



**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA  
ESCOLA TÉCNICA DA CIDADE TIRADENTES  
TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**ANA VITORIA DIAS  
BRENO DIAS  
CHRISTIAN ROGERIO  
LUCAS SILVA  
NATÃ MEDEIROS**

**A CONTRIBUIÇÃO DE UM STARTUP PARA  
DIVULGAÇÃO E VALORIZAÇÃO DOS QUADRINHOS  
NACIONAIS NA CIDADE TIRADENTES**

**SÃO PAULO  
2020**

**ANA VITORIA DIAS  
BRENO DIAS  
CHRISTIAN ROGERIO  
LUCAS SILVA  
NATÃ MEDEIROS**

**A CONTRIBUIÇÃO DE UM STARTUP PARA  
DIVULGAÇÃO E VALORIZAÇÃO DOS QUADRINHOS  
NACIONAIS NA CIDADE TIRADENTES.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como exigência parcial para obtenção do certificado de técnico em administração a escola técnica da Cidade Tiradentes. Professores orientadores: Sandra Regina Pereira da Silva e David Ricardo Zampieri.

Aos nossos pais que apesar de todas as dificuldades nos fortalecem e que para nós foram muito importantes. Aos amigos, companheiros de trabalhos e irmãos na amizade que fizeram parte desse curso e que vão continuar presentes em nossas vidas.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos aos nossos orientadores Prof. David e Prof. Sandra, pela sabedoria com que nos guiaram nesta trajetória. Aos nossos colegas de sala. A Secretaria do Curso, pela cooperação. Gostaríamos de deixar registrado também, o reconhecimento à família, pois sem o apoio deles seria muito difícil vencer esse desafio. Enfim, a todos os que por algum motivo contribuíram nessa conquista;

“O sucesso é ir de fracasso em fracasso  
sem perder entusiasmo.”.  
(WINSTON CHURCHILL)

## RESUMO

Este trabalho tem a proposta de valorização da cultura das histórias em quadrinhos nacionais. Com o assunto em alta o desafio é colocar esse conhecimento, que é muito curto, sobre as HQ's mais conhecidas na região. A ideia parte do princípio de que existem muitos criadores do conteúdo que não tem forma de elevar o seu trabalho ao sucesso, é onde entra o nosso objeto de estudo, por meio dessas autorias iniciaremos um projeto com o propósito de vender o conteúdo e fazer com que ele seja mais conhecido. De início utilizaremos histórias de nossa própria corporação, tendo em vista entre os colaboradores existir roteiristas e desenhistas para a pratica de seus talentos em criar HQ's, sendo elas de vários gêneros: infantil, juvenil e até mesmo os vertigos que são histórias adultas, logo como segundo passo, é tornar essas autorias próprias conhecidas, utilizando ferramentas de marketing e, como terceiro passo, contratar desenhistas, roteiristas e até mesmo designers para criar conteúdo com a Meraki Estúdio e assim expandir na comunidade e país.

**Palavras-chave:** Valorização. Cultura. HQ'S. Colaboradores.

## **ABSTRACT**

This work has the proposal of valuing the culture of national comics. With the subject on the rise, the challenge is to put this knowledge, which is very short, about the best known HQs in the region. The idea is based on the principle that there are many content creators who have no way of elevating their work to success, this is where our object of study comes in. Through these authorships we will start a project with the purpose of selling the content and doing with let him be better known. At first we will use stories from our own corporation, considering that among the collaborators there are scriptwriters and designers for the practice of their talents in creating comic books, being of different genres: children, youth and even the vertigo that are adult stories, as a second step, it is to make these authors themselves known, using marketing tools and, as a third step, to hire designers, screenwriters and even designers to create content with Meraki Studio and thus expand in the community and country.

**Keywords:** Valuation. Culture. HQ'S. Collaborators.



## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA .....</b>	<b>14</b>
<b>1.2 PROBLEMÁTICA .....</b>	<b>14</b>
<b>1.3 OBJETIVO GERAL.....</b>	<b>14</b>
<b>1.3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....</b>	<b>14</b>
<b>1.4 HIPÓTESE .....</b>	<b>14</b>
<b>1.5 JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>14</b>
<b>1.6 METODOLOGIA .....</b>	<b>15</b>
<b>2. EMPRESA.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1 TIPOS DE EMPRESA .....</b>	<b>17</b>
<b>3.1.3 FAZER A DIFERENÇA É A CHAVE DO SUCESSO!.....</b>	<b>21</b>
<b>3.2 STARTUP. ....</b>	<b>23</b>
<b>3.2.1 CARACTERÍSTICAS DE UMA STARTUP ..</b>	<b>23</b>
<b>3.2.2 REPETÍVEL E ESCALÁVEL .....</b>	<b>23</b>
<b>4. ESTUDO DE CASO MERAKI .....</b>	<b>24</b>
<b>4.1 MERAKI ESTÚDIO .....</b>	<b>25</b>
<b>4.3 ANÁLISE DE RESULTADO .....</b>	<b>27</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>33</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Em qual escala de discussão está o assunto da cultura das histórias em quadrinhos nacionais?

