicional de €10 na sessão.

Em horário extra (noites e domingos) os preços crescem €15 por sessão.

A utilização da máquina de fumos tem um acréscimo de €10.

Definições do Espaço e do Material:

O Estúdio está situado na cave da loja de fotografia, num espaço privado de cerca de 40 m² e dispõe das condições ideais para trabalhos de natureza profissional. Dispõe de locais para maquilhagem, muda de roupa e wc privada. Em ocasiões especiais pode ainda ser facultado o acesso a bar e frigorífico. Uma vez reservado o estúdio o utilizador tem à sua disposição todos os acessórios disponíveis, iluminação, roupas etc. descritos detalhadamente no ponto equipamento. Não está incluído equipamento fotográfico (máquina e lentes) por serem de uso privado.

1 kit iluminação profissional Walimex

2 Cabeças 400w e uma de 300W

2 cabeças 300W Visico

2 cabeças Starflash 650W

4 Cabeças Bowens de intensidade regulável

4 Flash luz fixa (2x800w), 1x1000w

2 Painéis Led, 1 Projetor led para vídeo

Vários spots de apoio

6 Soft boxes, 3 Strip box, 1 Soft box hexagonal 1,4m

2 Girafas (Vídeo e foto)

1 “Beauty Dish”, Snoots

Refletores, sombrinhas, gelatinas cor, favos mel, etc.

Disparadores remotos wifi e rádio

Fotómetro digital

Máquina fumos

Equipamento som sem fios

Tripé e Slider

Ventoinha de cabelos

2 mesas para fotografia de objectos

Fundos “chroma key” para vídeo (3x3m e 3x6m)

WI-FI e computador apoio, música ambiente.

O Estúdio dispõe ainda de vários acessórios de apoio como roupas, chapéus, óculos, cadeiras, mesa, “puffs”, fundos vários, etc.

Estúdio 10: Bang Studio

Morada: Rua Latino Coelho 20A, Algés

Valores Aplicados:

Segunda a Sexta: 1 hora - €35 / 2 horas - €40 / 3 horas - €55 / 4 horas - €70 / 5 horas - €80 / 6 horas - €90 / 7 horas - €95 / 8 horas - €100

Sábado, Domingo e Feriados: 1 hora - €45 / 2 horas - €50 / 3 horas - €70 / 4 horas - €85 / 5 horas - €100 / 6 horas - €110 / 7 horas - €115 / 8 horas - €120

Definições do Espaço e do Material:

Espaço: Informação não disponível.

2 Softbox 60 x 60 cm Neewer

2 Guarda-chuva refletor branco de nylon 84 cm

1 Luz de Vídeo Contínua NEEWER

10 Suportes de fotografia

1 Fundo de pano Verde 3*2.6m

1 Fundo de pano Preto 3*2.6m

1 Fundo de pano Branco 3*2.6m

5 Refletores de diversas cores diferentes

2 Charriot

2 Ring Light

1 Mesa de adereços

1 Máquina de fumo 1200W HQ POWER

1 Camera G7X MARK II (+15€)

1 Fundo de Cartolina Laranja 2,72x11m

1 Fundo de Cartolina Amarelo 2,72x11m

1 Fundo de Cartolina Rosa 2,72x11m

1 Fundo de Cartolina Verde 2,72x11m

1 Fundo de Cartolina Azul 2,72x11m

1 Fundo de Cartolina Roxo 2,72x11m

1 Fundo de Cartolina Preto 2,72x11m

1 Coluna JBL PartyBox 100

2 Câmaras Vintage

2 Bancos altos
1 Sofá preto (2 Pessoas)
1 Mesa de apoio Vintage
1 Mesa de snooker
1 Televisão Vintage
Diversas revistas

Estúdio 11: Lisboa Studio

Morada: Rua de Pedrouços nº 37B, Armazém 6

1400-285 Algés / Lisboa

Website: <https://www.lisboa.studio/lisboa-studio.pdf>

Instagram: <https://www.instagram.com/lisboa.studio/>

Valores Aplicados:

175€ + IVA - Meio dia (até 4h)

