



**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS**

PAULO MOASIR GOMES DE ARAÚJO CUBANZA PALHARES

**CRIAÇÃO DE UMA DISTRIBUIDORA DE CONTEÚDOS DIGITAIS:
ESTUDO DE CASO NA PROVÍNCIA DO HUAMBO**

PFC INOVAÇÃO

CAÁLA, 2023

PAULO MOASIR GOMES DE ARAÚJO CUBANZA PALHARES

**CRIAÇÃO DE UMA DISTRIBUIDORA DE CONTEÚDOS DIGITAIS:
ESTUDO DE CASO NA PROVÍNCIA DO HUAMBO**

Monografia de Licenciatura apresentada no Instituto Superior Politécnico da Caála como parte dos requisitos para a obtenção do título de licenciado em Ciências Económicas Empresariais na Especialidade de Contabilidade e Auditoria.
Orientado: Agostinho Chitanda Miguel

DEDICATÓRIA

“A concretização deste trabalho de fim de curso representa não apenas um marco pessoal, mas também um tributo aos pilares que me sustentaram ao longo desta jornada de aprendizado e crescimento. A todos aqueles que compartilharam e enriqueceram esta jornada, quero expressar a minha mais profunda gratidão. Aos meus queridos pais, cujo amor incondicional e apoio inabalável sempre me inspiraram a buscar o melhor em cada desafio, este trabalho é dedicado a vocês. Vocês são a luz que me guia e a força que impulsiona meus sonhos, à minha amada irmã Nerika, cujo incentivo incansável e motivação constante foram essenciais desde os primeiros passos na universidade, aos estimados professores e mentores do ISP Caála e aos meus amigos, cuja presença esteve sempre presente. Esta dedicação não é apenas um reconhecimento, mas uma lembrança constante de que nenhuma conquista é solitária. Cada pessoa mencionada e aquelas que não foram citadas contribuíram de maneira significativa para o meu sucesso até aqui.”

Com profunda gratidão,

[Paulo Palhares]"

AGRADECIMENTOS

Agradeço do fundo do meu coração a todos aqueles que contribuíram para a realização deste trabalho de fim de curso, uma conquista que representa não apenas um marco em minha vida acadêmica, mas também uma jornada de crescimento pessoal e intelectual.

Primeiramente, dedico meu mais profundo agradecimento a Deus, fonte de sabedoria e inspiração, cuja graça infinita me sustentaram ao longo de toda essa jornada.

À equipe docente da universidade, especialmente ao Professor Alfredo Vidal, expresse minha profunda gratidão. Suas palavras de sabedoria, orientações perspicazes e dedicação incansável foram um farol ao longo do caminho. O Professor Alfredo Vidal, além de ser um mentor e guia, foi como um pai acadêmico, transmitindo não apenas conhecimento, mas também valores que moldarão minha trajetória futura.

Ao meu tutor Agostinho Chitanda, sou grato por sua paciência, orientação e conselhos valiosos. Sua expertise e apoio foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho.

Aos meus colegas de turma, que compartilharam risos, desafios e momentos de aprendizado, agradeço por serem uma fonte constante de motivação e apoio mútuo. Nossas discussões e trocas de ideias enriqueceram minha compreensão e me inspiraram a buscar sempre o melhor.

Agradeço também a todos aqueles que, de forma direta ou indireta, contribuíram para este projeto, seja através de debates construtivos, sugestões ou encorajamento. Cada gesto de apoio foi fundamental para moldar o resultado final.

Com sincero apreço,

[Paulo Palhares]"

RESUMO

Este projecto de conclusão de curso tem como objectivo primordial a criação de uma distribuidora de conteúdos digitais com o propósito de impulsionar as trajetórias artísticas na província do Huambo, Angola. Nesse contexto, busca-se não apenas enriquecer a cultura angolana, mas também fornecer uma solução concreta para a disseminação eficaz de produções artísticas locais, superando desafios como a falta de acesso a serviços de distribuição digital e a limitada presença de artistas angolanos em plataformas internacionais. A abordagem metodológica empregada é mista, incorporando elementos qualitativos e quantitativos. Por meio de revisão bibliográfica e entrevistas, pretende-se não só compreender profundamente as necessidades e expectativas dos artistas, mas também analisar as complexidades econômicas e financeiras da distribuidora proposta. A visão da distribuidora "Impulse+" é se tornar uma força inspiradora e conectiva, revolucionando a experiência de consumo de conteúdo digital em Angola, com valores que abraçam a criatividade, diversidade, empatia, inovação, responsabilidade social e transparência. Além de servir como intermediária entre criadores e plataformas de streaming, a distribuidora também se compromete a enfrentar as questões tributárias inerentes, assegurando assim sua operação ética e legal. O estudo de caso específico na província do Huambo confere uma abordagem personalizada, enriquecendo a análise e conclusões com dados locais relevantes. Em suma, este trabalho visa não apenas suprir uma lacuna na indústria artística angolana, mas também impulsionar o potencial criativo local e proporcionar uma nova era de acesso e apreciação de conteúdos digitais.

Palavras-Chave: Distribuição de Conteúdos Digitais; Carreiras Artísticas; Plataformas de Streaming; Viabilidade Econômica.

ABSTRACT

This final project aims at the creation of a digital content distribution platform with the primary goal of propelling artistic careers in the province of Huambo, Angola. In this context, the objective is not only to enrich Angolan culture but also to provide a tangible solution for the effective dissemination of local artistic productions, overcoming challenges such as the lack of access to digital distribution services and the limited presence of Angolan artists on international platforms. The employed methodological approach is mixed, encompassing qualitative and quantitative elements. Through bibliographic review and interviews, the intention is not only to deeply understand the needs and expectations of artists but also to analyze the economic and financial complexities of the proposed distribution platform. The vision of the "Impulse+" platform is to become an inspiring and connecting force, revolutionizing the digital content consumption experience in Angola, guided by values that embrace creativity, diversity, empathy, innovation, social responsibility, and transparency. In addition to acting as an intermediary between creators and streaming platforms, the platform also commits to addressing inherent tax issues, thereby ensuring its ethical and legal operation. The specific case study in the province of Huambo provides a personalized approach, enriching the analysis and conclusions with relevant local data. In summary, this work aims not only to fill a gap in the Angolan artistic industry but also to boost local creative potential and usher in a new era of access and appreciation for digital content.

Key-Words:, Digital Content Distribution; Artistic Careers; Streaming Platforms, Economic Viabilit.,

ESTRUTURA DO TRABALHO

Abaixo consta a lista de capítulos que suporta o projecto de fim de curso

Capítulo I – Introdução

Capítulo II – Revisão de Literatura

Capítulo III – Metodologia do Trabalho

Capítulo IV – Apresentação dos Dados e Discussão dos Resultados

Capítulo V – Análise e Interpretação dos Resultados

Capítulo VI – Conclusões

ANEXOS

LISTA DE ABREVIATURAS

- DSTV – Digital Satellite Television
- SWOT – Strengths Weaknesses Opportunities Threats
- PEST – Political Economic Social Technological
- AOA – é o código da moeda de Angola (Kwanza)
- USD – é o código da moeda dos Estados Unidos de America (Dólar)
- IVA – Imposto Sobre o Valor Acrescentado
- IRT – Imposto Sobre o Rendimento do Trabalho
- II – Imposto Industrial
- TIR – Taxa Interna de Retorno
- VAL – Valor Actual Líquido
- FST – Fornecimento e Serviço de Terceiros
- COC – Custo de Oportunidade de Capital

LISTA DE ILUSTRAÇÕES E TABELAS

Tabela 1 – Cálculo de Receitas	22
Tabela 2 – Cálculo de Despesas.....	23
Tabela 3 – Demonstração de Resultados	23
Tabela 4 – Mapa de Pressupostos	23
Tabela 5 – Volume de Serviços	24
Tabela 6 – Mapa de Equipamentos	24
Tabela 7 – Mapa de Investimento	24
Tabela 8 – Mapa de Financiamento	25
Tabela 9 – Mapa de Serviço da Dívida.....	25
Tabela 10 – Mapa de Custo Com o Pessoal.....	25
Tabela 11 – Mapa de Fornecimento e Serviço de Terceiros	26
Tabela 12 – Mapa do PayBack	26
Tabela 13 – Cálculo de Mapa de Exploração Provisional	27

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Investimentos	28
Gráfico 2 – Financiamentos	28
Gráfico 3 – Custos Operacionais	29
Gráfico 4 – Faixa Etária	29
Gráfico 5 – Género	30
Gráfico 6 – Questão 1 (Inquérito)	30
Gráfico 7 – Questão 2 (Inquérito)	30
Gráfico 8 – Questão 3 (Inquérito)	31
Gráfico 9 – Questão 4 (Inquérito)	31
Gráfico 10 – Questão 5 (Inquérito)	31

SUMÁRIO

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO	1
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Finalidade	1
1.2. Relevância do Tema	1
1.3. Problematização	1
1.4. Objectivo Geral	1
1.5. Objectivos Específicos	1
CAPÍTULO II – REVISÃO DE LITERATURA	2
1. NOÇÕES BÁSICAS SOBRE EMPRESA	2
1.1. Critérios de Avaliação da Empresa	2
1.1.1. Ponto Crítico.....	2
1.1.2. Resultado Operacional.....	3
1.1.3. Ponto Crítico e Resultado Operacional como Pontos de Atenção.....	3
1.2. Distribuidoras De Conteúdos Digitais.....	3
1.3. Monetização Nas Distribuidoras	4
CAPÍTULO III – METODOLOGIA DO TRABALHO	5
1. METODOLOGIA	5
1.1. Tipo de Pesquisa.....	5
1.2. Fontes de Dados	5
1.3. Procedimentos de Coleta de Dados	5
1.4. Estudo de Caso na Província do Huambo	5
1.5. População e Amostra.....	6
1.6. Métodos Teóricos e Empíricos.....	6

CAPÍTULO IV – APRESENTAÇÃO DOS DADOS E DISCUSÃO DOS RESULTADOS

.....	7
1.1. Upload Dos Conteúdos Nas Plataformas De Streaming	7
1.1.1. Obter os Direitos Adequados.....	7
1.1.2. Escolher as Plataformas de Streaming.....	8
1.1.3. Criar Contas de Distribuidora ou Agregador.....	8
1.1.4. Enviar os Conteúdos.....	8
1.1.5. Aguardar Aprovação e Liberação.....	8
1.1.6. Monitorar o Desempenho	8
2. CONTA DE DISTRIBUIDORA OU AGREGADORA.....	8
2.1. Conta de Distribuidora	8
2.2. Agregadores	8
3. ESTUDO DE MERCADO	9
3.1. Objectivos Definidos.....	9
3.1.1. Identificação do público-alvo	9
3.1.2. Análise de possíveis concorrentes	9
3.1.3. Explorar parcerias estratégicas	10
3.1.4. Avaliar a infraestrutura digital.....	10
3.1.5. Medir o interesse na monetização dos conteúdos.....	10
3.1.6. Avaliar a adequação cultural dos conteúdos.....	10
3.1.7. Viabilidade financeira.....	10
4. DESENVOLVIMENTO DA DISTRIBUIDORA	10
4.1.1. Desenvolvimento da Plataforma.....	10
4.1.2. Design e Interface do Usuário	11
4.1.3. Infraestrutura Tecnológica.....	11
4.1.4. Marketing e Publicidade	11
4.2. CUSTOS OPERACIONAIS RECORRENTES	11