De forma clara é evidente que a cultura das HQs no Brasil acaba que passando de forma despercebida, de modo que como grande referência deste campo temos o trabalho gigantesco de Maurício de Sousa com a franquia enorme de A Turma da Mônica, mesmo quando que se pesquisando mais a fundo encontramos um vasto número de quadrinistas que tem como sucesso um pequeno espaço na área underground da internet, com quase seu trabalho esquecido e sem forma de valorização.

Portanto esse trabalho tem como intuito tornar utilizando o método de empresa como startup para realizar uma contribuição desses trabalhos assim também consequentemente colocando o trabalho nacional nas histórias em quadrinhos algo mais valorizado em nosso bairro e país

## **1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA**

Contribuição cultural na divulgação de HQs nacionais no bairro Cidade Tiradentes como um Startup.

## **1.2 PROBLEMÁTICA**

Como a Meraki Estúdio pode influenciar leitores e quadrinistas amadores no bairro da Cidade Tiradentes?

## **1.3 OBJETIVO GERAL**

Aumentar a popularização da cultura dos quadrinhos na Cidade Tiradentes.

### **1.3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Identificar talentos na Cidade Tiradentes.
- Tornar quadrinistas nacionais nossos colaboradores.
- Criar uma identidade para a Meraki Estúdio na web.

## **1.4 HIPÓTESE**

- I. O possível conhecimento da cultura das HQs na cidade Tiradentes
- II. Haverá incentivo para artistas armadores
- III. O auxílio dos artistas armadores ajudará no desenvolvimento da área

## **1.5 JUSTIFICATIVA**

Trazer para o centro das discussões a cultura das HQ's e mostrar como pode vir a impactar diretamente no cultivo dessa ciência tão importante e que na maior parte das vezes a arte é inserida na vida das pessoas como forma experimental e é bem desvalorizada. Não temos muitas referências nacionais em quadrinhos, muito menos vindo da periferia. É neste clima que unimos experiência e fazer artístico e nasce a Meraki Estúdio: um verdadeiro "Respiro Artístico na Cidade Tiradentes".

## **1.6 METODOLOGIA**

O método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo - conhecimentos válidos e verdadeiros -, traçando o caminho a ser seguido, destacando erros e auxiliando as decisões dos cientistas” (LAKATOS; MARCONI, 1985, p.83).

A metodologia científica aborda as principais regras para uma produção científica, fornecendo as técnicas, os instrumentos e os objetivos para um melhor desempenho e qualidade de um trabalho científico. A pesquisa é uma das atividades primordiais para a elaboração dos trabalhos realizados com base na metodologia científica.

É a fase da investigação e da coleta de dados sobre o tema a ser estudado. Como afirma Lakatos; Marconi (1985, p.83) no livro “Fundamentos de Metodologia Científica”, especificar a sua metodologia é responder às questões: “como?”, “com quê?”, “onde?” e “quanto?”.

### **Pesquisa telematizada:**

Segundo Vergara (1997), a pesquisa telematizada utiliza informações que combinam o uso de computador e de telecomunicações. Foi utilizado como material de estudo, informações coletadas por meio da Internet, neste caso em vídeos do Youtube.

### **Pesquisa bibliográfica:**

Conforme esclarece Boccato (2006, p. 266), a pesquisa bibliográfica foi utilizada para extrair um referencial teórico, analisando e discutindo acerca do tema. Que se baseia em material publicado em livros, revistas especializadas, teses e dissertações. Foram realizadas consultas às bibliotecas online da SEBRAE e blogs como PROJETO DRAFT.

### **Pesquisa de campo:**

Segundo Gonsalves (2001, p.67) “A pesquisa de campo é o tipo de pesquisa que pretende buscar a informação diretamente com a população pesquisada. ” Este tipo de pesquisa vai muito além da observação dos fatos e fenômenos e faz uma coleta do que ocorre na realidade a ser pesquisada. Depois disso, elas são analisadas e

seus dados são interpretados com base em uma fundamentação teórica sólida. Foi utilizado a plataforma do Google Forms onde foi feito um questionário, para ter como base algumas informações. Foram desenvolvidas 5 perguntas fechadas com amostra de 100 pessoas em relação a preço das Hq's, consumo e conhecimento sobre o assunto.

