

DOSES DE GESTÃO
DOSEDEGESTAO.COM.BR

Dicas uteis de um empreendedor nato!

GUIA PRÁTICO PARA CRIAR SEU NEGÓCIO

Guia para empreendedores iniciantes

MARINHO SANTOS

Sumário

03	Quem sou seu
05	Agradecimentos
06	Empreendedorismo
09	Seção 01 Conhecer bem seu produto ou serviço
21	Seção 02 Formar bem seu preço de venda
32	Seção 03 Chamar a atenção do público alvo
42	Seção 04 Definir o melhor local
51	Seção 05 Escolher bem as pessoas

Quem sou eu...



Marinho Silva Santos sou administrador de empresas de formação, empresário e professor universitário nos cursos de Administração de Empresas e Ciências Contábeis nas disciplinas relacionadas a Finanças e Empreendedorismo em uma faculdade privada.

Sou empreendedor por natureza, isso fez com que eu investisse tempo e dinheiro em 04 negócios de segmentos distintos em épocas diferentes da minha vida, desses, 03 tive que fechar as portas por vários motivos, entre eles destaco a falta de conhecimento sobre gestão e a pouca experiência administrativa.

...ainda sobre quem sou eu

Após essas investidas frustradas decidi cursar Administração para que pudesse obter maior conhecimento sobre gestão e então colocar em prática em meus empreendimentos, após conclusão do curso trabalhei 05 anos como Administrador de Empresas em uma construtora e paralelo a isso dei início a carreira como professor de nível superior.

Quando já não acreditava mais que pudesse ter sucesso como empreendedor, tive a oportunidade de abrir uma empresa no ramo da saúde, segmento este que estou há quase 04 anos, atualmente com duas clínicas e um laboratório em funcionamento.

O motivo que me levou a escrever este e-book foi o desejo de compartilhar os conhecimentos que adquiri no meio acadêmico e minha experiência prática sobre administração e empreendedorismo para que outros empreendedores possam aumentar sua chance de sucesso, evitando erros que cometi no passado.

Desejo uma excelente leitura e estou aberto a receber sugestões de melhorias para enriquecer este conteúdo para ajudar mais pessoas

Agradecimentos

A Jeová Deus em primeiro lugar pela vida e pela capacidade de utilizar as palavras para compartilhar um pouco da minha trajetória



Minha família pelo apoio, minha linda esposa por sempre acreditar em mim, aos amigos verdadeiros que sempre deram incentivo e a você leitor que está com este livro na tela, espero que use este e-book possa contribuir com seu crescimento pessoal e profissional.

Deixo aqui uma frase que me fez querer dar início ao dosesdegestao.com.br e também a este livro digital. “Esforço vence talento, quando talento não tem esforço”, mesmo que não tenha nenhum talento que mereça receber destaque, estou disposto a vencer com e pelo esforço.



Obrigado e boa leitura.



Empreendedorismo

Empreender é o sonho de muitos brasileiros. Ser dono do próprio negócio, ter liberdade de horários e a perspectiva de ganhos maiores são alguns dos motivos que fazem com que muitos se arrisquem neste universo desconhecido.

As pessoas empreendem
geralmente por dois motivos

Por necessidade

Oportunidade

Empreender por necessidade

Este primeiro motivo tende a ser ruim, quase sempre a pessoa inicia uma nova atividade sem conhecimento sobre gestão e/ou administração, utiliza um pequeno capital para iniciar as atividades, usa a própria mão de obra e passa a depender financeiramente do pequeno empreendimento, tem muita força de vontade, disposição para o trabalho, mas infelizmente falta planejamento e conhecimento para tocar o negócio.

Oportunidade

O segundo motivo que leva as pessoas a empreender é Oportunidade, nesse caso tende a ser melhor que o primeiro, pois o empreendedor visualiza uma necessidade do mercado e busca atender a esta demanda.



A maioria das vezes o empreendedor não depende financeiramente do novo negócio e está é uma situação ideal, pois dá para a empresa que acaba de nascer a responsabilidade de custear apenas suas despesas.

Independente do motivo que leva alguém a iniciar um novo empreendimento, é preciso saber que vai ser necessário dedicar muito tempo e esforço para que consiga se estabelecer no mercado.