4.2.1.	Manutenção e Atualização.....	11
4.2.2.	Suporte ao Cliente	11
4.3.	PROJEÇÕES DE RECEITAS	11
4.3.1.	Assinaturas.....	11
4.3.2.	Publicidade	11
4.3.3.	Comissões de Criadores de Conteúdo	11
4.3.4.	Parcerias Comerciais	11
4.4.	Estratégias De Marketing.....	12
4.4.1.	Segmentação De Mercado.....	12
4.4.2.	Posicionamento da Marca.....	12
4.4.3.	Marketing de Conteúdo	12
4.4.4.	Redes Sociais e Influenciadores	12
4.4.5.	Programas de Fidelidade e Recomendação	12
4.4.6.	Publicidade Online e Offline	12
4.4.7.	Monitoramento e Análise	12
5.	ANÁLISE SWOT	13
5.1.	Pontos Fortes (<i>Strengths</i>).....	13
5.2.	Pontos Fracos (<i>Weaknesses</i>).....	13
5.3.	Oportunidades (<i>Opportunities</i>).....	13
5.4.	Ameaças (<i>Threats</i>)	14
6.	REGULAMENTAÇÃO.....	14
6.1.	Leis de Propriedade Intelectual	14
6.2.	Regulamentações de Telecomunicações e Internet	14
6.3.	Regulamentações sobre Conteúdo Online.....	14
6.4.	Regulamentações Fiscais.....	14
6.5.	Segurança de Pagamentos	15
7.	ESTUDO DE LOCALIZADO.....	15

8.	ANÁLISE PEST	15
8.1.	Factores Políticos	15
8.2.	Factores Econômicos.....	15
8.3.	Factores Sociais.....	16
8.4.	Factores Tecnológicos.....	16
9.	VISÃO, MISSÃO E VALORES	16
9.1.	Visão	16
9.2.	Missão	16
9.3.	Valores	16
10.	FUNCIONAMENTO E TRABALHOS OPERACIONAIS	17
10.1.	Necessidade De Um Escritório.....	17
10.2.	Valores Pra Iniciar.....	17
10.3.	Relações Entre Distribuidoras E Plataformas De Streaming.....	18
10.3.1.	Contrato	19
10.4.	Impostos	21
10.4.1.	Imposto sobre o Valor Acrescentado.....	21
10.4.2.	Imposto de Renda Corporativo	21
10.4.3.	Imposto sobre Royalties ou Direitos Autorais	21
10.4.4.	Imposto sobre Transações Financeiras.....	21
10.4.5.	Taxas e Regulamentações Específicas da Indústria.....	21
	CAPÍTULO V – ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS.....	22
1.	Planilha de Resultados Financeiros.....	22
1.1.	Mapas de Resultados Financeiros	23
1.2.	Análise dos Resultados.....	27
1.2.1.	Receitas.....	27
1.2.2.	Despesas	27
1.2.3.	Lucro Bruto	27

1.2.4. Lucro Líquido.....	28
1.4. Análise sobre o Estudo de Caso	29
1.5. Interpretação dos Resultados.....	32
CAPÍTULO VI – CONCLUSÕES	33
11. COSIDERAÇÕES FINAIS.....	33
12. LIMITAÇÕES	35
13. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	36

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO

1. INTRODUÇÃO

1.1. Finalidade

A finalidade deste projecto é de comunicar os resultados da pesquisa para o público-alvo em causa, a fim de fomentar o desenvolvimento da pesquisa, realçando pressupostos subjacentes sobre a criação de uma distribuidora de conteúdos digitais para o impulsionamento de carreiras artísticas, um estudo de caso na província do Huambo.

1.2. Relevância do Tema

Este projecto é relevante porque numa primeira análise, a maioria dos artistas angolanos recorrem a plataformas internacionais para distribuírem os seus conteúdos digitais para reter algum lucro com os mesmos, segundo, existem muitos artistas que desconhecem destes serviços e outros não têm a possibilidade de aderir por falta de possibilidades na aquisição de cartões virtuais como VISA.

1.3. Problematização

O universo artístico evoluiu significativamente no sentido das vendas e de como receber os ganhos com os conteúdos divulgados, distribuição destes conteúdos é o link entre as produções finais e os fãs, estes serviços, a nível nacional pouco se utilizava, pois poucos artistas conheciam ou tinham acesso a eles, hoje muitos ainda desconhecem, principalmente artistas de médio ou baixo escalão, é um grande problema porque hoje já se pode obter rendimentos com os nossos conteúdos digitais e muitos artistas estão parados sem saber o que fazer, antigamente era meio impossível um artista independente crescer, era necessário sempre o vínculo à uma produtora ou editora para a distribuição dos seus artigos. Identificada a problematização colocamos a seguinte questão de pesquisa.

1.4. Objectivo Geral

Criar uma distribuidora de conteúdos digitais para atender as necessidades de artistas dependentes e independentes na exposição dos seus conteúdos em lojas virtuais.

1.5. Objectivos Específicos

- Demonstrar a necessidade;
- Elaborar um plano de negócio para a distribuidora;
- Analisar a viabilidade económica e financeira da distribuidora.

CAPÍTULO II – REVISÃO DE LITERATURA

O presente trabalho tem como objectivo apresentar de forma aprofundada o funcionamento das distribuidoras de conteúdos digitais legalmente aceites, mas antes é importante destacar que as distribuidoras em causa são empresas também, empresas que trabalham com conteúdos digitais que por via de um processo bem definido, através da prestação de serviços, acarretam lucros.

1. NOÇÕES BÁSICAS SOBRE EMPRESA

Empresas são organizações económicas que operam com o propósito de produzir bens ou oferecer serviços visando lucro e sustentabilidade. Seu funcionamento envolve diversos aspectos interligados, desde a gestão de recursos humanos e financeiros até a produção, marketing e distribuição. Uma empresa tipicamente segue uma estrutura hierárquica, com diferentes departamentos e funções, para garantir a coordenação e o alcance de seus objetivos. (Griffin, R. W.** (2019). *Fundamentals of Management*. Cengage Learning).

As empresas são influenciadas por factores internos e externos, como mudanças no mercado, concorrência, regulamentações governamentais e avanços tecnológicos. Sua capacidade de se adaptar a esses factores é fundamental para o sucesso a longo prazo.

Análise Do Desempenho Financeiro De Empresas: Uma Abordagem Ao Lucro, Ponto Crítico E Resultado Operacional

Segundo o (Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Fundamentals of Financial Management*. Cengage Learning) No cenário empresarial contemporâneo, a avaliação do desempenho financeiro de uma empresa tornou-se uma preocupação essencial para investidores, gestores e stakeholders em geral. A capacidade de compreender e interpretar os indicadores financeiros é fundamental para tomar decisões estratégicas informadas e sustentáveis.

1.1. Critérios de Avaliação da Empresa

A avaliação da empresa abrange diversos critérios, dos quais três se destacam nesta pesquisa: lucro, ponto crítico e resultado operacional.

Lucro: O lucro é a diferença entre as receitas totais e os custos totais de uma empresa. Ele não apenas reflete a eficiência operacional, mas também determina a atratividade da empresa para investidores e acionistas. Um aumento sustentável no lucro pode indicar melhorias na gestão de custos, produtividade e estratégias de precificação.

1.1.1. **Ponto Crítico (Break-even):** O ponto crítico representa o nível de vendas em que os

custos totais igualam-se às receitas totais, resultando em nenhum lucro nem prejuízo.

Este indicador é vital para determinar o nível mínimo de atividade necessário para evitar perdas financeiras. Uma compreensão clara do ponto crítico auxilia na tomada de decisões sobre preços, volume de produção e controle de custos.

1.1.2. Resultado Operacional: O resultado operacional avalia a eficiência das atividades centrais de uma empresa, desconsiderando os efeitos de itens financeiros não relacionados, como juros e impostos. Ele proporciona insights sobre a capacidade da empresa de gerar lucro a partir de suas operações principais, excluindo fatores externos.

1.1.3. Ponto Crítico e Resultado Operacional como Pontos de Atenção

O ponto crítico e o resultado operacional representam pontos de atenção cruciais na análise financeira. Um ponto crítico muito alto pode indicar vulnerabilidade à volatilidade das vendas, enquanto um resultado operacional negativo sugere que as operações principais da empresa não estão gerando lucro suficiente para sustentar o negócio a longo prazo. Portanto, a análise destes indicadores pode orientar ajustes estratégicos para melhorar a rentabilidade e a estabilidade financeira.

1.2. Distribuidoras De Conteúdos Digitais

Num mundo digital em constante expansão, a distribuição de conteúdos tornou-se uma peça fundamental no cenário da indústria do entretenimento, educação e informação. Nesse contexto dinâmico, a figura central de uma distribuidora de conteúdos digitais ganha destaque como peça chave para conectar criadores de conteúdos a um público ávido por novas experiências.

Uma distribuidora de conteúdos digitais é uma empresa ou plataforma responsável por conectar criadores de conteúdos digitais a um público amplo e diversificado. O seu papel central é facilitar o processo de disponibilização e entrega de conteúdos digitais a usuários finais, garantindo que os materiais estejam acessíveis, sejam devidamente licenciados e cheguem aos consumidores de forma convincente.

Essa distribuição pode abranger diversos tipos de conteúdos, como músicas, audiobooks, podcasts, filmes, séries, jogos, e-books entre outros formatos. A distribuidora atua como intermediária, possibilitando que os criadores alcancem uma audiência maior.

As distribuidoras de conteúdos digitais são plataformas ou empresas que actuam como intermediárias entre criadores de conteúdo e o público consumidor, oferecendo acesso e monetização de diversos tipos de conteúdos digitais, como músicas, vídeos, livros eletrônicos, podcasts e jogos. Essas plataformas têm se tornado cada vez mais relevantes no cenário digital, permitindo que criadores alcancem um público mais amplo e diversificado.

De acordo com o livro *"Digital Media Distribution: Algorithms, Platforms, Economics, and Content"* de Amandeep S. Sidhu e Robert S. Wistrich, as distribuidoras digitais desempenham um papel crucial na facilitação da distribuição e comercialização de conteúdos digitais, aproveitando o poder da tecnologia para alcançar um público global.

Essas plataformas oferecem diferentes modelos de negócio, como compras individuais, assinaturas, publicidade ou uma combinação deles, para monetizar o conteúdo. As estratégias de marketing e promoção são essenciais para aumentar a visibilidade da plataforma e atrair novos usuários, como mencionado em relatórios de empresas de consultoria, como *McKinsey* e *Forrester*. Além disso, a experiência do usuário é uma prioridade para as distribuidoras, que buscam oferecer interfaces intuitivas, busca eficiente e recomendações personalizadas, como destacado na publicação *"The Economics of Online Video Entertainment"* por Paolo Cellini.

A relação entre distribuidoras e criadores de conteúdo é regida por acordos de licenciamento e contratos, com os pagamentos aos criadores sendo realizados com base no desempenho e receitas geradas, conforme observado em relatórios de mercado e pesquisas especializadas.

1.3. Monetização Nas Distribuidoras

A monetização é o processo de transformar activos ou recursos em dinheiro ou receita. No contexto de distribuidoras de conteúdos digitais, a monetização refere-se à forma como essas plataformas obtêm receitas a partir dos conteúdos disponibilizados aos usuários. Existem diferentes modelos de monetização utilizados pelas distribuidoras para gerar receita, como vendas diretas, assinaturas, publicidade, entre outros. De acordo com o Livro: *"Digital Media Distribution: Algorithms, Platforms, Economics, and Content"* por Amandeep S. Sidhu e Robert S. Wistrich.

CAPÍTULO III – METODOLOGIA DO TRABALHO

1. METODOLOGIA

Nesta secção, descreveremos a abordagem metodológica utilizada para a realização deste trabalho de fim de curso. A metodologia detalha os passos e processos que serão seguidos para atingir os objectivos estabelecidos.

1.1. Tipo de Pesquisa

Este trabalho foi conduzido com base em uma abordagem de pesquisa mista, combinando elementos de pesquisa qualitativa e quantitativa. Isso permitiu uma compreensão abrangente da criação e operação da distribuidora de conteúdos digitais, bem como a avaliação de sua viabilidade econômica e financeira.