**Pesquisa exploratória:**

Segundo Triviños (1987), os estudos exploratórios têm a finalidade de ampliar o conhecimento a respeito de um determinado problema. Segundo o autor, esse tipo de pesquisa, aparentemente simples, explora a realidade buscando maior conhecimento. Pode-se classificar também essa pesquisa como sendo de caráter exploratório, visto que existem poucas pesquisas acadêmicas que analisam a fundo o ramo de quadrinhos.

## 2. EMPRESA

Segundo Ramos, 2016, Professor de Direito Comercial/Empresarial, empresa é aquilo que tem como finalidade a circulação de bens e serviços de forma abstrata e empresário é aquele que exerce empresa, logo a empresa não é sujeita de direito.

Observamos que toda unidade que tem como objetivo uma monetização, graças aos seus recursos, é caracterizada como empresa, que por sua vez tem características humanas e técnicas sócio econômicas contendo seu capital, seja ele particular, público, mistos ou de autogestão.

Em quesitos jurídicos temos suas classificações, como as empresas individuais e as societárias. Lembrando que a empresa tem seus benefícios e obrigações, como: possuir propriedades e responder a processos jurídicos. Quando a empresa tem sua identidade jurídica legal, ela pode exercer a atividade de contratar funcionários em relação ao seu porte. Relacionando cada peça à outra temos uma empresa, obedecendo às leis empresariais que fazem do negócio justo para lucro próprio.

### 2.1 TIPOS DE EMPRESA

A administração ou gestão é o processo de planejar, organizar, dirigir e controlar o uso de recursos com a finalidade de fazer a empresa crescer. Dentro da administração existem vários tipos de empresa, cada uma com sua finalidade, sendo elas:

#### **Sociedade empresária limitada (Ltda.)**

Esse tipo de empresa é aquele em que o negócio tem dois ou mais sócios.

O termo “limitada”, refere-se aos sócios que são os responsáveis financeiros e administrativos da empresa.

“As sociedades limitadas se mostram uma ótima alternativa para startups, pequenas e médias empresas que possuem seus sócios como seus próprios investidores e que visam evitar a confusão patrimonial e manter seu quadro social.” □ Martins,

Natalia, 2015.

### **Empresa individual de responsabilidade limitada (Eireli)**

Segundo Feitosa, (2015), Eireli é um formato empresarial que pode ser constituído por apenas um sócio. Para abrir uma Eireli, é preciso declarar um capital social de, no mínimo, 100 salários mínimos atuais. O empresário não tem seu patrimônio pessoal afetado por dívidas da empresa.

Eireli funciona da mesma forma que a limitada, porém com apenas um sócio, a lei exige um capital mínimo de 100 (cem) salários mínimos para abertura da empresa. O sócio toma as decisões sozinho por ser o único envolvido.

### **Empresa individual**

Na empresa individual o empresário não é sócio, mas proprietário dela. Inclusive, o nome empresarial tem de ser o mesmo do empresário, apenas tendo a opção de escolher o nome fantasia. Por exemplo:

Nome empresarial: Natã Medeiros, caso nosso escritório fosse um a empresa individual;

Nome fantasia: Meraki estúdio - estúdio de quadrinhos.

### **Microempreendedor individual (MEI)**

O MEI é um indivíduo que trabalha como autônomo, mas se legaliza para ser um pequeno empresário. Essa pessoa passa a ser enquadrada no regime de tributação do Simples Nacional, ficando isento (livre de pagamento) de tributos federais, como PIS, Cofins, Imposto de Renda, entre outros. O MEI não pode faturar mais de 60mil reais anualmente. Caso ultrapasse esse valor, devem fazer uma transição para a empresa individual.

### **Sociedade simples (SS)**

A característica específica de Sociedades Simples é a finalidade. Ela é uma empresa que une prestadores de serviços para atividades intelectuais, técnicas e científicas. Por exemplo, arquitetos ou advogados podem optar por este formato ao abrirem suas empresas, caso tenham sócios da mesma área. “As sociedades

simples são aquelas que exercem atividades não empresariais. Desse modo, elas são exclusivas dos profissionais que realizam atividades intelectuais, de natureza científica, literária ou artística.” □ Por Marcílio Guedes Drummond

