



**Serviços de Fotografia
Especializada**



Expediente

Presidente do Conselho Deliberativo

Roberto Simões

Diretor-Presidente

Luiz Eduardo Pereira Barreto Filho

Diretor Técnico

Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças

José Claudio Silva dos Santos

Gerente da Unidade de Capacitação Empresarial

Mirela Malvestiti

Coordenação

Nídia Santana Caldas

Equipe Técnica

Carolina Salles de Oliveira

Autor

Ana Cristina Padilha

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

<http://www.staffart.com.br>

Apresentação do Negócio

Os serviços de fotografias especializadas englobam o registro de retratos, objetos, gastronomia, cultura, eventos sociais, entre outros. Na Copa do Mundo da FIFA 2014, as empresas deste segmento têm como áreas de atuação, além de prestar tais serviços para o mercado publicitário, exposições fotográficas e registro dos eventos culturais e desportivos advindos com os jogos. As expectativas são de grandes oportunidades para o setor.

Este material faz parte da Série Ideias de Negócios para 2014, que tem como objetivo explorar oportunidades para que os Pequenos Negócios se apropriem dos investimentos programados para os megaeventos que ocorrerão no Brasil, bem como do maior volume de movimentação econômica antes, durante e após esses eventos.

Este material não substitui a elaboração de um Plano de Negócio. As informações contidas aqui fazem parte de pesquisas e entrevistas com especialistas e empreendedores, com o objetivo de oferecer uma visão estratégica da atividade de Serviços de Fotografia Especializada.

A decisão de investir em determinada atividade exige uma análise mais aprofundada de informações e alternativas com o intuito de diminuir os riscos e incertezas. Quando são realizadas projeções, para aumentar a precisão da análise, são consideradas variáveis como tamanho de mercado, preços, custos de capital, custos operacionais, entre outras.

Caso o empreendedor decida promover investimentos neste ou em qualquer ramo de atividade, sugere-se que seja elaborado

um Plano de Negócio e que o mesmo procure orientações na unidade do Sebrae mais próxima da sua região.

Serão apresentados conceitos e informações relativas a processo produtivo, mercado, marketing e vendas, canais de comercialização, estrutura, localização, equipamentos, tecnologia, necessidade de pessoal, custos e capital de giro, fonte de recursos, planejamento financeiro, legislação, cursos, eventos e sites com informações de interesse do empreendedor.

Mercado

Tendências e Oportunidades

A Copa do Mundo da FIFA 2014 vai trazer uma série de oportunidades para os empreendedores brasileiros. A economia criativa será fator de destaque para contribuir com a imagem do Brasil perante os turistas estrangeiros. Dentro dessa atividade (economia criativa) estão os serviços de fotografia especializada, já considerados de extrema importância para empresas de diversas áreas de atuação.

Espera-se dos empreendedores brasileiros maiores investimentos em publicidade e, por conseguinte, uma elevação na demanda dos serviços de produção fotográfica em diferentes setores do mercado. Trata-se de oportunidade bastante significativa para empresas especializadas em fotografias publicitárias, com foco em produtos (objetos, alimentos) e serviços (hotéis, roteiros turísticos, transporte etc.).

Com a realização das partidas de futebol e o aumento dos eventos culturais nas cidades-sede, somados aos megaeventos

oficiais do mundial, a oportunidade de negócio na área se estende também às empresas especializadas em coberturas fotográficas. A fotografia estará presente em praticamente todos os segmentos de mercado como ferramenta indispensável, o que possibilitará o crescimento de empresas prestadoras desse serviço.

O Consórcio Copa 2014, trabalho contratado pelo Ministério do Esporte, realizado em especial pela consorciada Value Partners Brasil Ltda. identificou impactos econômicos favoráveis resultantes da realização do megaevento no Brasil. Segundo a pesquisa, os valores podem chegar a um incremento de R\$ 183,2 bilhões na economia. A Copa do Mundo da FIFA 2014 abrirá oportunidades, não apenas pelo impulso da demanda de produtos e serviços característicos dessa área e dos serviços de apoio, mas também pela possibilidade de acesso a novas tendências e práticas internacionais, que atuarão como impulsionadoras do aprimoramento do setor.