Vantagens de quem empreende por oportunidade:

- Possui algum conhecimento sobre gestão,
- Consegue planejar melhor as atividades,
- Tem recursos para estruturar o negócio,
- Tem capital de giro necessário para manter as atividades até que a empresa seja auto sustentável.

Alguns independente dos motivos que levam a empreender ficam pelo caminho, pois já se consideram empresários e não estão dispostos a mudar sua rotina de atividades pessoais para dar mais tempo à empresa, pensam que o simples fato de abrirem as portas já é motivo suficiente para que os clientes venham aos montes adquirir seus produtos ou serviços.

MINHA HISTÓRIA

Falar sobre empreendedorismo é uma paixão, pois o autor que vos fala já iniciou quatro negócios diferentes e fechou três, então empreender está no meu DNA.

Vou compartilhar com vocês o que aprendi na prática sobre empreendedorismo, à medida que apresentar aquilo que deve saber antes de empreender.

Vou usar meu exemplo de situações em que tive sucesso e fracasso enquanto empreendedor, pelo que podem perceber mais fracassos, mas essas investidas me deu muita experiência do que fazer e principalmente do que não fazer.

Seção um:

**CONHECER BEM
SEU PRODUTO
OU SERVIÇO**

Conhecer bem seu produto ou serviço



Empreender é o desejo de muitos, desejo esse que pode se tornar pesadelo quando o empreendedor não procura entender o mercado antes de iniciar o novo negócio, a vontade de ser dono do próprio nariz, a necessidade de renda ou a paixão por uma ideia faz com que a maioria dos que se arriscam neste universo se decepcionem e não consigam atingir os objetivos almejados.

Para minimizar as chances disto acontecer é preciso conhecer muito bem seu produto, suas características, como funciona e etc., assim, comece a pesquisar se existe demanda, fale com a família, amigos e parentes, questione se estão dispostos a adquirir seu produto.

Faça todos os testes possíveis de funcionalidade, design e padronização, valide o mesmo antes de lançar no mercado.



Dica 01: Anote todos os dados pesquisados, a opinião de quem usou seu produto, nível de satisfação, sugestões de melhoria, esse é o momento em que erros podem ser cometidos, é a hora de ajustes.

Dica 02: Aproveite este tempo para buscar possíveis falhas, procure entender o comportamento de seu público alvo e quanto estão dispostos a pagar por seu produto ou um similar.



Nem todos os empreendedores têm tempo e recursos para seguir essas dicas, pois a maioria começa empreender por necessidade, momento em que se tem muita pressa para começar a gerar receita, anda assim, se este for o seu caso, tente levantar o máximo possível de informações de como o mercado vai aceitar o seu produto.

Quando se empreende por necessidade pode ser mais complicado de fato procurar compreender o mercado e como este vai aceitar seu produto, pois boletos tem data certa para vencer e a necessidade de renda é urgente.

Ainda que esteja nesta situação, busque entender melhor quem é seu público alvo, faixa etária, renda, localização e etc., procure também obter o máximo de informações sobre seu produto, quais fornecedores, tempo de entrega, preço comercializado e outras informações relevantes.



Notas para lembrar:

- Procure conhecer e definir quem é seu público alvo.
- Busque obter o máximo de informações sobre seu produto ou serviço



Uma parcela considerável de quem empreende por necessidade investe no segmento de vestuário ou alimentação, se é o seu caso, exemplo do que por ser feito no ramo alimentício é produzir antes, chamar os amigos para provar o tempero, pensar em como vai servir, na qualidade dos ingredientes, nos fornecedores que vão fornecer os insumos, na elaboração do cardápio e no atendimento, todos esses são fatores que influenciam na experiência do cliente.

Quando se trabalha com pensamento de que toda venda é uma experiência, logo se percebe que caso o consumidor tenha uma experiência positiva deve querer repeti-la, o contrário também é verdade, uma experiência negativa indica que provavelmente um ou mais clientes foram perdidos.

MINHA HISTÓRIA – EMPREENDER POR NECESSIDADE

Vou usar meu exemplo para dar ideia do que é começar um negócio por necessidade. Anos atrás antes de me desligar da empresa que trabalhei por anos, fiz com um sócio a aquisição de uma franquia que encontrei na internet.