### 3 NEGÓCIOS INOVADORES

Um negócio inovador pontua a solução de uma necessidade real de um cliente, o processo por trás de uma compra é, em geral, a resolução de uma necessidade, ou um **job to be done**. Esse é o verdadeiro job. As pessoas compram soluções para problemas específicos que possuem, por exemplo: pessoas compram uma roupa apenas para se vestir? Definitivamente não é só isso: elas podem buscar autoestima, status, conforto ou uma série de outros significados que um produto carrega. As empresas devem seguir essa lógica e agir de acordo com os **jobs to be done**, segundo Christensen, (2012). Para Degen (1989, p. 10), “ser empreendedor significa ter, acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, pôr em prática ideias próprias (...). As pessoas que têm necessidade de realizar se destacam porque, independentemente de suas atividades, fazem com que as coisas aconteçam”.

Schumpeter (1982) define o empreendedor como aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. Eles são o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, gerando novos produtos, novos métodos de produção e novos mercados; revolucionando a estrutura econômica 21.

Segundo Chiavenato (2007), na verdade, o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal transforma ideias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e bem-sucedido no mercado. Empreendedores precisam saber planejar suas ações e



delinear as estratégias da empresa a ser criada ou em crescimento. A principal função de um plano de negócios é a de promover uma ferramenta de gestão para o planejamento e desenvolvimento inicial de um startup. (DORNELAS, 2005, p.93).

### **3.1 O QUE É INOVAÇÃO**

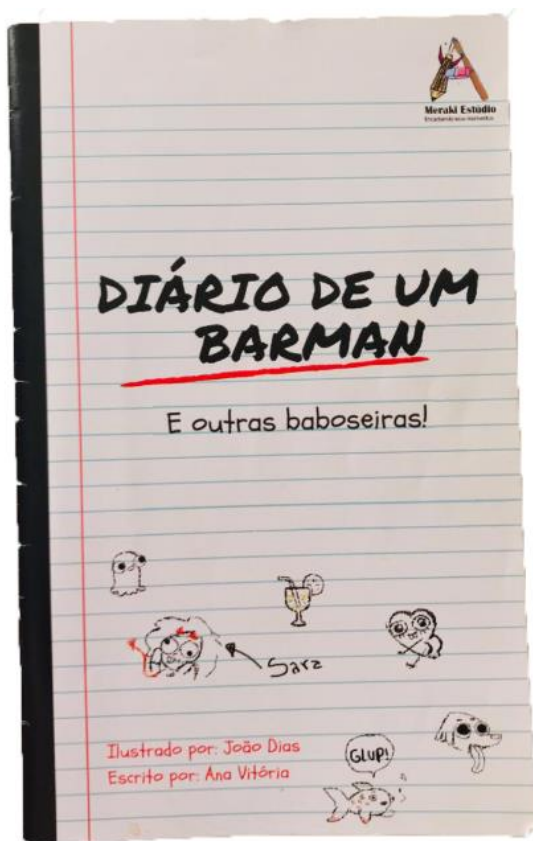
Inovação é um processo de implementação de novas ideias capazes de agregar valor a uma empresa. Inovar está relacionado a criação de um novo serviço, sistema, processo, ou com a melhoria dos existentes. Podendo ser um empreendimento de grande escala onde o novo produto/serviço, ou a melhoria dele, pode mudar a cara da organização. "A inovação sistemática, portanto, consiste na busca deliberada e organizada de mudanças, e na análise sistemática das oportunidades que tais mudanças podem oferecer para a inovação econômica ou social." (DRUKER, 1987, p. 45).

#### **3.1.2 INOVAÇÃO DE PRODUTOS**

O desenvolvimento de produtos envolve uma série de etapas que incluem conceito, design, a produção e a comercialização de artigos ou serviços. Os produtos inovadores são aqueles que fornecem novos recursos ou novas vantagens que facilitam a execução de maneira mais eficiente.

O objetivo da inovação de um produto é satisfazer a demanda do consumidor. Nem todos os produtos apelarão para cada cliente ou base de clientes, portanto, definir o mercado-alvo para um item é uma ação crítica que deve ocorrer no início do processo de desenvolvimento do produto, nessa etapa a pesquisa de mercado é essencial.

Figura1: Capa da 1ª HQ, feita em 2019



Fonte: Do autor, 2019.

### 3.1.3 FAZER A DIFERENÇA É A CHAVE DO SUCESSO!

Contribuir para uma real melhora na sociedade mesmo após muitos anos da sua fundação é uma das maiores dificuldades que uma empresa enfrenta. Assim, a grande vantagem de criar negócios inovadores é que eles nunca morrem. Sempre haverá alguma novidade que obrigue a empresa a se renovar para continuar fazendo a diferença.