1.2. Fontes de Dados

Foram utilizadas as seguintes fontes de dados:

Pesquisa Bibliográfica: Revisão da literatura sobre distribuição de conteúdos digitais, modelos de negócios, estratégias de marketing digital e casos de sucesso relevantes.

Entrevistas: Entrevistas conduzidas à artistas musicais, criadores de conteúdo de vídeos e outros stakeholders relacionados ao sector artístico. Isso permitiu uma compreensão profunda das necessidades, desafios e expectativas em relação a uma distribuidora de conteúdos digitais.

Dados Secundários: Coletou-se dados estatísticos sobre o mercado artístico local, hábitos de consumo digital, preferências do público-alvo e informações econômicas relevantes.

1.3. Procedimentos de Coleta de Dados

Questionários: Desenvolveu-se questionários que abordem aspectos como preferências de plataforma, hábitos de consumo e disposição para adoptar uma distribuidora local.

Análise Documental: Analisou-se documentos relevantes, como regulamentações vigentes e modelos de negócios semelhantes.

1.4. Estudo de Caso na Província do Huambo

O estudo de caso será conduzido na província do Huambo, utilizando dados e insights específicos dessa região para enriquecer as análises e conclusões, distribuimos os inquéritos em escola e em diversas pessoas nos arredores com as características adequadas ao que se pretende verificar.

1.5. População e Amostra

A população desta pesquisa é constituída por todos os músicos que usam ou não plataformas digitais, na Província do Huambo. A amostra é constituída pelos artistas que foram entrevistados para o colecta de informações, foram entrevistadas 35 pessoas.

1.6. Métodos Teóricos e Empíricos

Nos teóricos, envolvemos a revisão de literatura, análise conceitual e formulação de hipóteses, isto ajudou-nos a construir uma base sólida para pesquisa.

Nos empíricos, relacionamos à coleta de dados reais para testar as nossas hipóteses, incluímos dados quantitativos como o questionário e inquérito para obtermos evidências tangíveis e observáveis sobre o projecto em causa.

CAPÍTULO IV – APRESENTAÇÃO DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

1. APRESENTAÇÃO DA DISTRIBUIDORA

Neste cenário dinâmico e em contante transformação, é com entusiasmo que apresentamos a *Impulse+* (*Impulse Plus*), uma inovadora distribuidora angolana de conteúdos digitais, dedicada a levar aos usuários uma experiência única. A distribuidora '*Impulse+*' surge como um agente nesse ecossistema digital, empenhada em revolucionar a forma como conteúdos são entregues, compartilhando e apreciados pelos usuários.

O nome *Impulse+* foi escolhido cuidadosamente representando o impulso e a motivação que desejamos oferecer aos nossos usuários. O símbolo “+” significa a expansão e o crescimento contínuo, refletindo o nosso compromisso em fornecer constantemente conteúdos de qualidade. Uma plataforma desenvolvida com tecnologias mais recentes, oferecendo uma experiência do usuário intuitiva, personalizada e amigável. Valorizamos a segurança e privacidade dos usuários, garantindo um ambiente protegido para que todos possam explorar e desfrutar do conteúdo com tranquilidade. Unindo a paixão pela inovação, o nosso lema é o seguinte: *Impulse+, onde a emoção do conteúdo digital ganha vida.*

1.1. Upload Dos Conteúdos Nas Plataformas De Streaming

Para colocar os conteúdos dos seus usuários em plataformas de *streaming*, se precisa seguir algumas etapas importantes. Lembrando que cada plataforma de streaming pode ter suas próprias diretrizes e requisitos específicos, portanto, é essencial familiarizar-se com as políticas de cada uma delas. Aqui está um guia geral para colocar conteúdos nas plataformas de *streaming*:

1.1.1. Obter os Direitos Adequados: Certifique-se de que possui os direitos necessários para distribuir o conteúdo dos seus usuários em plataformas de streaming. Isso pode incluir acordos de licenciamento ou contratos com os criadores do conteúdo.

Formatar os Conteúdos: Prepare os conteúdos dos seus usuários de acordo com as especificações exigidas pelas plataformas de streaming. Isso pode envolver a conversão de arquivos de áudio, vídeo ou outros formatos para atender aos padrões de qualidade e compatibilidade da plataforma.

1.1.2. Escolher as Plataformas de Streaming: Pesquise e selecione as plataformas de *streaming* adequadas para o tipo de conteúdo que você deseja distribuir. Algumas plataformas populares incluem *Spotify*, *Apple Music*, *YouTube*, *Netflix*, *Amazon Prime Video*, entre outras.

1.1.3. Criar Contas de Distribuidora ou Agregador: Muitas plataformas de *streaming* requerem que você crie uma conta de distribuidora ou agregador para enviar e gerenciar o conteúdo. Algumas plataformas também permitem que você utilize serviços de agregadores que ajudam na distribuição do conteúdo em várias plataformas ao mesmo tempo. WISTRICH

1.1.4. Enviar os Conteúdos: Siga as instruções das plataformas de *streaming* para enviar os conteúdos dos seus usuários. Isso geralmente envolve o envio de arquivos ou meta dados relacionados ao conteúdo. WISTRICH

1.1.5. Aguardar Aprovação e Liberação: As plataformas de *streaming* revisarão o conteúdo enviado antes de disponibilizá-lo ao público. Aguarde a aprovação e, assim que for liberado, o conteúdo estará disponível para os usuários da plataforma. WISTRICH

1.1.6. Monitorar o Desempenho: Acompanhe o desempenho do conteúdo nas plataformas de *streaming*, monitorando as métricas de reproduções, engajamento e receitas geradas. Isso ajudará a avaliar o sucesso da distribuição e tomar decisões estratégicas para melhorar os resultados. WISTRICH

2. CONTA DE DISTRIBUIDORA OU AGREGADORA

2.1. Conta de Distribuidora

Alguns serviços de streaming, especialmente os mais populares, permitem que criadores de conteúdo (ou distribuidoras) enviem diretamente o conteúdo para suas plataformas. Isso significa que você pode criar uma conta como distribuidora diretamente na plataforma, seguindo as etapas e diretrizes fornecidas por ela. Por exemplo, o *Spotify* e a *Apple Music* têm programas para distribuidoras que permitem que você envie músicas diretamente para essas plataformas.

2.2. Agregadores

Em alguns casos, pode ser mais prático utilizar serviços de empresas agregadoras. Essas empresas atuam como intermediárias entre os criadores de conteúdo e as plataformas de streaming. Segundo o artigo publicado por Sérgio Jr. na Redação *POPLine*.

Em vez de lidar diretamente com várias plataformas, você pode enviar o conteúdo para o agregador, que cuidará da distribuição para múltiplas plataformas em seu nome.

Os agregadores geralmente oferecem um painel de controle ou plataforma online onde você pode gerenciar o envio de conteúdo, acompanhar as métricas de desempenho e receber relatórios de receitas. Eles também fornecem orientações sobre a formatação e os requisitos específicos de cada plataforma de streaming, que é o caso da *Impulse+*. CELLINI

Esses serviços podem ser especialmente úteis se você quiser disponibilizar o conteúdo em várias plataformas ao mesmo tempo ou se preferir não lidar diretamente com o processo de envio e gerenciamento de conteúdo em cada plataforma individualmente. É importante pesquisar e escolher um agregador confiável e com um histórico comprovado de distribuição bem-sucedida. Algumas empresas populares que actuam como agregadoras incluem *DistroKid*, *TuneCore*, *CD Baby*, e *ONErpm*, entre outras. Cada agregador pode oferecer diferentes serviços e taxas, por isso, é recomendado comparar as opções disponíveis antes de tomar uma decisão. É importante estar ciente de que cada plataforma pode ter requisitos e políticas específicas para a distribuição de conteúdos, por isso, deve-se ler atentamente os termos de serviço e as orientações de cada plataforma escolhida. CELLINI

3. ESTUDO DE MERCADO

3.1. Objectivos Definidos

Segundo *Kotler e Armstrong* destacou-se o seguinte:

3.1.1. Identificação do público-alvo

Um estudo de caso na província do Huambo para registar e constatar a demanda sobre serviços de distribuição de conteúdos digitais, embora seja para Angola toda, começamos localmente pensando no exterior, visando adaptar também a oferta destes conteúdos digitais para atender necessidades específicas.

3.1.2. Análise de possíveis concorrentes

Existem algumas distribuidoras em Angola, logo existe concorrência, como a *Kisom* da *Unitel*, *NossaTV*, *DSTV Angola*, *Kiaku Store*, destas citadas, as únicas que se enquadram no nosso sector são as seguintes: *Kisom* e *Kiaku Store* visto que desempenham quase o que pretendemos, trabalhar com músicas, *podcasts* e vídeos clipes.

Nós pretendemos trabalhar com streaming dos conteúdos a fim de se obter rendimentos com os mesmos, através de uma subscrição mensal os nossos usuários poderão fazer *upload* dos seus conteúdos digitais legalmente aceites e ganhar em Kwanza.

3.1.3. Explorar parcerias estratégicas

Pretendemos identificar potenciais parcerias com criadores de conteúdos locais, estúdios de gravação ou empresas de mídia no Huambo para ampliar a oferta de conteúdos exclusivos e atrair novos públicos.

3.1.4. Avaliar a infraestrutura digital

O acesso à internet tem aumentado em Angola, impulsionando a demanda por conteúdos digitais. O crescimento do uso de *smatphones* e dispositivos móveis tem sido um factor chave no aumento do consumo de conteúdos online.

As plataformas de *streaming* têm ganhado popularidade em Angola, especialmente no sector de música e entretenimento. Serviços de *streaming* de música e vídeo, tanto locais como internacionais, têm atraído um número significativo de usuários.

Embora exista um crescimento significativo, em Angola ainda existem áreas com acesso limitado à internet, fazendo com que muitos usuários tenham uma experiência não muito boa ao utilizar os nossos serviços.

3.1.5. Medir o interesse na monetização dos conteúdos

Com estudos feitos, destacou-se alguma receptividade no Huambo em relação a modelos de monetização, então, escolhemos modelos como assinaturas mensais e ganhos percentuais em cada conteúdo divulgado pelo artista como melhores estratégias de receitas para a *Impulse+*.

3.1.6. Avaliar a adequação cultural dos conteúdos

Conteúdos digitais como músicas, podcasts e vídeo clipes são muito consumidos no Huambo e restante de Angola, com um sistema de filtragem, apenas serão aprovados conteúdos legalmente e culturalmente aceites, sem esquecer da licenciatura devido aos direitos autorais dos mesmos.

3.1.7. Viabilidade financeira

Um estudo de viabilidade financeira para uma distribuidora de conteúdos digitais requer uma análise detalhada dos custos e projeções de receitas. Segundo Alicia Tuovila

4. DESENVOLVIMENTO DA DISTRIBUIDORA

4.1. Custos De Desenvolvimento

4.1.1. Desenvolvimento da Plataforma

Inclui o custo de contratar uma equipe de desenvolvimento de *software* para criar a plataforma ou site da distribuidora, no caso da *Impulse+*, desenvolvemos um site.

4.1.2. Design e Interface do Usuário

Custos associados ao design gráfico e experiência do usuário, para garantir uma interface intuitiva e atraente.

4.1.3. Infraestrutura Tecnológica

Compreende os custos de servidores, hospedagem, segurança cibernética e outras infraestruturas necessárias para manter a plataforma funcionando adequadamente.

4.1.4. Marketing e Publicidade

Investimentos em estratégias de marketing e publicidade para promover a plataforma e atrair usuários.

4.2. CUSTOS OPERACIONAIS RECORRENTES

4.2.1. Manutenção e Atualização

Custos contínuos para manter a distribuidora funcionando, realizar atualizações no site evitando possíveis bugs.