125€ + IVA - Express (até 2h)

250€ + IVA - 1 dia (até 8h)

Definições do Espaço e do Material:

3x Flashes Profoto B10 Plus

1x Softbox Broncolor octogonal de 90 cm

2x Softbox Profoto strip 100 cm x 30 cm

1x Softbox Bowens quadrada 70 cm x 70 cm

2x Umbrellas Bowens de 120 cm

1x Beauty dish Calumet 42cm

1x Disparador Profoto

1x Led 40*20cm

1x Charriot 120 cm

Backdrops* Colorama 272 cm largura: branco, preto, verde

chroma, deep red, light blue, grey, deep blue

Coluna de som (Bluetooth)

Cafés

Água

WC

Posto de maquilhagem com espelho luminoso

Diversos refletores de cartão e Light Blockers

Estúdio 12: Pangerera

Morada: Estrada de Alfragide 107 A1 Sala 3 e 6 - 2610-008 Alfragide

Website: <https://bio.site/pangerera> (a link para o aluguer do estúdio não está funcional)

Instagram: <https://www.instagram.com/pangerera.studio/>

Valores Aplicados:

2 horas – mínimo obrigatório €40 hora (€80)

3 a 4 horas - €35 hora

5 a 6 horas – €30 hora

+ de 7 horas - €25 hora

Aos fins de semana e feriados acresce €10 hora

Utilização de rolos background €15 por rolo

Campanha de verão de 15 de Junho a 31 de Agosto:

€25 hora aos dias de semana, reserva mínima 2 horas.

Definições do Espaço e do Material:

Open Space 65m²

Rodeado por 3 janelas grandes com orientação oeste, o que permite que o sol entre pelo estúdio durante a tarde até ao pôr do sol.

Luz Natural e Blackouts cuja finalidade é a de bloquear a luz natural para se realizarem sessões com luz artificial.

Flashes e Ciclorama.

Tetos de 3,5m.

Área de Make up e Clothing

Acesso à kitchenette partilhada e a duas casas de banho.

Acesso a wifi gratuito

Estacionamento para 1 carro.

2 flashes Godox AD400Pro e SK400II

2 luzes contínuas (Nanolite FS-200)

Trigger Canon/Sony
Cabo Tether
Sombrinhas e Softboxes
Polyboards

Estúdio 13: Ostudio Lisbon

Morada: R. Damasceno Monteiro 93A, 1170-117 Lisboa

Website: <https://www.ostudiolisbon.com/>

Valores Aplicados:

2 horas de aluguer no mínimo.

Os seguintes valores não incluem iva:

100€ / 2 horas - 140€ / 4 horas - 160€ / 6 horas- 180€ / 8 horas

Pack 3 dias = 3 x 2 horas - 240€ / 3 x 4 horas- 330€ / 3 x 8 horas - 430€

Pack 5 dias = 5 x 2 horas - 350€ / 5 x 4 horas- 490€ / 5 x 8 horas - 630€

Definições do Espaço e do Material:

Área total do estúdio 100m²

Equipamento de Iluminação

1 backdrop colour

Engomadora a vapor

Área de Make-up

WiFi

Máquina de Café

3 x Godox Studio Flash QS400II

2 x Softbox SB-BW (80x120cm)

1 x Umbrella UB-004 (40" black&white)

1 x Godox BDR-S55 Pro Beauty Dish Silver

1 x Wireless Power-control Flash Trigger XT16

2 x Jupio Led Lights

RGB Pro LED Waterproof light stick

1 x Flashgun Godox TT685 speedlite

Caruba C-Stand with heavy duty boom

1 x Godox BD-04 Barndoor Kit

2 x Reflectors
2 x Tripods
Canon RC-6 Wireless Trigger
Big variety of backdrop colours
Steamer
Set Design Props
Crystal Set
Extra backdrops color - 30€
Assistentes - 50€ hora
Production Service – A pedido
Estilista – A pedido
Make-up Artist – A pedido
Catering – A pedido

Estúdio 14:

Studio 800 - FILM & TV STUDIO RENTAL LISBON

Morada: Não disponível

Website: <https://www.camaleonrental.com/gb/film-tv-studios-hire-lisbon/studio-800>

Valores Aplicados:

€1,500.00 por mês (sem iva)

Definições do Espaço e do Material:

800 m2

6 salas de actores

1 Sala de Make-up & Hairdressing

1 Camarim

1 Sala de Controlo

Parqueamento

Estúdio 15: Estúdio Fernando Ribeiro – Daylight Photo Studio

Morada: Rua Pereira Henriques nº24, 1950-242 Paço de Arcos

Website: <https://www.fernando-ribeiro.com/daylight-photo-studio-rental-in-lisbon/>

Instagram: https://www.instagram.com/fernando_ribeiro_photo/

Valores Aplicados:

Meio-dia (5h) - €100

Dia completo (10h) - €180

Feriados e fim-de-semana - Acresce 20%

Hora extra - €30

Definições do Espaço e do Material:

O estúdio localiza-se em Paço de Arcos, a 15 minutos de carro do centro de Lisboa, e foi especialmente desenhado para fotografia. Tem uma área de 98 m², dos quais 50 m² são de trabalho. O pé direito é de 2,90m e a lotação máxima é de 8 pessoas.

Com uma ampla janela virada a oeste, tem uma qualidade de luz natural excelente, dispondo de cortinas para blackout, caso seja necessário. Existe ainda uma pequena copa com máquina de café, mini frigorífico e micro-ondas para apoio às sessões.

A área de trabalho dispõe de uma grande parede branca, mas também se pode montar um suporte para fundos em papel ou tecido. O teto tem um conjunto de ganchos que permitem pendurar fundos ou objetos para criar cenários.

O estúdio localiza-se dois andares abaixo da entrada do edifício e, apesar de ter escadas de acesso bastante largas, não possui elevador. No exterior, existe estacionamento gratuito e pago, bem como, várias soluções de transporte público.

O espaço não está tratado acusticamente, pelo que pode não ser adequado para certos tipos de trabalho em vídeo.

Wi-Fi

Ar condicionado

Sistema de som

Máquina café Nespresso

Micro-ondas e mini-frigorífico

Coluna de estúdio FOBA

Monitor 27" 2K ViewSonic

6 mesas de apoio (1.00×0.60m)

Mesa alta com rodas para computador

2 refletores branco/preto com 2x1m

5 apple boxes

2 super clamps

4 braços para C-stands

6 C-stands + sacos areia

Barra para fundos e molas de aperto

Além do equipamento já referido, o aluguer para fotografia inclui ainda 3 cabeças de flash Broncolor (Siros 800S), disparador de flash sem fios, várias caixas de luz e 2 telas de difusão. Se precisar de reservar por um período mais curto ou necessitar de vários dias seguidos, agradeço o contacto para se verificar da viabilidade.

Estúdio 16: Own Studio

Morada: Praceta Leiria Lote 65, Loja A, 2755-282 Alcabideche

Website: <https://www.ownstudio.pt/studio>

Valores Aplicados:

Dias da semana:

0 - 2 horas: €40 hora (+ IVA)

2 - 4 horas: €35 hora (+ IVA)

4 - 8 horas: €30 hora (+ IVA)

Fins de semana e feriados:

€50 hora (+ IVA)

Definições do Espaço e do Material:

área total de 100m²

área de trabalho de 65m² e wi-fi

salão com máquina de café

camarim com vaporizador, WC e zona de maquilhagem

ótima luz natural principalmente a tarde

ciclorama branco com 4,4m x 8,8m

vários cenários de papel (2,72m x 11m)

fotografia profissional e equipamentos de áudio

estacionamento gratuito fora da entrada do estúdio

Canon EOS R6 - 90€/dia (incluindo lentes)