Uma das principais características das empresas altamente inovadoras é a presença de valores sólidos. São estes princípios que irão orientar as atitudes dos executivos, as **estratégias de marketing** e o lançamento de produtos e serviços coerentes.

Por isso o primeiro passo para criar uma empresa realmente inovadora é

pensar primeiro em qual valor a empresa quer gerar, qual a diferença que buscam fazer no mundo? É a resposta para essa pergunta que irá construir a sua ideia de negócio.

Sem contar que negócios inovadores são compostos por pessoas inovadoras. Ter vontade de criar não basta, é preciso que o empreendedor tenha características que o ajudem a construir seu empreendimento. É preciso possuir a ousadia de assumir riscos para concretizar seus objetivos.

## **3.2 STARTUP**

Startup é uma empresa jovem com um modelo de negócios repetível e escalável, em um cenário de incertezas e soluções a serem desenvolvidas. Embora não se limite apenas a negócios digitais, uma startup necessita de inovação ou uma adaptação para não ser considerada uma empresa de modelo tradicional. Segundo Osterwalder, (2014), Teórico de negócios, Palestrante, Consultor financeiro, empresário e Escritor do livro Business Model Generation. Um modelo de negócios deve conter: Canais de comunicação e Distribuição, Fontes de receita, Segmentação de cliente, atividade chave, proposição de valor e relacionamento com o cliente.

### **3.2.1 CARACTERÍSTICAS DE UMA STARTUP**

O modelo de negócios é diferente de um plano de negócios comum, que foca em estratégias detalhadas para atingir metas, por exemplo: No modelo de negócios tradicional, o foco não é necessariamente no produto, mas no valor e consequentemente na rentabilidade dele. O desafio do modelo de negócios de startups é criar algo inovador ou adaptar um modelo de negócios para uma área onde não é comumente aplicado.

### **3.2.2 REPETÍVEL E ESCALÁVEL**

Esses dois fatores são superimportantes para uma startup, uma vez que sem eles o negócio tem grandes chances de se tornar insustentável. Um produto repetível e escalável traz inúmeras vantagens, uma vez que ele promete atingir um grande número de clientes e gerar lucro de forma rápida.

Para um negócio ser repetível significa que ele é capaz de entregar o mesmo produto em escala potencialmente ilimitada. Já em ser escalável significa crescer cada vez mais sem que isso influencie no modelo de negócios.

Figura 2: Página de uma HQ.



Fonte: do autor 2019

#### 4. ESTUDO DE CASO MERAKI

A Meraki Estúdio foi criada com o intuito de contribuir com a sociedade do bairro Cidade Tiradentes através da cultura, conscientizando as pessoas do quanto é importante incentivar, assim foi criado o projeto para a valorização das HQ'S, onde as pessoas terão a oportunidade de desenvolver o seu potencial através da arte.

Com esse projeto sendo desenvolvido ele não ajudará apenas a Meraki a crescer financeiramente, mas sim ajudar pessoas que têm dificuldades com a falta

de oportunidade, se encontrar no mercado de trabalho. Pois estará localizada em um bairro desfavorecido, buscando talentos que querem ser lapidados.

No país em que vivemos à falta de incentivo à cultura, chama muita atenção pois, cada dia que se passa a quantidade de artistas reconhecidos vai diminuindo, com isso aumentando a busca por arte em quadrinhos estrangeiros, fazendo com que pagamos preços absurdos por conta da importação, assim prejudicando cada vez mais a relação do jovem brasileiro com a leitura.

**Figura 3: Logotipo e Slogan da empresa.**



**Fonte: do autor 2019.**

#### **4.1 MERAKI ESTÚDIO**

A Meraki nasceu de uma paixão compartilhada com todos nós, pela arte. A ideia surgiu depois de perceber que, na maior parte das vezes, a **Arte** é inserida na vida das pessoas como forma experimental e é bem desvalorizada. Não temos muitas referências nacionais em quadrinhos, muito menos vindo da periferia. É neste clima que unimos experiência e fazer artístico e nasce a **Meraki Estúdio**: um verdadeiro “Respiro Artístico na Cidade Tiradentes”.

No contexto da Meraki, podemos encaixá-la como uma startup. Onde visamos inovar e até mesmo adaptar o nosso negócio, se tornando assim uma referência nacional. Viver de HQ's no Brasil é muito difícil, os quadrinhos nunca foram tão populares. As vendas de HQ'S impressos não são expressivas no Brasil há anos. A paixão pela área é muito importante, mas não paga as contas.

