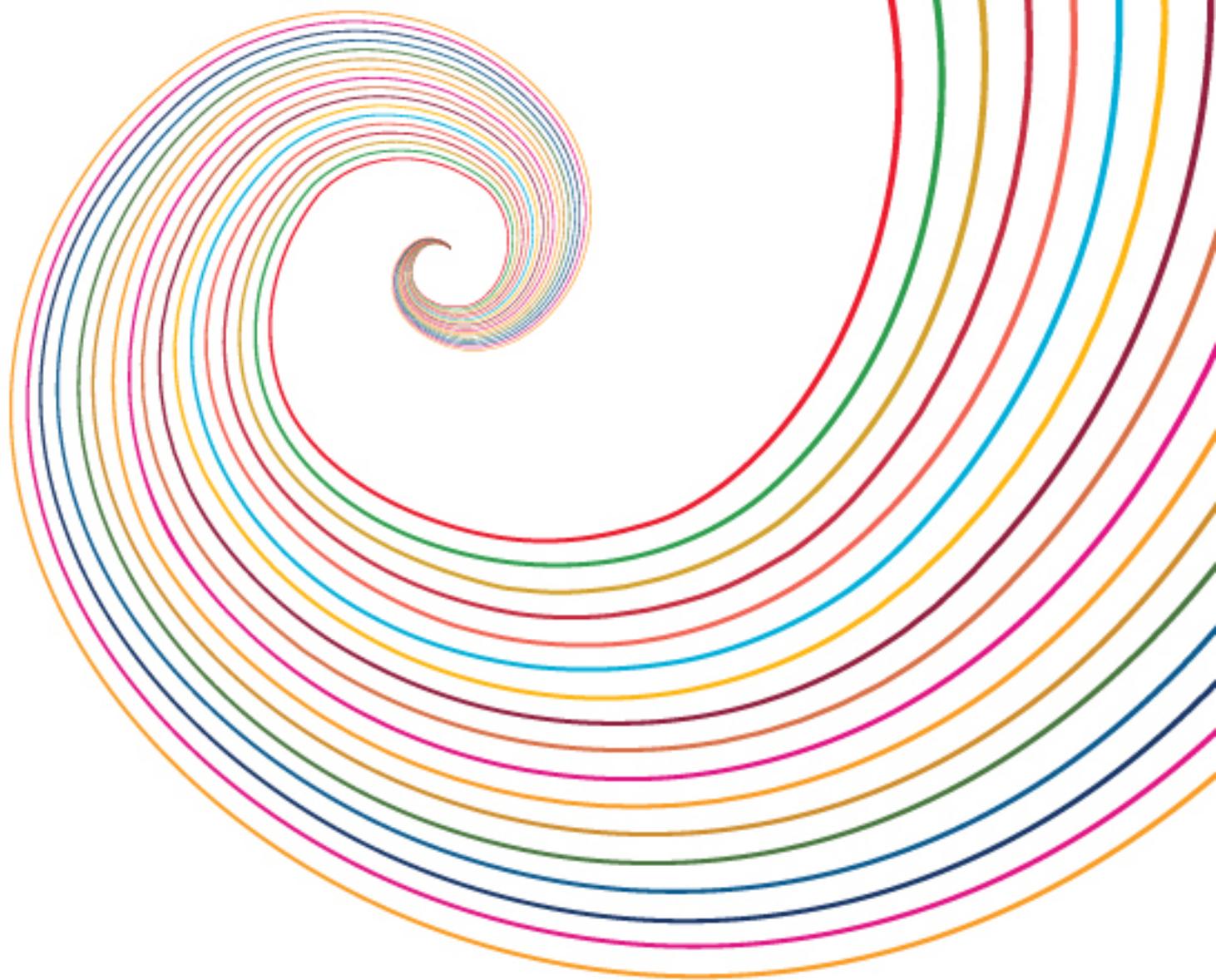


# Como o Design Pode Transformar Vidas?



Relatório de Impacto da LM&Co.  
2017-2020





LM

# Como o Design Pode Transformar Vidas?



Relatório de Impacto da LM&Co.  
2017-2020



# Introdução

Quantas coisas boas cabem em um ano tão complexo como 2020? Onde podemos observar expressões de resistência e solidariedade para partilharmos força?

Fundada em 02/07/2017, a LM&Co. apresenta seu primeiro relatório de impacto, apresentando suas atividades realizadas compreendidas entre os anos de 2017, 2018, 2019 e 2020, promovendo a transparência em sua gestão entre os nossos colaboradores, parceiros, clientes e investidores.

O objetivo desse relatório é contar a nossa história ao longo desses 4 anos, entre informalidade e formalização da agência, refletindo experiências empíricas e aplicação de conhecimentos adquiridos na veia teórica.

O resultado apresentado é fruto de muito trabalho conjunto, diversas mãos e muitas narrativas, que se constroem e se entrelaçam, na rede de afeto criada e suportada por todos que acreditam na LM.

Obrigado por chegar até aqui.

Boa Leitura!

Lucas Fúrio Melara

Designer Chefe - LM&Co.  
São Paulo, 30/12/2020

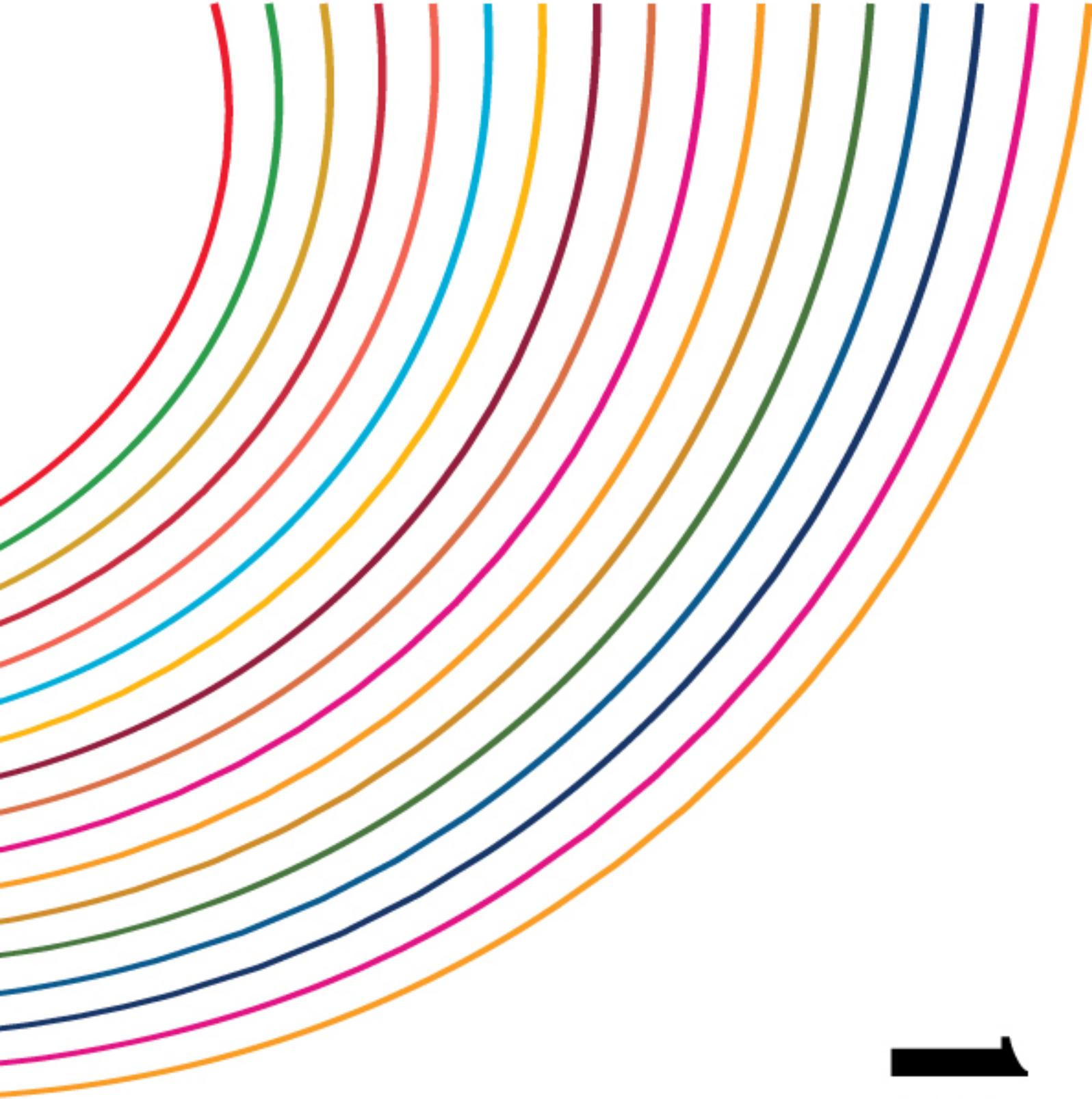


17



18

20



19



1



# 2017

A fundação da LM&Companhia se dá essencialmente no ambiente universitário, no coração da Unesp Bauru: A Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC). Durante o curso de Design, Lucas participou, ainda no primeiro ano, do concurso internacional Da Classe ao Mercado ( De la clase a la cuenta, realizado em parceria entre a FAAC e a Universidad de Sevilla, Espanha), com a proposta de criar uma Agência Multidisciplinar de Comunicação para atender o cliente convidado da edição de estréia: A Raízen, jointventure de energia fundada no Brasil entre a Shell e a Cosan. Diante da experiência, onde o projeto ganhou segundo lugar, e das vivências apresentadas ao longo do curso de Design e suas disciplinas, o Design Social teve grande impacto, florindo a consciência do Desenvolvimento Sustentável nos projetos que participamos. Ainda na graduação, em 2016, mais uma experiência de trabalho significativa surgiria, que seu reflexo impacta a gestão de nossa organização até hoje. A AIESEC, maior ONG de jovens do mundo, com o propósito de promover a paz mundial e o preenchimento das potencialidades humanas, através de intercâmbios sociais voluntários para pessoas entre 18 e 30 anos, entre instituições globais não-governamentais com projetos alinhados aos 17 ODS. Lucas, que trabalhou como Digital Marketing Manager da AIESEC em Bauru, foi Time de Suporte Nacional da AIESEC no Reino Unido (com trabalho alocado) e foi voluntário no projeto Edison, de Educação Cultural para crianças na República Tcheca, despertando olhares sobre gestão de projetos e ODS.



Finalmente em 2017, ano do Trabalho de Conclusão do Curso de Design, em equipe multidisciplinar, Lucas, que já possuía experiência em gestão de eventos, produção científica e gerenciamento de projetos, decide assumir a organização do 19º Encontro de Design de Bauru, o Interdesigners, reunindo massiva programação de 1 semana entre congresso científico, encontro estudantil gamificado e rodada de negócios sociais, promovendo articulação de parceiros para *benchmarking* de conteúdos, entre universidades, empresas juniores e setores da SCO (Sociedade Civil Organizada), em evento híbrido entre analógico e digital, explorando possibilidades tecnológicas para a construção da narrativa central do jogo que se tornou o encontro. Tudo isso, para entender as seguintes questões principais: **Multidisciplinaridade, Impacto Social e Empreendedorismo.**

Desta rede, surgem os primeiros clientes da então nomeada LM&Companhia, formatada enquanto agência de comunicação integrada formada por um coletivo de Designers, que apontavam e executavam soluções de Comunicação Visual e Social para eventos acadêmicos gerais, desde palestras a conferências, onde destacamos especialmente a UNESP Bauru e o Sebrae - SP.

“Aqui começamos os primeiros passos de um experimento em Gestão e Design, para o desenvolvimento orgânico de uma corporação sustentável”





2

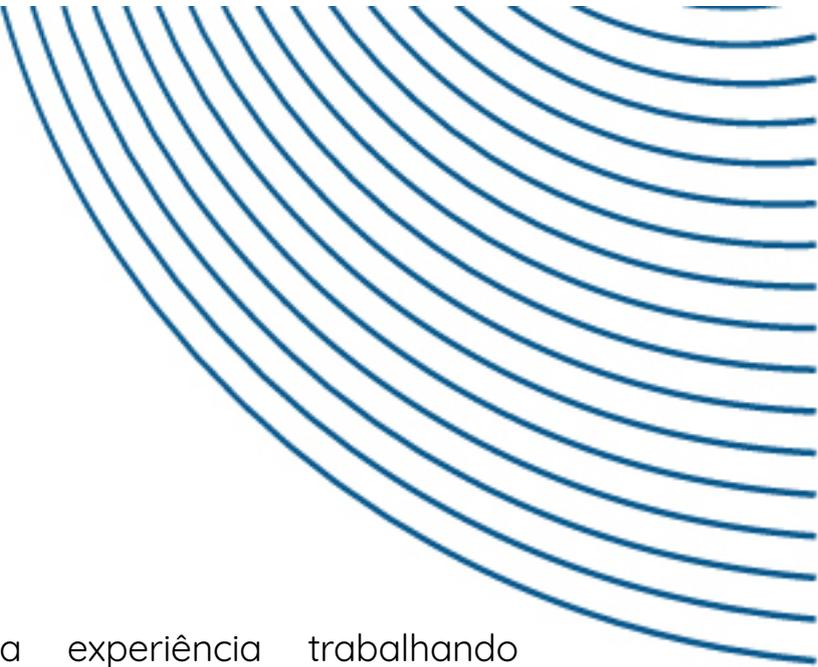




# 2018

Esse ano marca o fim da Graduação em Design, com a apresentação do projeto de TCC em Janeiro e Colação de Grau Oficial em Março. Começamos o ano também com nossos 2 primeiros clientes na carteira:

- **Econeg** - Especialização Latu Senso em Estratégias Competitivas de Negócios da FAAC/UNESP Bauru, promovendo eventos e gerenciando investimentos em comunicação e marketing digital em plataforma online construída para o projeto, com o objetivo de captar alunos ao curso. Entre encargos e investimento digital, a campanha consumiu R\$2.200,00 e atraiu 52 alunos, totalizando R\$4.160,00 apenas em taxa de inscrição e R\$711.360,00 em pagamento de mensalidades totais referente aos meses da edição referente. Taxa de conversão anual da campanha: **32.423,64%**
- **LIV Jóias** - Kick Off de Empresa familiar de jóias, com o objetivo de consolidação de marca, encarregando-nos da Comunicação Social Digital, produzindo ensaios fotográficos, para criação de catálogos digitais e conteúdos para redes sociais, com o objetivo principal de manutenção de presença online da marca.