4.2.2. Suporte ao Cliente

Gastos relacionados ao suporte técnico e atendimento ao cliente para resolver dúvidas e problemas dos usuários.

4.3. PROJEÇÕES DE RECEITAS

4.3.1. Assinaturas

Receitas provenientes de assinatura, onde os usuários pagam uma taxa mensal ou anual para ter acesso à distribuidora.

4.3.2. Publicidade

Potenciais receitas com a exibição de anúncios dentro do *site*, direcionados aos usuários com base aos seus interesses e preferências.

4.3.3. Comissões de Criadores de Conteúdo

Possibilidade de compartilhamento de receitas com criadores de conteúdos que disponibilizam as suas obras na distribuidora, ou seja, as distribuidoras ficam com um percentual dos ganhos adquiridos pelo *streaming* ou vendas dos conteúdos dependendo da plataforma.

4.3.4. Parcerias Comerciais

Receitas provenientes de parcerias com empresas de mídia, gravadoras, editoras, entre outros para disponibilizar os seus conteúdos nas plataformas.

4.4. Estratégias De Marketing

A estratégia de marketing para a distribuidora de conteúdos digitais ‘Impulse+’ em Angola é fundamental para atrair e conquistar um público amplo, aumentar a visibilidade da distribuidora e impulsionar o crescimento do negócio. Segundo Payne e Frow.

4.4.1. Segmentação De Mercado

Dividir o público-alvo em segmentos com características e interesses semelhantes para personalizar as estratégias de marketing e comunicação.

4.4.2. Posicionamento da Marca

Definir a identidade da marca *Impulse+* com base nos valores e benefícios que a distribuidora oferece, destacando o diferencial em relação à concorrência.

4.4.3. Marketing de Conteúdo

Aprovar conteúdo relevante e atraente relacionado aos conteúdos digitais disponíveis na plataforma, como artigos, blogs, vídeos e podcasts, para atrair a atenção do público e demonstrar a qualidade do conteúdo oferecido.

4.4.4. Redes Sociais e Influenciadores

Utilizar as redes sociais para promover a plataforma, alcançar um público mais amplo e interagir com os usuários. Parcerias com influenciadores digitais locais podem amplificar o alcance da marca.

4.4.5. Programas de Fidelidade e Recomendação

Implementar programas de fidelidade e recomendação para incentivar a retenção de usuários e estimular a aquisição de novos clientes através do boca-a-boca.

4.4.6. Publicidade Online e Offline

Investir em campanhas de publicidade online (como *Google Ads*, redes sociais e anúncios em aplicativos) e *offline* (Rádio, TV e *Outdoors*) para aumentar o conhecimento da marca e atrair novos usuários.

4.4.7. Monitoramento e Análise

Acompanhar continuamente os resultados das estratégias de marketing por meio de análise de dados e métricas relevantes para avaliar o desempenho e fazer ajustes quando necessário.

É importante lembrar que as nossas estratégias de marketing são flexíveis e adaptáveis às mudanças no mercado e ao feedback dos usuários. Além disso, a transparência, a qualidade do conteúdo oferecido e a experiência do usuário são fundamentais para o sucesso a longo prazo da *Impulse+* em Angola.

5. ANÁLISE SWOT

Baseando-se nas teorias de *Wehrich, Carlos Barbieri e de Falconi*, concluiu-se o seguinte: Aqui está exposta uma análise SWOT para a distribuidora de conteúdos digitais *Impulse+* em Angola:

5.1. Pontos Fortes (*Strengths*)

Plataforma Digital Inovadora: A *Impulse+* é uma distribuidora de conteúdos digitais moderna, permitindo fácil acesso a uma ampla variedade de conteúdos digitais para os usuários.

Catálogo de Conteúdo Atrativo: Com aquisição de conteúdos diversificados, a *Impulse+* oferece um catálogo atrativo que atende às preferências do público-alvo em Angola.

Parcerias Estratégicas: Parcerias com criadores de conteúdo locais permitem o acesso a conteúdos exclusivos, atraindo mais usuários.

Equipa Talentosa: A *Impulse+* possui uma equipa talentosa e experiente, que traz expertise em tecnologia, marketing e indústria de entretenimento.

5.2. Pontos Fracos (*Weaknesses*)

Recursos Financeiros Limitados: A falta de recursos financeiros pode limitar algumas iniciativas de marketing e expansão da distribuidora.

Concorrência Crescente: O sector de distribuição de conteúdos digitais é competitivo, com outras distribuidoras já estabelecidas e novos concorrentes em potencial.

Infraestrutura Tecnológica Complexa: A gestão de uma distribuidora digital requer infraestrutura tecnológica sólida e atualizada, o que pode ser um desafio em termos de custo e manutenção.

5.3. Oportunidades (*Opportunities*)

Crescimento do Mercado de Conteúdos Digitais: O aumento do acesso à internet e o interesse crescente em conteúdos digitais em Angola oferecem oportunidades para atrair mais usuários.

Parcerias com Criadores Locais: Explorar parcerias com criadores de conteúdo locais pode levar à oferta de conteúdos exclusivos e direcionados ao mercado angolano.

Monetização Criativa: Explorar modelos de monetização inovadores, como publicidade segmentada ou parcerias de marca e o foco principal, monetizar em kwanzas para facilitar o saque dos ganhos pode impulsionar as receitas da plataforma.

5.4. Ameaças (*Threats*)

Mudanças nas Regulamentações: Alterações nas regulamentações de direitos autorais, privacidade ou conteúdo online podem impactar a operação da *Impulse+*.

Concorrência Intensa: A concorrência de outras distribuidoras de conteúdos digitais, tanto locais quanto internacionais, pode afetar a participação de mercado da *Impulse+*.

Riscos de Segurança Cibernética: A proteção dos dados do usuário e segurança da plataforma são críticos, e ameaças de segurança podem afetar a confiança dos usuários na *Impulse+*.

6. REGULAMENTAÇÃO

As regulamentações referentes à criação e operação de uma distribuidora de conteúdos digitais em Angola podem ser diversas e variam dependendo do tipo de conteúdo e do modelo de negócio adotado. É importante que a empresa esteja em conformidade com as leis e regulamentos relevantes para garantir uma operação legal e segura. A seguir, algumas áreas regulatórias que podem ser relevantes para a distribuidora *Impulse+* em Angola:

6.1. Leis de Propriedade Intelectual: A nossa distribuidora vai garantir que possui as licenças e autorizações adequadas para distribuir e vender os conteúdos digitais, a fim de evitar violações de direitos autorais e proteger a propriedade intelectual dos criadores.

6.2. Regulamentações de Telecomunicações e Internet: A distribuidora *Impulse+* estará em conformidade com as leis e regulamentos de telecomunicações e internet de Angola, garantindo a segurança dos dados dos usuários e respeitando a privacidade.

6.3. Regulamentações sobre Conteúdo Online: Algumas jurisdições têm regulamentos específicos sobre conteúdos *online*, incluindo restrições a conteúdos que possam ser considerados ilegais, ofensivos ou prejudiciais para determinados públicos, a *Impulse+*, vai regular e filtrar os conteúdos para que não haja casos inconvenientes.

6.4. Regulamentações Fiscais: A distribuidora deve cumprir as obrigações fiscais de acordo com as leis fiscais de Angola, incluindo o pagamento de impostos sobre receitas obtidas na distribuidora.

6.5. Segurança de Pagamentos: A *Impulse+* vai garantir que os pagamentos realizados na distribuidora sejam seguros e estejam em conformidade com as normas de segurança de dados financeiros e cláusulas de contratos.

Essas são apenas algumas das áreas que podem ser relevantes para a *Impulse+* em Angola. Recomenda-se que a empresa busque aconselhamento jurídico especializado para garantir que esteja em conformidade com todas as regulamentações aplicáveis e para entender melhor os requisitos específicos para sua operação no país, é essencial estar atualizado em relação às mudanças legislativas que possam afetar a operação da distribuidora. WILLOGHBY, 2016

7. ESTUDO DE LOCALIZADO

O estudo da localização é um aspecto crucial para o sucesso da *Impulse+*. A escolha do local pode impactar a acessibilidade aos recursos, a proximidade ao público-alvo e a conformidade com as regulamentações locais.

Ao realizar O estudo da localização detalhado, destacou-se que uma decisão informada e estratégica sobre o local que melhor se alinha aos seus objetivos de negócios e maximiza suas chances de sucesso. É recomendado contar com o auxílio de profissionais especializados em estudos de mercado e consultoria local para obter informações mais precisas e valiosas sobre a localização ideal, nós determinamos a província do Huambo, Angola.

8. ANÁLISE PEST

A análise PEST é uma ferramenta que ajuda a identificar factores políticos, económicos, sociais e tecnológicos que podem afetar uma empresa ou projeto. Segundo *Johnson et al.*

8.1. Factores Políticos

Regulamentações e Legislação: As leis de direitos autorais, regulamentações de conteúdo online e questões de privacidade podem impactar a operação da *Impulse+* e aquisição de conteúdos licenciados.

Estabilidade Política: A estabilidade política em Angola influencia o ambiente de negócios e a confiança dos investidores.

8.2. Factores Económicos

Taxa de Câmbio: A volatilidade da taxa de câmbio entre o dólar americano (USD) e o kwanza angolano (AOA) pode afetar os custos operacionais e a receita da distribuidora.

Condições Económicas: O estado da economia angolana pode influenciar o poder de compra dos consumidores e o crescimento do mercado de conteúdos digitais.

8.3. Factores Sociais

Acesso à Internet: O crescimento do acesso à internet em Angola é fundamental para a viabilidade da plataforma *'Impulse+'* e o alcance de um público maior.

Preferências de Conteúdo: As preferências e interesses do público em relação a conteúdos digitais podem impactar a demanda e popularidade da plataforma.

8.4. Factores Tecnológicos

Tecnologia de Acesso: A disponibilidade e velocidade da internet e o uso de dispositivos móveis em Angola influenciam a experiência do usuário e o consumo de conteúdo digital.

Inovação Tecnológica: As mudanças tecnológicas podem oferecer oportunidades para melhorar a plataforma, bem como ameaçar a relevância da *Impulse+* se não acompanhar as inovações. É importante ressaltar que a análise PEST deve ser usada em conjunto com outras ferramentas de análise, como a análise SWOT, para fornecer uma visão mais completa dos factores que podem influenciar o sucesso da distribuidora de conteúdos digitais em Angola. A partir dessas análises, a *Impulse+* pode desenvolver estratégias para capitalizar oportunidades, mitigar ameaças e garantir um posicionamento sólido no mercado.

9. VISÃO, MISSÃO E VALORES

9.1. Visão

Ser a fonte de inspiração e conexão, tornando a *Impulse+* a principal plataforma de distribuição de conteúdos digitais em Angola, oferecendo uma experiência única, inovadora e personalizada para cada usuário, impulsionando a imaginação e enriquecendo a vida de milhões de pessoas.

SLOGAN: *Impulse+, onde a emoção do conteúdo digital ganha vida.*

9.2. Missão

Na *Impulse+*, nossa missão é democratizar o acesso a conteúdos digitais de alta qualidade, conectando criadores talentosos a um público ávido por descobrir novas histórias, música, conhecimento e entretenimento. Nosso compromisso é oferecer uma plataforma inovadora, segura e fácil de usar, que inspire e transforme a forma como as pessoas vivenciam o mundo digital.

9.3. Valores

Criatividade e Diversidade: Celebramos a diversidade de ideias, culturas e formas de expressão. Valorizamos a criatividade como a força motriz por trás de cada conteúdo único em nossa plataforma.

Empatia e Respeito: Colocamos as necessidades e experiências dos nossos usuários e criadores em primeiro lugar, criando um ambiente inclusivo onde todos são respeitados e ouvidos.