Tamron SP 24-70mm F/2.8 Di VC USD
Canon EF 100mm f/2.8L Macro IS USM
Canon EF 135mm f/2.0L USM
Arte Sigma 28mm F/1,4 DG HSM
Arte Sigma 35mm F/1,4 DG HSM
Arte Sigma 40mm F/1,4 DG HSM
Arte Sigma 50mm F/1,4 DG HSM
4x Godox QT400III
4x SmallRig RC 220D
2 x Godox SL 100D
2x Neewer 960 RGB Led
3x Neewer 660 RGB Led
Kit de lentes Fresnel 4x
2x SmallRig RA-D85 com grades
2x SmallRig RA-D55 com grades
1x Octabox 150cm
2x Striplight Plus 25x150cm com grades
2x Softbox 80x120cm com grades
1x BeautyDish 70cm com grade e difusor
1x guarda-chuva branco 180cm
1x guarda-chuva de prata 180cm
1x Manfrotto Light Boom 35 Preto A25
2x Tripé Walimex WT-420
11 tripés de estúdio
4x Refletores (vários tamanhos)
1x Vara Ajustável 120-307cm
2x AutoPoles
Cenário Amarelo / Azul / Laranja / Rosa / Chroma - 2,72x11m

Estúdio 17: Iris Photography Studio

Morada: LX Factory - Edifício Principal, 4º piso, sala 4.02

Website: <https://carlosloff.com/iris-photography-studio>

Instagram: https://www.instagram.com/carlosloff_com/

Valores:

30€/h (mínimo 2h) Após 2h = 25€/h

1 Dia - 150€

Definições do Espaço e do Material:

Sala 40m² c janelas panorâmicas

Bom arejamento (janelas abrem)

Super-ecrã smart-TV com 55"

Internet fibra 5G - 500 MBPS

4 mesas facilmente re-combináveis

3 cadeiras escritório e 2 poltronas

18 cadeiras dobráveis p audiência

Frigorífico e Maq. café Nespresso

Limpezas profundas mto regulares

Pet friendly, se bem comportados

Equipamentos para Fotografia e Vídeo

Camarim com privacidade e arrumação

Espelho alto de parede e espelho makeup

5,5 metros de recuo face aos fundos

3 cabeças Flash 300W e 1 cabeça 400W

Triggers compatíveis com qualquer câmara

Flash-meter Sekonic para controlo de luz

Fundos papel 2,75m: branco, cinza e preto

Fundo chroma verde e azul, 2m X 1,40m

Reflectores médios 5 em 1

Tecidos cénicos de várias cores com 4m

Chãos cénicos: madeira, pedra e metal

1 Softbox octagonal e 2 strip-light

3 sombrinhas reflect e 2 translúcidas

1 Beauty dish de 40cm c difusor

Sombrinha gigante branca translúcida

Sombrinha gigante reflect dourada

Girafa para iluminação em altura

Palas com filtros de cor e 2 snoots

Porta-fundos e diversos adaptadores

Spot adequado p flash de recorte

3 ventoinhas para efeito em cabelos

Aquecedor para dias de Inverno

Estúdio 18: Flux Studio

Morada: Marquesa de Alorna 11 Agualva-Cacém 2735-521 - Linha de Sintra

Website: www.fluxsla.com

Instagram: <https://www.instagram.com/fluxsla/>

Facebook: <https://www.facebook.com/fluxsla>

Valores Aplicados:

Durante a Semana: Manhã ou Tarde - 4 horas - €70

Manhã ou Tarde - 2 horas - €40

Noite - €120

Noite – 2 horas – €70

Dia Completo - €150

Horas Extra - €30

Fim de Semana / Feriado: Manhã ou Tarde – 4 horas - €120

Manhã ou Tarde – 2 horas - €70

Noite - €150

Noite – 2 horas - €80

Dia Completo - €250

Horas Extra - €40

Definições do Espaço e do Material:

110m²

Ciclorama

Backgrounds - €15 a €20 por cada

Máquina de Nevoeiro - €20

Ventoinha - €25

Anexo C - Lista De Fotógrafos e Estúdios Fotográficos em Lisboa

(Pesquisa realizada através de Google e Google Maps em 2023):

Fotógrafos Independentes

Afonso Costa – Fotografia e Vídeo – Fotógrafo – Av. 25 de Abril 20 – C - <http://www.afonsocosta.pt/>