Clientes

A economia criativa implica incluir na criação, produção ou distribuição de produtos ou serviços uma dose de originalidade, a fim de transformar a oferta em algo especial e diferente. Uma vez que os prestadores de serviços de fotografia especializada condutores criativos, que têm em vista um objetivo comunicacional, os clientes consumidores desse mercado são as empresas das mais diferentes áreas de atuação: agências de publicidade, indústrias, lojas, pet shops, bares, restaurantes, casa noturnas, teatros, produtores de eventos, jornais, revistas, sites etc.

Desse modo, toda empresa que necessite promover seus produtos ou serviços no mercado – ou promover os produtos e

serviços de outros, como é o caso das agências de publicidade – é uma cliente em potencial desse mercado, bem como os empreendedores engajados na produção audiovisual em eventos culturais e sociais.

No período da Copa do Mundo da FIFA 2014, os veículos de comunicação impressos (jornais, revistas) e eletrônicos (sites, portais, blogs) do mundo todo estarão focados nos acontecimentos gerados pelo mundial. Tais veículos também se destacam como potenciais clientes. A contratação de empresas locais, especializadas em coberturas jornalísticas, pode ser vista por muitos veículos internacionais e até mesmo nacionais como uma saída mais econômica para conseguir as imagens desejadas, uma vez que essa contratação evitaria gastos com deslocamento e hospedagem dos profissionais desses veículos.

Vale destacar que, segundo estudo realizado pela Value Partners Brasil, contratado pelo Ministério do Esporte, o megaevento vai movimentar diretamente R\$ 9,4 bilhões gerados por 3,7 milhões de turistas (sendo 600 mil internacionais, e 3,1 milhões nacionais) entre junho e julho de 2014. O aumento do número de turistas equivale a aproximadamente dois terços da população da cidade do Rio de Janeiro. Estes turistas também serão potenciais consumidores culturais, dando abertura para realização de exposições fotográficas nas cidades-sede.

Produtos e Serviços Demandados

A Copa do Mundo da FIFA 2014 vai trazer oportunidades indiretas para os empresários que prestam serviços de fotografia especializada. Ao identificar o público correto, é possível atuar em várias frentes e potencializar os negócios no

período dos megaeventos. O ramo da publicidade estará pulsante neste período, advindo com a necessidade de as empresas mostrarem suas marcas no evento mundial. A produção de fotografias para capas de revistas, matérias específicas ou anúncios publicitários é um nicho que será bastante demandado.

Por outro lado, os eventos estarão em alta e, além das coberturas fotográficas – que apresentam grande oportunidade de contratação por veículos nacionais e internacionais –, é possível encontrar outras maneiras de aplicar os serviços, como a realização de exposições fotográficas sobre o Brasil ou a diversidade cultural brasileira. Há, ainda, ideias mais ousadas, por exemplo, a inclusão de artifícios multimídias, tais como totens de tela touch ou painéis gigantes interativos, que também podem ser instalados nos eventos.

No ramo da gastronomia, há uma gama de possibilidades. Como os bares e restaurantes estão se preparando para a Copa do Mundo FIFA 2014, eles mudarão o visual de suas lojas e modificarão seus cardápios. Este é o momento de apresentar os serviços de fotografia especializada produzindo totens para dentro dos restaurantes ou realizando uma produção fotográfica de alto nível com os principais pratos do cardápio.

Concorrência

Estudo realizado pelo Sebrae em parceria com a Fundação Getulio Vargas (FGV) verificou que 75% das empresas registradas nas 12 cidades-sede da Copa do Mundo da FIFA 2014 envolvidas com atividades fotográficas e similares (registradas sob o código CNAE 74.20-0) são pequenos negócios.

Como a densidade é média alta, existe uma grande chance de que a concorrência se dê predominantemente entre os pequenos negócios. As empresas com maior competitividade terão mais chances de aproveitar a oportunidade de prestar serviços de fotografia especializada.

É importante destacar que os serviços de fotografia ganharão espaço no ano dos megaeventos, uma vez que a demanda aumentará consideravelmente, em especial no registro de eventos. Assim, terão diferencial competitivo as empresas que tiverem uma boa rede de contatos e um portfólio disponível para divulgação.

Fornecedores

A cadeia de valor é o conjunto de atividades desempenhadas por uma organização desde as relações com os fornecedores, ciclo de produção e venda até a fase da distribuição final. Nos serviços de fotografia especializada, os fornecedores estão ligados diretamente com a produção fotográfica, relacionados à oferta de produtos e serviços.