Já dentro da LM&Co..

Tivemos nossa primeira experiência trabalhando continuamente com uma grande parceira: Ariadne F. Mathias, responsável pela concepção da qualidade visual da produção audiovisual da empresa. Nossa parceria (que tem longa duração) resultou em muito aprendizado em direção de fotografia.

Neste ano, realizamos juntos:

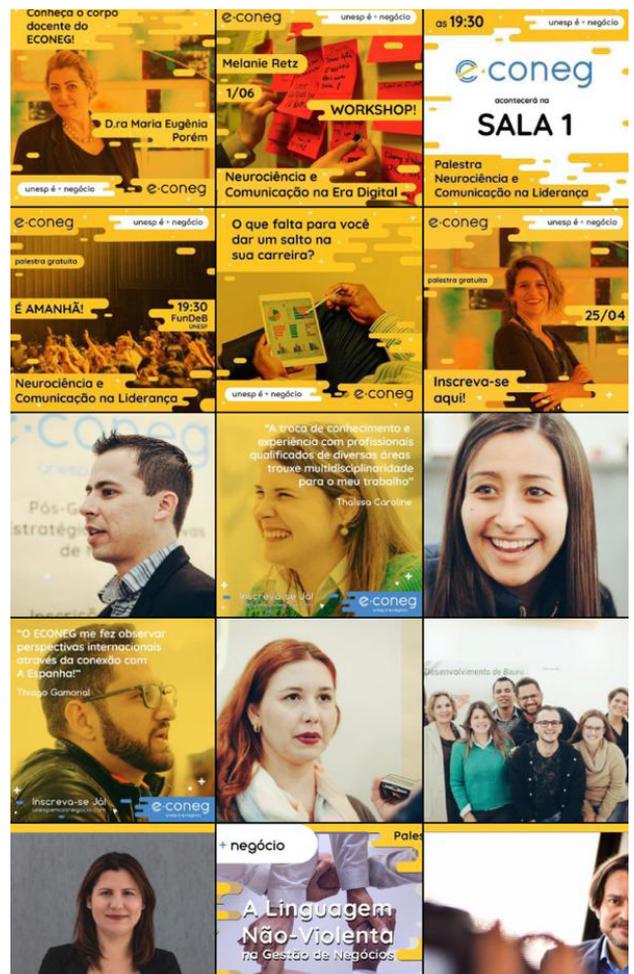
- 10 eventos entre palestras e projetos beneficentes
- 1 ensaio para coleção de joalheria

Em questão fiscal, entendemos a importância da regularização através da criação do MEI - Microempreendedor Individual, possibilitando a emissão de notas e recolhimento de impostos, dando acesso ao INSS através dos pagamentos mensais de R\$59,00. Aqui, temos um marco da seriedade do negócio, ainda que em fase experimental. Estávamos criando a nossa identidade jurídica, que partindo daí iria aprender a engatinhar, sendo sua própria pessoa. Este passo é fundamental para enxergarmos a necessidade de autonomia e distinção entre o empreendedor individual e sua empresa, abrindo considerações para Conta Bancária de Pessoa Jurídica, Fluxo de Caixa e entendimento de objetivos claros.

Neste ano, o faturamento total anual bruto da LM&Co. foi de R\$4.750,00.



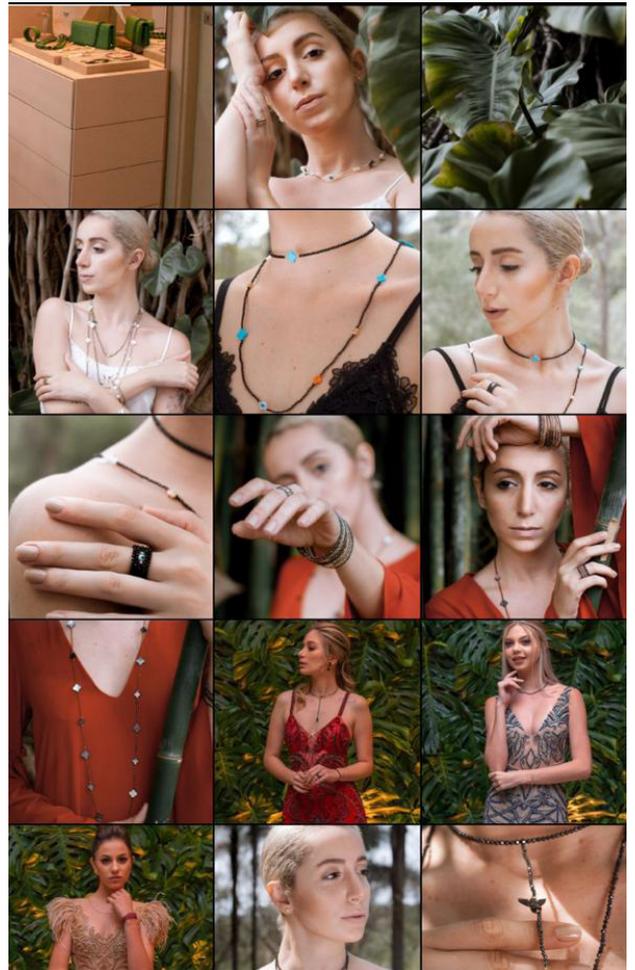
Imagens produzidas para o Econeg



Reprodução de @unespemaisnegocio



Imagens produzidas para LIV Jóias

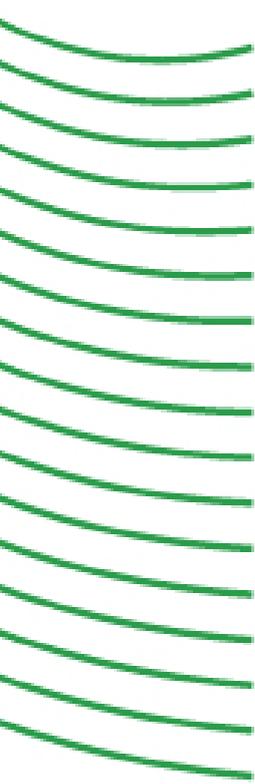


Reprodução de @liv.vivavoce

3







# 2019

Começando o ano e celebrando a parceria da LM&Co., para o alcance dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, através da AIESEC no Brasil, tivemos o prazer de dividir palco com grandes corporações, como Votorantim, Gupy, McKinsey, Movile em evento no dia 16/01/2019, para 2.000 jovens brasileiros em São Paulo: O YouthSpeak Fórum, que acontece simultaneamente em diversos países ao redor do globo e a Cúpula das Nações Unidas para debater sobre a Agenda 2030.

A oportunidade deu um *kickstart* na empresa através do reconhecimento da importância de suas atividades de comunicação, revertendo parte de seu faturamento para projetos de impacto social. O panorama que 2019 apresentava para a empresa era de muito trabalho e provações, para consolidação do trabalho no setor 2.5 da economia, o do impacto social.

Neste ano, com o ímpeto de contribuir com nossa comunidade local, outro projeto muito significativo para a LM&Co., fruto de projeto de iniciação científica, saiu da gaveta e tomou forma. Nasceu o “Velhas Lembranças, Memórias de Vida”, livro fotográfico, retratando a história dos 80 anos da Vila Vicentina de Bauru e alguns dos seus célebres habitantes: idosos com muitas histórias para contar. O projeto teve apoio da Designer e Artista Plástica carioca Mana Bernardes, nos colocando em contato com seus exímios manuscritos expostos em galerias ao redor do mundo. O livro foi produzido entre janeiro e abril e foi lançado oficialmente na FLIP 2019, Bienal do Livro do Rio e Salão Carioca, todos no mesmo ano, além do tradicional churrasco anual da Vila Vicentina, evento presente no calendário de Bauru.



Fotografia feita durante apresentação da LM&Co. no YouthSpeak Fórum



Capa do livro Velhas Lembranças, Memórias de Vida

# 2019.1

Logo após o YouthSpeak, começamos o ano com reforma e casa nova. Lucas e Ariadne saíram do apartamento na R. Edmundo Antunes, onde trabalhavam e moravam num quarto/sala, para o apartamento da R. Manoel Pereira, na Vila Universitária de Bauru. O local, agora com 3 quartos, permitiu a ampliação da estrutura transformando o 3º quarto em um escritório e a sala da estar para receber clientes e parceiros. Assim, com o novo espaço que surgia junto à vontade de crescer pautada pelas metas do ano, a família também cresceu.

Na virada do ano, de 2018 para 2019, já com a mudança em vista, Júlia Comin foi convidada a se juntar à LM&Co., para acabar de vez com a frase “Casa de Ferreiro, Espeto de Pau”, pois apesar de êxito com os nossos clientes, não havia tempo hábil para comunicação da própria empresa. As atividades de Júlia se expandiram cada vez mais, onde também assumiu contas de clientes, no caso, o Econeg. Como coisas boas trazem coisas boas, a LM&Co. também recebeu com muito carinho Ana Beatriz Frozoni Ribeiro em Fevereiro/19 para trabalhar com o atendimento de uma conta específica, a Agência Novo Universo de eventos universitários.

Com 4 pessoas trabalhando em conjunto no escritório, o hall de projetos também cresceu.

- **Econeg:** Depois do sucesso da edição de 2018 resultante do trabalho em conjunto entre cliente-empresa, o volume de suas atividades também aumentou. Em 2019, 2 chamamentos de edição ocorreram (Março e Julho), com 40 alunos totalizados em cada edição.

- **Fundeb:** Também como reflexo do sucesso do trabalho com o curso Econeg, outros 3 cursos de pós graduação entraram na nossa carteira de clientes: **CEGEN, CENPRO E CECAP**, de Estratégia de Negócios, Engenharia de Produção e Certificações Ambientais respectivamente, onde todos obtiveram êxito em alcançar o número de alunos necessário para fechar as turmas.
- **LIV Jóias:** No nosso segundo ano de trabalho, a construção de um branding com foco em moda se consolida, onde os ensaios fotográficos e comunicação social e visual se integram, ocasionando a empresa a desenvolver uma linha de jóias de assinatura própria.
- **KLL Lagos:** Através da articulação em prol dos 17 ODS da Agenda 2030, a KLL Lagos trabalhou com a LM&Co. em um projeto de reposicionamento da empresa no mercado. Seu produto inicial, lagos para paisagismo, deveria dar seu lugar ao projeto desenvolvido em conjunto com a Embrapa de Jardins Filtrantes para descarte regular e reúso de água em propriedades rurais, promovendo eventos técnico-científicos para a popularização do projeto, alinhado ao ODS 6 de Saneamento e Água Potável.
- **Descarte Limpo:** Corresponde a articulação de um projeto PIPE/Fapesp que parte da construção de uma empresa para viabilização de invenção (Fepaf/Unesp Botucatu) de transformação de lixo orgânico em energia limpa, com recorte no Estado de São Paulo.
- **Agência Novo Universo:** Atualização de Branding da empresa e Gerenciamento da Comunicação de evento proposto em Julho de 2019 e trabalho entre Março - Agosto do mesmo ano.

# 2019.1

O primeiro semestre do ano foi marcado também por muitas surpresas. Em destaque, destacamos a participação nas bancas de TCC dos projetos Nois Estampa<sup>1</sup>, de Júlia Comin e Luiz Galassi<sup>2</sup>, e Toque Como uma Mina<sup>3</sup>, de Ana Beatriz Frozoni Ribeiro. Ambos os projetos representam momentos de muita alegria desde concepção, desenvolvimento (onde parte se deu dentro das paredes do escritório da LM) e apresentação.

Nóis Estampa é uma empresa de serigrafia artesanal, que desenvolve coleções e estampas exclusivas através da assim chamada “monotipia serigráfica”. Toque como uma Mina, um projeto da aclamada DJ Fifonha que reúne as meninas ritmistas de baterias universitárias em uma plataforma digital que desenvolve atividades para a redução drástica dos casos de machismo e abusos diversos neste cenário.

No primeiro semestre de 2019, também ajudamos a comunicar a REAB<sup>4</sup>, 1ª Feira de Reabilitação de Bauru, com foco em promoção de atividades para conscientização e transmissão de tecnologias focadas especialmente na reabilitação de PCDs e apoio aos familiares. Em apresentação no dia do evento, tivemos a participação mui especial de Livia Nishibe e seu premiado Senior Ludens<sup>5</sup>, jogo desenhado para estimular e divertir idosos, desenvolvido através da perspectiva maker e licenciado de acordo com a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

---

<sup>1</sup> [noisestampa.com.br/](http://noisestampa.com.br/)

<sup>2</sup> Luiz Galassi faleceu em 14/Out/2019, deixando muita saudade.