Inovação e Excelência: Buscamos a inovação constante, explorando novas tecnologias e ideias para aprimorar a experiência do usuário e oferecer excelência em nossos serviços.

Responsabilidade Social e Ambiental: Comprometemo-nos em ser um agente positivo na sociedade e no meio ambiente, promovendo a responsabilidade social e sustentabilidade em todas as nossas acções.

Transparência e Confiança: Mantemos a transparência em nossas operações, protegendo a privacidade dos usuários e construindo uma relação de confiança com todos os stakeholders da *Impulse+*.

Essa visão, missão e valores refletem a essência da *Impulse+* como uma distribuidora de conteúdos digitais que busca conectar pessoas através de conteúdos significativos, promovendo uma experiência enriquecedora e inspiradora para todos os usuários.

10. FUNCIONAMENTO E TRABALHOS OPERACIONAIS

10.1. Necessidade De Um Escritório

A necessidade de um escritório para a distribuidoras dependerá do modelo de negócio e da estrutura operacional que se planeia adoptar. Algumas distribuidoras de conteúdos digitais operam totalmente online e não possuem um escritório físico, enquanto outras podem optar por ter uma sede ou espaço de trabalho para suas operações.

No caso da nossa, optamos por operar apenas em online, sem um escritório físico. Muitas *startups* de tecnologia e empresas de distribuição de conteúdos digitais operam remotamente, permitindo economia de custos e flexibilidade para a equipe.

É importante ponderar os prós e contras de ter um escritório físico, levando em consideração as necessidades específicas da *Impulse+* e a disponibilidade de recursos financeiros. Muitas empresas modernas adoptam modelos de trabalho remoto ou flexível, o que pode ser uma opção para reduzir custos e aumentar a eficiência, especialmente no início das operações.

10.2. Valores Pra Iniciar

A quantidade de dinheiro necessária para iniciar uma distribuidora de conteúdos digitais como a *Impulse+* em Angola pode variar dependendo de diversos factores, como o tamanho da operação, o escopo do catálogo de conteúdos, a equipe envolvida, os custos de desenvolvimento da plataforma e as estratégias de marketing. Dito isso, aqui está os principais custos envolvidos:

Desenvolvimento do site: O desenvolvimento da plataforma de distribuição pode variar consideravelmente, dependendo das funcionalidades desejadas. Estima-se que os custos possam variar de AOA. 450.000.

Marketing e Publicidade: A promoção da plataforma é fundamental para atrair usuários. Os custos de marketing e publicidade podem variar amplamente, dependendo das estratégias adotadas. determinamos AOA. 120.000 anualmente, dependendo do alcance desejado.

Custos Operacionais Iniciais: Incluem despesas administrativas, despesas com internet entre outros. Estimamos em torno de AOA 270.000 anualmente, dependendo do tamanho da operação.

Custos com a aquisição de equipamentos administrativos: Incluem custos para adquirir no mínimo dois computadores de última geração estimados em AOA 450.000 cada. Portanto, para iniciar a distribuidora *Impulse+* teríamos que investir AOA. 1.290.000 ou mais, dependendo das decisões específicas de negócio e das características da empresa. Lembrando de que essa é apenas uma estimativa geral e os custos reais podem variar significativamente com base nas necessidades específicas e no mercado em Angola.

10.3. Relações Entre Distribuidoras E Plataformas De Streaming

Normalmente, nas relações entre distribuidoras de conteúdo digital e plataformas de streaming, é a distribuidora de conteúdo que recebe pagamentos das plataformas de streaming.

Isso ocorre porque as distribuidoras possuem os direitos de distribuição dos conteúdos, como músicas, filmes, séries, livros eletrônicos, entre outros, e negociam acordos com as plataformas de streaming para disponibilizar esses conteúdos em suas plataformas.

As distribuidoras podem receber uma parte da receita gerada pelas plataformas de streaming por meio de acordos comerciais que envolvem compartilhamento de receita. Esses acordos podem variar dependendo do tipo de conteúdo, da popularidade e do modelo de negócios da plataforma de streaming. BRIGHAM, 2018

É importante observar que as relações entre distribuidoras de conteúdo e plataformas de streaming podem ser complexas e envolvem negociações contratuais específicas. As informações podem variar com base na indústria e na região.

10.3.1. Contrato

Fazer um contrato com uma plataforma de streaming envolve vários passos importantes para garantir que ambas as partes compreendam os termos e condições da parceria. Aqui estão alguns passos que você pode seguir ao criar um contrato com uma plataforma de streaming:

➤ Defina os Termos Básicos

Identifique as partes envolvidas: Liste as informações detalhadas sobre as partes que estão celebrando o contrato, incluindo nomes, endereços e detalhes de contato.

Objetivo do contrato: Especifique claramente o propósito do contrato, descrevendo o conteúdo que será disponibilizado na plataforma de streaming. FALCONI, 2012

➤ Detalhes Financeiros

Modelo de remuneração: Descreva como você será remunerado pela plataforma de streaming. Isso pode incluir uma taxa fixa, compartilhamento de receita, pagamentos adiantados, etc.

Prazo de pagamento: Estabeleça quando e como os pagamentos serão feitos. ZWEIBEL, 2019

➤ Direitos e Licenças

Licenciamento de conteúdo: Especifique os direitos que você está concedendo à plataforma de streaming para distribuir seu conteúdo. Isso pode incluir detalhes sobre a duração da licença, território geográfico, plataformas permitidas, etc.

Propriedade intelectual: Defina como a propriedade intelectual será tratada. Quaisquer direitos autorais, marcas registradas ou outros direitos de propriedade intelectual devem ser abordados. ZWEIBEL, 2019

➤ Obrigações e Responsabilidades

- Deveres de ambas as partes: Especifique as obrigações de cada parte no contrato. Isso pode incluir prazos para entrega de conteúdo, qualidade do conteúdo, suporte técnico, etc.

- Uso aceitável: Estabeleça quaisquer restrições sobre o uso do conteúdo, como evitar conteúdo ilegal ou ofensivo. ZWEIBEL, 2019

➤ Rescisão do Contrato

Termos de rescisão: Defina as circunstâncias sob as quais o contrato pode ser rescindido por ambas as partes e quaisquer penalidades associadas. FALCONI, 2012

➤ Confidencialidade e Privacidade

Cláusula de confidencialidade: Inclua uma cláusula que exija que ambas as partes mantenham as informações confidenciais do contrato em sigilo.

➤ Leis Aplicáveis e Jurisdição

Leis governantes: Especifique as leis do país ou jurisdição que regerão o contrato.

➤ Assinaturas e Data

Deixe espaço para as assinaturas de ambas as partes e inclua a data de assinatura.

Para entrar em contato e iniciar o processo de realização de um contrato com uma plataforma de streaming ou qualquer outra parte, siga estas etapas:

Identifique a Pessoa de Contato Adequada: Descubra quem é a pessoa ou departamento responsável pelas parcerias ou acordos na plataforma de streaming. Isso pode ser feito por meio do site da empresa, redes sociais, ou contatos em sua rede profissional. GRIFFIN, 2019

Escreva uma Mensagem Inicial: Crie uma mensagem clara e concisa que introduza quem você é, seu interesse em colaborar e os benefícios da parceria. Explique brevemente o que você tem a oferecer e como isso pode ser vantajoso para a plataforma. BRIGHAM, 2018

Forneça Detalhes Relevantes: No corpo do e-mail, forneça mais informações sobre sua proposta, como o tipo de conteúdo que você gostaria de disponibilizar, o público-alvo, os benefícios para a plataforma e outras informações relevantes.

Solicite uma Reunião ou Discussão Detalhada: Peça a oportunidade de discutir os detalhes do possível contrato em uma reunião ou chamada telefônica. Ofereça flexibilidade em relação à agenda e formato da discussão. GRIFFIN, 2019

Ofereça Documentação Adicional (Opcional): Se você tiver um portfólio, amostras de trabalho ou outras informações que possam apoiar sua proposta, inclua-as no e-mail ou esteja pronto para compartilhá-las conforme necessário. GRIFFIN, 2019

Negociação e Acordo: Se a plataforma de streaming demonstrar interesse, você poderá iniciar as negociações. Discuta os detalhes do contrato, incluindo termos financeiros, licenciamento de conteúdo, cronogramas e outros pontos importantes.

Revisão Legal: Antes de finalizar qualquer acordo, é altamente recomendável que você consulte um advogado especializado em direito contratual ou propriedade intelectual para revisar o contrato e garantir que seus interesses estejam protegidos.

10.4. Impostos

As distribuidoras de conteúdo digital podem estar sujeitas a diferentes tipos de impostos, dependendo das regulamentações fiscais do país em que estão operando. Alguns dos impostos mais comuns que as distribuidoras de conteúdo digital podem ter que pagar incluem:

10.4.1. Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA) ou Imposto sobre o Consumo: Muitos países aplicam um imposto sobre o valor acrescentado ou sobre o consumo em bens e serviços, incluindo conteúdo digital. As distribuidoras podem precisar cobrar e repassar esses impostos às autoridades fiscais com base nas vendas realizadas. *Segundo Willoughby.*

10.4.2. Imposto de Renda Corporativo: O imposto de renda corporativo é pago sobre os lucros líquidos da empresa. As distribuidoras de conteúdo digital podem ser obrigadas a pagar uma percentagem dos seus lucros líquidos como imposto de renda. Segundo *Hasseldine e Holland.*

10.4.3. Imposto sobre Royalties ou Direitos Autorais: Segundo a *International Tax Review* Em alguns países, os royalties ou rendimentos provenientes dos direitos autorais podem ser tributados de maneira específica. Isso é relevante para distribuidoras que lidam com royalties de artistas, músicos, escritores ou criadores de conteúdo.

10.4.4. Imposto sobre Transações Financeiras: Alguns países podem ter impostos específicos sobre transações financeiras ou eletrônicas, que podem ser aplicados às transações realizadas pelas distribuidoras.

10.4.5. Taxas e Regulamentações Específicas da Indústria: Dependendo do país e da indústria, podem haver impostos ou taxas específicos relacionados à distribuição de conteúdo digital, como música, filmes, jogos ou livros.

É importante lembrar que os impostos variam de país para país e podem ser influenciados por vários factores, incluindo a natureza do conteúdo distribuído, a estrutura legal e as regulamentações fiscais do país em que a distribuidora está operando.

Em **Angola**, as distribuidoras de conteúdo digital podem estar sujeitas a diversos impostos e taxas, dependendo da natureza do negócio e das regulamentações fiscais vigentes no país. Alguns dos impostos e taxas mais relevantes que podem ser aplicáveis em Angola

Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA): IVA é aplicado em Angola sobre a venda de bens e serviços. Ele pode ser relevante para as vendas de conteúdo digital, como músicas, filmes, livros eletrônicos e outros produtos digitais. BRIGHAM, 2018

Imposto Industrial: O Imposto Industrial é aplicado sobre os rendimentos das empresas

e pode ser uma parte significativa dos encargos fiscais de uma distribuidora de conteúdo digital.

Imposto sobre o Rendimento de Trabalho (IRT): O IRT é um imposto sobre os rendimentos dos indivíduos. Pode ser relevante para distribuidoras que fazem pagamentos a criadores de conteúdo ou colaboradores que são residentes em Angola.

Imposto de Selo: O Imposto de Selo pode ser aplicado em contratos e transações comerciais, incluindo contratos de licenciamento ou distribuição de conteúdo digital.

Taxas de Serviços de Telecomunicações: Se a distribuição de conteúdo digital envolver serviços de telecomunicações, podem ser aplicáveis taxas específicas relacionadas a esses serviços. REVIEW

Retenção na Fonte: Para pagamentos a fornecedores ou colaboradores que não são residentes em Angola, podem ser aplicáveis taxas de retenção na fonte sobre os pagamentos feitos.