Nesse mercado, participam da cadeia de fornecedores principais aqueles de extrema importância para a produção fotográfica propriamente dita: os comerciantes de câmeras fotográficas profissionais, lentes focais, objetivas, tripés, equipamentos de iluminação, entre outros materiais; as empresas de informática, que comercializam microcomputadores e softwares específicos para tratamento de imagens; os profissionais ou empresas especializados no conserto e manutenção dos equipamentos utilizados. Os laboratórios especiais atuam na revelação de imagens em formatos específicos, bem como na comercialização de papéis

especiais, de variadas origens e gramaturas.

Vale ressaltar que, em exposições fotográficas, as empresas produtoras de eventos/exposições têm importante função, bem como as agências de publicidade e assessoria de imprensa, responsáveis pela divulgação. Serviços de beleza e produção visual, como cabelo e maquiagem e figurino, também fazem parte da cadeia.

Localização

Uma empresa de serviços de fotografia deve estar localizada em espaço central, com bom estacionamento próximo. Isso porque poderá haver necessidade de ser visitada por clientes para aprovação de trabalhos, reuniões ou para utilização do estúdio fotográfico.

Também é importante ser um local em que se tenha fácil acesso a transporte público, para a locomoção de funcionários. Por fim, antes da locação, certifique-se de que o imóvel atende as suas necessidades operacionais quanto à capacidade de instalação e se é atendido por serviços de água, luz, esgoto, telefone, internet etc.

É fundamental analisar se o imóvel está de acordo com as regulamentações de seu município. Além disso, atente-se para a capacidade de pagamento da empresa para aluguel ou prestação de financiamento. Um ponto que merece atenção é a análise da relação de custo-benefício entre a localização e o custo mensal dos aluguéis.

No período da Copa do Mundo da FIFA 2014 merece atenção a possibilidade de instalação de estúdios em locais de cobertura

de eventos. No que tange à realização de exposições, além de salas de exposições de referência na cidade, que podem ser buscadas pelos turistas em guias ou em web sites culturais, o ideal é que se encontrem espaços próximos a centros hoteleiros, pontos turísticos ou de fácil acesso por meio de transporte público.

Exigências legais específicas

Para a abertura da empresa serão necessários registros junto à Secretária da Receita Federal, que emitirá o CNPJ; à Junta Comercial; à Receita Estadual, por meio da qual será obtida a Inscrição Estadual (caso a empresa seja sujeita ao ICMS, como empresas do setor de comércio, transporte ou indústria); à Prefeitura Municipal, para obtenção de alvarás. A empresa terá também que se cadastrar junto à Caixa Econômica Federal no sistema Conectividade Social – INSS/FGTS. O empreendedor deve estar atento ao Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11/9/1990) e às suas especificações.

Em relação à tributação, os estúdios fotográficos podem optar pelo Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições Devidos pelas Micro e Pequenas Empresas (Simples Nacional). Trata-se de um regime tributário diferenciado, simplificado e favorecido previsto na Lei Complementar nº 123. Muitos empresários de pequenos negócios na área da economia criativa também podem optar por serem empreendedores individuais (EI), inclusive os fotógrafos. Por essa modalidade, com uma pequena contribuição mensal, o empresário passa a ter direito a benefícios previdenciários, emitir nota fiscal e contratar até um funcionário. Neste caso, o faturamento anual não deve ultrapassar R\$ 60 mil.

Uma legislação relevante para a atividade de fotografia especializada é a Lei dos Direitos Autorais, nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Sancionada pelo presidente da República Fernando Henrique Cardoso, no dia 19 de fevereiro de 1.998, ela altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais. No capítulo 1, que fala das obras protegidas, a legislação, em seu sétimo parágrafo expõe:

Art. 7º São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como:

- I – os textos de obras literárias, artísticas ou científicas;
- II – as conferências, alocuções, sermões e outras obras da mesma natureza;
- III – as obras dramáticas e dramático-musicais;
- IV – as obras coreográficas e pantomímicas, cuja execução cênica se fixe por escrito ou por outra qualquer forma;
- V – as composições musicais tenham ou não letra;
- VI – as obras audiovisuais, sonorizadas ou não, inclusive as cinematográficas;
- VII – as obras fotográficas e as produzidas por qualquer processo análogo ao da fotografia;
- VIII – as obras de desenho, pintura, gravura, escultura, litografia e arte cinética;
- IX – as ilustrações, cartas geográficas e outras obras da mesma natureza;
- X – os projetos, esboços e obras plásticas concernentes à geografia, engenharia, topografia, arquitetura, paisagismo, cenografia e ciência;
- XI – as adaptações, traduções e outras transformações de obras originais, apresentadas como criação intelectual nova;
- XII – os programas de computador;

XIII – as coletâneas ou compilações, antologias, enciclopédias, dicionários, bases de dados e outras obras, que, por sua seleção, organização ou disposição de seu conteúdo, constituam uma criação intelectual.