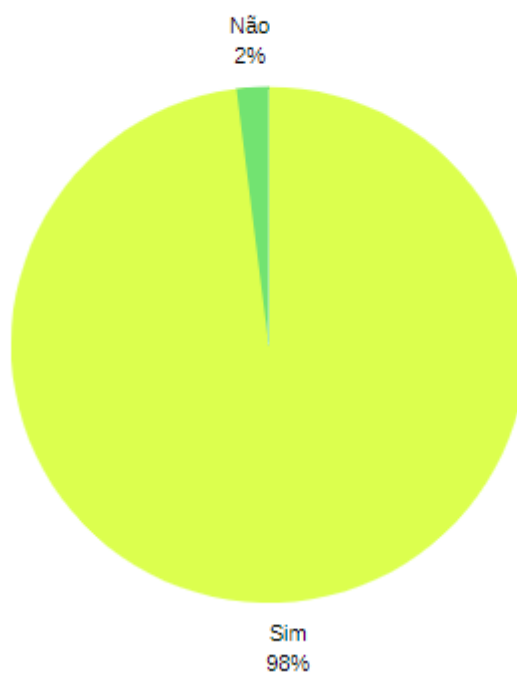
Temos um problema e procuramos uma solução oferecendo nossos produtos impressos e digitais mesmo com tantas incertezas do ofício. Para Eric Ries, escritor do livro Lean Startup (vale muito a pena ler), um dos mais famosos dentro da literatura de empreendedorismo e tecnologia uma startup é: "Uma startup é uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza.

### 4.3 ANÁLISE DE RESULTADO

Este questionário foi direcionado ao público juvenil (público alvo) que tem como objetivo sanar as dúvidas em relação ao trabalho de quadrinistas nacionais e descobrir qual é ponto de vista do público. As pesquisas foram feitas através de um questionário online com perguntas de múltipla escolha. Foi utilizado a plataforma do Google Forms onde há um questionário, para ter como base algumas informações. 5 perguntas foram desenvolvidas, com amostra de 100 pessoas.

#### GRÁFICO 1- PAGAMENTO POR UMA HQ NACIONAL.

Você pagaria por uma HQ totalmente nacional ?



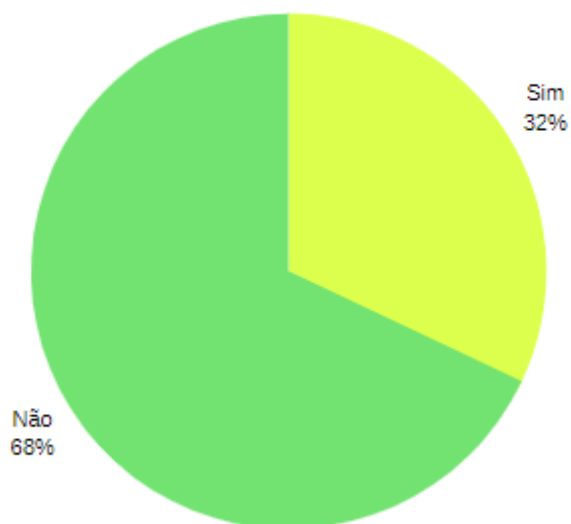
Fonte: Do autor, 2020.

Para sabermos se a população pagaria por uma HQ nacional elaboramos essa pergunta. Diante dessas respostas, onde 98% dos participantes comprariam uma HQ totalmente nacional, é possível ver que há interesse em HQs brasileiras.



**GRÁFICO 2- CONHECIMENTO SOBRE ESTÚDIO DE HQ'S NACIONAL.**

Você conhece algum estúdio de HQ's nacional?

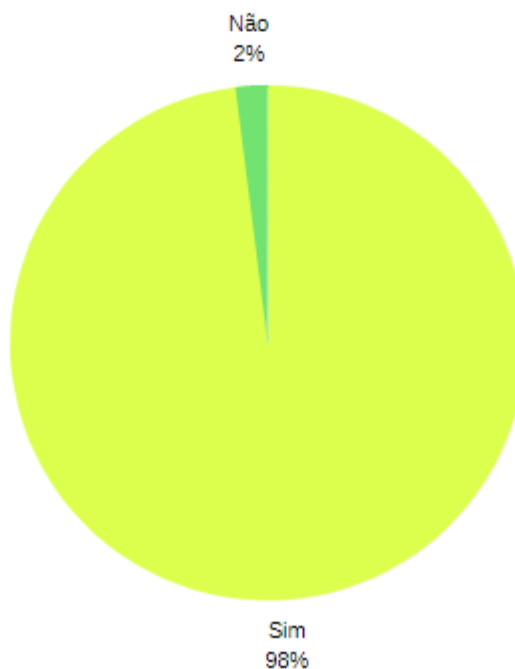


Fonte: Do autor, 2020.