Alex Costa Fotografia – Fotógrafo – R. António Enes 25 C - <http://www.alexcosta.com/>

Alex Tome Photography – Fotógrafo – Rua Gonçalves Crespo 50 - <http://www.alextoime.com/>

Ana Amorim Fotografia – Fotógrafa – Rua de Xabregas 20 1º piso - <https://www.adrianamoraisphotography.com/>

Ana Antunes Fotografia – Fotógrafa – R. Júlio Verne 845 1º Andar - <http://www.anaantunesfotografia.com/>

André com Cláudia Photography – Fotógrafos – R. Áurea - <https://andrecomclaudia.com/>

Caldeira Fotógrafo Lda – Fotógrafo - Campo Grande 265 - https://caldeira-fotografo-lda.negocio.site/?utm_source=gmb&utm_medium=referral

Camilla Watson Studio – Fotógrafa – Largo dos Trigueiros - <http://www.camillawatsonphotography.net/>

City Tour & Photography – Fotógrafo – R. Arco da Graça 65 - <https://m.facebook.com/citytourphotography/>

Dai Moraes Photography – Fotógrafo – R. Paul Harris 11B - <https://www.daimoraesphotography.com/>

Daniel Pego – Fotógrafo - <http://www.danielpegofotografia.com/>

Estúdio Mário Príncipe – Fotógrafo – Rua de São Paulo - <http://www.marioprincipe.com/>

Expofoto – Fotógrafo – Av da Republica 45

Flavia Grandi Photography – Fotógrafa – Rua Correia Teles 28ª - <http://www.flaviagrandi.com/>

Flashmat – Fotógrafo – Avenida da Liberdade 240 piso 2 - <http://flashmat.pt/>

Fotocasa Lisboa – Fotógrafo – R. Quintinha 54 4 andar

FotoExpress Alcantara – Fotógrafo – Rua Fradesso da Silveira 77

Foto Fixarte – Fotógrafo – Rua da Palmira 35ª - <https://www.fotofixarte.pt/>

Galeria Oliveira Fotografia – Fotógrafo – Av. Rainha Dona Leonor 6 1 dt - <http://www.galeriaoliveira.art/>

Haikai Photo – Fotógrafo – Rua dos prazeres 40 2esq. - <http://www.haikai-photo.com/>

Henri Retratos – Fotógrafo - <https://instagram.com/henri.retratos?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Hugo Coelho Fotografia – Fotógrafo – Av. da Igreja nº56 - <http://www.hugocoelho.com/>

Je Suis – Sessões Fotográficas Sensuais – Fotógrafo – Rua Nova do Almada 36 2º esquerdo - <https://www.je-suis.pt/>

João Marques Fotografia – Fotógrafo – rua da quinta do charquinho 26 rc <http://www.joaomarques.com.pt/>

Julia Yatel, Fashion photographer and makeup artist – Fotógrafa - Av. Da Liberdade 211 - <https://www.juliyatel.com/>

Lisboa na Mala – Fotógrafo Brasileiro em Lisboa – Fotógrafo - <https://www.instagram.com/lisboanamala/>

Lemonnier Foto – Fotógrafo – Rua domingos Sequeira, r1 da vila maia n 3ª - <http://lemonnierfoto.com/>

Lenon Fotografia e Audiovisual – Fotógrafo – Tv. Do Pasteleiro 35

Lucca Tancredi Fotografia – Fotógrafo – Rua de Campolide - <http://lucatancredi.pt/>

Ludivine Pellissier Photography – Fotógrafa – Tv. Oliveira à estrela - <https://ludivinepellissier.exposure.co/>

Lupa – Luis Pavão Lda – Fotógrafo – R. Rafael de Andrade 29 - <http://www.lupa.com.pt/>

Marco Teixeira Photography – Fotógrafo – R. das Gáveas - <https://marcoteixeiraphoto.com/>

Mariana Gama Photography – Fotógrafa – R. Ferreira Borges 77 1 andar - <https://www.marianagamaweddings.com/>