Estrutura

É comum que os trabalhos de fotografia sejam realizados em estúdios especialmente projetados para esse fim. Normalmente a estrutura física requer um espaço de, pelo menos, 40 m². Algumas produções, porém, podem acontecer ao ar livre – em parques, praias, praças, playgrounds etc. –, a depender da mensagem que o cliente pretende passar com a foto.

Durante a realização de determinado evento, é possível realizar a montagem de estúdio no próprio local, o que facilitará o registro de personalidades. Nesse caso, é importante montar uma estrutura de fundo infinito, ou backdrop, a depender da demanda do cliente. Nesses casos, é importante levar os equipamentos básicos para produção das fotos, como iluminação, tripés, cabos e extensões elétricas, além da máquina fotográfica profissional, principal instrumento dessa atividade. Algumas produções podem requisitar o uso de acessórios e cenários.

Pessoal

A composição da equipe de profissionais de uma empresa de serviços de fotografia especializada vai variar de acordo com o tamanho do empreendimento ou da ação desenvolvida. É importante ter responsáveis pelas funções administrativa, e uma equipe técnica, como o fotógrafo. Para uma estrutura de

pequeno porte, dois atendentes, responsáveis pelas ações administrativas da empresa, e um fotógrafo são suficientes. No caso de eventos externos, pode haver necessidade de contratação de assistentes de produção para posicionar a iluminação e todo o equipamento, bem como para acomodar melhor as pessoas e objetos.

Os atendentes devem ter experiência administrativa e passar por treinamento sobre boas práticas no atendimento a clientes, além de entenderem sobre o produto e serviço que a empresa está apresentando. Os assistentes de produção devem ter pequena experiência em produção de fotografias ou também passar por treinamento com o próprio fotógrafo da empresa.

Os colaboradores que trabalharão de maneira fixa na empresa devem ser contratados sob o regime da Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT), ou seja, devem ter carteira assinada e possuir salário mensal, bem como todos os encargos advindos com a contratação, como décimo terceiro salário, Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), férias, entre outros.

Na cobertura de eventos grandes e que tenham cerimonial, é importante verificar a possibilidade de contratar mais de um fotógrafo para que não se perca nenhuma imagem importante. Essas contratações devem ser avaliadas de acordo com cada evento.

Outros serviços podem ser terceirizados, como uma produtora de eventos para realizar montagem de exposição fotográfica ou empresas de tecnologias multimídias, para apresentar produtos de fotografia com sistema interativo.

Equipamentos

Os equipamentos são peças fundamentais nos serviços de fotografia especializada e por isso devem ser analisados e adquiridos com critério. Antes da compra, é imprescindível aprofundar-se sobre as novas tecnologias e tendências. Vale fazer uma ampla pesquisa na internet para identificar as novidades e preços. Há equipamentos específicos para objetivos fotográficos distintos. O ideal é que se tenha pelo menos uma boa câmera fotográfica e variadas lentes para atingir os objetivos propostos. Mesmo com o desenvolvimento tecnológico brasileiro, os melhores equipamentos ainda são importados. Nestes casos, eles podem ser adquiridos pela web.

Computadores de qualidade e velocidade também são aquisições essenciais para as empresas de fotografia. Fazer o tratamento da imagem, trabalhar arquivos em alta resolução e enviá-los para clientes sem demora ou interrupções facilitam o trabalho e trazem qualidade final.

Não podem ficar de fora equipamentos auxiliares que colaboram para uma boa produção fotográfica. É o caso da tela de fundo infinito com suporte, baterias, cabos, iluminação específica, acessórios (sombriñas, soft, tripés, girafa, refletor etc.). Caso não haja necessidade de utilização destes equipamentos com frequência, é possível alugá-los de acordo com cada trabalho.

Vale ressaltar que de tempos em tempos os empreendedores da área fotográfica devem renovar seus equipamentos. Isso porque o mercado sempre está inovando, e os novos recursos trazem possibilidades de resultados de maior qualidade, o que acarreta aos profissionais da área diferencial competitivo na hora da contratação dos serviços.