Em menos de um mês entrei em contato, visitamos a sede em outro estado, nos reunimos com a diretoria e nos tornamos franqueados. Utilizei para comprar a minha parte da franquia o dinheiro que ainda iria receber da rescisão trabalhista do meu emprego que estava cumprindo aviso.

Tinha muita urgência de ver o empreendimento funcionar, pois pensava que com ele poderia suprir a renda que eu tinha no meu emprego.

Devido a esta urgência de suprir minha necessidade de renda, não fizemos nenhuma pesquisa de mercado, não pedimos opinião de terceiros, não procuramos saber se tinha concorrência direta na cidade, ficamos admirados com os possíveis ganhos apresentados pelo franqueador.

Dei início a uma corrida frenética para iniciar as atividades e assim gerar receita, para então suprir minhas demandas pessoais, meu sócio era o investidor com capital maior e já tinha outros negócios que lhe geravam renda suficiente para suas necessidades, só eu que estava totalmente descoberto, precisando de dinheiro e que estaria a frente tempo integral na empresa.

RESULTADO

Não poderia ter sido pior, quando abrimos as portas vimos que estávamos totalmente despreparados, não tínhamos conhecimento de como funcionava os serviços da franquia, investimos todos os recursos para estruturar a empresa e não deixamos capital de giro, pois acreditávamos que o simples fato de abrir as portas traria uma fila de clientes.

Fato que não aconteceu, passamos por varias dificuldades financeiras, foi quando resolvi entrar em contato com outros franqueados e me relataram a mesma situação, os serviços da franquia tinham pouca demanda e eram muito caros o que fazia com que os consumidores procurassem opções mais em conta.

Perceberam como empreender por necessidade faz com que na maioria das vezes não nos preocupemos com o primeiro e um dos mais importantes passos que é conhecer bem o produto ou serviço e tudo o que está envolvendo na sua comercialização.

Para finalizar o breve relato da minha triste experiência, fechamos com pouco mais de dois anos depois de abrir as portas, cansados, com dividas e confesso que feliz por encerrar esse ciclo da minha vida que me trouxe muita decepção e tristeza.

A coisa positiva que ganhei foi saber como é importante conhecer bem o produto antes de empreender.

PAIXÃO NO EMPREENDEDORISMO

É comum quando vamos empreender ficarmos apaixonados pela ideia, e esta paixão pode fazer com que deixemos de enxergar pontos cruciais ao sucesso do empreendimento.

Passamos a não dar ouvidos a conselhos e opiniões de pessoas próximas, esquecemos então de fazer uma ampla pesquisa de mercado para avaliarmos a demanda do produto.

Nesta fase é preciso entender que é necessário ser racional e levar em consideração o ponto de vista de outras pessoas sobre seu negócio. Pior do que ficar decepcionado e ter que mudar os planos é ficar decepcionado e atolado em dívidas,

Paixão pelo negócio é essencial, gera aquela motivação que te leva pra frente, o problema é que esta paixão pode cegar o empreendedor.

MINHA HISTÓRIA – PAIXÃO PELO NEGÓCIO

Sobre o investimento feito na franquia relatado acima, estava tão apaixonado pela ideia que simplesmente não levantamos a hipótese de avaliar fatores essenciais para sucesso, como ponto, preço e concorrência.

Só pensava no quanto outras empresas de outros lugares supostamente estavam faturando segundo relato do franqueador, não analisava as variáveis do mercado local.

Resultado desta paixão cega e iniciar um negócio por necessidade foi catastrófico, depois que abrimos percebemos que seria mais difícil do que imaginávamos, tínhamos concorrentes diretos que faziam o mesmo trabalho a um preço menor.

Os serviços executados pela franqueadora deixavam e muito a desejar pois estava em franca expansão, o atendimento e o tempo de execução dos pedidos tinha muitos atrasos e o valor dos **Royalties** que pagávamos a franqueadora não víamos nenhum retorno.

O serviço que ofertávamos tinha pouca demanda ou era muito complicado vender a ideia de uma coisa que o próprio cliente podia com um pouco mais de conhecimento fazer.

Essa paixão me custou muito caro, levou embora todas minhas economias de direitos que juntei por anos de trabalho duro e me trouxe uma sensação de fracasso, é difícil reconhecer o fracasso, mas necessário para compreender onde falhei no passado.

Através dessa experiência mal sucedida aprendi e posso afirmar que a paixão pode cegar investidores iniciantes e inexperientes e levar um negócio a ruína.