<sup>3</sup> [djfifonha.com/](http://djfifonha.com/)

<sup>4</sup> <https://www.reabbauru.com/>

<sup>5</sup> <http://seniorludens.cc/>



Fotografia de Adie Mathias de peça do TCC Nós Estampa (Júlia como Modelo e estampa Alienmina.  
Orientação: Profª Drª Mônica Cristina de Moura (FAAC/UNESP)



Banca do TCC Toque como uma Mina de Ana Beatriz Frozoni Ribeiro  
Orientação: Profª Drª Mônica Cristina de Moura (FAAC/UNESP)



Lançamento do Velhas Lembranças, Memórias de Vida em Paraty, RJ, durante a FLIP.



Lançamento do Velhas Lembranças, Memórias de Vida na Bienal do Rio (2019)



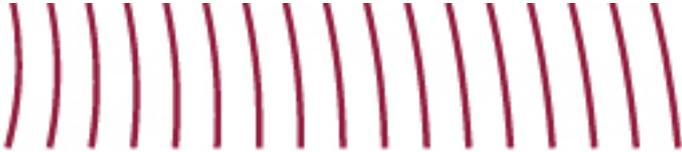
Lançamento do Velhas Lembranças, Memórias de Vida em Bauru



Lançamento do Velhas Lembranças, Memórias de Vida em Bauru

4



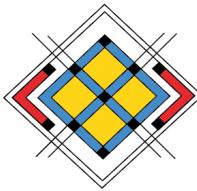


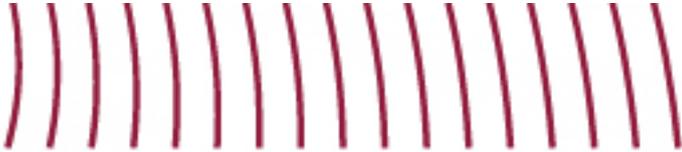
## 2019.2

As rotinas de conferência da LM&Co. tiveram início em 2019, em uma sessão de replanejamento do ano extraordinária, a fim de debater em conjunto os próximos passos da empresa. O primeiro momento de pipeline aconteceu dentro dessa sessão, onde fecharíamos as contas de comunicação integrada e, a partir daí, trabalharíamos com as atividades específicas do design, referentes ao projeto de branding e desenvolvimento web, focados em empreendedores de empresas de pequeno e médio porte, promovendo o impacto local através das ferramentas e teorias construídas na universidade e na experiência prévia com os clientes que nos trouxeram até esse momento. Julia e Ana Beatriz passaram suas responsabilidades dentro da LM para Giovanna Akkari, que chegava com ampla visão estratégica, tendo como experiência sua formação em Design e histórico dentro da AIESEC em Bauru, desde a comunicação até a liderança do comitê local.

O foco se dá nesse momento em 2 produtos específicos: logotipos e sites rápidos para a oferta de produtos e serviços no ambiente digital, nas redes sociais e plataformas online, em um formato acessível para negócios com baixo capital de giro, em fase inicial ou que estão passando por transição ao mundo digital. Os negócios locais, de Bauru, formam o primeiro grupo de clientes a receber esse formato de serviço dedicado, e que imediatamente se validou como caminho oportuno para a expansão da captação de clientes em um tempo determinado, gerando recursos (tempo e dinheiro) para seguir com os projetos de impacto social que objetivam promover os ODS, que a LM&Co. consolida através de parcerias com ONGs e iniciativas da SCO.







Ao todo em 2019, Lucas, Ariadne e Giovanna Akkari concluem o ano com 24 marcas e 12 novos sites criados.

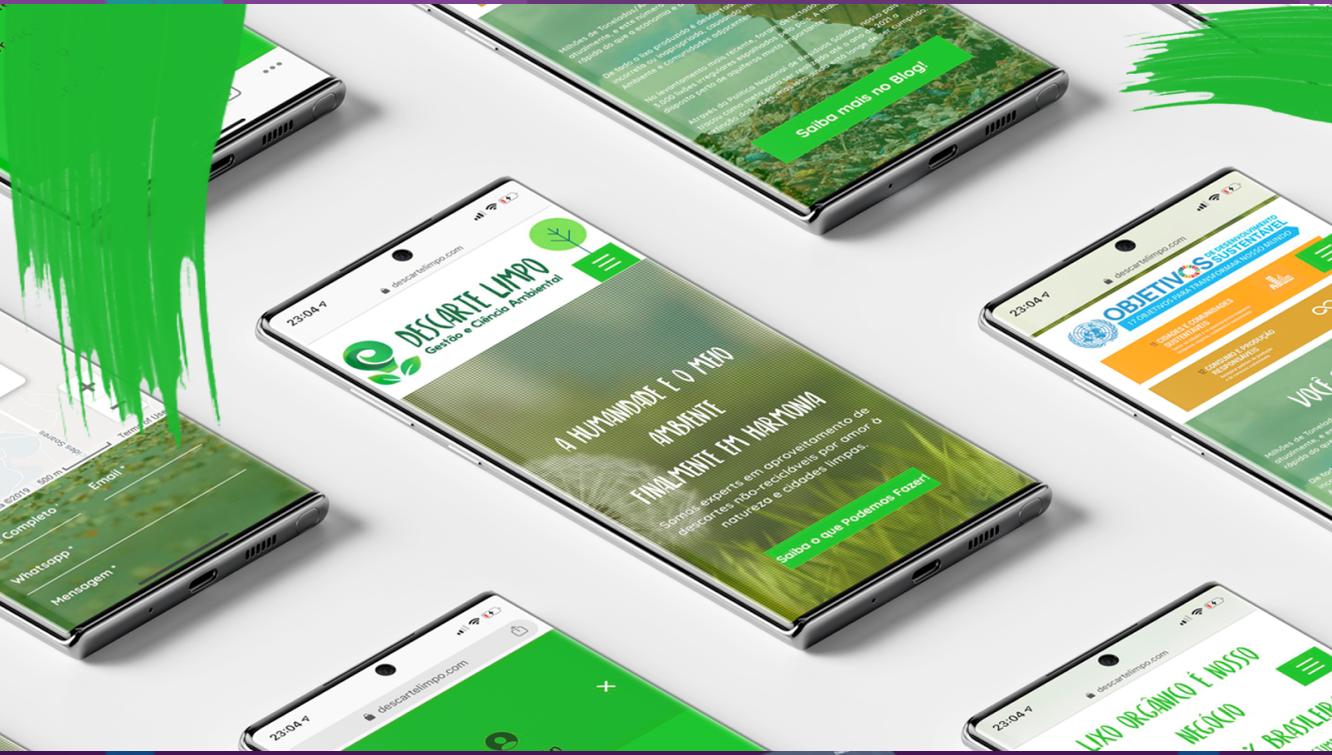
O total bruto faturado pelo CNPJ da LM foi de R\$21.000,00, apresentando 2.261,9% no crescimento do faturamento anual da empresa comparado com 2018, onde o fluxo maior se deu no segundo semestre, refletindo o reposicionamento da empresa no meio do ano.

O reposicionamento também permitiu o alcance de 11 novos projetos realizados através de voluntariado e parcerias. Eventos técnicos, científicos, concursos e projetos de impacto social receberam a interface de comunicação criada através dos desenhos da LM. Novas marcas e novos sites que impactam diretamente o alcance dos 17 ODS, cada um com sua particularidade, em nossa comunidade local.

Destacamos aqui o projeto **Abra seu coração para uma criança** - marca e site desenvolvidos através de grupo multidisciplinar durante o Encontro Nacional de Design que ocorreu em Bauru, em 2019. Em uma rodada de negócios sociais, conhecemos a Família Acolhedora, ONG dedicada a encontrar famílias provisórias para crianças em situação de risco e exposição social. O site, criado para divulgar o trabalho da família acolhedora, foi lançado com a campanha “Abra seu coração para uma criança”, ganhando repercussão em Bauru.