Para a Copa do Mundo da FIFA 2014, inovar é sempre importante. A utilização de equipamentos que permitem a exposição de fotografias de modo mais interativo, como telas touch ou projeções, podem ser boas opções. Nestes casos, não há necessidade de comprar equipamentos. Há empresas multimídias que podem fornecer esse serviço.

Matéria Prima / Mercadoria

Não há nenhuma informação disponível para este capítulo.

Organização do processo produtivo

Não há nenhuma informação disponível para este capítulo.

Automação

A tecnologia está muito presente nos serviços de fotografia especializada, principalmente no que se refere aos equipamentos utilizados. Os fabricantes de câmeras e acessórios fotográficos estão, frequentemente, lançando novidades que agregam valor ao resultado final do trabalho fotográfico. Por isso, é importante ficar atento sempre às novas tendências.

Com a era digital, a revelação, por exemplo, perdeu espaço para as fotos digitais. Os filtros, que realizavam um tratamento diferenciado à imagem, deram lugar as infinitudes de recursos dos próprios equipamentos ou dos programas de computador que realizam o tratamento final das fotografias.

Câmeras fotográficas que também realizam filmagens são uma tendência atual e abrem espaço para que as empresas de serviços de fotografia diversifiquem seus trabalhos, ampliando-os para filmagem. Existem, inclusive, demandas específicas das chamadas fotos em movimento, que significa a filmagem na linguagem e sob o ponto de vista do fotógrafo.

Canais de distribuição

O principal canal de comercialização desse tipo de trabalho é a venda direta a potenciais clientes, ou a chamada divulgação boca a boca, muito impulsionada pelos próprios clientes que ficaram satisfeitos com os trabalhos prestados e indicaram o serviço para outras empresas.

Assim, é importante ter uma boa equipe de venda ou representantes comerciais, motivados por comissões e metas. Estes profissionais devem conhecer os produtos e serviços apresentados com profundidade e devem ter em mãos material de venda de qualidade, além de portfólio completo.

Outra forma de comercialização é a produção de banco de imagens, muito utilizados por agências de publicidade. Neste caso, é possível tentar contato com empresas de banco de imagens com o intuito de desenvolver uma parceria. Se o banco da sua empresa for amplo, há ainda a possibilidade de produzir o próprio banco de imagens comercializando-o, por meio de assinaturas mensais, para tais agências. O Sebrae possui uma plataforma gratuita de e-commerce, o Primeiro E-commerce, que pode ser uma boa oportunidade para ajudar sua empresa a montar um site de venda de imagens. Ainda sobre as agências, também é possível fazer pacotes mensais, disponibilizando fotos para anúncios publicitários ou revistas,

jornais e outros periódicos.

Na Copa do Mundo da FIFA 2014, eventos, gastronomia e publicidade estarão em alta, e a comercialização de serviços de fotografia para esses três nichos tem grande probabilidade de retorno.

Uma oportunidade de comercialização oferecida pelo Sebrae é o site Central de Oportunidades, desenvolvido pelo projeto Sebrae 2014, por meio da qual empresários de pequenos negócios podem divulgar serviços e produtos para a Copa do Mundo da FIFA 2014. Outra boa alternativa é a Rodada de Negócios, iniciativa que faz parte do calendário anual do Sebrae e promove o encontro entre empresas compradoras e fornecedoras, incentivando a criação de grandes parcerias de negócios.

Para as empresas que têm interesse em trabalhar para os órgãos governamentais, uma boa opção é participar de licitações. Uma grande oportunidade para se inserir neste mercado é por meio do Encontro de Oportunidades para Micro e Pequenas Empresas nas Compras Governamentais (Fomenta). O evento possibilita interatividade entre empreendedor e compradores do governo, além de capacitar os empresários que participam do encontro. O evento é realizado pela parceria entre o Sebrae Nacional, o Ministério de Planejamento, Orçamento e Gestão (MPOG), por intermédio da Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação, as unidades do Sebrae nos estados e órgãos do governo local, nos âmbitos estadual e municipal.

Investimentos

Não há nenhuma informação disponível para este capítulo.

Capital de giro

O capital de giro são os recursos financeiros, próprios ou de terceiros, necessários para manter as atividades operacionais de uma empresa. A gestão do capital de giro é que determina a capacidade de saldar os compromissos de curto prazo, como compras de matérias-primas, pagamento de fornecedores, processo produtivo, os estoques, as vendas, a concessão de crédito, o pagamento de salários, impostos e demais. Alguns fatores contribuem para a redução da necessidade de capital de giro das empresas. Entre eles, podemos destacar aumentos dos prazos para pagamento de fornecedores e redução dos prazos de recebimentos de clientes.