Marianap – Fotógrafa – Avenida 5 de outubro 23

Marilia Jacobson Fotografia – Fotógrafa – Av. Dom João I 8 1D - <http://www.mariliajacobson.pt/>

Matheus Grillo Fotografia – Fotógrafo – Rua Pereira e Sousa 19 - <http://www.matheusgrillo.com/>

Nuno Palha Studios Fotografia de retrato, documental e comercial – Fotógrafo – R.da Liberdade - <https://nunopalhastudios.com/>

Nuno Patricio Photography – Fotógrafo – Mercado da Ribeira 49 - <http://www.nunopatriciophotography.com/>

O tripé – Fotógrafo – Pc São José Loja 6ª - <http://www.otripe.com/>

Pedro Villa fotografia – Fotógrafo – Rua cidade de Lagos nº1 4ªA- <https://www.pedrovillafoto.pt/>

Queren Hapuque – Fotógrafa – R. Particular à Manuel Soares Guedes - <https://qh fotografias.com.br/>

Rafaella Coelho Fotografia – Fotógrafa - <http://www.rafaellacoelho.com/>

Ricardo Junqueira Photographer – Fotógrafo – R. Abade Faria 9 1º andar - <http://ricardojunqueira.pt/>

Rose Richards – Fotógrafa – R.Sampaio e Pina 58

Rui Velindro – Fotógrafo - Av. Alfredo da Silva - <http://www.ruivelindro.pt/>

Sara Martins Fotografia – Fotógrafa – R. Silva Carvalho 226 CV Esquerdo - <http://www.saramartinsphoto.com/>

Sérgio Santos – Fotógrafo – R.do Alecrim - <https://www.instagram.com/sedcas/>

Sofia Brito Photography – Fotógrafa - <http://www.sofiabritophotography.com/>

Shauntel Media House – Fotógrafo - <https://shauntelmediahouse.mypixieset.com/>

Shootme Lisboa / Lisbon Photographer – Fotógrafo – Pátio Salema - <http://www.shootmelisboa.com/>

Silverbox – Fotógrafo – Rua Braamcamp nº 88 4ºesquerdo - <http://www.silverbox.pt/>

Tessy Morelli Photography – Fotógrafa – R. Maria Pia 90 - <http://www.tessymorelli.com/>

Thiago Foxer – Fotógrafo – Cc dos Barbadinhos 110ª Porta 22 - <http://www.thiagofoxer.com/>

Videolicious foto e vídeo – Fotógrafo e videografo – R. Coelho da Rocha 31 3 esq. - <https://videlicious.negocio.site/>

Visage Studio – Foto & Make Up – Fotógrafo – Av. Sérgio Vieira de Mello 17 loja 5B - <http://www.visagestudio.pt/>

Walter Silva Photography – Fotógrafo – Beco do Salvador - <https://valtersilva60.wixsite.com/waltersilvaphotograp>

Your Image – Fotógrafo – Estrada da Luz 224 A - <http://www.yourimage.pt/>

Fotógrafos Que Se Apresentam Como Estúdio Fotográfico.

(Ou seja, Fornecedores de Serviços Fotográficos como retratos, foto reportagens, casamentos, batizados, eventos, etc...)

Bate chapas oficina de imagem lda – Estúdio fotográfico – R. Correia Teles 4ª - <http://www.batechapas.com/>

Be the One! – Estúdios Fotográficos – Av. Almirante Reis 256 - <http://www.betheone.pt/>

Carlos Villas Fotógrafo - Estúdio Fotográfico – R.Emília das Neves 4 - <https://www.carlosvilas.pt/>

Centrimagem Fotografia e Video – Estúdio Fotográfico – Centro comercial da portela r/c loja 42 - <http://centrimagem.com/>

Contraste Fotografia – Estúdio Fotográfico – R. Carlos Amaro de Matos 4 A -
<http://www.contrastefotografia.pt/>

Fotoalmada – Estúdio de Fotografia - R. Bernardo francisco da costa 64 -
<http://www.alerfilme.com/>