Site Reab

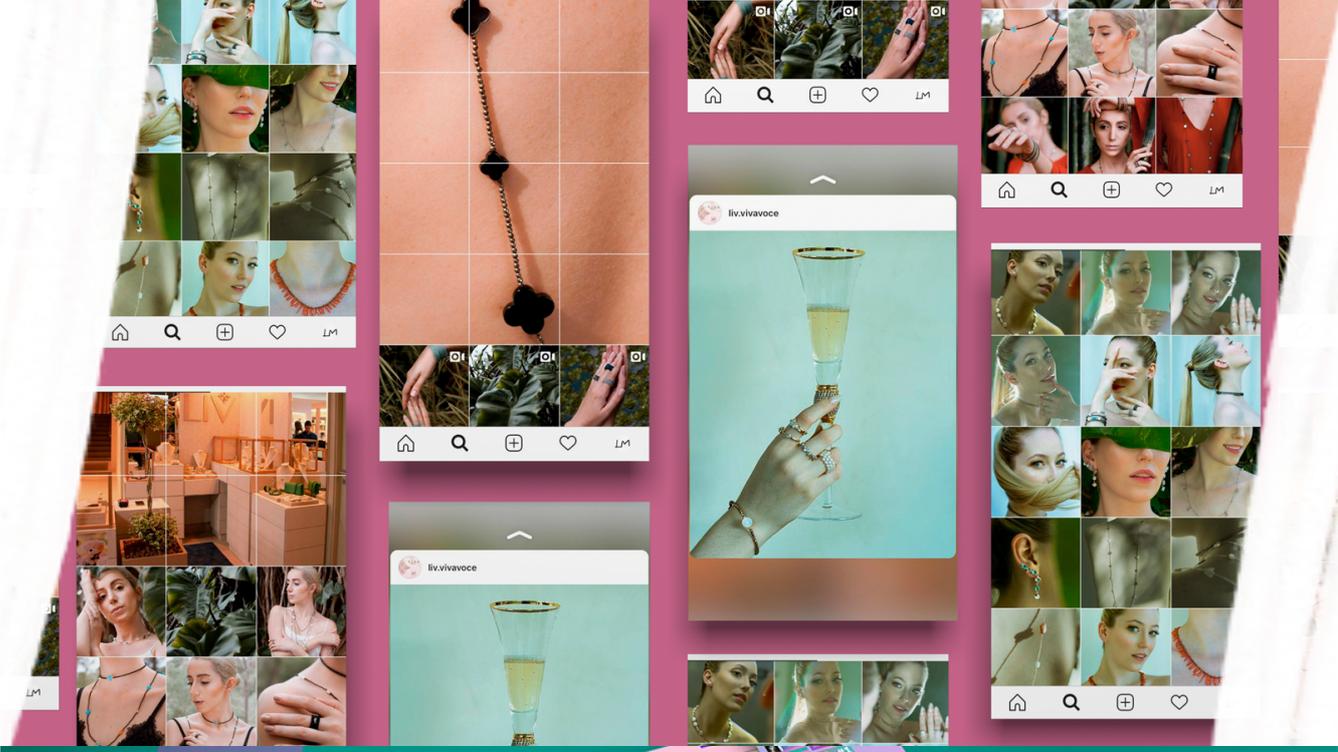


Site Descarte Limpo

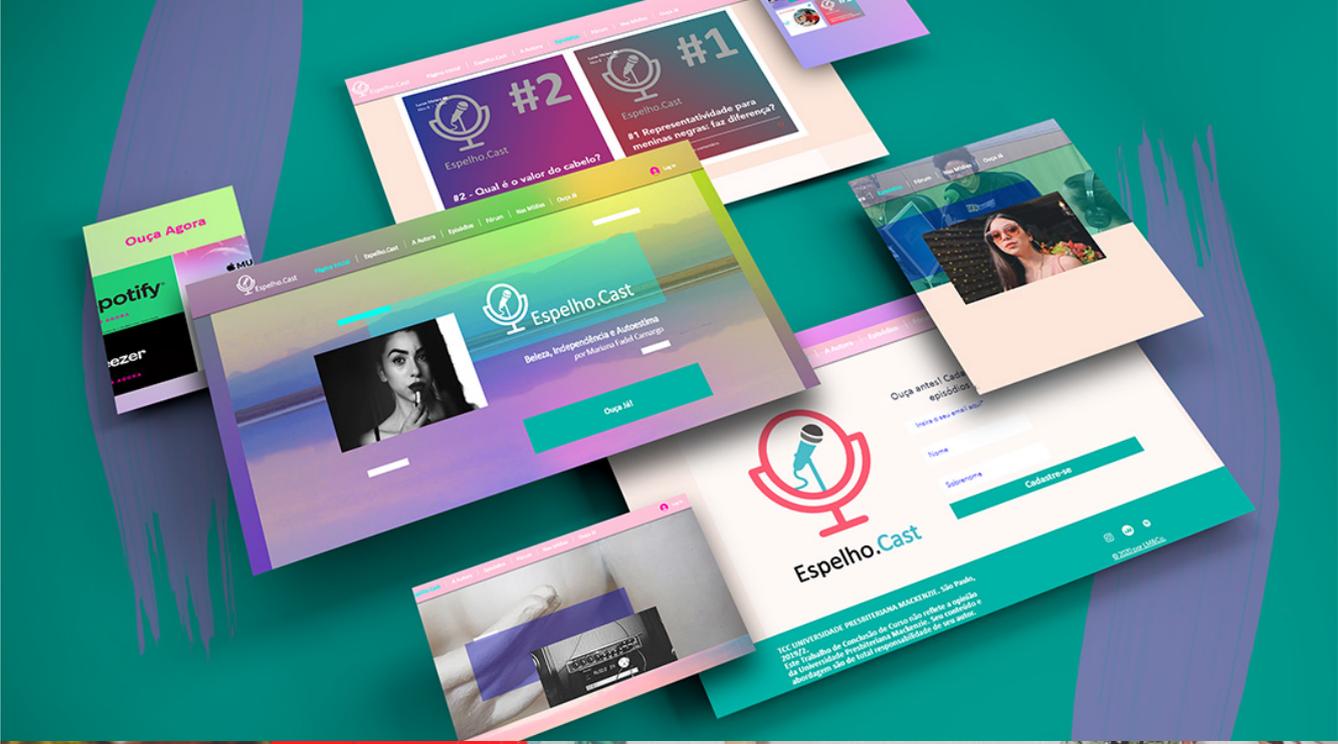


Site EI! 2ª Edição

LIV Jóias em 2019

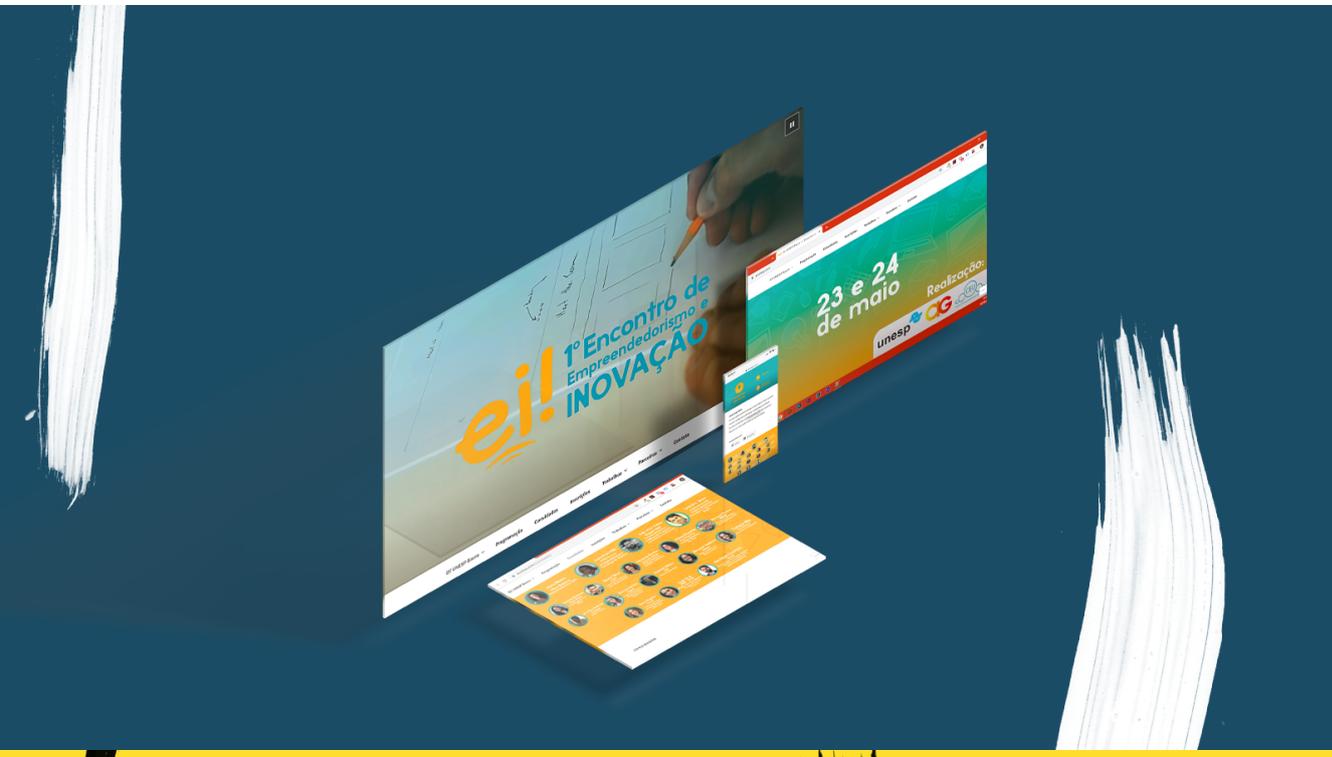


EspelhoCast



Família Acolhedora





Site EI! 1ª Edição



1ª Versão Site Nóis Estampa



Site Rede Impacta Unesp

Instagram Novo Universo



Site Toque como uma Mina



Loja Velhas Lembranças, Memórias de Vida

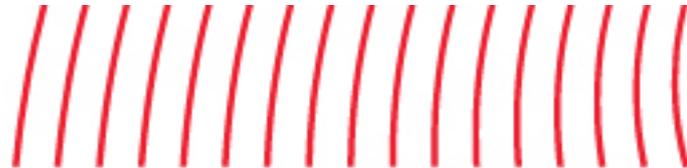


# 2019.2

Em consolidação do ano, o reposicionamento da empresa se tornou bastante proveitoso. O fato principal se deve ao pensar analítico que começa a se construir dentro da LM&Companhia, entendendo as ferramentas de CRM como principais enquanto uma organização dirigida pela comunicação digital. As definições básicas de OGX (Análise de dados com foco em Marketing Digital), definição e nomeação de etapas para a jornada do consumidor, possibilitam a articulação de estratégias e propostas de soluções para cada etapa definida no percurso. Percurso este que começa a desvendar as futuras etapas para pesquisa e desenvolvimento seja em atendimento ou na produção dos processos de Design, ao mesmo tempo que nos possibilita traçar o perfil específico dos nossos clientes costumeiros, fomentando uma rede sólida de pessoas que cultivam um ambiente que torna possível o desenvolvimento conjunto de seus indivíduos, considerando os colaboradores da LM e clientes que começam a indicar nossos serviços.

A troca de ensinamentos e co-produção que ocorre em eventos também se faz de grande importância para a estruturação da presença digital e reputação da marca LM. Assim, listamos a participação em destaque abaixo.

- **YouthSpeak Fórum** - Apresentação em Fórum Mundial da Juventude e os 17 ODS. Palestra entre notáveis empresas e primeira com grande público em São Paulo, SP.
- **Reab: 1ª Feira de Reabilitação de Bauru** - Feira com foco em PCDs e familiares para discussões sobre acessibilidade e inclusão social.



- **Dia Mundial da Criatividade** - Apresentação e mesa redonda em evento internacional de promoção da criatividade e economia criativa em São Paulo, SP.
- **FLIP**- Lançamento do livro “Velhas Lembranças, Memórias de Vida” em Paraty, RJ.
- **Aniversário de Bauru** - Exposição do livro “Velhas Lembranças, Memórias de Vida” e telas fotográficas em evento municipal aberto e gratuito.
- **Fórum Gota d’Água** - Evento científico expositivo sobre sustentabilidade hídrica em Bauru. Apresentação feita sobre o ODS 6 - Água Limpa e Saneamento Básico proposto pela Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas.
- **Bienal** - Lançamento do livro “Velhas Lembranças, Memórias de Vida” na Bienal do Livro do Rio de Janeiro
- **#ACT4SDGs**- Apresentação e mesa redonda em evento internacional de promoção da criatividade e economia criativa em São Paulo, SP.
- **Salão Carioca**- Lançamento do livro “Velhas Lembranças, Memórias de Vida” no Rio de Janeiro.
- **Memórias Entrelaçadas** - Produção de capa e lançamento do livro de memórias dos alunos do ensino fundamental do Colégio Guedes de Azevedo em Bauru, feito também com a Vila Vicentina
- **Semana de Administração (Unesp/Tupã)** - Apresentação de Economia Criativa e gerenciamento de eventos universitários acadêmicos durante semana de Adm da Unesp/Tupã.
- **Como o Design Muda o Mundo?** - Encerramento do ano com palestra nas atividades de inauguração do laboratório de inovação Paschoalotto Labs.



YouthSpeak Fórum 2019



Apresentação na Reab



#ACT4SDGs 2019

Apresentação no YouthSpeak Fórum



RP Maker 2019



Workshop Impacto Social Brasil Júnior



**Em memória ao Luiz**

Interdesigners 2017



Interdesigners 2017



2019 com Júlia Comin







5



# 2020.1

2020 se inicia apresentando novos panoramas. Giovanna Akkari aceita o desafio de vivenciar uma experiência de voluntariado pela AIESEC na Colômbia, trabalhando com crianças em tratamento oncológico. Ariadne, em busca de novos desafios, convida Lucas para mudança para São Paulo, a capital dos sonhos. Lucas, que aceita o convite e logo começa a buscar apartamento na internet, recebe uma notícia incrível ao ser aprovado no Mestrado do Programa de Pós Graduação em Design, da FAAC/UNESP, com orientação da Profª Drª Mônica Moura, da mesma forma que seus amigos na graduação.

Então, assumindo os novos desafios, a equipe da LM&Co. logo se cria na cidade grande. Giovanna Oliveira, Engenheira Civil especialista em Marketing Digital, amiga do ensino médio que já morava em São Paulo, se muda com Lucas para um apartamento em Perdizes e se responsabiliza pela comunicação e anúncios da empresa. Em sequência, Guilherme Baldo, amigo da graduação em Design, dá início a produção de conteúdo para as redes sociais e opera como designer em novos projetos. O novo trio formado se organiza em áreas estratégicas com o objetivo do ano traçado: bater o teto de faturamento do nosso enquadramento jurídico, o Microempreendedor Individual. Ou seja, R\$81.000,00, com salários e pró-labore de R\$1.500,00 em equanimidade.

Em março, no entanto, logo no início do Mestrado, onde se deu o início do bate-e-volta semanal entre São Paulo e Bauru, veio a grande cena dos próximos capítulos: A Pandemia. Aulas suspensas e trabalho suspenso subitamente. **E agora?**



Em sintonia, Lucas, Giovanna Oliveira e Guilherme se uniram para enfrentar o Coronavírus como podiam: levando as ferramentas do Design para a sobrevivência de empresas familiares, e tentar dar suporte em negócios ao número crescente de desempregados, em uma economia em ruínas, passando por uma grande transformação forçada: **A Transição Digital**. Esse novo panorama deixou claro o papel e atuação da LM&Co. neste novo meio, reforçando o posicionamento da criação de novas marcas e principalmente novos sites, possibilitando o trabalho de diversas pessoas no âmbito digital, e participando ativamente no processo de letramento digital, para que as pessoas tenham autonomia e repertório para cuidarem de suas vendas online com as próprias mãos. Embora Abril e Maio tenham sido meses de ajustes e que requiseram muita paciência, em Junho as movimentações se ajustaram ao nosso favor. As disciplinas do curso da Pós Graduação, Design Contemporâneo e Arranjos Produtivos Locais Intensos em Cultura ofereceram teorias para a LM&Co. segurar firme.



# 2020.2

Com a boa organização e foco demonstrados pela equipe no primeiro semestre do ano, ainda com todas as adversidades, duas necessidades foram apresentadas: a ampliação da capacidade produtiva para atender maior quantidade de clientes simultaneamente, e o gerenciamento do CRM de modo complexo, com alguém dedicado para o atendimento ao cliente ter a maior qualidade possível. Para alcançar a meta traçada no planejamento inicial do ano, os R\$81.000,00, Gabriel Tomaz e Ana Flores se juntaram ao time, que agora se estruturava em 5 pessoas. Gabriel, Designer e amigo da graduação em Design de Lucas e Guilherme, trouxe seus conhecimentos em metodologias ágeis aplicados em grandes corporações para se tornar *Project Manager* em nossa produção, agora composta pelos 3 mencionados acima. Ana, artista visual, especialista em vendas, em UI/UX Design e incríveis habilidades de relacionamento com clientes, toma posto enquanto *Relationship Manager*. O número de reuniões, que no primeiro semestre do ano aconteciam 1x na semana, se dividiu entre 3 semanais, sendo uma reunião geral e duas de área, sendo comunicação e produção.

Ao todo em 2020 foram realizadas 4 conferências de planejamento e replanejamento ao longo do ano. Essas atividades se tornaram essenciais para o compartilhamento dos conhecimentos multidisciplinares da equipe, e manutenção da sincronicidade de todos em prol do mesmo objetivo. A comunicação online entre todos, dado isolamento social e distância entre os membros da equipe, tornaram as reuniões práticas e focadas em resultados claros e compartilhamento de informações para a visão de todos sobre o panorama diário da LM&Co.