A necessidade de recursos para capital de giro pode ser satisfeita por recursos próprios ou de terceiros. As instituições financeiras oferecem uma extensa variedade de produtos financeiros com taxas e prazos diferenciados. É importante que o empreendedor tenha conhecimento dos custos destas operações para que esteja apto a negociar e obter melhores condições no financiamento. Para isso, é importante pesquisar junto às diversas instituições financeiras públicas e privadas, promovendo visitas constantes e consultas aos pontos de atendimento do Sebrae da região.

Na atividade de fotografia especializada, é interessante que a empresa aplique, como regra, o recebimento de pelo menos parte dos pagamentos de seus serviços antecipadamente. Desta forma, a empresa garantirá recursos financeiros anteriores ao início dos trabalhos, assegurando o pagamento

das despesas administrativas, assim como dos profissionais envolvidos nos projetos.

Para um trabalho eficaz de fotografia especializada é fundamental o investimento em capital de giro para aquisição e renovação constantes de máquinas fotográficas, bem como para as peças essenciais ao seu pleno funcionamento. O custo com revelação e impressão do material fotográfico deve ser embutido no capital de giro. A possibilidade de contratação de profissionais autônomos ou freelancers para atender a demanda excedente de trabalho também é preponderante para empresas deste ramo.

Custos

Os custos são os valores gastos com a realização do serviço. Conhecê-los é importante para que o empreendedor tenha subsídios para a tomada de decisão e para o conhecimento do lucro resultante das operações da empresa. A gestão dos custos é uma forma eficiente de obter produtividade e reduzir os riscos da atividade.

Existem ainda gastos referentes à comercialização, geralmente custos variáveis, e administração das atividades empresariais, geralmente despesas fixas. Estes gastos são conhecidos como despesas e sua gestão, e controle são estratégicos para manter a lucratividade e competitividade do empreendimento.

As principais despesas envolvidas na atividade de fotografia especializada são os custos administrativos da empresa (pagamento de aluguel, condomínio, telefone, contas de luz, funcionários); o investimento constante em tecnologia (aquisição de máquinas fotográficas, além da manutenção e

reposição periódica de suas peças); compra de programas de informática que agreguem qualidade e agilidade aos serviços de edição do material fotográfico; e capital para contratação de profissionais independentes ou freelancers, nos momentos em que a demanda de trabalho da empresa exceda o convencional e necessite de mão de obra adicional. Os impostos pagos com a emissão de nota fiscal também devem ser contabilizados.

Diversificação / Agregação de valor

Não há nenhuma informação disponível para este capítulo.

Divulgação

As empresas voltadas para serviços de fotografia especializada devem ter em mente que a Copa do Mundo da FIFA 2014 pode trazer oportunidades de negócios no desenvolvimento de produção de fotos para variados clientes e para finalidades distintas no período dos megaeventos. Sendo assim, é importante trabalhar a divulgação com antecedência, no sentido de conquistar clientes que tenham interesse no serviço proposto. Diante disso, é possível até mesmo trabalhar uma divulgação especialmente voltada para a Copa do Mundo da FIFA 2014, apresentando aos clientes já estabelecidos ou potenciais os benefícios em desenvolver projetos específicos voltados aos jogos que acontecerão no Brasil.

O papel da divulgação para serviços de fotografia especializada é fundamental para atrair clientes. De nada adianta que se tenha um trabalho impecável se ninguém conhece este trabalho.

A divulgação deve ter como objetivo principal fortalecer a rede de contatos e trabalhar a imagem da empresa. Para isso, a internet é uma grande aliada. Tudo deve começar com um bom tratamento de portfólio. Neste caso, pode-se trabalhar com alguns veículos de comunicação.