Fotosport – Estúdios Fotográficos – Saldanha Residence – Av. Fontes Pereira de Melo 42E lj
0.23 - <http://www.fotosport.pt/>

Fotografia Triunfo – Estúdio Fotográfico - Rua Poço dos Negros nº 69 Lisboa -
<http://lojascomhistoria.pt/lojas/fotografia-triunfo>

Fotógrafo Lisboa – Estúdio Fotográfico – Rua Nova do Almada 36 2º esquerdo -
<http://fotografolisboa.pt/>

Gustavo Pereira Photography – Estúdio Fotográfico - <http://gusfop.wix.com/gpphotos>

Imagias.net – Estúdio fotográfico – R. Nova do Almada 36

Jeanne Look Fotografia – Estúdio Fotográfico – R. da liberdade parque verde -
<http://www.jannelook.com/>

Light Up Studio – Estúdio Fotográfico – R. Alexandre Ferreira 15B -
<http://www.brunoseabra.com/>

MediaDigital - Carlos Pedrosa – Estúdio Fotográfico – R. Eng. Santos Simões 9ª -
<http://www.mediadigital.pt/>

Paulo Pinto – Estúdio Fotográfico – Praça da Viscondessa dos Olivais 6 -
<https://www.paulopinto.pt/>

Pedro Jorge Fotografia – Estúdio Fotográfico – R.Dr. João de Barros 15F -
<http://www.pedrojorgefoto.com/>

Sérgio Rosário – Estúdio Fotográfico – Rua das amoreiras 72ª - <http://www.sergiorosario.com/>

Studio Nuts – Estúdio Fotográfico – Rua Garcia de Orta 17B - <http://www.studionuts.com.br/>

The Fabrik – Photographic Studio – Estúdio Fotográfico – Tv. Santo Ildefonso 3B -
<http://www.thefabrik.pt/>

Fotógrafos de Casamentos

Adriana Morais Fotografia, Wedding Photography, Lisbon – Fotógrafa de casamentos – Av.
Almirante Reis – 256 - <https://www.adrianamoraisphotography.com/>

Bernardo Gouveia – Wedding Photographer – Fotógrafo de Casamentos -
<http://bernardogouveia.pt/>

Carlos Mendes – Fotógrafo de Casamentos – Av. São Pedro -
<http://www.carlosmendesphoto.pt/>

Carol Ventriliglia Fotografia – Fotógrafa de Casamentos – Rua de S. Gens 20 -
<http://www.carolventrigliaphoto.com/>

D10photo – Fotógrafo de casamentos – Av. de Roma - <http://www.d10photo.com/>

Fotografodecasamentos.pt – Fotógrafo de casamentos – R. João Schwalbach n3 1º esquerdo -
<https://fotografodecasamentos.pt/>

Golden Days Wedding Photography - Fotógrafo de Casamentos – Praça Duque de Saldanha -
<http://www.goldendaysphoto.com/>

Jesus Caballero Photography – Fotógrafo de Casamentos – Rua de Santa Justa 61 -
<https://jesuscaballero.com/>

João Soeiro – Fotógrafo de Casamentos – R. Cap. Leitão 17 A - <http://www.joaosoeiro.com/>

João Pedro Felix – Fotógrafo de casamentos – Via do Oriente - <https://joaopedrofelix.com/>

Lucho Vargas Fotografia – Fotógrafo de Casamentos – Estr. Serra da Mira 30 -
<http://www.luchovargasfotografia.com/>

Luminist Photography – Fotógrafo de casamentos – Rua filipe da mata -
<http://www.luministphotography.com/>

Madalena Tavares – Fotógrafa de casamentos – Estrada da Luz -
<http://www.madalenatavares.net/>

Maria imaginária – Wedding photography & Video – Fotógrafa de casamentos – Av. Duque de
Loulé - <http://www.mariaimaginaria.com/>

Memorelle Weddings Destination Wedding Photographer – Fotógrafa e videógrafa de
Casamentos - <http://www.memorelle.com/>

Mitt Photography – Fotógrafo de Casamentos – Rua da Senhora do Monte – 15 3 esq.
<https://www.mittphotography.com/>