No meu caso foi uma mistura ainda mais perigosa, necessidade de renda urgente, paixão cega pelo negócio, falta de conhecimento dos serviços e algo que ficou ainda pior nesta experiência, foi perceber que após abrir as portas, não tinha nenhuma afinidade com o tipo de serviços que estava realizando.

Era como estar no lugar errado todos os dias, tentava vender um serviço que confesso nem eu mesmo estava disposto a comprar. Talvez se diga, mas já comprou, quando fez a aquisição da franquia.

E de fato, acredito que realizei este investimento mais por impulso, como um pensamento em ganhar dinheiro unicamente, não pensei no meu sentimento de realização pessoal ou se iria gostar que iria fazer.

Como viram foi uma paixão e as paixões são passageiras, no meu caso não foi diferente, depois de algum tempo queria me livrar daquela situação, mas tinha que tentar fazer dar certo, lei o próximo subtópico onde falo da importância de gostar do que faz.



GOSTAR DO QUE FAZ

O Empreendedor deve entender que para obter sucesso, primeiro ele precisa conhecer muito bem seu produto e o melhor é quando vai se trabalhar com o que se tem afinidade, pois antes de você conseguir vender algo para outros, é preciso que você compre antes, investir em um segmento de negócio em que não entende ou não tem afinidade, demonstra grandes chances de o negócio dar errado.

Digo que é uma tortura e um tormento quando você percebe que o negócio caminha para o desastre e vê seu suado dinheiro indo pelo ralo. Por estes motivos que é tão importante conhecer o produto ou serviço.

Para isso exige tempo de pesquisa para validação das funcionalidades, compreender como o mercado vai aceitar o produto, se faz parte da necessidade ou do desejo dos consumidores, porque a decisão de compra vai variar com certeza.

Se o produto atende uma necessidade básica, as chances de fazer sucesso certamente são maiores, pois independente de fatores econômicos as pessoas devem adquiri-lo.

Para entender vou usar como exemplo, produtos como água, comida e roupa que atendem a necessidades básicas de comer, beber e vestir, assim vender água mineral gelada no calor do verão, tem grandes chances de acabar rapidamente com o estoque.

Não pense somente no dinheiro que pode ganhar com o novo negócio, o dinheiro não pode ser um único motivo para empreender

Imagine como seu investimento pode melhorar a vida das pessoas, como seu talento pode impactar os outros de forma positiva

Pense como seu trabalho pode dar a você realização pessoal que todos buscam, o sentimento de dever cumprido e que esta usando seus talentos para ajudar outros



Seção dois:

**FORMAR BEM SEU
PREÇO DE VENDA**

Formar bem seu preço de venda



Todo produto ou serviço é vendido por um preço, cabe ao consumidor a decisão de aceitar pagar este preço ou não, por este motivo é importante destacar que quem determina o valor monetário de um produto é o mercado.

Para facilitar a compreensão, podemos citar como exemplo uma simples xícara de Café, na padaria da esquina os clientes estão dispostos a pagar na minha cidade no máximo R\$ 2,00, já em um aeroporto de uma grande capital uma xícara de café e digo porque já paguei, é vendida pelo valor aproximado de R\$ 12,00.

Fazendo uma análise deste cenário, se a padaria da esquina da minha cidade com a mesma estrutura que ela tem hoje cobrasse o mesmo valor cobrado em um aeroporto, com certeza ninguém estaria disposto a pagar.

Para formação de preços deve se considerar dois Aspectos. Os Aspectos Mercadológicos e Aspectos Financeiros, vamos falar primeiro dos aspectos mercadológicos, para compreender fica claro que o mercado é quem determina quanto esta disposto pagar por determinado item.

ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

Assim quando um novo agente tenta vender um produto ou serviço acima do que é praticado, o resultado é que para que ele consiga, deve agregar valor a esse produto, este valor é um diferencial que a concorrência não tem e que justifique cobrar um preço acima do esperado.

A exemplo do cafezinho relatado antes, a padaria agrega valor quando melhora sua estrutura oferecendo um ambiente climatizado, atendimento diferenciado, utiliza marcas de café que os outros concorrentes não tem, um preparo diferente e um modo de servir personalizado, o café pode ser o mesmo, mas o que pacote que está em volta, não.