- Site – É fundamental ter um site com boa apresentação, que funcione como cartão de visitas da empresa. A página deve conter as informações básicas para contato. Merece atenção a divulgação do portfólio, que pode ser dividido por segmento (retratos, objetos, gastronomia, eventos etc.). O ideal é que o site seja prioritariamente visual, uma vez que este é o resultado do trabalho que se está vendendo.
- E-mail marketing – Atualmente existe no mercado uma série de empresas que oferecem o serviço de envio de e-mail marketing. Esta ferramenta é muito importante quando utilizada de forma correta, pois traz estatísticas sobre os e-mails que acessaram a campanha, os links onde foram clicados, e é possível visualizar o retorno em acessos do próprio site. No entanto, alguns cuidados devem ser tomados, como utilizar banco de dados de pessoas que realmente autorizaram o envio, para que a campanha não se torne mais um e-mail indesejado entre tantos que recebemos todos os dias. É importante também se atentar para a frequência dos envios, a fim de não lotar a caixa de e-mails de seus potenciais clientes.
- Redes sociais – As redes sociais devem seguir a identidade visual do site e movimentar informações sobre o tema fotografia. Também podem acompanhar a atualização do portfólio, de modo que o empreendedor publique, sempre, os últimos serviços realizados. Além disso, é importante participar de fóruns e comunidades voltadas ao tema, para ampliar a rede de contatos. Também é fundamental seguir o que está

acontecendo com empresas ou profissionais artísticos similares.

- Material de venda – Os materiais de venda são bons produtos de comunicação. Fazem parte uma apresentação digital sobre a empresa e um portfólio impresso para deixar com o cliente. Também é importante fortalecer a identidade com uma papelaria única, que vai do cartão de visita à pasta, envelope e papel timbrado a ser apresentado para o cliente ou potencial cliente.

Uma boa estratégia de marketing é imprescindível para o sucesso de qualquer negócio. O Sebrae também pode ajudar os empresários nesse aspecto. Por meio da ferramenta gratuita Click Marketing, é possível elaborar um plano de marketing e focar o crescimento da sua empresa.

Durante ou após os megaeventos, é possível divulgar o serviço de fotografia por meio do próprio trabalho realizado. Para potencializar as contratações, divulgue no site da empresa e nas redes sociais os registros dos jogos e de todas as peculiaridades do local advindas com os megaeventos, bem como a estrutura, as pessoas e culturas. Tente espaços em locais estratégicos, como hotéis ou centros turísticos, para realizar exposições das fotografias da Copa do Mundo da FIFA 2014. Além de ser uma excelente oportunidade de divulgação, esta iniciativa pode abrir para a própria venda direta.

Informações Fiscais e Tributárias

Não há nenhuma informação disponível para este capítulo.

Eventos

Feira Fotografar

<http://www.feirafotografar.com.br/>

Festival de Fotografia de Porto Alegre

<http://www.festfotopoa.com.br/2012/>

Festival de Fotografia de Tiradentes

<http://www.fotoempauta.com.br/festival2013/>

Paraty Em Foco – Festival Internacional de Fotografia

<http://paratyemfoco.com/>

Photo Image Brasil

<http://www.photoimagebrasil.com.br/>

SP Arte

<http://www.sp-arte.com/>

Wedding Brasil - Congresso Latino-Americano de Fotografia de Casamento

<http://www.weddingbrasil.com.br/wb13/index.asp>

Entidades em Geral

Não há nenhuma informação disponível para este capítulo.

Normas Técnicas

Não há nenhuma informação disponível para este capítulo.

Glossário

Banco de imagens – Banco contendo uma variedade de imagens, normalmente publicado na internet, que são comercializadas por meio de assinaturas ou na compra de unidades.

Diferencial competitivo – VANTAGENS que uma empresa tem em relação a seus concorrentes.

E-commerce – Lojas de comércio eletrônico.

E-mail marketing – Envio de campanhas de marketing através de e-mails.

Plano de marketing – Documento contendo ações para atingir objetivos de marketing.

Portfólio – Conteúdo formatado com os principais projetos realizados pela empresa.

Redes sociais – Conjunto de ferramentas oferecidas na web para potencializar a comunicação com o público.

Tela touch – Telas sensíveis ao toque que geram interatividade.

Dicas do Negócio

Os empresários que pretendem atuar com serviços de fotografia especializada na Copa do Mundo da FIFA 2014

devem ter em mente que o profissionalismo precisa vir acima de tudo. Por se tratar de um evento internacional, não se pode esquecer que o que acontecer no Brasil nesses momentos servirá como vitrine do país no exterior, por isso os produtores dos eventos que acontecerão aqui estarão muito criteriosos em relação à qualidade.