Nimagens / Nicole Sanchez – Fotógrafa de casamentos – Av. Defensores de Chaves 61 cave
esq. <https://love.nimagens.com/>

P2F Atelier – Fotógrafos de Casamento – Praça movimento das forças armadas 14 -
<http://www.p2fatelier.com/>

Paulo Moura Photography – Fotógrafo de Casamentos – Rua do Grilo 135 -
<http://www.paulomouraphoto.com/>

Portugal Wedding Photographer / The Lopes Photography – Fotógrafo de Casamentos - R. 4
de infantaria - <http://thelopesphotography.com/>

Rocco Fotografos – Fotógrafos de casamentos – Centro comercial d. av. 1 de maio n35A loja 220 - <http://www.roccofotografos.com/>

The framers wedding photography lisbon – Fotógrafos de casamentos – R. da assunção - <http://www.theframers.pt/>

Thrall Photography – Fotógrafo de Casamentos - <http://www.thrallphotography.com/>

Fotografia Stop Time – Fotógrafo de casamento – R. da Garagem n3 - <http://www.fotografiastoptime.pt/>

Rising // Fotógrafos de casamentos – Fotógrafo de casamentos – Tv de Santa Quitéria 61B - <http://www.risingphoto.com/>

Photus Family – Fotógrafo de Casamentos – Rua da liberdade 25 - <http://photus.pt/>

Branco com amor – Fotógrafo de casamentos – r. Alexandre herculano - <https://www.instagram.com/brancocomamor/>

Fotógrafos de Arquitetura

FG+SG Fotografia de Arquitectura – Fotógrafos de Arquitectura – R. Maestro Jaime Silva 11 – B - <http://www.ultimasreportagens.com/>

Pedro Brás – Fotografia de interiores e Arquitectura – Fotógrafo de Arquitectura – Rua Dom Nuno Alvares Botelho 38 Rc Dto - <https://shauntelmediahouse.mypixieset.com/>

Ricardo Gonçalves – Fotógrafo de arquitectura – R. Dos douradores - <http://ricardogoncalves.pt/>

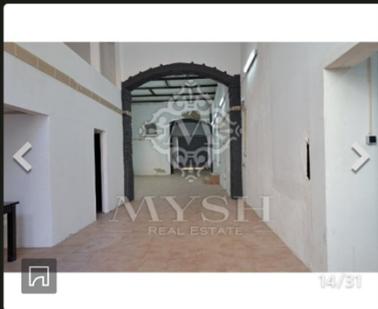
Ricardo Oliveira Alves – Fotografia de Arquitectura – Fotógrafo de Arquitectura – Av. Rio de Janeiro 7 - <http://www.ricardooliveiraalves.com/>

Anexo D - Exemplos de Espaços Disponíveis Para Arrendamento Em Lisboa

Para que possamos ter uma noção dos valores praticados de momento no centro de Lisboa.

As imagens contêm detalhes como a localização, dimensões e valores atuais de arrendamento dos mesmos.

Pesquisa feita no Website: Idealista em Junho de 2023



Warehouse in rua da Manutenção, 76, Beato, Lisboa

3,000 €/month

220 m² 13.64 €/m²

Come and discover this warehouse, located in Xabregas - Beato, an area in great expansion and rehabilitation, next to Av. Infant D. Henrique and the Sta. Apolóni...

[View phone number](#) [Contact](#)



Commercial premises in rua do Conde de Redondo, Estefânia, São Jorge de Arroios, Arroios

3,500 €/month

107 m² 32.71 €/m²

Excellent shop for sale, located in the heart of Lisbon, close to Saldanha. The store is completely renovated and ready to debut. With three shop windows, direct...

[View phone number](#) [Contact](#)



Commercial premises in rua Tenente Espanca, Nn, Campo Pequeno - Praça de Espanha, Avenidas Novas

2,000 €/month

140 m² 14.29 €/m²

Excellent brand new store suitable for trade, services and catering located on Rua Tenente Espanca, next to the Calouste Gulbenkian Foundation and covered by th...

[View phone number](#) [Contact](#)