Esse aspecto é relativo ao mercado, o preço de venda deverá estar perto do praticado pelos concorrentes diretos da mesma categoria de produto e qualidade, fatores como conhecimento da marca, tempo de mercado, volume de vendas já conquistado e agressividade da concorrência também exercem influência direta sobre o valor do produto.

E qual a importância de formar bem o preço de venda? Porque é desse preço que vem a margem de lucro, que é o motivo pelo qual alguém decide empreender, obter ganhos financeiros para com isso dar mais conforto para si e para a família.

No entanto, muito mais que vontade de trabalhar, disposição para fazer a coisa acontecer é necessário ser racional, fazer uma pesquisa de preços no mercado, uma análise de custos e utilizar ferramentas de formação de preço como mark-up.

Desta forma, você vai perceber que para conseguir obter uma participação do mercado seus preços devem estar próximos do adotado pela concorrência. Caso o produto ou serviço seja algo totalmente novo e ainda não é comercializado, cabe então analisar se existem similares ou parecidos.

Se de fato não existir, seria prudente mesmo assim fazer pesquisas, ver até quanto seus possíveis clientes pagariam, faça de forma simples pergunte para pessoas mais próximas quanto elas desembolsariam pelo seu produto, qual a percepção de preços versus valor, isto é muito relevante, questione se o preço pago é compatível com o valor percebido.

Assim, você vai compreender que em algum momento o mercado vai determinar o preço de venda deste produto.



Ficou claro que os Aspectos Mercadológicos são variáveis fora da empresa, estes fatores externos influenciam diretamente a tomada de decisão, por isso ele deve estar muito atento ao que está acontecendo no mercado para que ele consiga preparar sua empresa ser atraente para o consumidor e competitiva frente a concorrência.

Faça uma pesquisa de mercado observando se existe concorrentes com produtos iguais ou similares.



veja quais preços são praticados,

Questione pessoas próximas se elas estão dispostas a pagar por aquele produto o valor monetário que é comercializado atualmente.

MINHA HISTÓRIA – PREÇOS ELEVADOS

Para justificar esta afirmação, uso mais uma vez a experiência de empreender sem pesquisa de mercado, como já sabem abri quatro negócios diferentes dos quais tive que fechar três.

Ainda sobre a franquia relatada na seção 01, abrimos o negócio sem pesquisa de mercado, confiamos unicamente na fala do franqueador e já começamos a imaginar os possíveis ganhos.

Quando abrimos a portas, começamos a ofertar um serviço no mercado a um preço acima do que é praticado e o pior é que não sabia se quer que já tinha um concorrente, foi quando percebi a importância de entender sobre a diferença de preço e valor.

O concorrente há anos fazia esse trabalho sem muito alarde, cobrava o preço que achava que era justo, pois ele mesmo executava, não tinha concorrente e não pagava participação das receitas pra ninguém, assim era fácil determinar o preço dos seus serviços, suas despesas eram mínimas.

Nosso caso era diferente, pagávamos aluguel em uma avenida com grande movimento de veículos, fizemos um investimento razoável em infraestrutura e ainda tínhamos que pagar a participação das receitas brutas para a franqueadora.

Diante deste cenário descrito, perceber que o cliente não estava disposto a pagar o preço dos serviços que estávamos oferecendo, que os poucos orçamentos não se concretizam em vendas porque na concorrência encontravam um preço abaixo é frustrante e preocupante.

Como já dito as contas tem data e hora para vencer, o fato de já estarmos funcionando já é motivo para termos gastos fixos que mais a frente serão abordados de forma detalhada. E nossas despesas não eram baixas e ainda tinha que me manter com o dinheiro do negócio.



ASPECTOS FINANCEIROS

Este como poderia dizer é de foro íntimo, enquanto os aspectos mercadológicos é da porta pra fora da empresa e em nada ela pode interferir, este é da porta pra dentro, é interno, está relacionado aos desembolsos financeiros que a empresa realiza.

Neste momento se faz necessário muito planejamento e compreender todas os fatores relacionados, pois a empresa deve vender seus produtos de acordo com o aceitável e este deve ser suficiente para cobrir, todos seus custos, despesas e fornecer o lucro desejado.

A palavra chave que posso citar aqui é equilíbrio, imagine equilibrar o que se faz lá fora no mercado com o que se pratica dentro da empresa.