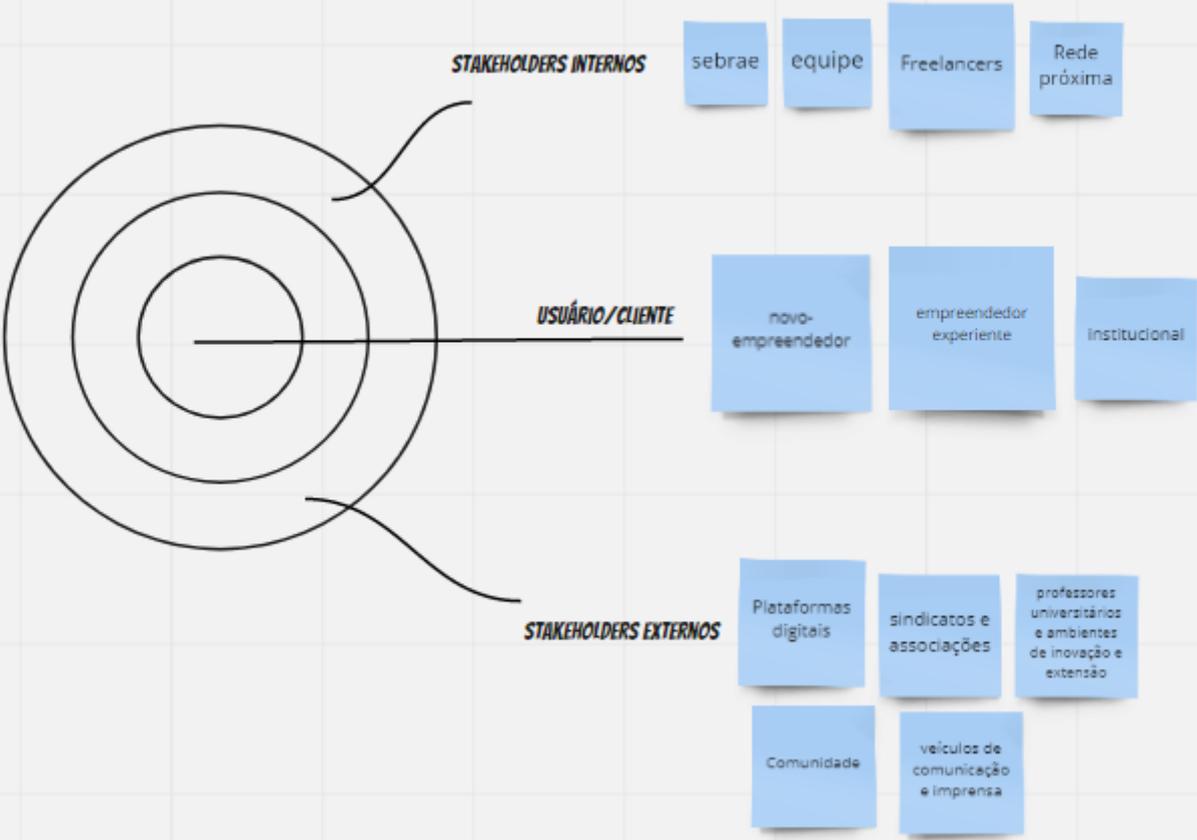


**MATRIZ CSD**

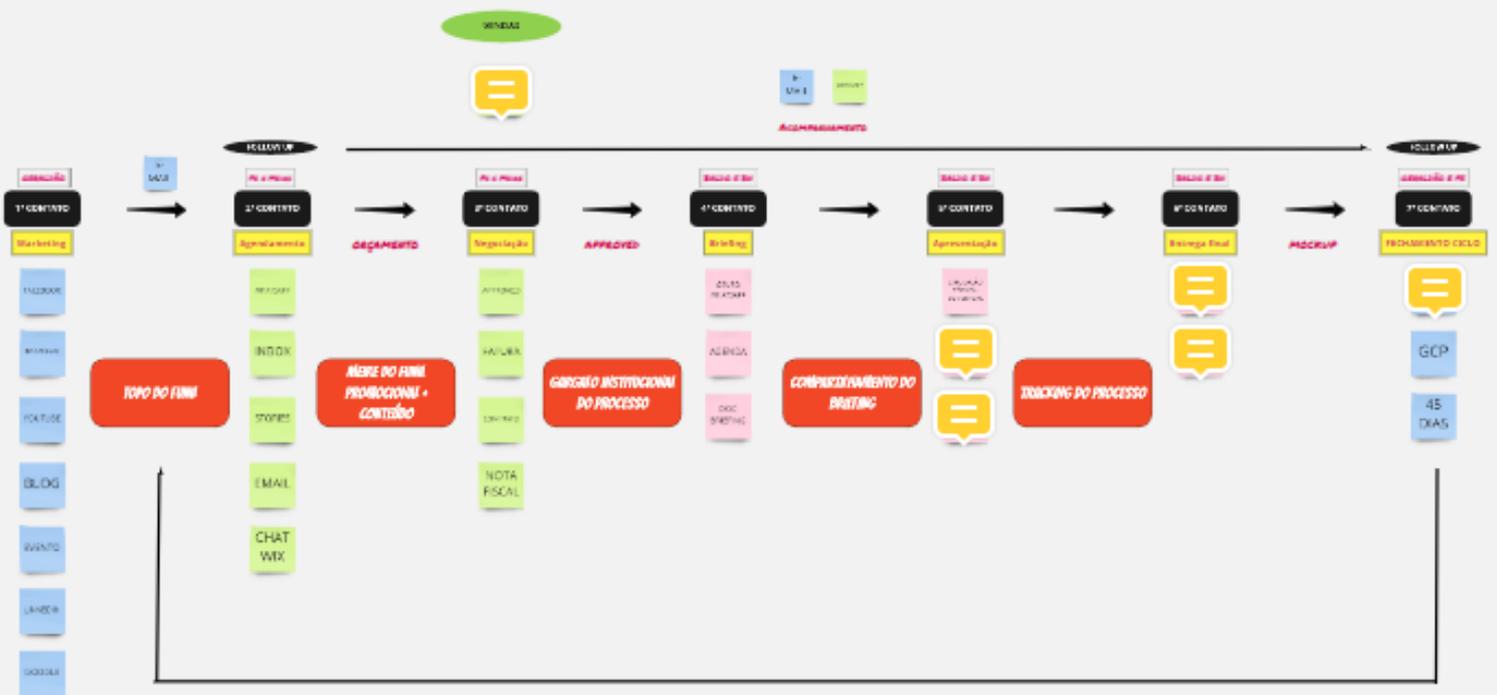
**CERTEZA**

**SUPOSIÇÃO**

**DÚVIDA**



# FLUXO DE AÇÕES



Parceiros	Atividade	Proposta de Valor	Relacionamento	Segmento de Clientes
<p>VENDAS</p> <p>INFLUENCERS AMANDA/DJ FIFONHA (CUPOM)</p> <p>RPS SÃO AMIGOS</p> <p>SINBI/CRECI/SINDICADOS</p> <p>CLIENTES (THAILA/MADEIRITO) (CUPOM) BRINDES CAMPANHA DE NATAL</p> <p>INSTITUCIONAL</p> <p>FERDI / MONICA / RAQUEL C.</p> <p>AUIN / FUNDAÇÕES UNESP</p> <p>PARCERIA CONTEUDO</p> <p>SEBRAE KNOW HOW</p> <p>GOOGLE CONTEUDO</p> <p>BATEU 30 SITES = BENEFÍCIO WIX</p>	<p>Marca</p> <p>Site</p>	<p>Oferecer autonomia e oportunidade para pessoas que estão abrindo suas empresas, traduzindo o sonho dos clientes através de projetos estratégicos, para a linguagem gráfica.</p> <p>Possibilitar a inclusão no marketing digital, aproximando nossos clientes de seu consumidor final, através de sites inteligentes, responsivos e fáceis de administrar.</p>	<p>Empatia</p> <p>Top of Mind</p> <p>Acessível</p> <p>Vitinho do Sus</p> <p>Be The Duck (Seja o patinho) Feliz por fora sempre, por baixo d'agua ta lutando</p> <p>Data and Humano Driven</p>	<p>Persona 1: Novo Empreendedor Débora e Igor pessoa nova 22 - 35 vem com alguém junto (pai, investidor, empresa), budget familiar (entre 6-7 mil) canal de comunicação: google necessidade: NOME E MARCA</p> <p>Persona 2: Empreendedor XP Amanda e Bruno pessoa idade pré-avançada 32-44 COM BUDGET PRÓPRIO COMEÇA NO 6 ATÉ UNS 20 MIL canal de comunicação: INDICAÇÃO E LINKEDIN necessidade: MARCA E SITE</p> <p>Persona 3: Clóvis e Cleópatra pessoa meia-idade (55+) COM BUDGET de organização (b2b2c) COMEÇA NO 6 ATÉ UNS 20 MIL (orçamento que ela tem pra trabalhar) canal de comunicação: INDICAÇÃO ou voluntariado</p> <p>necessidade: inclusão digital</p>
<p>Torneirinha</p> <p><b>R\$9439,00</b></p>	<p>Me da dinheiros</p> <p><b>R\$9439,00</b></p>	<p>VENDA DIRETA</p> <p>REVENDEDORA</p> <p>PALESTRA</p> <p>CONSULTORIA</p> <p>CONTEÚDO PAGO</p> <p>MONETIZAÇÃO YOUTUBE</p>		

● ambas ● marca ● site

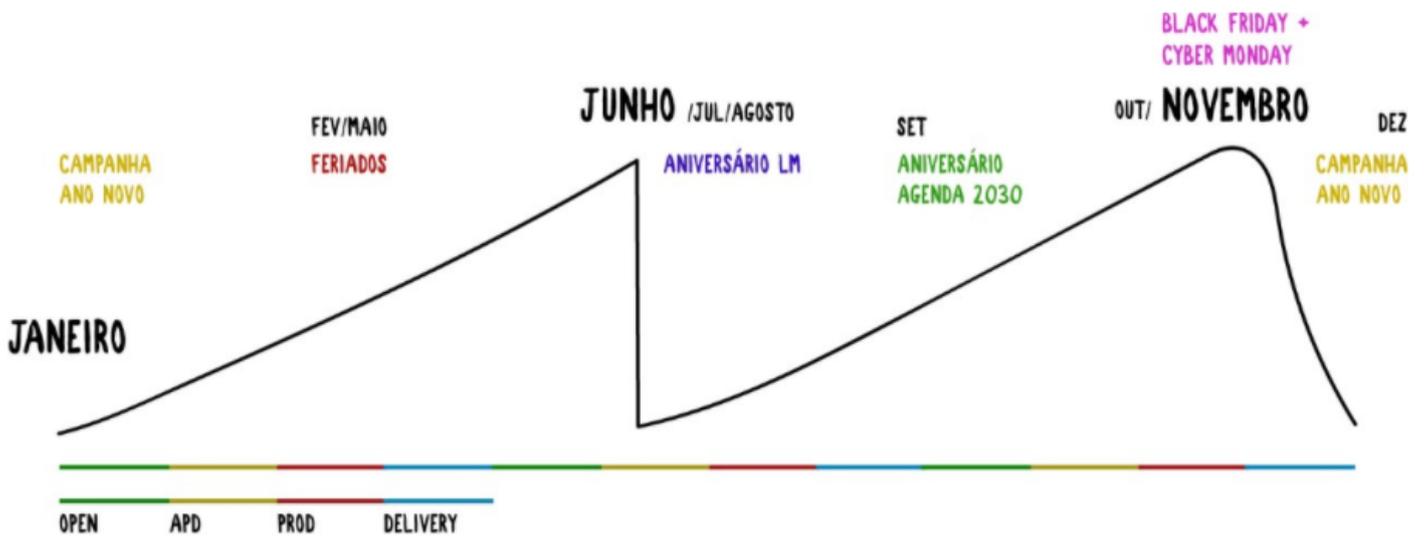


## 2020.2

As ferramentas representadas nas figuras anteriores (p. 54), demonstram a organização e estudo sobre o público da LM&Co., considerando a totalidade de nossos stakeholders para o desenvolvimento e aprimoramento contínuo da jornada do cliente e seus pontos de contato com a empresa. Os pontos de contato por sua vez, são definidos e aprofundados (p. 55), para o alinhamento da equipe na performance geral da LM, constituindo uma organela em contínuo aprendizado e construção diária, refletindo-se no nosso canvas (modelo de negócio), repensado em toda conferência mas mantendo sempre a mesma proposta de valor clara.

Todos esses parâmetros, bem como relatórios claros de desempenho da comunicação e impulsionamento digital, possibilitam o entendimento do custo por aquisição de cliente online, as ações de comunicação necessárias para os processos de conversão, dentro dos pontos de contato previstos, bem como o entendimento da sazonalidade anual comparativa e que se consolida ao longo dos anos de trabalho da organização, representada ao lado (p.57), e pensada suas divisões em campanhas específicas para o atendimento dos objetivos de cada etapa traçada ao longo do ano.

Em sequência (p.58) representamos as entradas comparativas anuais entre os anos de 2017-2020, e os resultados mensais em gráficos que representam a execução do planejamento e o resultado da elaboração das metas de maneira contínua ao longo do ano de 2020.