O intuito dessa pergunta foi verificar o conhecimento da população sobre estúdios nacionais. Como a maioria de 68% das respostas não conhecem um estúdio de HQs nacional, fica claro que há uma falta de representação nessa área, a maioria das pessoas só conhecem quadrinhos do Mauricio de Souza, criador da Turma da Mônica.

### GRÁFICO 3- SOBRE A CONTRIBUIÇÃO CULTURAL DE UM ESTÚDIO NO BAIRO.

Você acredita que um estúdio de HQ pode contribuir com a cultura do bairro?

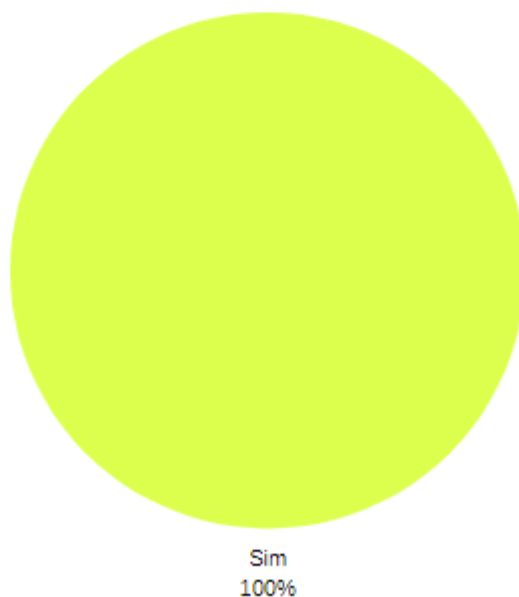


Fonte: Do autor, 2020.

Enxerga-se o impacto que um estúdio voltado a HQs nacionais pode ter no bairro, onde 98% acredita que esse trabalho pode sim acrescentar um valor cultural. Podendo assim mesclar com a arte de periferia, já existente no bairro, que é composta de um conjunto de ações, tais como saraus com poetas e escritores moradores desses bairros, produções de audiovisual, músicas, grafites, danças, cortejos e batucadas, que apontam para outro imaginário simbólico desses locais.

**GRÁFICO 4- INCENTIVO DE ARTISTAS AMADORES NO BAIRRO.**

Você acredita que artista amadores podem se sentir incentivados com um estúdio nacional?



Fonte: Do autor, 2020.

Considera-se um resultado incrivelmente importante aqui, quando 100% crê que artistas amadores podem ser incentivados com um estúdio nacional que valoriza a arte. Observa-se que a cerca desta pergunta é possível resolver o problema da falta de incentivo dos artistas amadores nesse ramo.

**GRÁFICO 5- SOBRE O HÁBITO DE LER QUADRINHOS.**

Você tem o hábito de ler quadrinhos/Hq's?

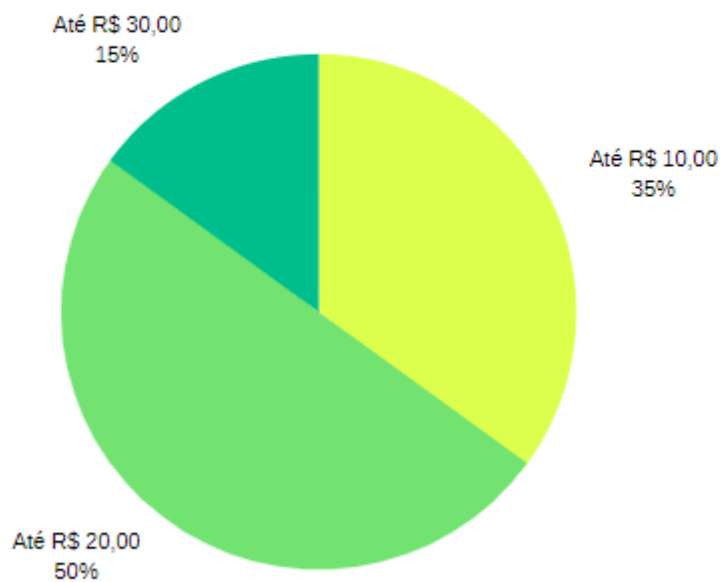


Fonte: Do autor, 2020.

O intuito dessa questão é saber o quão as pessoas estão habituadas a ler quadrinhos. Mais da metade tem o hábito de ler, porém percebemos que há uma notável falta de interesse e/ou conhecimento do outro grupo nesse tipo de leitura. Observa-se que ao levar essa cultura ao bairro a população poderia ser engajada e, conseqüentemente, obter mais conhecimento sobre as HQ's, aumentando assim a valorização dessa arte.