Profissionalismo começa com pontualidade. É fundamental que se chegue, em qualquer evento que se vá fazer cobertura, com pelo menos uma hora de antecedência. O ideal é que o profissional já tenha ido ao evento no dia anterior para analisar cenários e outras possibilidades de fotografia. No entanto, independentemente disso, é importante chegar com antecedência, pois isso vai trazer tranquilidade para quem contratou os serviços.

A pontualidade também vale para a entrega. Combine uma data de entrega do material que seja viável para a produção e não admita atrasos, pois eles impactam negativamente na imagem da empresa. O mesmo pode-se dizer quando o contratante é uma agência de publicidade. Normalmente, este tipo de empresa está constantemente correndo contra o tempo, e o atraso na entrega de uma fotografia impacta o atraso da produção da arte e conseqüentemente a entrega do trabalho final. Tenha em mente que entrega no prazo é um dos requisitos para fidelização do cliente.

Outra dica importante é fazer uma análise dos critérios do evento em que serão realizadas coberturas fotográficas. Existem alguns locais, como eventos solenes ou realizados no Congresso Nacional, por exemplo, que exigem um vestuário específico para se ter acesso, normalmente trajes sociais. Então, é muito importante obter essas informações com antecedência para não correr o risco de não conseguir entrar

no espaço no momento da realização do serviço.

A qualidade também é fundamental. Então, antes de desenvolver um trabalho, faça uma análise de todos os equipamentos e artifícios que precisará para promover a melhor qualidade para aquele serviço. Verifique lentes, cenários, fundos infinitos e tudo que possa agregar valor ao trabalho final.

Inove sempre. Lembre-se de que o Brasil viverá um evento mundial. Então é importante pesquisar bastante para saber quais são as novidades, tendências e apresentá-las ao cliente. Isso pode ser um diferencial em relação aos concorrentes.

Por fim, nos eventos culturais, como exposições fotográficas, deixe tudo o mais brasileiro possível, pois tais eventos culturais serão o alvo dos turistas estrangeiros.

Características específicas do empreendedor

Não há nenhuma informação disponível para este capítulo.

Bibliografia Complementar

ERNST & YOUNG. Brasil sustentável: impactos socioeconômicos da Copa do Mundo de 2014. 2010. Disponível em:

<http://www.sebrae.com.br/setor/couro-e-calcados/sobre-couro-e-calcados>
Acesso em: 6 mar. 2013.

MICROSOFT. Guia de Oportunidades para a Copa de 2014. Disponível em:

http://www.pensandogrande.com.br/cartilha/Guia_De_Oportunidades_Mi
Acesso em 6 mar. 2013.

MINISTÉRIO do Turismo. Proposta estratégica de organização turística Copa do Mundo 2014 Brasil. Disponível em:
<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/o>
Acesso em: 27 mar. 2013.

SEBRAE. Conheça os principais editais de empresas privadas. Apoio e fomento. Disponível em:
<http://gestaoportal.sebrae.com.br/setor/economia-criativa/o-setor/apoio-e>
Acesso em: 27 mar. 2013.

_____. Economia criativa e digital têm oportunidades na Copa 2014. Cenários e tendências. Disponível em:
<http://www.sebrae.com.br/setor/economia-criativa/o-setor/cenarios-e-tenc>
Acesso em: 1º mar. 2013.

_____. Empreendedor individual na economia criativa. Economia criativa. 2012. Disponível em
<http://www.sebrae.com.br/setor/economia-criativa/gestao-empresarial/em>
Acesso em 25 Mar. 2013.

_____. Estúdio fotográfico. Ideias de Negócios. Disponível em:
<http://www.sebrae.com.br/setor/economia-criativa/o-setor/ideias-de-nego>
Acesso em: 25 mar. 2013.

_____. Plataforma gratuita possibilita criar loja virtual. Acesso a mercados. Disponível em:
<http://www.sebrae.com.br/customizado/acesso-a-mercados/conheca-seu>
Acesso em: 27 mar. 2013

_____. Tendências de negócios e perfil dos consumidores



para 2014. vol. 2. São Paulo. Disponível em:
<http://www.sebrae2014.com.br/portal/site/Sebrae2014>. Acesso
em: 1º mar. 2013.

SEBRAE; FUNDAÇÃO Getulio Vargas. Caderno de
conhecimento: produção associada ao turismo. Programa
Sebrae 2014: Mapa de Oportunidades para as Micro e
Pequenas Empresas nas Cidades-Sede. Disponível em:
<http://www.sebrae.com.br/customizado/sebrae2014/sebrae-2014/oportun>
Acesso em: 6 mar. 2013.