## Visão geral das análises ⓘ

Últimos 7 dias ▾

[Personalizar](#)



### SESSÕES DO SITE

28 ↓ 38%



Hoje 0

Receba mais tráfego

### AGENDAMENTOS

1 ↓ 50%



Hoje 0

Receba mais agendamentos

### TOTAL DE VENDAS

R\$ 4,5K

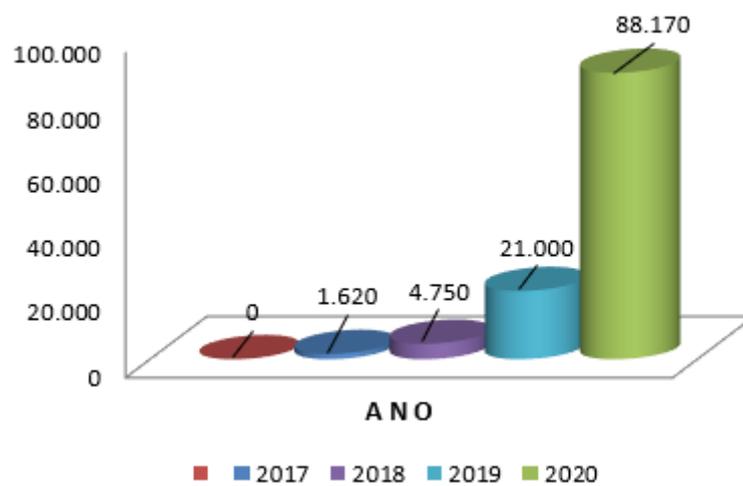
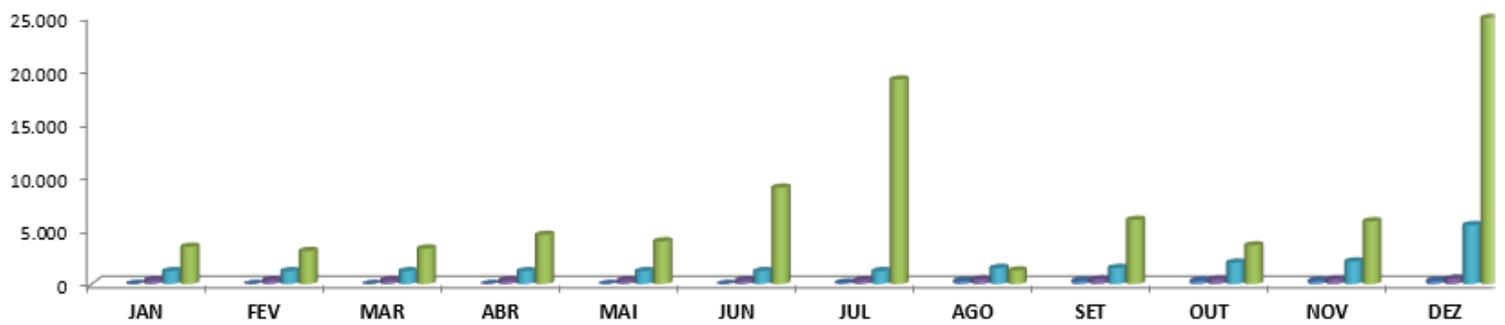


Hoje R\$ 0,00

Aumente suas vendas

# 2020.2

## ENTRADAS COMPARATIVAS ANUAIS





A N O	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
													0
<b>2017</b>	0	0	0	0	0	0	120	300	300	300	300	300	1.620
<b>2018</b>	350	350	350	350	350	350	350	450	450	450	450	500	4.750
<b>2019</b>	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.500	1.500	2.000	2.100	5.500	21.000
<b>2020</b>	3.472	3.079	3.316	4.594	3.990	9.013	19.116	1.260	5.989	3.609	5.853	24.879	88.170

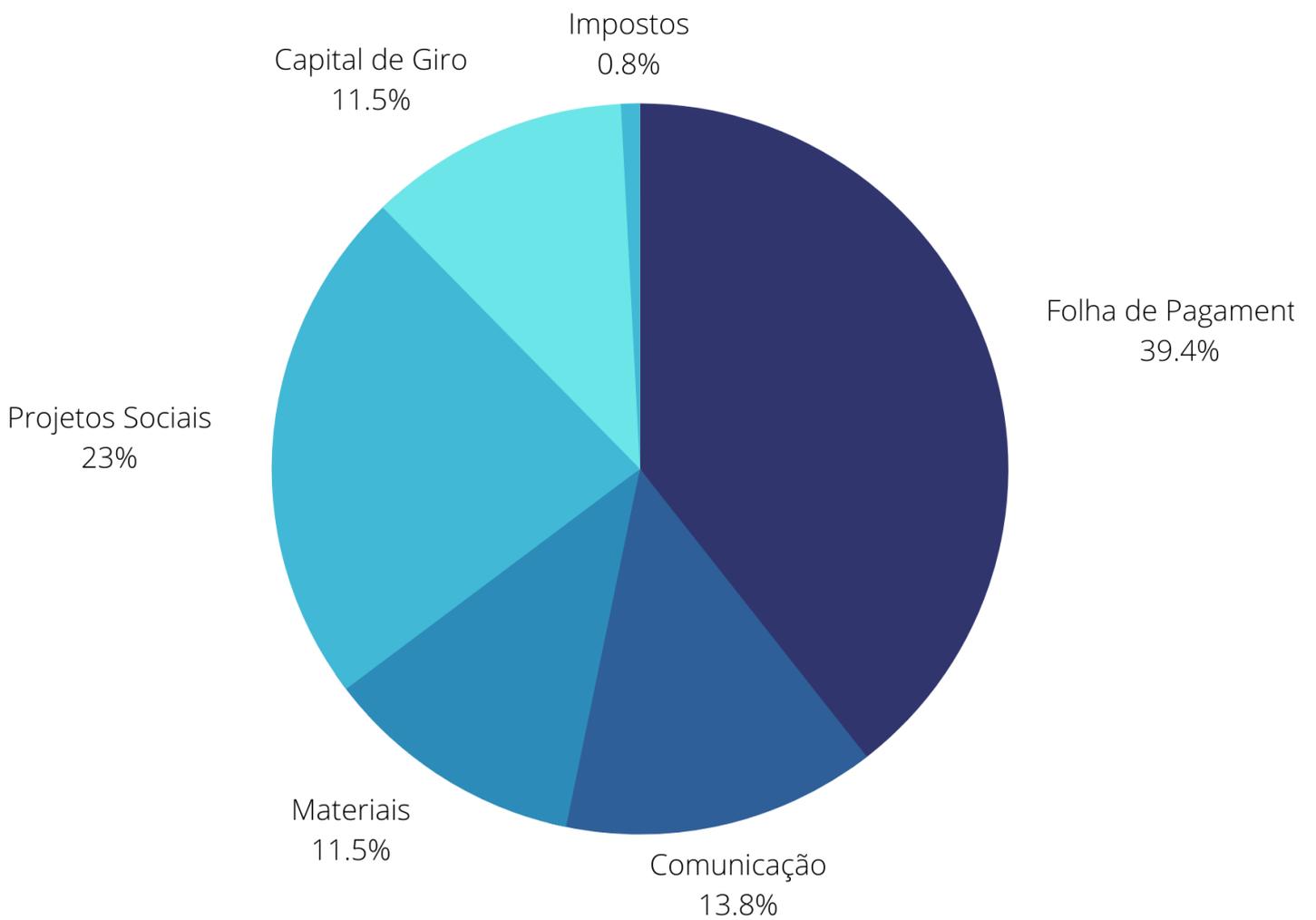
## Meta Financeira

Previsto: R\$81.000,00  
 Realizado: R\$88.170,00  
 Performance total: 108,8%

## Meta de Impacto

Previsto: 46 clientes  
 Realizado: 52 clientes  
 Performance total: 113%

## Como nós gastamos esses recursos?



## **Previsão Orçamentária para 2021**

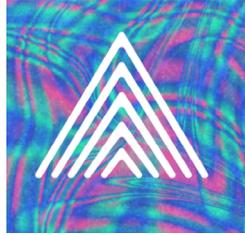
Tendo em vista a nova estruturação da organização e o desenquadramento de MEI para ME (Média Empresa), em última sessão de fechamento do ano, traçamos duas metas financeiras até o presente momento, uma objetiva e uma otimista. A objetiva visa manter a performance representada no segundo semestre de 2020 pagando o novo custo fixo atual. Essa meta se estabelece em R\$120.000,00 de faturamento bruto ao longo de 2021. Já a otimista, seguindo a taxa de crescimento da empresa ao longo dos últimos anos, em uma média de 238% ao ano, reflete o objetivo de R\$209.844,60 arrecadados ao longo de 2021. No entanto, o panorama de 2021 apresenta novos desafios, tendo em vista que até o presente momento ainda estamos em pandemia.

Alição que 2020 apresenta é que a sintonia, o foco, a clareza dos objetivos e o propósito maior que se dá detrás de todos os projetos que realizamos são essenciais. Com toda certeza também podemos afirmar que só ninguém vive. Existem níveis de responsabilidades distintos de acordo com a forma em que nos organizamos. Quando estamos em uma equipe multidisciplinar, que possui diversos viéses intelectuais e múltiplas vivências, conseguimos nos articular em prol de questões ideológicas e, o principal, a descoberta conjunta do passo-a-passo para a construção de redes de sustentabilidade no ocaso de novas questões socioeconômicas e culturais relacionadas ao contexto do Bem Viver.