**GRÁFICO 6- MÉDIA DO PREÇO.**

Qual a média de preço que você pagaria em uma HQ nacional?



Fonte: Do autor, 2020.

Esta pergunta foi essencial para definição do preço das HQ's impressas. Percebe-se que 50% pagaria até R\$ 20,00 em uma HQ.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após inúmeras pesquisas e análises é possível perceber a dificuldade que é criar e dirigir bem uma empresa no Brasil, principalmente quando se trata de uma área que é pouco conhecida nacionalmente. Todos que trabalham na área sabem das dores e alegrias de trabalhar na indústria da HQ impressa. Pois, apesar da popularidade e de alguns picos de interesse graças a lançamentos cinematográficos, as vendas de HQs impressos não são expressivas no Brasil há anos. Enquanto no exterior são lançados cada vez mais quadrinhos.

O ilustrador brasileiro precisa de vasto conhecimento para se adequar a realidade e ter trabalho o suficiente para completar sua renda, porque as exigências do setor são muito variadas. O que falta de fato é investimento e não a criatividade.

As empresas de modelo Startup estão cada vez mais em alta no mundo. Para criação do Estúdio Meraki foi essencial utilizarmos todas as áreas da administração, sabendo disso foi imprescindível a utilização do Marketing em todo o projeto. A propaganda permitiu que o produto se tornasse necessário e que contribuísse para solução do problema cultural no bairro. É preciso muito mais que amor pela área para obter o sucesso. É preciso garra e, além de tudo, uma boa estratégia e administração.

## REFERÊNCIAS

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. S/L: bookman, 2009.  
BURR, Ridge JL; IRWIN, Richard D. New Business Ventures and the Entrepreneurship, 1985, p. 16-23

BICUDO, Lucas. **O que é uma startup?** StartSe. São Paulo, 3 de Maio de 2016.  
Disponível em: < <https://www.startse.com/noticia/startups/afinal-o-que-e-uma-startup>> Acesso em 3 de Maio de 2016.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração, teoria, processo e prática**. São Paulo: Makroon Books, 1994.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas**. 2.ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva 2007

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DRUKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**. Editora Pioneira, 1987.

FERREIRA, P. G. G.; MATTOS, P. L. C. L. **Empreendedorismo e práticas didáticas nos cursos de graduação em administração: os estudantes levantam o problema**. In: Encontro da ANPAD, 27, 2003, Aratibaia/SP. Anais... São Paulo: ANPAD, 2003. CD ROM.

FLAITT, Lilian. **O que é inovação?** Administradores.com. São Paulo, 21 de fevereiro de 2018. Disponível em: < <https://administradores.com.br/artigos/o-que-e-inovacao>> Acesso em 21 de fevereiro de 2018.

LIMA, Amanda. **Mas, afinal, o que é inovação?** E Commerce Brasil. São Paulo, 21 de fevereiro de 2018. Disponível em: < <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/o-que-e-inovacao/>> Acesso em 21 de fevereiro de 2018.

MARTINS, Natalia. **As Sociedades Limitadas e as vantagens de sua adoção.** NDM ADVOGADOS. São Paulo, 03 de setembro de 2015. Disponível em: < <https://ndmadogados.com.br/sociedades-limitadas-ltda-vantagens> > Acesso em 03 de setembro de 2015.

MIGUERES, Luisa. **Como é viver de Hq no brasil? O que falta de grana, sobra de criatividade.** Projeto Draft. São Paulo, 14 de dezembro de 2017. Disponível em: < <https://www.projetodraft.com/como-e-viver-de-hq-no-brasil-o-que-falta-de-grana-sobra-de-criatividade-ate-para-empreender/>> Acesso em 14 de dezembro de 2017.

PORTAL SEBRAE. **Tipos de empresas-** [https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/conteudo\\_uf/quais-sao-os-tipos-de-empresas,af3db28a582a0610VgnVCM1000004c00210aRCRD](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/conteudo_uf/quais-sao-os-tipos-de-empresas,af3db28a582a0610VgnVCM1000004c00210aRCRD). Acesso em: 25/03/2019

SANTOS, Jayson. Viver de quadrinhos no Brasil. **Youtube.** São Paulo, 31 de outubro de 2018. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=NKaA9o3cl\\_8/](https://www.youtube.com/watch?v=NKaA9o3cl_8/)> Acesso em 31 de outubro de 2018.