CAPÍTULO V – ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Nesta análise de resultados, trabalhou-se com dados relacionados as receitas e custos da distribuidora concernente aos produtos, serviços e despesas.

1. Planilha de Resultados Financeiros

CÁLCULO DAS RECEITAS

PRODUTOS/SERVIÇOS	QTD	PREÇO	VALOR
Assinaturas Mensais	200	4 000,00	800 000,00
Assinaturas Anuais	200	10 000,00	2 000 000,00
Venda de Acessórios	50	1 500,00	75 000,00
Patrocínios e Publicidade	20	8 000,00	160 000,00
Pacote Individual Limitado	50	1 000,00	50 000,00
Vendas de Merchandising	50	6 000,00	300 000,00
TOTAL DE RECEITAS			3 385 000,00

Tabela Número 1 - Cálculo de Receitas
Fonte (Autor, 2023)

CÁLCULO DAS DESPESAS

DESPESAS	QTD	PREÇO	VALOR
Atualizações Mensais	2	25 000,00	50 000,00
Atualizações Anuais	24	25 000,00	600 000,00
Despesas de Merchandising	50	2 500,00	125 000,00
Publicidades Online	12	10 000,00	120 000,00
Acesso à Internet	12	23 000,00	276 000,00
TOTAL DE DESPESAS			1 171 000,00

Tabela Número 2 - Cálculo das
despesas
Fonte (Autor, 2023)

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS	
DESCRIÇÃO	VALOR
RECEITAS	3 385 000,00
DESPESAS	1 171 000,00
LUCRO BRUTO	2 214 000,00
IMPOSTO	553 500,00
LUCRO LÍQUIDO	1 660 500,00

TAXA DE IMPOSTO

25%

Tabela Número 3 –
Demonstração de resultados
Fonte (Autor, 2023)

1.1. Mapas de Resultados Financeiros

Mapa de Pressupostos					
N/O	Pressupostos do Projecto	2023	2024	2025	2026
1	Taxa de Inflação	13,80%	13,80%	13,80%	13,80%
2	Taxa de Variação da Inflação	0%	0%	0%	0%
3	Taxa de Empréstimo de Curto Prazo	13%	13%	13%	13%
4	Taxa de Empréstimo de médio e longo prazo	23,5%	23,5%	23,5%	23,5%
5	Taxa de Rendibilidade do Capital Próprio	10,76%	10,76%	10,76%	10,76%
6	Taxa de Juros de Bilhetes de Tesouro	19%	19%	19%	19%
7	Beta do Projecto	1,17%	1,17%	1,17%	1,17%
8	Rendibilidade do Mercado	0,27%	0,27%	0,27%	0,27%
9	Taxa de Imposto Sobre o Valor Acrescentado	14%	14%	14%	14%
10	Taxa de Imposto Industrial	25%	25%	25%	25%
11	Nº Meses de Remunerações	14	14	14	14
12	Segurança Social (Empresa)	8%	8%	8%	8%
13	Segurança Social (Trabalhador)	3%	3%	3%	3%
Estrutura de Capital		100%	100%	100%	100%
14	% Capital Próprio	40%	40%	40%	40%
15	% Capital Alheio	60%	60%	60%	60%
16	COC	10,76%	10,76%	10,76%	10,76%
17	Taxa de Crescimento dos serviços	0%	2%	2%	2%
18	Taxa de Crescimento dos salários	0%	3%	3%	3%
19	Taxa de Crescimento dos FST	0%	4%	4%	4%

Tabela Número 4 – Mapa de Pressupostos
Fonte (Autor, 2023)

Volume de Serviços								
N/O	Descrição	QT	PU	Valor	2023	2024	2025	2026
1	Catálogo de Conteúdo	30	4 000,00	120 000,00	120 000,00	122 400,00	124 848,00	127 344,96
2	Integração Técnica	10	25 000,00	250 000,00	250 000,00	255 000,00	260 100,00	265 302,00
3	Gerem. De Direitos Autorais	30	17 000,00	510 000,00	510 000,00	520 200,00	530 604,00	541 216,08
4	Suporte Técnico	10	50 000,00	500 000,00	500 000,00	510 000,00	520 200,00	530 604,00
	Total de Serviços		96 000,00	1 380 000,00	1 380 000,00	1 407 600,00	1 435 752,00	1 464 467,04
	IVA 14%	0	13 440,00	193 200,00	193 200,00	197 064,00	201 005,28	205 025,39
	Facturação Bruta Anual		109 440,00	1 573 200,00	1 573 200,00	1 604 664,00	1 636 757,28	1 669 492,43

Tabela Número 5 – Volume de Serviços
Fonte (Autor, 2023)

Mapa de Equipamentos									
N/O	Descrição	QT	PU	VA	TAXA-A	2023	2024	2025	2026
1	Imobilizado Corpóreo		450 000,00	450 000,00					
1.1	Equipamentos Administrativos		450 000,00	900 000,00		299 970,00	299 970,00	299 970,00	299 970,00
1.1.5	Computadores	2	450 000,00	900 000,00	33,33%	299 970,00	299 970,00	299 970,00	299 970,00
4	Imobilizado Incorpóreo		750 000,00	750 000,00		187 500,00	187 500,00	187 500,00	187 500,00
4.1	Software Primavera	1	750 000,00	750 000,00	25%	187 500,00	187 500,00	187 500,00	187 500,00
	Total Geral		1 200 000,00	1 200 000,00		487 470,00	487 470,00	487 470,00	487 470,00

Tabela Número 6 – Mapa de Equipamentos
Fonte (Autor, 2023)

Mapa de Investimento					
N/O	Descrição	2023	2024	2025	2026
	Investimento Fixo Tangível	900 000,00	-	-	-
	Equipamentos Administrativos	900 000,00	-	-	-
	Investimento Fixo Intagível	750 000,00			
	Software Primavera	750 000,00	-	-	-
	Subtotal de activo fixo	1 650 000,00			
	Activo Circulante	1 167 150,00	28 152,00	28 715,04	29 289,34
	Fundo de Maneio	1 167 150,00	28 152,00	28 715,04	29 289,34
	Total do Investimento	2 817 150,00	28 152,00	28 715,04	29 289,34

Tabela Número 7 – Mapa de Investimento
Fonte (Autor, 2023)

Mapa de Financiamento					
N/O	Descrição	2023	2024	2025	2026
1	Capital Próprio	1 126 860,00	28 152,00	28 715,04	29 289,34
2	Capital Inicial	1 126 860,00	-	-	-
3	Autofinanciamento	-	28 152,00	28 715,04	29 289,34
4	Capital alheio	1 690 290,00	-	-	-
5	Empréstimo de longo prazo	1 690 290,00	-	-	-
6	Empréstimo de curto prazo	-	-	-	-
Total de financiamento		2 817 150,00	28 152,00	28 715,04	29 289,34

Tabela Número 8 – Mapa de Financiamento

Fonte (Autor, 2023)

Mapa de Serviço da Dívida					
Anos	Capital	Juros 23%	Amortização	Prestação	Capital Final
2023	1 690 290,00	0,00	0,00	0,00	1 690 290,00
2024	1 690 290,00	388 766,70	422 572,50	811 339,20	1 267 717,50
2025	1 267 717,50	291 575,03	422 572,50	714 147,53	845 145,00
2026	845 145,00	194 383,35	422 572,50	616 955,85	422 572,50
2027	422 572,50	97 191,68	422 572,50	519 764,18	0,00

Tabela Número 9 – Mapa de Serviço da Dívida

Fonte (Autor, 2023)

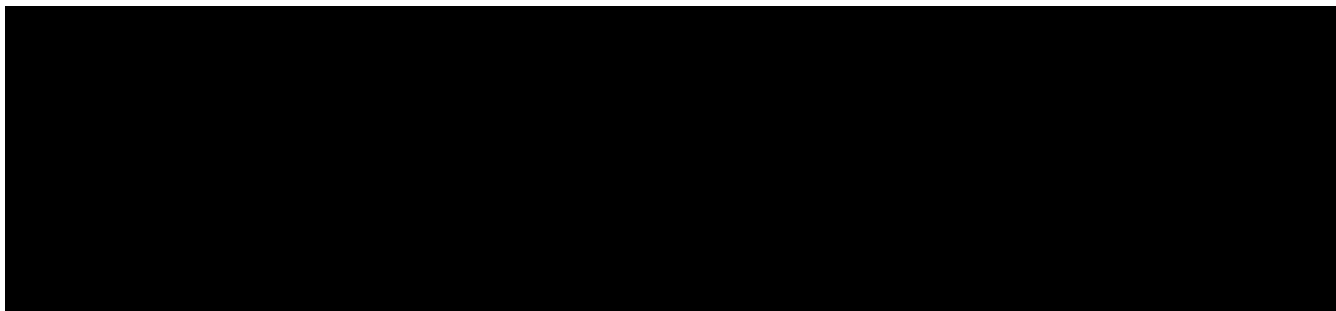


Tabela Número 10 – Mapa de Custo com Pessoal

Fonte (Autor, 2023)

Mapa de Fornecimento de Serviços de Terceiro						
N/O	Descrição	Valor Mensal	2023	2024	2025	2026
3	Energia	7 000,00	84 000,00	87 360,00	90 854,40	94 488,58
4	Seguros	3 500,00	42 000,00	43 680,00	45 427,20	47 244,29
7	Ferramentas de Utensílios e Desgaste Rápido	13 000,00	156 000,00	162 240,00	168 729,60	175 478,78
12	Comunicação	30 000,00	360 000,00	374 400,00	389 376,00	404 951,04
13	Publicidade Propaganda	25 000,00	300 000,00	312 000,00	324 480,00	337 459,20
	Total Geral	78 500,00	942 000,00	979 680,00	1 018 867,20	1 059 621,89

Tabela Número 11 – Mapa de Fornecimento e Serviços de Terceiros
Fonte (Autor, 2023)

Mapa do Pay Back				
Ano	Coefficiente de atualização	Cash-Flow não atualizado	Cash-Flow atualizado	Cash-Flow Atualizado Acumulado
0	-	- 2 817 150,00		- 2 817 150,00
1	1,1076	- 1 647 532,50	- 1 487 479,69	- 4 304 629,69
2	1,22677776	- 1 620 837,83	- 1 321 215,53	- 5 625 845,21
3	1,35877905	- 1 718 237,25	- 1 264 545,00	- 6 890 390,22
4	1,50498367	- 1 818 334,77	- 1 208 208,97	- 8 098 599,19

Tabela Número 12 – Mapa de PayBack
Fonte (Autor, 2023)

TIR		VAL	
Anos	Cash-Flow	Anos	Cash-Flow
	-2 817 150,00		-2817150,00
2023	- 1 647 532,50	2023	- 1 647 532,50
2024	- 1 620 837,83	2024	- 1 620 837,83
2025	- 1 718 237,25	2025	- 1 718 237,25
2026	- 1 818 334,77	2026	- 1 818 334,77
TIR	25%	COC	10,76%
		VAL	- 8 098 599,19

Mapa de Exploração Previsional					
N/O	Descrição	2023	2024	2025	2026
1	Prestação de serviços	1 380 000,00	11 327 100,00	1 435 752,00	1 464 467,04
2	Proveitos operacionais	1 380 000,00	1 407 600,00	1 435 752,00	1 464 467,04
3	Forn e Serviços de Terceiros	942 000,00	979 680,00	1 018 867,20	1 059 621,89
4	Custo com o Pessoal	2 797 200,00	2 881 116,00	2 967 549,48	3 056 575,96
5	Amortizações	487 470,00	487 470,00	487 470,00	487 470,00
6	Custos Operacionais	4 226 670,00	4 348 266,00	4 473 886,68	4 603 667,85
7	Resultados Operacionais	- 2 846 670,00	- 2 940 666,00	- 3 038 134,68	- 3 139 200,81
8	Custos Financeiros	-	388 766,70	291 575,03	194 383,35
9	Resultados antes de impostos	- 2 846 670,00	- 3 329 432,70	- 3 329 709,71	- 3 333 584,16
10	Impostos Industrial	- 711 667,50	- 832 358,18	- 832 427,43	- 833 396,04
11	Resultado Líquido do Exercício	- 2 135 002,50	- 2 497 074,53	- 2 497 282,28	- 2 500 188,12
12	Encargos Financeiros	-	388 766,70	291 575,03	194 383,35
13	Amortizações de exercício	487 470,00	487 470,00	487 470,00	487 470,00
14	Cash-Flow do projecto	- 1 647 532,50	- 1 620 837,83	- 1 718 237,25	- 1 818 334,77

Tabela Número 13 – Mapa de Exploração Previsional

Fonte (Autor, 2023)

1.2. Análise dos Resultados

A demonstração financeira estimada apresentada para a *Impulse+* indica uma visão preliminar da saúde financeira do negócio com base nas receitas e despesas estimadas. Vamos analisar e interpretar os resultados considerando esses valores fornecidos:

1.2.1. Receitas

As receitas estimadas totalizam 3.385.000,00 AOA. Isso representa o montante total de dinheiro gerado pela *Impulse+* com base nas diferentes fontes de receita, como assinaturas, vendas de acessórios, patrocínios, vendas de licenças e merchandising.