Assim para formar preço de forma correta o investidor deve conhecer muito bem seus gastos, saber diferenciar dentro desses gastos o que são custos e despesas e entender que eles também se dividem em fixos e variáveis, para facilitar sua vida vou recorrer ao SEBRAE que explica de forma sucinta sobre custos e despesas.

Custos do produto. Os custos referem-se aos gastos efetuados com materiais e insumos (na produção do bem, no caso da indústria), aquisição do produto (no caso do comércio) ou realização dos serviços.

Despesas variáveis. São aquelas que variam proporcionalmente ao volume produzido ou ao volume vendido, ou seja, só haverá despesa, se houver venda ou unidades produzidas. Exemplo: comissões sobre vendas, impostos.

Despesas fixas. São aquelas cujo total não varia proporcionalmente ao volume produzido (na indústria) ou ao volume de vendas (comércio e serviço), ou seja, há despesas a serem pagas independentemente da quantidade produzida ou do valor de vendas. Exemplo: aluguel, honorários de contador, seguro da empresa, salário dos funcionários, entre outros.

Custos variáveis

São aqueles que variam diretamente com a quantidade produzida ou vendida, na mesma proporção.

Exemplo: Em uma indústria de móveis, são produzidas, por mês, 250 cadeiras. Para a produção, é contratada mão de obra temporária, que varia de acordo com a empreitada. O pagamento é feito também por trabalho. Como estas produções exigem maior gasto de energia, quando a produção aumenta a conta de energia sobe 40%. Este percentual é um exemplo de custo variável.

Custos fixos

São os gastos que permanecem constantes, independente de aumentos ou diminuições na quantidade produzida e vendida. Os custos fixos fazem parte da estrutura do negócio.

Exemplos:

Contas de água;

Aluguel;

Material de limpeza;

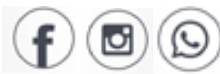
Salários.

Fonte: Sebrae.com.br

Compreender que os aspectos financeiros podem reduzir ou aumentar sua margem de lucro é essencial, isso é muito comum observarmos no mercado alguém dizer, “não consigo entender porque meu concorrente consegue vender a um preço muito abaixo do que eu consigo”.

Agora cabe ressaltar que possivelmente sob a ótica do aspecto financeiro, a resposta pode ser simples, ele deve ter custos e despesas menores que os seus, o mesmo aconteceu comigo na experiência que venho relatando, meu concorrente tinha despesas menores que as minhas e conseguia praticar valores mais competitivos.





Para facilitar o entendimento sobre a importância do tema, vou usar como exemplo prático uma consultoria que realizei em uma pequena empresa anos atrás.

Este empresário do ramo de calçados solicitou auxílio na formação de preço dos seus produtos, ele me relatou que comprava um sapato a R\$ 50,00 e ao realizar o cadastro deste item no sistema ele lançava segundo ele uma margem de lucro de 100%, logo ele vendia este produto a R\$ 100,00. Até aqui tudo muito parecido com o que é praticado no mercado.

Fazendo uma conta simples, o preço de venda do sapato R\$ 100,00 concedendo um desconto de até 50%, o preço caía para R\$ 50,00, os mesmos R\$ 50,00 que ele pagou para o fornecedor, ou seja ele não estava tendo lucro algum, praticamente comprava e vendia pelo mesmo preço, o resultado foi que ele fechou as portas pouco tempo depois, por estar atolado em dívidas.

Lembre-se que ao empreender a formação correta de preços é item necessário, você pode até conhecer muito bem seu produto, entender todos os fatores relacionados ter muita afinidade com o negócio, de nada adianta vender milhões e não conseguir ter retorno financeiro, o desejado lucro, por deixar de lado esse passo tão importante,



FIM da Versão grátis.

Se chegou até aqui, obrigado caro leitor, espero que tenha gostado do que leu, sou grato pela oportunidade de compartilhar um pouco da minha história com você. Que este conteúdo possa ajudá-lo na hora de empreender e aumentar suas chances de sucesso.

Para ter acesso aos passos restante, pode adquirir a versão completa, apenas clicando no link do Hotmart abaixo.

Gostaria muito de ouvir sua opinião, pode deixar seu comentário nas rede sociais ou pelo whatsapp, terei prazer em responder.

HOTMART