6



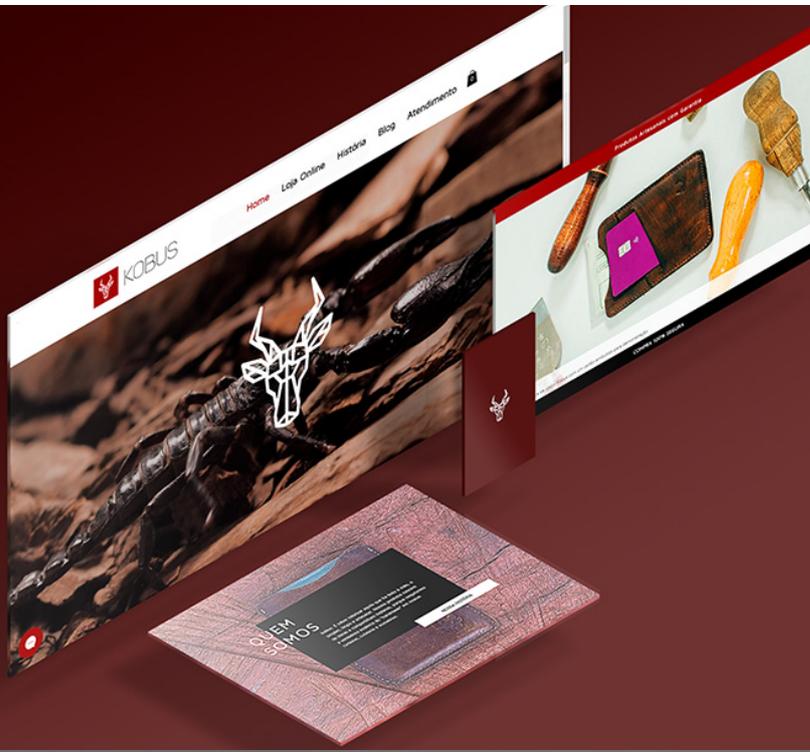






**Valorosa**  
moda cristã digital

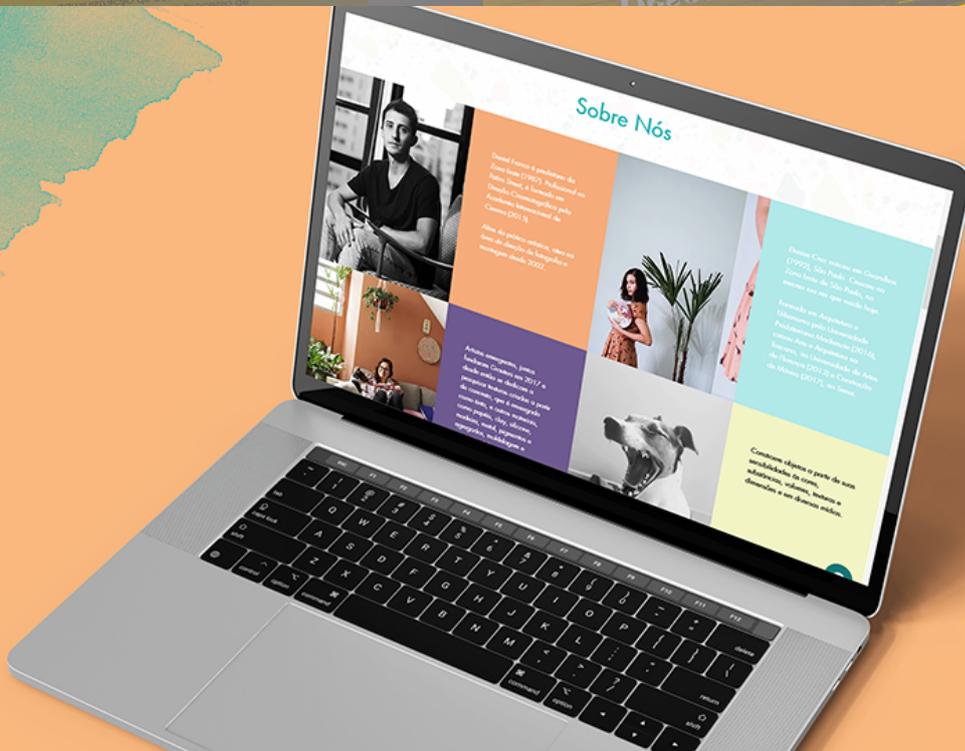




Site Kobus Craft

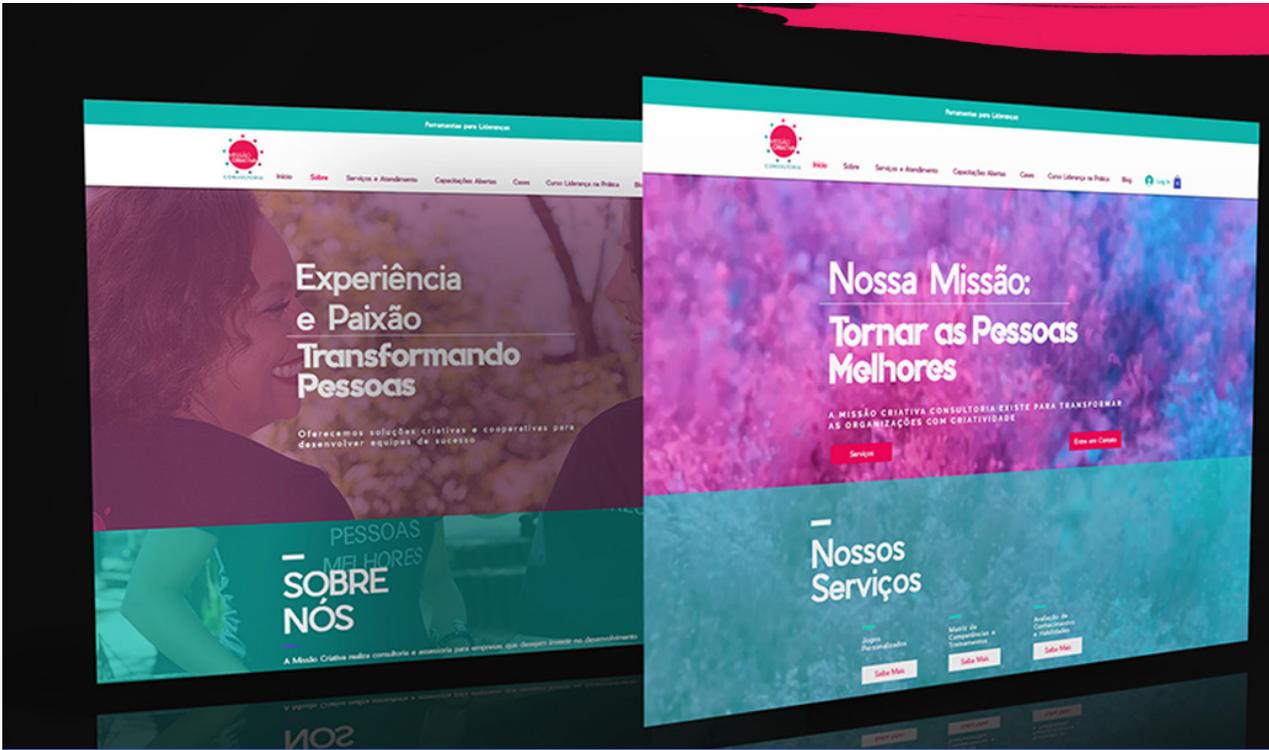


Site EasyObras



Site Grouters

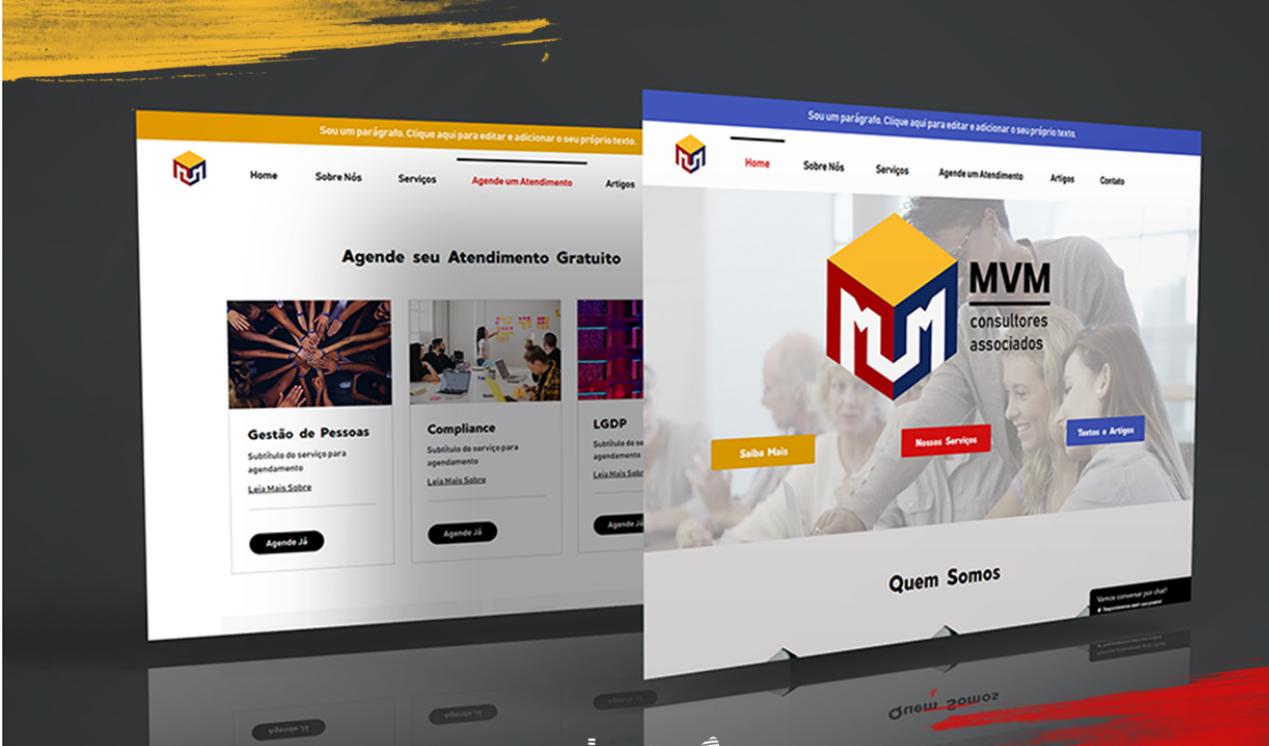
Site Missão Criativa

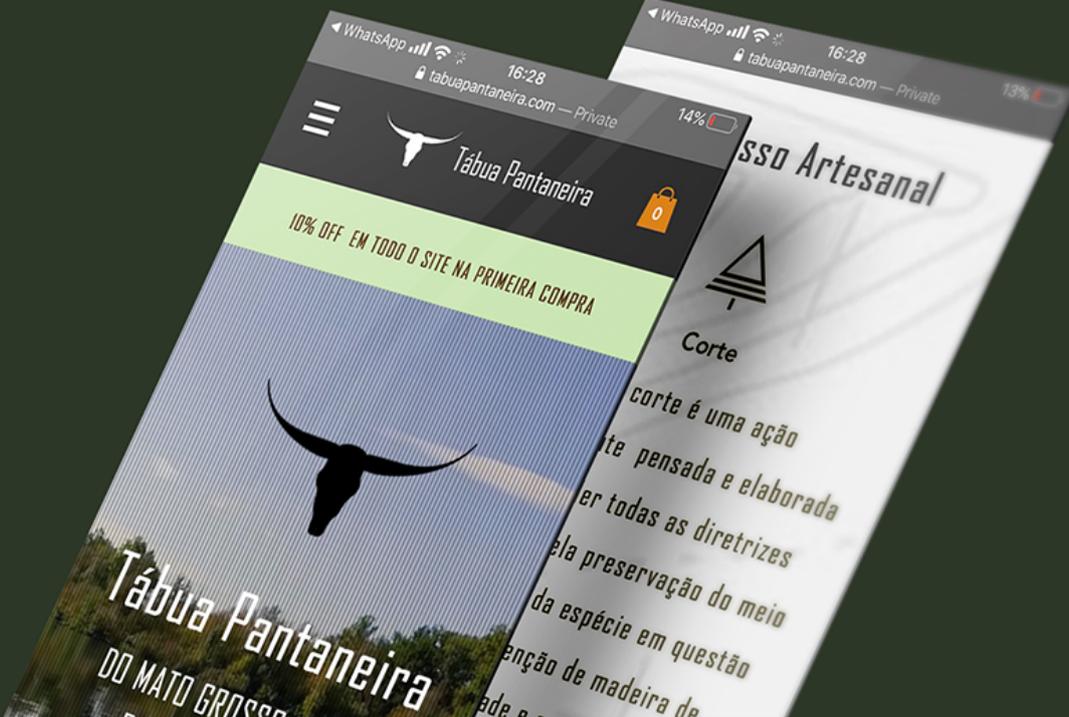


Site Solar Advisor

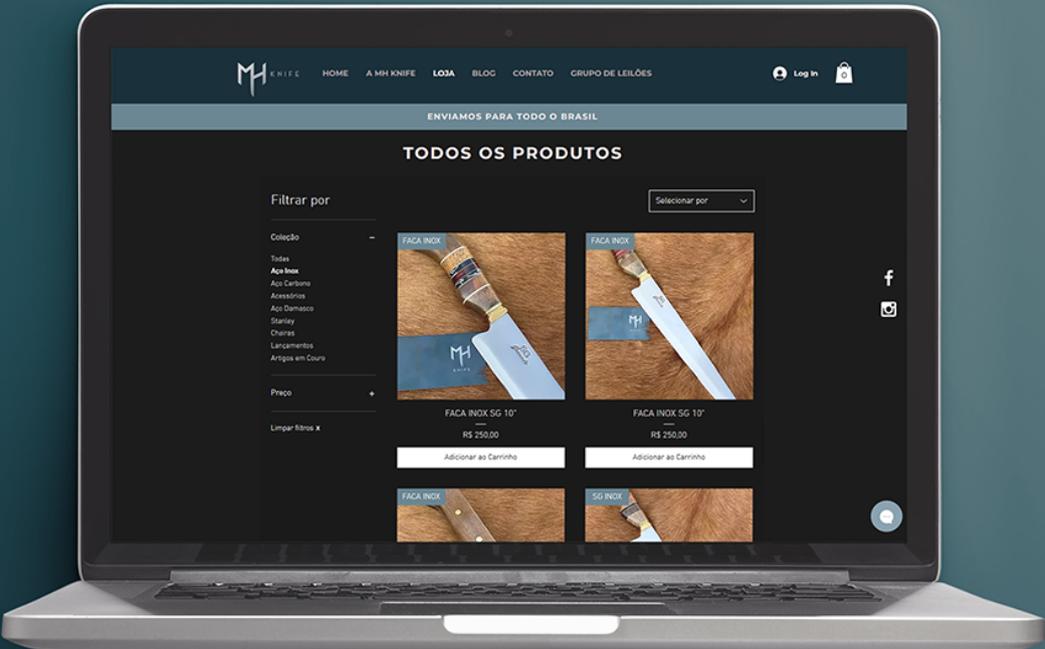


Site MVM Consultores





Site Tabua Pantaneira

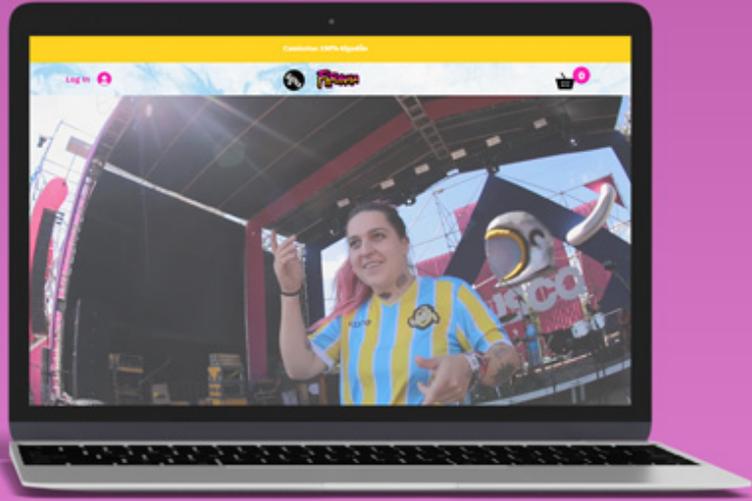


Site MH Knife



Site IKe Avocados

Site DJ Fifonha



Site Rede Impacta Unesp

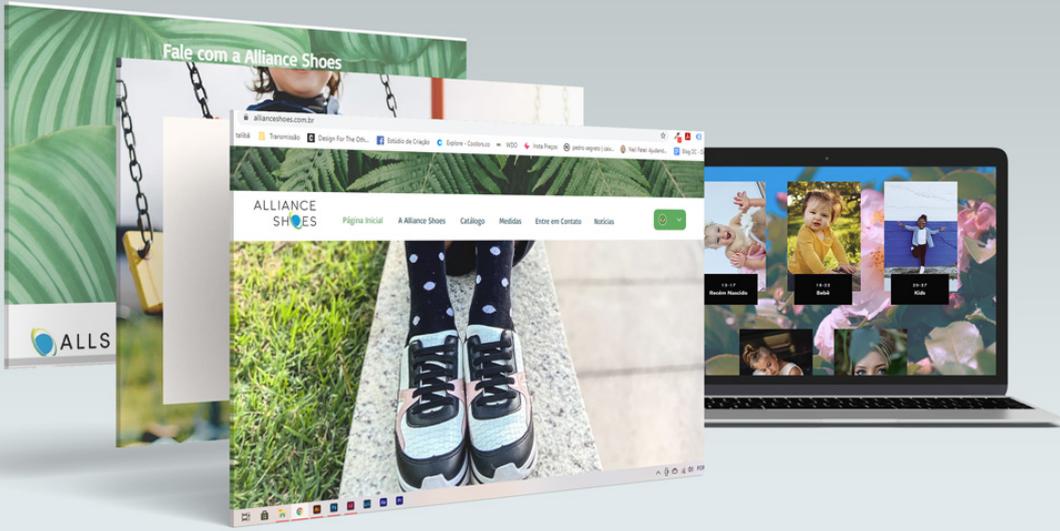


Site EMC<sup>2</sup> - Espaços Museológicos da Unesp

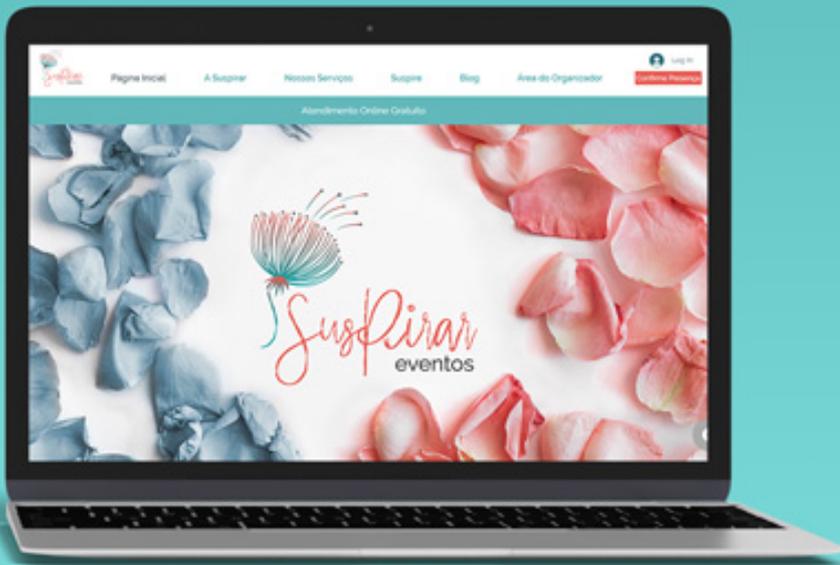




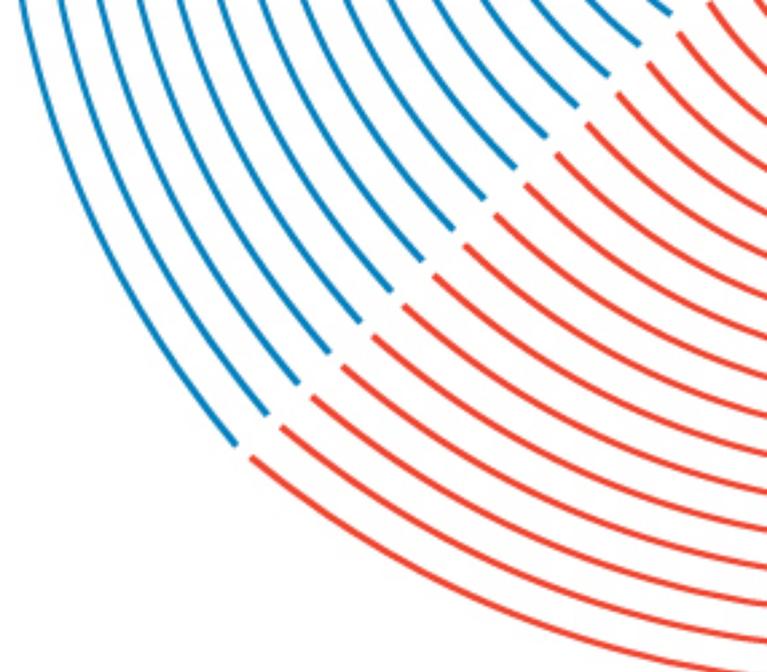
Site Amadeirada Marcenaria Criativa



Site Trilingue Alliance Shoes



Site Suspirar



**Neste ano, foram criadas:**

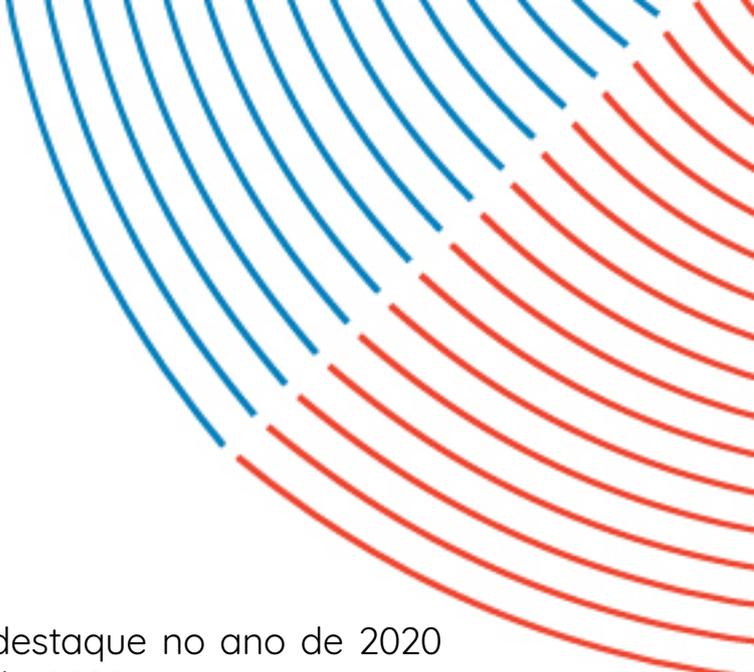
- 33 novas marcas;
- 25 novos sites;
- 9 projetos sociais;

**Enquanto isso, no Google Meet:**

- 234 horas de reunião de equipe;
- 1095 horas de atendimento dedicado ao cliente;
- 156 horas de consultorias gratuitas;
- 856 inscritos em eventos online;

**Em termos científicos, foram:**

- 5 eventos realizados
- 4 conferências internacionais
- 8 artigos
- 9 publicações

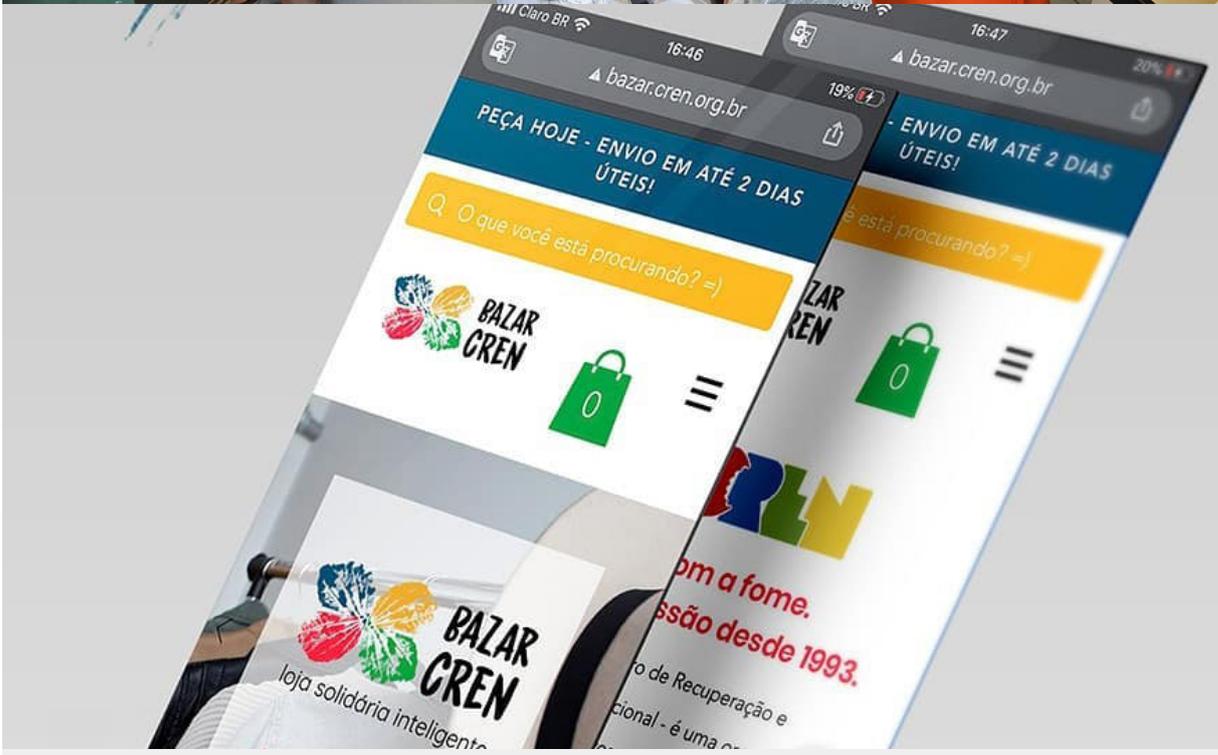


O projeto social que recebeu destaque no ano de 2020 foi o Bazar Cren. Em Janeiro de 2020 iniciou-se através da primeira conferência conjunta, a formação do coletivo de projeto para análise de necessidades e avaliação das possibilidades de atuação, definindo o desenvolvimento de uma marca e plataforma de e-commerce como soluções para arrecadação de fundos, em um cenário de adaptação tecnológica oriunda da impossibilidade da prestação de serviços do Bazar Cren em espaço físico. Assim, em reuniões semanais para decisões coletivas, desenvolveram-se também além do design de marcas e web design, o processo de formalização da atuação do bazar dentro da ONG, atendendo aos aspectos jurídicos necessários e institucionalização da logística da prestação de serviços necessária para a estruturação do novo modelo de negócio. Para