1.2.2. Despesas

As despesas estimadas totalizam 1.171.000,00 AOA. Isso inclui os custos operacionais projetados, como atualizações mensais e anuais, despesas de merchandising, publicidades online e acesso à internet.

1.2.3. Lucro Bruto

O lucro bruto estimado é de 2.214.000,00 AOA. Essa é a diferença entre as receitas e as despesas operacionais directas. Indica a margem de contribuição após a dedução dos custos diretos.

1.2.4. Lucro Líquido

O lucro líquido estimado também é de 1.660.500,00 AOA. Isso representa o valor final que a empresa espera ganhar após deduzir todas as despesas operacionais, mas após de considerar impostos.

1.3. Gráficos Sobre os Mapas Financeiros

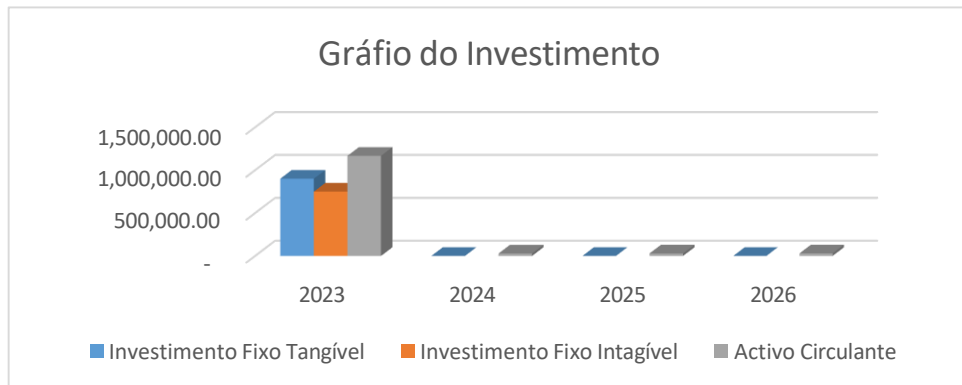


Gráfico Número 1 – Investimento
Fonte (Autor, 2023)

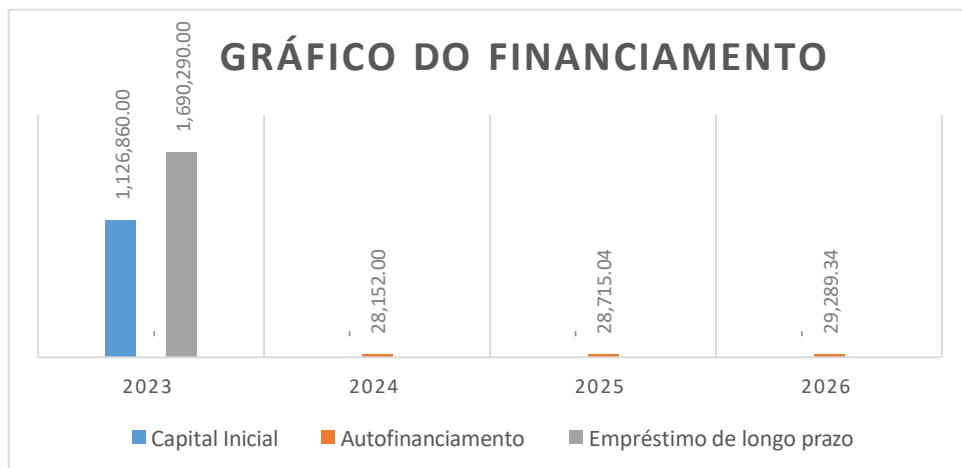


Gráfico Número 2 – Financiamento
Fonte (Autor, 2023)

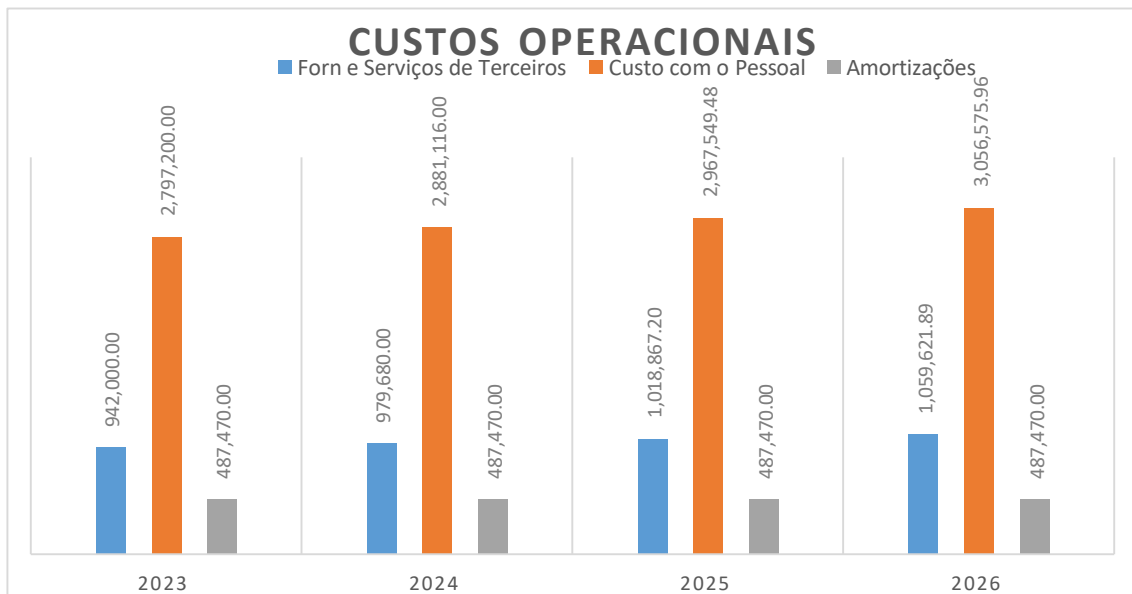


Gráfico Número 3 – Custos Operacionais
Fonte (Autor, 2023)

1.4. Análise sobre o Estudo de Caso

Com base nos dados coletados por meio do questionário de inquérito, podemos tirar algumas conclusões relevantes sobre as preferências e opiniões dos entrevistados, foram entrevistadas 35 pessoas.

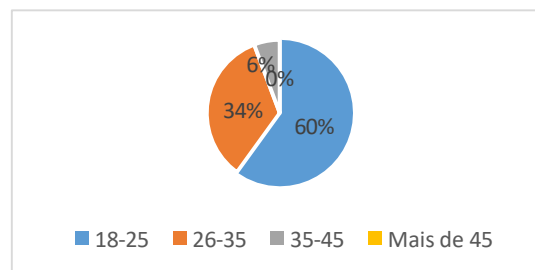


Gráfico Número 4 – Faixa Etária
Fonte (Autor, 2023)

Em relação à faixa etária, observamos que a maioria dos participantes (60%) está na faixa etária de 18 a 25 anos, seguida por 34% na faixa de 26 a 35 anos e 6% na faixa de 36 a 45 anos. Não foram registrados participantes com mais de 45 anos.

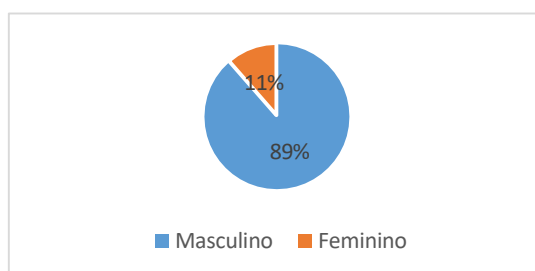


Gráfico Número 5 – Gênero
Fonte (Autor, 2023)

No que diz respeito ao gênero, a maioria dos entrevistados (89%) é do sexo masculino, enquanto apenas 11% são do sexo feminino.

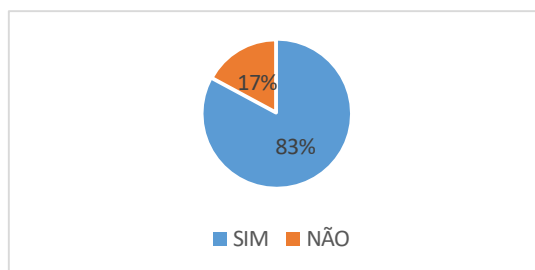


Gráfico Número 6 – Questão 1
Fonte (Autor, 2023)

Em relação à utilização de serviços de streaming, a maioria dos entrevistados (83%) indicou que utiliza esses serviços, enquanto 17% disseram não utilizar.

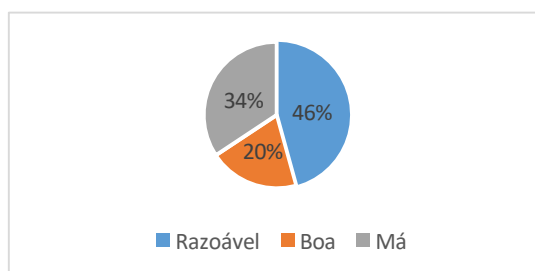


Gráfico Número 7 – Questão 2
Fonte (Autor, 2023)

Ao avaliar a disponibilidade de conteúdos digitais no Huambo, observamos que a opinião dos entrevistados é dividida, com 46% considerando a disponibilidade razoável, 20% boa e 34% má.

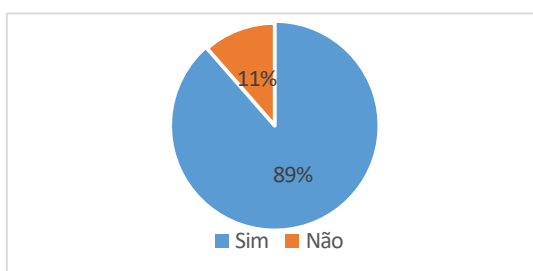


Gráfico Número 8 – Questão 3
Fonte (Autor, 2023)

Quanto à crença na existência de uma distribuidora local para benefício da comunidade, a grande maioria (89%) acredita na possibilidade, enquanto 11% estão incertos.

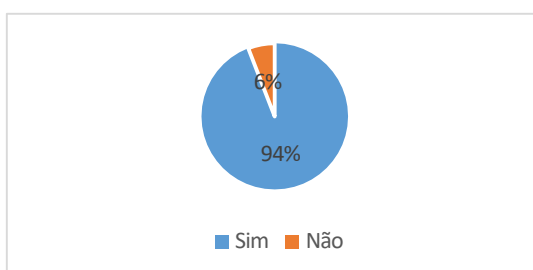


Gráfico Número 9 – Questão 4
Fonte (Autor, 2023)

Sobre a assinatura com a distribuidora, a grande maioria (94%) indicou estar disposta a assinar, enquanto 6% estão indecisos.

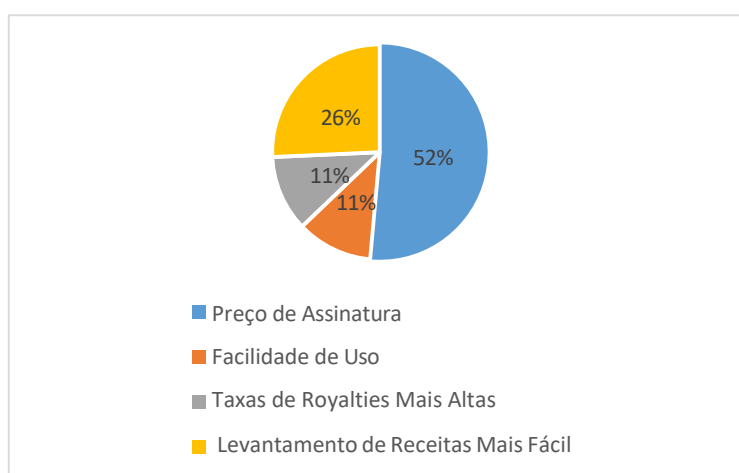


Gráfico Número 10 – Questão 5
Fonte (Autor, 2023)

Quanto aos factores mais importantes para a escolha da distribuidora, a maioria dos entrevistados (52%) considera o preço de assinatura como factor prioritário. Além disso, 11%

valorizam a facilidade de uso, 11% consideram as taxas de royalties mais altas relevantes e 26% preferem um método de levantamento de receitas mais fácil.

Quando questionados sobre sugestões de recursos ou serviços, a conclusão é que a maioria dos entrevistados prefere uma plataforma estável e confiável, com bons pacotes de divulgação.

Sobre o estudo de caso, a pesquisa revela que a faixa etária mais jovem e o gênero masculino predominam entre os participantes. A utilização de serviços de streaming é comum entre os entrevistados, que também demonstram interesse em uma distribuidora local e estão dispostos a assinar com ela. Os factores mais importantes na escolha da distribuidora variam, mas o preço de assinatura se destaca. A plataforma estável e os bons pacotes de divulgação são prioridades sugeridas pelos entrevistados.

1.5. Interpretação dos Resultados

Os números sugerem que a *Impulse+* tem potencial para gerar um lucro bruto e lucro líquido positivos. Isso é um sinal encorajador para a viabilidade financeira do negócio.

A margem de lucro bruto, que é a proporção entre o lucro bruto e as receitas totais, pode ser calculada dividindo o lucro bruto (2.214.500,00 AOA) pelas receitas (3.385.000,00 AOA) e multiplicando por 100 para obter a percentagem, neste caso a margem é de 65%. Uma margem de lucro bruto mais alta indica que uma maior proporção das receitas está disponível para cobrir as despesas operacionais e gerar lucro líquido.

CAPÍTULO VI – CONCLUSÕES

11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A conclusão deste trabalho de fim de curso destaca a importância do projecto de criação de uma distribuidora de conteúdos digitais, a *Impulse+*, como uma iniciativa inovadora para impulsionar carreiras artísticas e promover a cultura em Angola, com foco na província do Huambo. O projecto visa atender às necessidades dos artistas independentes e dependentes, oferecendo uma plataforma onde eles possam distribuir e monetizar seus conteúdos digitais de maneira eficaz.

Ao longo deste documento, exploramos a finalidade e justificativa do projeto, identificando a relevância do tema no contexto actual, onde a distribuição de conteúdo digital desempenha um papel crucial na indústria do entretenimento e na promoção da cultura. Também destacamos a problematização enfrentada pelos artistas, a falta de acesso a plataformas de distribuição e a oportunidade de gerar receita a partir de seus conteúdos.

A metodologia adoptada combinou elementos de pesquisa qualitativa e quantitativa, incluindo pesquisa bibliográfica, entrevistas e análise de dados secundários para embasar as decisões estratégicas do projecto. Foram delineados objetivos gerais e específicos, que envolvem a elaboração de um plano de negócio detalhado e a análise da viabilidade econômica e financeira da distribuidora.

Através da visão, missão e valores da *Impulse+*, delineamos a abordagem que a distribuidora pretende seguir, focando na criatividade, diversidade, inovação e responsabilidade social. Além disso, detalhamos as estratégias de marketing para promover a distribuidora, segmentar o mercado, estabelecer parcerias e criar programas de fidelidade para atrair e manter os usuários.

Fornecemos uma visão geral das relações entre distribuidoras e plataformas de *streaming*, bem como dos aspectos contratuais e legais envolvidos nessa parceria. Também discutimos a importância de compreender as obrigações fiscais, destacando os impostos que podem ser aplicáveis às distribuidoras de conteúdo digital em Angola, com foco no IVA, Imposto Industrial, IRT, Imposto de Selo e outras taxas específicas.

Em suma, o projecto da *Impulse+* visa preencher uma lacuna no mercado angolano, proporcionando uma plataforma local para a distribuição de conteúdo digital, apoiando artistas e promovendo a cultura nacional. Através de uma abordagem estratégica, tecnológica e legalmente sólida, a *Impulse+* pretende se tornar uma parte vital da indústria do entretenimento digital em Angola, enriquecendo as experiências dos usuários e contribuindo para o crescimento sustentável das carreiras artísticas no país.

12. LIMITAÇÕES

No desenvolvimento e implementação de um projecto como a distribuidora de conteúdos digitais *Impulse+*, é importante reconhecer as possíveis limitações e desafios que podem surgir ao longo do caminho. Aqui estão algumas limitações que você deve considerar:

➤ Recursos Financeiros Limitados

A criação e operação de uma distribuidora de conteúdos digitais requer investimento significativo em tecnologia, desenvolvimento de plataforma, marketing e outras áreas. A falta de recursos financeiros adequados pode limitar a capacidade de realizar todas as actividades planeadas e alcançar os objectivos desejados.

➤ Concorrência Intensa

A indústria de distribuição de conteúdo digital é altamente competitiva, com a presença de grandes *players* internacionais e outras distribuidoras locais. Competir com empresas estabelecidas pode ser um desafio, especialmente quando se trata de atrair criadores de conteúdo e usuários.

➤ Direitos Autorais e Licenciamento

Lidar com os direitos autorais, licenciamento de conteúdo e acordos contratuais pode ser complexo e envolver negociações delicadas com criadores de conteúdo e detentores de direitos. Questões legais e disputas relacionadas a direitos autorais podem surgir e afectar a operação da distribuidora.

➤ Tecnologia e Desenvolvimento

O desenvolvimento e manutenção de uma plataforma digital requerem expertise técnica e recursos dedicados. Problemas técnicos, como bugs, falhas de segurança ou instabilidades na plataforma, podem afectar negativamente a experiência do usuário e a reputação da distribuidora.

➤ Adoção de Usuários

Convencer os usuários a adoptar uma nova plataforma pode ser um desafio, especialmente quando já existem outras opções populares disponíveis. A construção de uma base de usuários fiel e atração de criadores de conteúdo podem ser processos demorados.

➤ Manutenção da Qualidade e Reputação

Manter a qualidade do conteúdo, a confiabilidade da plataforma e a reputação da distribuidora é fundamental para atrair e reter usuários. Qualquer queda na qualidade ou questões de confiabilidade pode afetar negativamente a percepção dos usuários.

13. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARMSTRING, K. &. Pearson Education, Princípios de Marketing, 2017.
- BARBIERI, C. Administração Estratégica. Saraiva Educação, 2017.
- BRIGHAM, E. F. . &. H. J. F. Fundamentals of Financial Management, 2018. Disponível em: www.cengage.com/fundamentals-of-financial-management.
- CELLINI, P. The Economics of Online Video Entertainment.
- FALCONI, V. Gestão Estratégica De Empresas: Teoria e Prática. **Editora de Desenvolvimento Gerencial**, 2012.
- FROW, P. &. Strategic Customer Management: Relationship Marketing and CRM, Cambridge University Press, 2013.
- GRIFFIN, R. W. Fundamentals of Management, 2019. Disponível em: www.ceengage.com/fundamentals-of-management.
- HOLLAND, H. &. Implementing VAT in Developing Countries - Public Finances, 2010., p. 507-528
- JOHNSON, W. S. A. &. R. Exploring Strategy: Text and Cases, 2017.
- JR., S. Gravadora ou Distribuidora/Agregadora. **Gravadora Ou Distribuidora/Agregadora**. Disponível em: www.portalpopline.com.br/sergio-jr-gravadora-distribuidora-agregadora.
- KAMALIPOUR, Y. R. &. R. K. R. Media, Technology, and Society: Theories of Media Evolution. Routledge, 2019.
- KEASILOVSKY, S. &. G. This Business of Music: Definitive Guide To The Industry/Billboard Books, 2016.
- KRENN, D. E. Negotiation and Deal Making In The Music Industry/ Handbook Of Music Law and Policy, Oxford, 2018., p. 202-219
- PASSMAN, D. S. All You Need To Know About The Music Business, 2019.
- REVIEW, I. T. Taxas de Licenciamento e Royalties.
- TUOVILA, A. Investopedia.
- WEIHRICH. The Tows Matrix: A tool For Situational Analysis. A Long Range Planning, 1982., p. 54-66
- WILLOGHBY. Internacional VAT/GST Guidelines. Internacional Monetary Fund, 2016.
- WISTRICH, A. S. S. E. R. S. **Digital Media Distribution: Algorithms, Platforms, Economics, and Content A.** [S.l.]: [s.n.].
- ZWEIBEL, E. &. Entertainment Law: Cases and Materials (4th Ed.) West Academic Publishing, 2019.

ANEXO A – QUESTIONÁRIO DE INQUÉRITO



INQUÉRITO

Este inquérito faz parte de um projecto de pesquisa para a defesa de fim de curso no Instituto Superior Politécnico da Caála, voltado para a criação de uma distribuidora angolana de conteúdos digitais, com estudo na região do Huambo, Angola. O seu feedback é essencial para entendermos melhor as opiniões e preferências da comunidade em relação a esse empreendimento.

Novamente, obrigado pela sua participação.

Atenciosamente,

[Paulo Palhares]''

SECÇÃO 1: INFORMAÇÕES DEMOGRÁFICAS

1. Qual é a sua faixa etária?

18 a 25 anos

26 a 35 anos

36 a 45 anos

Mais de 45

2. Qual é o seu género?

Masculino

Feminino

Outro

3. Qual é o seu nível académico?

Ensino Fundamental

Ensino Médio

Ensino Superior

Pós-graduação

SECÇÃO 2: DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDOS DIGITAIS

1. Você já utiliza serviços de streaming de conteúdo (vídeo, música, etc.) regularmente?

Sim Não

2. Como você classificaria a disponibilidade de conteúdo digital na região do Huambo?

Boa Razoável Má

3. Você acredita que uma distribuidora de conteúdo digital local seria benéfica para a comunidade?

Sim Não Talvez

SECÇÃO 3: ADESÃO E INTERESSE

1. Você consideraria assinar um serviço de distribuição de conteúdo digital local?

Sim Não Talvez

2. Quais são os factores que seriam mais importantes para você ao escolher uma distribuidora?

Preço de assinatura

Facilidade de uso

Taxas de Royalties (Ganhos) mais altas

Métodos de levantamentos das receitas mais fácil

3. Quais outros serviços ou recursos você gostaria que a distribuidora de conteúdos digitais oferecesse?