tal, foi construído um formato de reuniões que incluíam mentorias nos mais diversos segmentos com parceiros da organização, bem como do SEBRAE, com conteúdos de administração de negócios, finanças, economia e marketing digital para construção dos conhecimentos e tecnologias necessárias e democratização do conhecimento técnico e teórico requerido para a atuação das partes em seus respectivos papéis organizacionais, promovendo ambiente de busca de soluções coletivas e palpáveis para desafios na narrativa de desenvolvimento do projeto, com disposição de compreensão dos campos sensíveis.

Loja Velhas Lembranças, Memórias de Vida



Site Toque como uma Mina

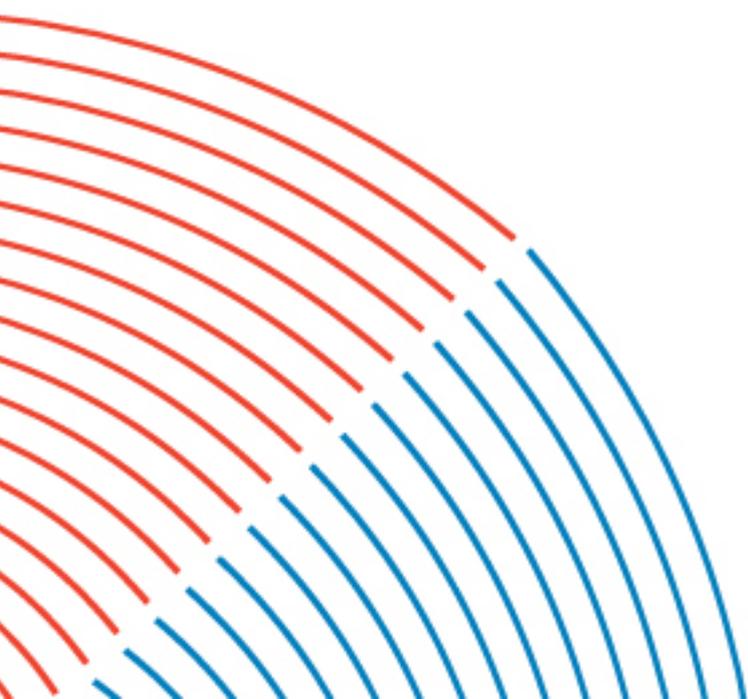


Instagram Novo Universo



O Guia Agenda 2030 - Integrando ODS, Educação e Sociedade também tem grande significância para o ano de 2020, com o objetivo de disseminar os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável propostos pela Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas, com foco na Gestão da Educação Pública para docentes/pesquisadores/diretores em geral, para dar visibilidade aos seus projetos de pesquisa a partir da perspectiva dos 17 ODS. O Guia Agenda 2030: integrando ODS, educação e sociedade, é um material de inestimável valor educativo, comunicacional e de compromisso político com a consecução dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e a implementação da Agenda 2030 no Brasil.

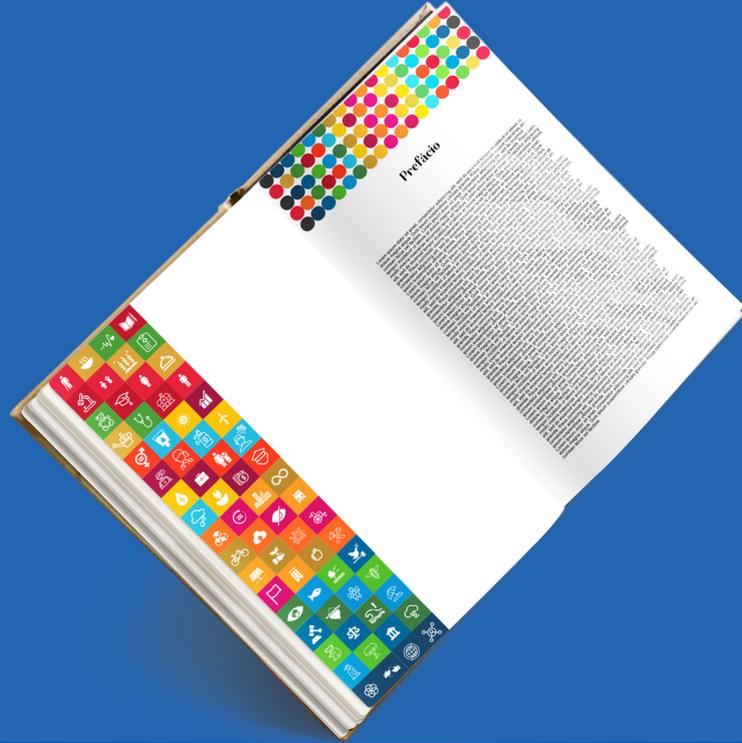
Especialmente neste momento em que os esforços globais tendem a articular iniciativas para promover a implementação da Agenda 2030, é fundamental que nossas instituições empreendam estratégias para engajar educadores, pesquisadores, estudantes, gestores públicos e sociedade civil de modo a oferecer uma oportunidade de compreensão dos 17 ODS e suas 169 metas, além de outros temas que clamam por sua inclusão na Agenda, como veremos neste guia.



Instagram Novo Universo

Site Toque como uma Mina

Loja Velhas Lembranças, Memórias de Vida





LM

# Como o Design Pode Transformar Vidas?

Relatório de Impacto da LM&Co.  
2017-2020

Relatório de Impacto da LM&Co.  
2017-2020

